

กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

Communicative Strategy for Public Relations in Promoting Tourism
in Chainat Province



กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

Communicative Strategy for Public Relations in Promoting Tourism
in Chainat Province



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2558



© 2559

ธนากร พ่วงไพบุลย์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ผู้วิจัย ธนากร พ่วงไพบูลย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณธร ปัญญโสภณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.มนทิรา ธาตาอำนวยชัย)

(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 กันยายน 2559

ธนากร พ่วงไพบูลย์. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, กันยายน 2559, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท (114 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณูธร ปัญญโสภณ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท และ 2) เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 2 คน ที่เกี่ยวข้องกับองค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท และนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาทจำนวน 10 คน ผลการศึกษา พบว่า

การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทยังขาดการประชาสัมพันธ์ ไม่มีการวางแผนและนโยบายที่ชัดเจน จึงอาจทำให้จังหวัดชัยนาทไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย แต่พยายามพัฒนาให้มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง ทางจังหวัดอยากให้คนในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทอีกทางหนึ่ง เนื่องจากจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดเล็ก ๆ ยังต้องอาศัยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเรื่องของงบประมาณ เน้นที่เด็กและเยาวชนในเขตจังหวัดใกล้เคียงให้เข้ามาชมสวนนก อย่างไรก็ตาม ผู้ว่าราชการจังหวัดชัยนาทมีแผนพัฒนาจังหวัดในภาพรวมแต่ยังไม่ได้เน้นเฉพาะการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทจากช่องทาง ป้ายโฆษณา ทางเว็บไซต์ และทราบจากเพื่อน ๆ ในกลุ่ม เห็นการแชร์ในเฟซบุ๊ก เหตุผลหลักในการมาท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท ของนักท่องเที่ยว ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวชมทิวทัศน์ที่สวยงามของจังหวัดชัยนาท และทำบุญไหว้พระในวัดต่าง ๆ ของจังหวัดชัยนาท ชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ปั่นจักรยานตามเส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดชัยนาท มีการอำนวยความสะดวกจากจังหวัดที่ดี

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, ประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยว, จังหวัดชัยนาท

Puangpaiboon, T. M.Com.Arts, September 2016, Graduate School, Bangkok University.
Communicative Strategy for Public Relations in Promoting Tourism in Chainat
Province (114 pp.)
Advisor: Assist. Prof.Tanyatorn Panyasopon, Ph.D.

ABSTRACT

This study had two objectives: 1) To study the communicative strategy for public relations in promoting tourism in Chainat Province, and 2) To examine the perspectives of tourists visiting Chainat Province. The research was qualitative, using in-depth interviews with two key informants of Chainat Tourism Organization and 10 visitors in Chainat.

The results showed that Chainat Tourism Organization had no distinct plan and policy, resulting in the province's unpopularity. However, the organization has tried to make Chainat known to the public continuously. The organization required local people to help promote the province's tourism due to its small territory. Chainat needed the financial support from Tourism Authority of Thailand. Besides, Chainat focused on children to visit Chainat Bird Park. However, the governor of Chainat had a plan to develop the whole province, not emphasizing only tourism.

As for visitors, they accessed information about Chainat Province through billboards, websites, and peers sharing messages in Facebook. The main reasons were to see appealing scenery in Chainat, make merits, and visit temples. Finally, visitors favored nature, and bicycling along the route in Chainat because of the province's facilities.

Keywords: Strategic Communication, Public Relations, Tourism, Chainat Province

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากหลายท่านโดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณธร ปัญญโสภณ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอน ให้ความรู้กับผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันแห่งนี้

ขอขอบพระคุณคุณแม่ที่คอยอบรมเลี้ยงดู สนับสนุนส่งเสริมการศึกษาและปรารถนาดีเสมอมา รวมทั้งพี่น้องทุกท่านที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือ และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ธนากร พวงไพบูลย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร	8
2.2 แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์	13
2.3 แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)	20
2.4 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ	22
2.5 โครงสร้างการบริหารงานจังหวัดชัชวาท	25
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	26
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวใน จังหวัดชัชวาท องค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัชวาท	30
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชัชวาท และนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจังหวัดชัชวาท	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป และอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษา	45
5.2 อภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้างต่อไป	48
5.4 ข้อเสนอแนะ	49
5.5 แผนการในอนาคต	49
บรรณานุกรม	52
ภาคผนวก ก แบบคำถามสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวใน จังหวัดชัยนาท องค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท	54
ภาคผนวก ข แบบคำถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	56
ภาคผนวก ค ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดชัยนาท	58
ประวัติผู้เขียน	114
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

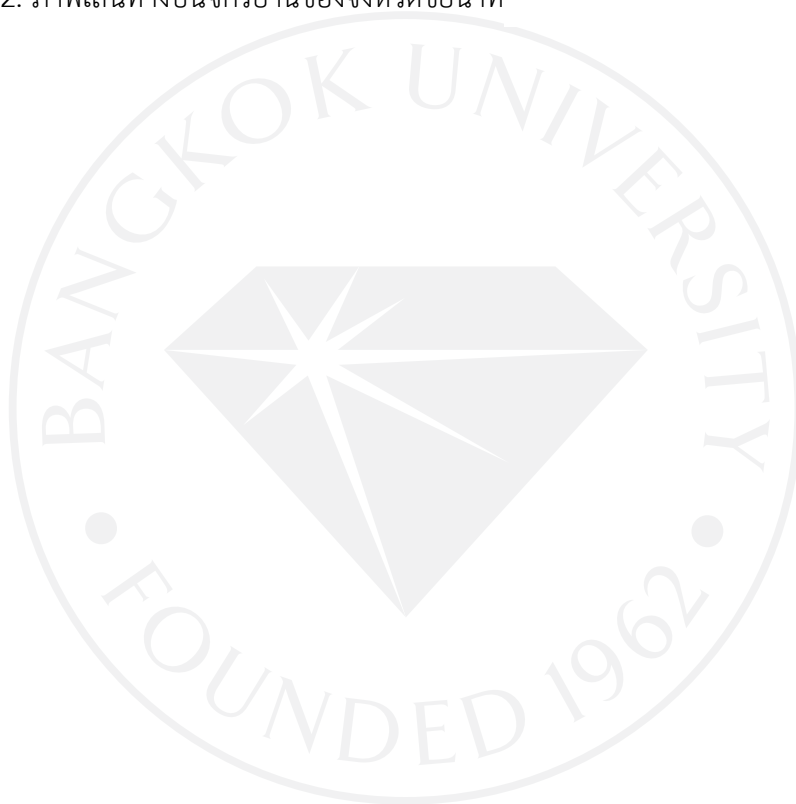
หน้า

ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทระหว่างปี พ.ศ. 2550-2555	5
--	---



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: โครงสร้างการบริหารงานจังหวัดชัยนาท	25
ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท	26
ภาพที่ 4.1: ภาพกิจกรรมปั่นจักรยานของจังหวัดชัยนาทที่มีการจัดในทุก ๆ เดือน	33
ภาพที่ 4.2: ภาพเส้นทางปั่นจักรยานของจังหวัดชัยนาท	33



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจในประเทศต่าง ๆ มีรายได้จากการส่งออกสินค้า การบริการ และการท่องเที่ยว ในประเทศไทยนั้นมีเว็บไซต์การท่องเที่ยว Unseen Tour Thailand (ม.ป.ป.) ทำให้คนรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดธุรกิจบริการ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว เพราะว่าการสื่อสารสถานที่ทำให้คนรู้จักเพิ่มมากขึ้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่ต้องเปลี่ยนบทบาทจากเดิมโดยปรับระบบการจัดการท่องเที่ยวแบบเดิมไปสู่การจัดการท่องเที่ยวยุคใหม่ เพื่อให้สอดคล้องตามแผนแม่บทการพัฒนาโลก แผนปฏิบัติที่ 21 (Agenda 21) เป็นข้อมติที่มีความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ระหว่างประเทศที่ได้รับการรับรองจากรัฐที่เข้าร่วมประชุมในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือที่รู้จักกันว่า “เอิร์ธซัมมิต (Earth Summit)” ซึ่งระบุว่าในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตความสามารถในการรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน รวมถึงการรักษาเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของชุมชน (ยุวดี นิรันดร์ตระกูล, 2549)

การท่องเที่ยวมีการนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิต วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น เทศกาล สงกรานต์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องส่งเสริมรักษาวัฒนธรรม ประเพณี คุณค่า วิถีชีวิตท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดความหลากหลายทาง วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืน จากแผนพัฒนาดังกล่าวได้ส่งผลให้เกิดกระแสการปรับตัวของหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงประเทศไทย องค์กรท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระจายลงสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นตามลำดับ เช่น ชาวต่างชาติก็มาเที่ยวต่างจังหวัด ในเทศกาลต่าง ๆ เช่น พัทยา สมุย กระบี่ ภูเก็ต หัวหิน เป็นต้น (ยุวดี นิรันดร์ตระกูล, 2549)

การท่องเที่ยวเป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่า ทะเล คุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ของอยุธยา มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า หรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556) การท่องเที่ยวกำลังเป็นที่นิยมนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูด

ความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยเติบโตเร็วมาก ประเทศไทยได้กลายเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ช่วงระยะเวลาเพียง 43 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2503 มีนักท่องเที่ยวเพียง 81,340 คน และมาถึง พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 11,737,413 คน ซึ่งทวีจำนวนถึง 137 เท่าตัว และปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวประเทศไทย 24,770,000 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงซื้อของที่ระลึก ที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่ แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการ ดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง สิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพ แวดล้อมการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคแต่ละสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้มา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ด้วยความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องมีการส่งเสริมเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ให้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวมากขึ้น

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมีความ สำคัญและจำเป็น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดแก่ชุมชนและชื่อเสียงให้แก่ประเทศนั้น ๆ ทั้งยังเป็น การช่วยอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ และมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น การสื่อสาร จึงมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ การที่ธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศมีความเจริญเติบโตก็ส่งผลทำ ให้ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้เจริญเติบโตไปด้วย เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ให้บริการต่าง ๆ รวมถึงร้านขายของที่ระลึกประจำหมู่บ้านจังหวัด ร้านถ่ายภาพหรือแม้แต่ร้านค้า ร้านสะดวกซื้อทั่วไป ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกันทางกลไกทางการตลาด รวมทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นการ กระตุ้นเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในภูมิภาคต่าง ๆ (สำนักงาน สถิติแห่งชาติ, 2557) ตัวอย่างเช่น จังหวัดชัยนาทเริ่มมีรีสอร์ต มีการปั่นจักรยานเพื่อออกกำลังกาย และชมเมือง และการท่องเที่ยวดูเมืองได้อย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกพื้นที่ของชัยนาทและเป็นการพัฒนา การท่องเที่ยวด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

จากบรรยากาศการท่องเที่ยวภายในประเทศที่เอื้ออำนวยขึ้น ประกอบกับการเดินทางทำ การตลาดเชิงรุกของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวประเทศไทยและส่งผล ให้เศรษฐกิจเติบโต จึงเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจได้ในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2557 โดยตัวเลข จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557 มีจำนวน 2,841,333 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 ในปี พ.ศ. 2558 หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาการ ท่องเที่ยว สำนักงานয়กรฐมนตรี สำนักงานส่งเสริมการประชุมและจัดนิทรรศการ และองค์กรต่าง ๆ

ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เน้นทำการตลาด สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย ทั้งการจัดกิจกรรมภายในประเทศ และการทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของไทย โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำตลาดภายใต้แคมเปญ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 หรือ 2015 Discover Thainess” เพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมไทย นอกเหนือจากการทำตลาดในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก 10 อันดับ ได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ เชียงราย ชลบุรี แม่ฮ่องสอน ประจวบคีรีขันธ์ สุราษฎร์ธานี ระยอง และเลย ซึ่งจากการจัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยเชิงรุกนั้น คาดว่าจะช่วยจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นหนึ่งในปลายทางท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ

สำหรับทิศทางนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558 นี้ จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยประมาณ 7.3 ล้านคน เติบโตประมาณร้อยละ 15.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2557 ซึ่งการเติบโตที่สูงในไตรมาสแรกของปีนี้ ขณะที่คาดว่าจะสร้างรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมูลค่าประมาณ 382,900 ล้านบาท เติบโตประมาณร้อยละ 16.4 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลายจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติหรือท่องเที่ยวตามเทศกาลให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวตามความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ในจังหวัดด้วย หนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวนี้ คือ จังหวัดชัยนาท

จังหวัดชัยนาทได้ชื่อว่าเป็นเมืองสำคัญตั้งแต่สมัยสุโขทัย ปัจจุบันจังหวัดชัยนาทจึงมีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอยู่เป็นจำนวนมากอีกจังหวัดหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นวัดพระบรมธาตุวรวิหาร พระอารามหลวง วัดเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น โดยในวันเพ็ญเดือน 6 จะมีเทศกาลสมโภชพระบรมธาตุเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ วัดปากคลองมะขามเฒ่าหรือวัดหลวงปู่ศุข ที่ชาวบ้านต่างเลื่อมใสศรัทธาในด้านความศักดิ์สิทธิ์ของวิชาอาคม และเครื่องรางของขลัง วัดกรุณา วัดสำคัญที่ชาวชัยนาทนับถือกันมาก เพราะเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปมหาสิลาหรือหลวงพ่อกินใหญ่ ซึ่งนับเป็นพระพุทธรูปสิลาทรายที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัด และที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่ควรแวะไปชมคือ เมืองอู่ตะเภา เมืองโบราณสมัยทวารวดีที่มีอายุเก่าแก่นับพันปี ปัจจุบันยังมีคันคูเมืองปรากฏให้เห็นเด่นชัด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

นอกจากชัยนาทจะเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัยแล้ว ชัยนาทยังมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยว สินค้าหัตถกรรม และการเกษตร มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยเฉพาะสวนนกชัยนาท ที่นับเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของจังหวัด โดยบนพื้นที่ราว 248 ไร่ นั้น สวนนกชัยนาทนั้นได้ชื่อว่าเป็นสวนนกที่มีกรงนกใหญ่ที่สุดในเอเชีย เป็นแหล่งรวบรวมพันธุ์นกที่หลากหลาย แลยังมีอาคารแสดงพันธุ์ปลาลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ศูนย์วิทยาศาสตร์ท้องฟ้าจำลอง และหุ่นฟางนกสวยงามอีกมากมาย แม่น้ำสองสี วัดต่าง ๆ เช่น วัดปากคลองมะขามเฒ่า (หลวงปู่ศุข) วัดมหาธาตุ

วัดพระบรมธาตุวรวิหาร วัดทรงสวาย วัดพระแก้ว การท่องเที่ยวเมืองเก่า เช่น อนุสาวรีย์ขุนสรศักดิ์ อนุสรณ์สถาน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชัยนาทมุณี มุลินธิบุรณะชนบท ศูนย์วิทยาศาสตร์ หมู่บ้าน วัฒนธรรมลาวครั้ง รวมถึงเป็นจังหวัดที่เหมาะสมแก่การปั่นจักรยานของนักท่องเที่ยว เพื่อชมทิวทัศน์ที่สวยงามของจังหวัด โดยจังหวัดชัยนาท เป็นเมืองจักรยาน 12 เดือนแห่งการปั่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

นอกจากนี้ สถานที่พักนับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว มีที่พักที่มีรูปแบบและระดับราคาที่หลากหลาย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกความต้องการ ซึ่งที่พักแต่ละแห่งต่างมีการตกแต่ง การออกแบบและให้บริการระดับมาตรฐาน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความชอบแต่ละบุคคล ทางจังหวัดได้มีการจัดทำโครงการพัฒนาธรรมชาติความปลอดภัยให้กับชาวชัยนาท โดยเน้นย้ำ และรณรงค์ เรื่องการขับขี่ยานยนต์ด้วยความระมัดระวังและปลอดภัย เพื่อให้ นักท่องเที่ยว และผู้ใช้ทางได้เกิดสำนึก เรื่องความปลอดภัยบนท้องถนน เพื่อให้จังหวัดชัยนาทเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ชัยนาทเป็น จังหวัดเล็ก ๆ ที่มีหัวใจด้านการท่องเที่ยวอันยิ่งใหญ่ไม่แพ้จังหวัดใดในประเทศไทย โดยมีคำขวัญ ประจำจังหวัดที่ว่า “หลวงปู่ศุขลือชา เขื่อนเจ้าพระยาลือชื่อ นามระบือสวนนก ส้มโอดกขาวแตงกวา” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

เนื่องด้วยจังหวัดชัยนาทมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ ทำให้จังหวัดชัยนาทกลายเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจต่อนักท่องเที่ยว องค์กรที่รับผิดชอบ การท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท จะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี โดยมีพื้นที่ รับผิดชอบจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดชัยนาท ให้การสนับสนุนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยมีการสื่อสารด้วยแผ่นพับการท่องเที่ยวและสร้างสรรค์สื่อการท่องเที่ยวแบบ มัลติมีเดีย มีแผ่นพับการท่องเที่ยว แผนที่ ภาพถ่าย วิดีโอ อี-เกม อี-การ์ด วอลเปเปอร์ และสกรีน เชฟเวอร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเล่น เลือกดาวน์โหลด ในแต่ละปีจังหวัด ชัยนาทมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทระหว่างปี พ.ศ. 2550-2555

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
2550	243,115
2551	235,359
2552	274,123
2553	220,233
2554	163,371
2555	392,174

ที่มา: สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี. (2557). *จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทระหว่างปี พ.ศ. 2550-2555*. สืบค้นจาก http://www.igphtai.org/NS057/userfiles/files/Chainat_Draft.pdf.

จากตาราง จะเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทในแต่ละปีมีจำนวนเพิ่มขึ้น จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทควรเน้นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรู้จักมากยิ่งขึ้น ควรดึงจุดเด่นของจังหวัดมาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ถึงแม้จังหวัดชัยนาทจะเป็นจังหวัดเล็ก แต่ยังมีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาให้จังหวัดชัยนาทเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทัดเทียมจังหวัดอื่น จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวมีความสำคัญและจำเป็น เพื่อเป็นการสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้เกิดแก่ชุมชน ทั้งยังเป็นการช่วยอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ และมีผลทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

จากการสัมภาษณ์เบื้องต้นผู้มาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทให้ข้อมูลว่านักท่องเที่ยวมาจังหวัดชัยนาทเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มาท่องเที่ยวชมความงามตามธรรมชาติ เมืองเก่า พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยเห็นว่าจังหวัดชัยนาทมีวัดจำนวนมาก โดยทราบข่าวจากเพื่อน ๆ จึงหาข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ต และเสนอแนะว่าทางองค์กรที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทให้มากกว่านี้ ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เกี่ยวกับโบราณสถาน และวัดต่าง ๆ สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม เพราะคนส่วนใหญ่ก็ยังไม่ค่อยนึกถึงการท่องเที่ยวที่จังหวัดชัยนาทเท่าไรนัก (นักท่องเที่ยวหญิงชาวไทย อายุ 37 ปี, พนักงานบริษัทเอกชน, การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มิถุนายน 2558)

ด้วยเหตุผลที่จังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญจังหวัดหนึ่ง แต่ข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญยังไม่แพร่หลายนัก ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยรู้จักสถานที่ต่าง ๆ ใน

จังหวัดนี้ดีพอ ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้ศึกษาต้องการทราบว่าต่อไปทางการท่องเที่ยวของ จังหวัดชัยนาทจะมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทอย่างไรบ้าง ที่ทำให้ผู้ท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมจังหวัดชัยนาท หน่วยงานต่าง ๆ ของจังหวัดมีการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง และผู้ที่มาเที่ยว หรือมาทำธุระในจังหวัดชัยนาทมีมุมมอง ใดต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยว ของจังหวัดชัยนาท

1.2.2 เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชัยนาท

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษา กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท มีขอบเขต ของการวิจัยดังนี้

1.3.1 ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ 1) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับ นักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท และ 2) นักท่องเที่ยวที่มา เที่ยวจังหวัดชัยนาท

1.3.2 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือน มกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

1.3.3 ขอบเขตด้านวิธีการศึกษา

การศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ผู้ประกอบธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ทราบระดับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจบริการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร และประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

1.4.2 นำผลการวิจัยไปต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ในการศึกษาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวหรือศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ ในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ในที่นี้หมายถึง วิธีการสื่อสารของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดชัยนาท

การท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ หมายถึง การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชัยนาท

องค์การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท คือ หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานสุพรรณบุรี โดยมีพื้นที่รับผิดชอบจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดชัยนาท ให้การสนับสนุนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ
- 2.5 โครงสร้างการบริหารงานจังหวัดชัยนาท
- 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสารนี้เกิดจากแนวความคิดที่ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการ หรือการแลกเปลี่ยน โดยมีสาระสำคัญที่ว่า ผู้สื่อสารทำหน้าที่ทั้งผู้ส่ง และผู้รับข่าว ในขณะเดียวกัน ไม่อาจจะบอกว่าการสื่อสารเริ่มต้นและสิ้นสุดที่จุดใด เพราะถือว่า การสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลม และไม่มีที่สิ้นสุด ผู้รับข่าว และผู้ส่งข่าวนอกจากจะทำหน้าที่ทั้งการเข้ารหัส และถอดรหัสแล้วยังเป็นผู้ก่อให้เกิดข่าวสาร และกำหนดพฤติกรรม

Rogers (1976 อ้างใน ศิวซ์ จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารว่าเป็นการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความรู้สึก ความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ โดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมในที่นี้ หมายถึง การเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจทัศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกโดยเปิดเผย

Ballow, Gilson และ Odiome (1962 อ้างใน ศิวซ์ จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 13) ได้กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารในองค์การหมายถึง การแลกเปลี่ยนคำพูด อักษร สัญลักษณ์ หรือข่าวสาร เพื่อให้สมาชิกในองค์การหนึ่งได้เข้าใจความหมายและสามารถเข้าใจฝ่ายอื่น ได้ ซึ่งถ้าพิจารณาในทางการบริหารองค์การอาจจะกล่าวให้ชัดเจนขึ้นได้ว่า การติดต่อสื่อสารคือ การกระจายหรือสื่อความหมายเกี่ยวกับนโยบาย และคำสั่งลงไปยังเบื้องล่าง พร้อมกับรับข้อเสนอแนะความเห็นและความรู้สึกต่าง ๆ กลับมา

Schramm (1973 อ้างใน ศิวซ์ จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 13) ได้พยายามอธิบายถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารเป็นวงจรในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล 2 คน ซึ่งกระบวนการสื่อสารจะเริ่มตั้งแต่การแปลความหมายการถ่ายทอดข่าวสารซึ่งกันและกันเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำ

กันไปเรื่อย จนกว่าทั้งสองฝ่ายจะเข้าใจซึ่งกันและกัน สรุปไม่มีคำจำกัดความของการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งที่จะนำไปใช้กับพฤติกรรมการสื่อสารได้ทุกรูปแบบ แต่ละคำจำกัดความจะมีวัตถุประสงค์และผลที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน จึงทำให้ความหมายของการสื่อสารกว้าง และนำไปใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ การพิจารณาความหมายของการสื่อสารจึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับกิจกรรมสื่อสารเป็นเรื่อง ๆ ไป ดังนั้นการสื่อสารต้องเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญ ๆ 3 ประการ อันได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ผู้รับข่าวสาร (Receiver) และตัวข่าวสาร (Message) เมื่อนำมารวมกันจะเรียกว่าเป็นการสื่อสาร การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ไม่อยู่นิ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และมีความยุ่งยากสลับซับซ้อน การเรียนรู้รูปแบบต่าง ๆ ของการสื่อสารนั้นมีเหตุผล 4 ประการ คือ

- 1) ช่วยให้มีโอกาสที่จะเลือกกระบวนการของการสื่อสาร และปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้กับกิจกรรมทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นจริง ทั้งนี้เพราะว่าไม่มีรูปแบบการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงชนิดเดียวที่สามารถนำไปใช้กับข้อมูลต่าง ๆ ทาง การสื่อสารได้โดยสมบูรณ์
- 2) ช่วยให้ค้นพบความจริงใหม่ ๆ เกี่ยวกับการสื่อสาร เพราะการสื่อสารแต่ละรูปแบบย่อมก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ กัน
- 3) ช่วยให้เกิดการคาดคะเนล่วงหน้าเกี่ยวกับการสื่อสารขึ้น และรูปแบบเหล่านี้จะช่วยให้คาดคะเนได้ว่า อะไรจะเกิดขึ้นในแต่ละสภาพของการสื่อสาร ซึ่งการคาดคะเนเหล่านี้จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ
- 4) ช่วยให้สามารถหาวิธีมาวัดปัจจัย และกระบวนการในการสื่อสารต่าง ๆ ได้ เพราะรูปแบบการสื่อสารแต่ละอย่างมักจะมีลักษณะพิเศษที่เป็นของตัวเองในเรื่องเกี่ยวกับช่องทางของการสื่อสารหรือวิธีการส่งข่าว ซึ่งจะสามารถวัดข้อมูลที่ถูกส่งออกไปได้

Schramm (1973 อ้างใน ศิวชัย จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 14) ได้กล่าวว่า ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) คือ สื่อกลางสำหรับให้นำข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร หรือเป็นตัวกลางที่ข่าวสารเคลื่อนไหวยระหว่างผู้ส่งข่าวกับผู้รับข่าว ลักษณะของช่องทางการสื่อสารประกอบด้วย 3 ส่วน ประการแรก คือ คลื่นเสียง ซึ่งจะนำเสียงของบุคคลแรกส่งต่อไปบุคคลที่ 2 ได้ยิน ประการที่สอง ผู้ส่งข่าวจะต้องมีความสามารถในการพูด คือ พูดเป็นภาษาที่คนอื่นเข้าใจได้ และผู้รับข่าวก็ต้องฟังเป็นและประการสุดท้าย การที่จะทำให้คลื่นเสียงเคลื่อนที่ได้จากผู้พูดไปยังผู้ฟังจะต้องมีอากาศเป็นตัวรองรับ ในแง่ของจิตวิทยา ช่องทางการสื่อสารคือ ความรู้สึกที่ผู้รับข่าวสารสามารถรับรู้ข่าวสารจากผู้ส่งข่าวได้ ช่องทางการสื่อสารเป็นกลไกอย่างหนึ่งของความรู้สึกภาษาที่จะรับรู้ข่าวสารช่องทางการสื่อสารจึงรวมถึงการมองเห็น การได้ยินการสัมผัส การได้กลิ่น และการรู้รส

โดยสรุป ช่องทางการสื่อสารคือ วิธีการที่จะติดต่อสื่อสารที่จะช่วยให้ข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร โดยอาศัยช่องทางไปสู่ประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็น การสัมผัส การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส โดยใช้ช่องทางคือ การบันทึกข้อความ คำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร การพูด

การสื่อสารความหมายที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ช่องทางหลาย ๆ ช่องทาง ช่องทางการติดต่อสื่อสารมีความสำคัญมากในการติดต่อสื่อสาร ช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ได้แก่ การพูด (การสั่งงาน การประชุม การติดต่อสื่อสารกันทางโทรศัพท์การส่งข่าว การส่งข่าวทางอินเทอร์เน็ต ลายลักษณ์อักษรหรือสิ่งพิมพ์ (จดหมาย หนังสือเวียนประกาศต่าง ๆ วารสารภายใน) โสตทัศนูปกรณ์ (เสียงตามสาย) สามารถแบ่งประเภทตามวิธีการต่าง ๆ ดังนี้คือการติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร การติดต่อสื่อสารทางวาจา และการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

1) การติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร (Written Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดยการเขียน ซึ่งอาจเป็นตัวอักษร หรือตัวเลขแสดงจำนวนก็ได้ เช่น หนังสือเวียน และบันทึกโต้ตอบ (Circulation - Notes - Letters - Memo) ป้าย ประกาศ บันทึกข้อความ รายงานประจำปี แผนข่าวสาร แผ่นปลิว สิ่งตีพิมพ์จดหมายข่าว และวารสาร คู่มือการปฏิบัติงาน เป็นต้น

2) การติดต่อสื่อสารทางวาจา (Oral Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดย การพูด เช่น การประชุมกลุ่ม (Group Meeting) การร้องทุกข์โดยวาจา การปรึกษาหารือ (Counseling) การสัมภาษณ์พนักงานที่ออก (Exit Interview) การอบรม การสัมมนา การพบปะตัวต่อตัว การสนทนาเผชิญหน้า การพูดโทรศัพท์ การฝากบอกต่อ และข่าวลือ ซึ่ง สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2541) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารด้วยคำพูด เป็นวิธีการที่ใช้กันมาก ที่สุดในการนำเสนอข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะนักบริหารก็มักจะพบว่า ตนนั้นอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยคำพูด แต่ก็ยังพบปัญหาเกี่ยวกับวิธีการใช้ภาษาพูด หรือปัญหาเกี่ยวกับการใช้คำที่ใช้เฉพาะวงการหนึ่ง ๆ หรือใช้เฉพาะในกลุ่มคน หรือคำย่อ รหัส ที่ใช้ในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง การสื่อสารทางวาจา 4 ประเภทย่อย

2.1) การสนทนา แบ่งออกเป็น การสนทนาในเรื่องทั่วไป และการสนทนาในเชิงให้คำปรึกษาในการปฏิบัติงานร่วมกัน

2.2) การสัมภาษณ์ เป็นการสนทนาที่แบ่งหน้าที่ผู้พูดแน่นอน คือ ฝ่ายหนึ่งถาม ฝ่ายหนึ่งตอบ

2.3) การออกคำสั่งด้วยวาจา เป็นเรื่องที่ปฏิบัติกันอยู่เป็นประจำทุกหน่วยงาน การใช้วาจาสั่งงาน ควรสั่งด้วยลักษณะที่เด็ดขาด แต่นุ่มนวล โดยผู้บริหารควรคำนึงถึงสถานการณ์ด้วยว่าควรออกคำสั่งแบบใดกับผู้รับคำสั่ง

2.4) การประชุม การประชุมเป็นกิจกรรมที่บุคลากรในหน่วยงานจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมเสมอ เพราะเป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก

3) การติดต่อสื่อสารที่ต้องใช้เทคโนโลยี (Technologies Communication) เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นเครื่องมือทางเทคนิคที่มีประโยชน์เป็นส่วนย่อยกลุ่มหนึ่งของเทคโนโลยีในสังคม การประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ อันเนื่องมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นส่วนสำคัญที่การท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวโดยทำการตลาด จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และให้ข้อมูลที่ทันสมัยผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคในเครือข่ายสังคมออนไลน์และช่วยให้นักท่องเที่ยวจดจำสถานที่ท่องเที่ยวได้ โดยที่เสียค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก

การสื่อสารมีรูปแบบที่หลากหลายทั้งรูปและเสียง Bill Gates (1999 อ้างใน นัยนา กิจบำรุง, 2556, หน้า 34) ทำนายว่า การสร้างเอกภาพในเทคโนโลยีการสื่อสารจะช่วยขจัดช่องว่างระหว่างวิธีการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งอีเมล เสียง การประชุมผ่านเว็บไซต์ และรูปแบบอื่น ๆ อีกมากมาย ที่เราใช้ในชีวิตประจำวันของเรา เทคโนโลยีดังกล่าวจะช่วยให้เราเติมเต็มช่องว่างระหว่างอุปกรณ์ที่เราใช้ติดต่อกับผู้อื่นเมื่อเราต้องการข้อมูล และการประยุกต์ใช้เครื่องมือเหล่านั้นกับกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่เราจำเป็นต้องใช้ข้อมูล มันจะมีผลกระทบต่อผลิตภาพ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และความร่วมมือกันอย่างลึกซึ้งทีเดียว

องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ (สมิต สัมฤทธิ์, 2547)

1) ผู้ส่งสาร (Source) คือ ผู้ตั้งต้นทำการสื่อสารกับบุคคล หรือกลุ่มบุคคลอื่น ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลเดียว หรืออาจจะมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ องค์การหรือหน่วยงานที่เป็นผู้เริ่มกระทำการให้เกิดการสื่อสารก็ถือได้ว่าเป็นผู้ส่งสาร เช่น การท่องเที่ยวมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว คำแนะนำในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัด

2) สาร (Message) คือ สารระ เรื่องราว ข่าวสาร ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งออกไปสู่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลอื่น สารอาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้ เช่น ตัวหนังสือ ตัวเลข รูปภาพ วัตถุต่าง ๆ หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถให้ความหมายเป็นที่เข้าใจได้

3) ช่องทางที่จะส่งสาร หรือสื่อ (Channel or Medium) คือ เครื่องมือ หรือช่องทางที่ผู้ส่งสารจะใช้ เพื่อให้สารนั้นไปถึงบุคคล หรือกลุ่มบุคคลรับ ช่องที่จะส่งสาร หรือสื่อต่าง ๆ ที่จะนำสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารมุ่งหมาย อาจจะเป็นสื่อธรรมชาติ เช่น อากาศ เป็นช่องทางที่คลื่นเสียงผ่านไปยังผู้ฟังเสียง หรืออาจจะเป็นสื่อที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น เช่น วิทยุ โทรศัพท์ โทรทัศน์ เป็นต้น

4) ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถรับทราบสารของผู้ส่งสารได้ ผู้รับสารเป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารเป็นบุคคลสำคัญในการชี้ขาดว่า การสื่อสารเป็นผลหรือไม่ ในที่นี้ผู้รับสารอาจเป็นผู้ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท

หลักสำคัญในการสื่อสาร

วิจิตร อาวะกุล (2525) ได้กล่าวถึง การสื่อสารที่มีประสิทธิผลต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ

7 ประการ คือ

- 1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารจะได้ผลนั้น ต้องมีความเชื่อถือของในเรื่องของผู้ให้ข่าวสาร แหล่งข่าว เพื่อให้เกิดความมั่นใจ หรือเต็มใจรับฟังข่าวสารนั้น
- 2) ความเหมาะสม (Context) การสื่อสารที่ดีต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับวัฒนธรรมของสังคม เครื่องมือสื่อสารนั้นเป็นเพียงสิ่งประกอบ แต่ความสำคัญอยู่ที่ท่าที ท่าทาง ภาษา คำพูดที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมสังคม หมู่ชน หรือสภาพแวดล้อมนั้น ๆ การยกมือไหว้สำหรับสังคมไทยย่อมเหมาะสมกว่าการจับมือ หรือการจับมือของฝรั่งย่อมเหมาะสมกว่าการไหว้ เป็นต้น
- 3) เนื้อหาสาระ (Content) ข่าวสารที่ดีจะต้องมีความหมายสำหรับผู้รับ มีสาระ ประโยชน์ แก่กลุ่มชน หรือมีสิ่งที่เขาจะได้ผลประโยชน์ จึงน่าสนใจ บางครั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มชนกลุ่มหนึ่ง แต่อาจจะไม่มีสาระสำหรับคนบางกลุ่ม ในเรื่องนี้จึงต้องพิจารณากลุ่มชนเป้าหมายด้วย
- 4) บ่อยและสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (Continuity and Consistency) การสื่อข่าวสารจะได้ผล ต้องส่งบ่อย ๆ ติดต่อกัน หรือมีการย้ำหรือซ้ำ เพื่อเตือนความทรงจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติ และมีความสม่ำเสมอ เสมอต้นเสมอปลาย มิใช่ส่งข่าวสารชนิดขาด ๆ หาย ๆ ไม่เที่ยงตรงแน่นอน
- 5) ช่องทางข่าวสาร (Channels) ข่าวสารจะเผยแพร่ได้ดีนั้นจะต้องส่งให้ถูกช่องทางของการสื่อสารนั้น ๆ โดยมองหาช่องทางที่เปิดรับข่าวสารที่เราจะส่ง และส่งถูกสายงาน กรม กอง หน่วย หรือโดยวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ส่งถึงตัวบุคคลโดยตรง จะรวดเร็วกว่า หรือส่งที่บ้านได้รับเร็วกว่าการส่งไปให้ที่ทำงาน เราควรเลือกช่องทางที่ได้ผลเร็วที่สุด
- 6) ความสามารถของผู้รับข่าวสาร (Capability of Audience) การสื่อสารที่ถือว่าได้ผลนั้น ต้องใช้ความพยายาม หรือแรงงานน้อยที่สุด การสื่อสารจะง่ายสะดวกก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการรับของผู้รับ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สถานที่ โอกาสอำนวยนิสัย ความรู้ พื้นฐานที่จะช่วยให้เข้าใจ เป็นต้น
- 7) ความแจ่มแจ้งของข่าวสาร (Clarity) ข่าวสารต้องง่าย ใช้ภาษาที่ผู้รับเข้าใจ คือใช้ภาษาของเขา ศัพท์ที่ยากและสูงไม่มีประโยชน์ควรตัดออกให้หมดให้ชัดเจน เข้าใจง่าย มีความมุ่งหมายเดียวอย่าให้คลุมเครือ หรือมีความหมายหลายอย่าง หรือตกหล่นข้อความบางตอนที่สำคัญไป

2.2 แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

ความหมายของกลยุทธ์

Schermerhorn (2002) กลยุทธ์ หมายถึง แผนแม่บทหรือปฏิบัติการหลักสำคัญขององค์กร ซึ่งองค์กรใช้เป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินงานระยะยาว รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการใช้ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยให้เปรียบการแข่งขันที่ยั่งยืน กลยุทธ์จะมุ่งเน้นการนำมาใช้ในสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่มีการแข่งขัน อันแสดงถึงการคาดการณ์ที่ดีที่สุดในสิ่งที่ต้องการกระทำ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในอนาคต

Pitts และ Lei (2000) กลยุทธ์ หมายถึง ความคิด แผนและการทำงานต่าง ๆ ที่บริษัทนำมาใช้ เพื่อให้เกิดความสำเร็จเหนือคู่แข่ง กลยุทธ์จะถูกออกแบบขึ้นเพื่อช่วยให้บรรลุผลสำเร็จ มีความเป็นต่อหรือได้เปรียบการแข่งขัน ผู้วางแผนจะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดหลัก 5 ประการ คือ

- 1) ความเข้าใจในองค์ประกอบ หรือตัวแปรที่สำคัญที่จะทำให้หน่วยงานได้รับผลประโยชน์สูงสุด
- 2) ความเข้าใจเกี่ยวกับจุดอ่อน จุดแข็งของหน่วยงานตนเอง ผู้วางแผนจะต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนและไม่เข้าข้างตนเอง
- 3) ความเข้าใจเกี่ยวกับจุดอ่อนจุดแข็งของหน่วยงานคู่แข่ง เรื่องนี้มีความสำคัญมากในการที่จะพยายามทราบถึงปฏิกริยาของคู่แข่งที่มีต่อแผนการดำเนินงานและกลยุทธ์ของหน่วยงาน
- 4) ความเข้าใจของกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายและความเกี่ยวข้องที่มีต่อหน่วยงาน ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานกับลูกค้าจะนำมาซึ่งคุณค่าเพิ่ม
- 5) ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากความคิดหลักทั้งสี่ประการ การคาดการณ์เกี่ยวกับพัฒนาการที่จะเกิดขึ้น และการเตรียมการเพื่อพร้อมรับการพัฒนาเปลี่ยนแปลงเป็นหลักสำคัญที่สุดของการวางแผนหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ คือหน่วยงานที่สามารถคุมสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงไว้ไม่ปล่อยให้การเปลี่ยนแปลงเป็นตัวพัฒนาองค์กร

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

การกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานให้อยู่ในกรอบหรือขอบเขตที่คาดหวังและเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรวางไว้นั้น กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์จึงถือได้ว่ามีความสำคัญมาก เนื่องจากช่วยให้มีการเตรียมความพร้อมโดยวิเคราะห์จากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถลดข้อบกพร่องจากการดำเนินงานได้ องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดเชิงกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติการ ประเมินผลและควบคุม

ชัยยุทธ ชีโนกุล (2546) กล่าวถึงกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ว่า ประกอบด้วย ขั้นตอนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ซึ่งขั้นตอนวางแผน ประกอบด้วย การกำหนดภารกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับ

หน้าที่ และขั้นตอนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ประกอบด้วย การปฏิบัติตามกลยุทธ์และปรับโครงสร้างองค์กร การประเมินผล การควบคุมกลยุทธ์โดยทุกขั้นตอนทั้งหมดจะมีวิสัยทัศน์หรือภาพที่ผู้บริหารมองอนาคตเข้ามาเกี่ยวข้อง

Cutlip, Center และ Broom (1999) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง แนวคิด วิธีการโดยรวมของแผนประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ เนื้อหาสาร ช่องทางการนำเสนอสาร สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้ ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การดำเนินงานโดยใช้ศาสตร์และศิลป์ของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนี้

- 1) กลยุทธ์การเผยแพร่ข่าวสาร (Strategy of Publicity) ได้แก่ การกำหนดวิธีว่าในการเผยแพร่ข่าวสารโดยพิจารณากลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดประเภทของสื่อ
- 2) กลยุทธ์ของการโน้มน้าวใจและจูงใจ (Strategy of Persuasion) ได้แก่ การวางแผนการโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมาย ข้อความและคำพูด ช่องทางและการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดประเภทของสื่อ
- 3) กลยุทธ์การจัดหน่วยงาน (Strategy of Orflection) หมายถึง การทบทวนและพิจารณาเหตุการณ์ ความจำเป็นและอุปสรรคของการดำเนินงาน

จินตวิริ์ เกษมสุข (2556) กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลายโดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อ ต่าง ๆ ทางประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตาม เกิดความร่วมมือร่วมกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนี้อยู่ที่การคิดค้นกลวิธี โดยจะสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูด จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้ จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารอย่างไร

จินตวิริ์ เกษมสุข (2556) กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ด้วยการตั้งวัตถุประสงค์ให้แน่ชัดว่า ต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด ข้อความที่ต้องการสื่อออกไปคืออะไร กลยุทธ์/ ยุทธวิธีในการใช้สื่อเป็นอย่างไร มีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือไม่ ทั้งนี้ การเลือกสื่อต้องพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรเป็นสื่อที่ควบคุมได้ เพื่อให้ได้ข้อความที่เราต้องการสื่อออกไปมีความถูกต้องและครบถ้วน

ประเภทของกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

Cutlip และคณะ (1999) เสนอไว้ 3 ประเภท คือ

1) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรับในเรื่องที่แจ่มชัด ไม่ใช่เรื่องสำคัญมาก อาจแสดงความจริงเชิงขอความเห็นใจหรือให้เห็นเป็นเรื่องราวธรรมดาไม่เสียหาย คือยอมรับความผิดพลาด ชี้แจงความเข้าใจ ดำเนินกิจการปรับปรุงแก้ไข แล้วแจ้งให้ประชาชนทราบ หรือในกรณีต้องรอเวลาในเรื่องรุนแรง ผ่านไปและค่อยคลายลงไปก่อน

2) การดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามปกติ กรณีเช่นนี้ บางเรื่องราวที่ประชาชนประจักษ์ชัดไม่จริงตามคำกล่าวหา หรือเป็นเรื่องราวที่เหตุการณ์ได้ปรับหรือแก้ไขในตัวของมันเองได้ หรือเป็นเรื่องที่ประชาชนไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ เรื่องลักษณะนี้เราดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามปกติ อาจเพิ่มกิจกรรม หรือเผยแพร่กิจกรรมให้ดีขึ้นก็พอแล้ว

3) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในบางกรณีที่ต้องใช้วิธีการที่รวดเร็วและรุนแรงเพื่อจัดการปัญหาที่เกิดขึ้น อาจต้องใช้วิธีการปฏิเสธ ชี้แจง ตอบโต้

ขั้นตอนการดำเนินกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์เปรียบเสมือนเครื่องมือชี้ทิศทางขององค์กร ดังนั้นการดำเนินกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ คือ การวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นขั้นตอน ดังนี้

1) วิเคราะห์สถานการณ์เพื่อให้ทราบจุดยืนขององค์กร ผู้วางแผนต้องมีความรู้ ความเข้าใจในภาพลักษณ์ หรือสถานะขององค์กรตั้งแต่ภูมิหลังจนถึงปัจจุบันอย่างถ่องแท้ ไม่ว่าจะเป็นจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค อีกทั้งต้องเข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งหาคำตอบได้จากเอกสาร ข่าวสารหรือการทำวิจัย

2) การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นสิ่งสำคัญมากในการประชาสัมพันธ์เพราะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตลอดทั้งเลือกกลุ่มเป้าหมายและตั้งงบประมาณต่อไป ดังนั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะดีหรือไม่ มีแกนสารอย่างไรขึ้นอยู่กับ การตั้งวัตถุประสงค์

3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ต้องกำหนดทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรต้องการสื่อสารข้อมูลข่าวสารด้วย คือจะต้องมีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจน รวมทั้งกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจนด้วยเพื่อการส่งสารจะเป็นเรื่องง่ายขึ้น

4) การกำหนดโครงการ กิจกรรม และวิธีการ เป็นการกำหนดเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ แต่ละโครงการจะมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์พร้อมวิธีการและรายละเอียดในการดำเนินงาน

5) เลือกเครื่องมือหรือสื่อ เมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว การจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มให้ได้ผลต้องอาศัยเครื่องมือหรือสื่อที่จะนำข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

5.1) สื่อที่ประชาสัมพันธ์ควบคุมได้ คือ งานประชาสัมพันธ์ ควบคุมการผลิต เนื้อหาสาระ วิธี ความถี่ในการนำเสนอได้ รวมทั้งสื่อมวลชนที่งานประชาสัมพันธ์ซื้อเนื้อที่และเวลาในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรด้วย ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ใบปลิว (Leaflet) ใช้เพื่อแจ้งเรื่องราวให้ทราบ และชักชวนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อแนะนำองค์กร และที่สำคัญจะต้องมีที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ขององค์กร เพื่อให้ผู้อ่านที่สนใจ สามารถติดต่อสอบถามรายละเอียด หรือข้อสงสัยต่าง ๆ ได้ เอกสารเผยแพร่รายละเอียดสินค้า (Brochure) เป็นเอกสารที่มีความยาวพอสมควร ใส่รายละเอียดเป็นข้อความและภาพ เพื่ออธิบายคุณภาพของสินค้า โปสเตอร์ (Poster) ใช้เพื่อติดบอร์ดหรือฝาผนัง ใช้เพื่อชักชวน หรือรณรงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ใช้ภาษาสั้น ๆ ง่าย ๆ ได้ใจความ รายงานประจำปี (Annual Report) ใช้แนะนำให้กับผู้ถือหุ้น สถาบันการเงิน คู่ค้า ลูกค้า แวดวงนักวิชาการ และสื่อมวลชนให้ได้รับรู้ผลการประกอบการของบริษัท หนังสืออธิบายรายละเอียดของ บริษัท (Company Profile) ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา และรายละเอียดต่าง ๆ ที่แสดงสถานภาพ ของบริษัทในปัจจุบัน เป็นต้น

5.2) สื่อที่ประชาสัมพันธ์ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีอิสระในการเผยแพร่ข่าวสารโดยปราศจากการควบคุมของงานประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินงานนั้นงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องขอความร่วมมือและพยายามให้สื่อมวลชนเสนอข่าวขององค์กรไปในทางที่เหมาะสมและน่าสนใจต่อสาธารณชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องรู้จักเลือกใช้และบริหารการใช้สื่อให้เหมาะสมเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดของการสื่อสาร โดยยึดหลัก 2 ประเภท คือ

(1) สื่อแต่ละสื่อจะเข้าถึงผู้รับสารที่ต่างกัน และแต่ละประเภทที่มีคุณสมบัติที่ต่างกัน (ข้อดีข้อเสีย) มีความเหมาะสมต่อข่าวสารที่ต่างกัน

(2) พยายามเลือกใช้สื่อที่สามารถควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ โดยให้มีการประสานประสานกันอย่างเหมาะสม เพื่อความน่าเชื่อถือและความถูกต้องเหมาะสมของข้อมูล แต่ต้องพิจารณาถึงงบประมาณ วัตถุประสงค์และเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมาย และระยะเวลาด้วย

6) งบประมาณ โดยทั่วไปแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

- ค่าตอบแทน ได้แก่ เงินเดือนพนักงานทุกระดับ ตั้งแต่ผู้บริหาร ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น
- ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ได้แก่ ค่าเช่าสถานที่ ค่าโทรศัพท์ ค่าประกันภัย ค่าไฟ ค่าเบี้ยเลี้ยง เป็นต้น
- วัสดุ ได้แก่ เครื่องเขียน อุปกรณ์ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายของพนักงานในขณะปฏิบัติงาน เช่น ค่ารถ ค่าเครื่องบิน

ค่าเลี้ยงรับรอง เป็นต้น

7) ประเมินผล หมายถึง การตัดสินใจคุณค่าของการกระทำใด ๆ โดยมีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประกาศตัดสินคุณค่านั้น สรุปได้ว่า การจัดทำแผนประชาสัมพันธ์

จำเป็นต้องกำหนดวิธีการติดตามและประเมินผลด้วยเหตุผลเพื่อให้สามารถวัดผลสำเร็จของงาน
ประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปแล้วนั้นว่าสำเร็จหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับแผนงานประชาสัมพันธ์
ครั้งต่อไป และเพื่อตรวจสอบว่าเวลาและงบประมาณที่ใช้ครั้งต่อไปเป็นอย่างไร มีความคุ้มค่าเพียงไร

กลยุทธ์สำหรับองค์กรแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1) กลยุทธ์เชิงเป้าหมาย คือ กลยุทธ์ที่ระบุเป้าหมายพื้นฐานสำหรับองค์กรในการแข่งขันกับ
องค์กรอื่น ๆ และรักษาความเป็นเลิศ ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านประหยัดต้นทุน กลยุทธ์สร้างความ
แตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเน้นภารกิจที่จำเป็น

2) กลยุทธ์เชิงทิศทาง เป็นกลยุทธ์ที่กำหนดวิธีการดำเนินการเพื่อการพัฒนาองค์กรหรือ
กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นแนวทางที่องค์กรเลือกที่จะทำ เพื่อเกิดการพัฒนาแนวทางที่อาจเลือกทำได้
มีหลายแบบ เช่น

กลยุทธ์การนิ่งเฉย คือ การที่องค์กรมองเห็นว่าสถานการณ์ปัจจุบันอยู่ในสภาพที่ดี สามารถ
ตอบสนองความเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ดีอยู่แล้วจึงตัดสินใจไม่ดำเนินการใด ๆ

กลยุทธ์การถอนตัว หากพิจารณาว่ากิจกรรมหรือแนวทางใดที่กำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบันไม่
ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรบุคคล งบประมาณหรือเสียเวลาเปล่า องค์กรอาจใช้
กลยุทธ์นี้เพื่อยกเลิกกิจกรรมที่ไม่เกิดประโยชน์

กลยุทธ์เพิ่มความแข็งแกร่งให้องค์กร ทำได้โดยปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานหลายอย่างในองค์กร
เช่น ปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

กลยุทธ์เจาะตลาด ความพยายามเพิ่มส่วนแบ่งตลาด โดยการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือ
บริการเพื่อกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนอง
ความต้องการของตลาด

กลยุทธ์การพัฒนาตลาด เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรอาจมองหาตลาดใหม่ ๆ สำหรับผลิตภัณฑ์และ
บริการ

กลยุทธ์พัฒนาหลายทิศทาง คือ การใช้กลยุทธ์หลาย ๆ แบบพร้อมกัน

3) กลยุทธ์เชิงวิธีการ เป็นกลยุทธ์การดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในระดับต่าง ๆ

กลยุทธ์การพัฒนาภายในองค์กร คือการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรที่มีอยู่เดิมให้สามารถ
ปฏิบัติงานแบบใหม่ได้

กลยุทธ์ร่วมมือพัฒนา การให้ใช้ตราสินค้า การใช้ลิขสิทธิ์ การเป็นตัวแทนจำหน่าย การใช้
เทคโนโลยีร่วมกัน

เมธี แก้วสมจิตร (2552) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของ รรรางที่นำเที่ยวชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.0 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 35.8 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.5 ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 34.2 และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 27.8 และในเรื่องของพฤติกรรมในการมาใช้บริการรรรางนำเที่ยวชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์

ผลการศึกษาพบว่า ศาลหลักเมือง เป็นสถานที่ที่ผู้มาใช้บริการรรราง รองลงมาคือ ห้องสนาม หลวง ซึ่งได้รับทราบข้อมูลจากสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด สิ่งที่ผู้มาใช้บริการคาดหวังมากที่สุด คือ ได้ความรู้จากสถานที่ที่รรรางวิ่งผ่าน ในด้านของนิตยสารพบว่า นิตยสาร อสมท. เว็บไซต์ www.thai-tour.com และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีความเหมาะสมกับการโฆษณารรรางเที่ยวชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาดในทุก ๆ ด้าน อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด จะเป็นด้านที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดเหตุการณ์พิเศษ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดทางตรง ตามลำดับ ส่วนในด้านโฆษณาเป็นด้านที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญน้อยที่สุด

กิจกรรมประชาสัมพันธ์

การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์หรือกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ควรยึดหลัก แปลกใหม่ ใหญ่ ดัง และพึงปฏิบัติดังนี้

- 1) ลักษณะของงานควรมีความเกี่ยวข้องกับบริษัท
- 2) ควรมีกิจกรรมที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย และสื่อมวลชน
- 3) มีข้อเสนอพิเศษเพื่อช่วยในการส่งเสริมการขาย
- 4) ชื่อสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กร
- 5) มีการประชาสัมพันธ์ทั้งก่อนจัดงานและเมื่องานเสร็จสิ้นลง

ประเภทของกิจกรรมพิเศษ

ลักษณะของการจัดกิจกรรมพิเศษมีมากมายหลายรูปแบบ เช่น

- 1) การจัดประกวด (Contest)
- 2) การจัดการแข่งขัน (Competition)
- 3) การจัดรายการบันเทิง (Entertainment)
- 4) การจัดงานเปิดตัวสินค้า (Grand Opening)
- 5) การจัดแสดงนิทรรศการ (Exhibition)
- 6) การจัดสัมมนา (Seminar)
- 7) การบริการสังคม หรือการจัดกิจกรรมสาธารณะ (Public Service)

- 8) การจัดงานฉลอง (Celebration)
- 9) การจัดงานวันครอบครัวพนักงาน (Family Day)
- 10) การจัดวันให้รางวัลแก่พนักงาน (Awards Day)
- 11) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion Activities)
- 12) การออกพบปะกลุ่มเป้าหมาย (Road Show)
- 13) การจัดให้เยี่ยมชมบริษัท (Company Visit)

กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของจังหวัดจะมีความแตกต่างกันไปตามข้อมูลของจังหวัดนั้น ๆ เช่น จังหวัดสุพรรณบุรีมีการประชาสัมพันธ์การจัดงานต่าง ๆ สม่ำเสมอ รวมถึงข่าวการรับสมัครงาน การสอบราคาต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนทราบข้อมูลของจังหวัดต่อเนื่อง

สื่อมวลชนสัมพันธ์

จินตวิริ์ เกษมสุข (2556) กล่าวว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์ คือ ความสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสื่อมวลชน จากภารกิจหลักของการทำงานในแวดวงวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ส่งสารต้องป้อนข้อมูลข่าวสารให้แก่สื่อ เพื่อให้สื่อดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อ นั้น มีวิธีการปฏิบัติเริ่มตั้งแต่การศึกษาและรวบรวมฐานข้อมูลของ สื่อทุกประเภท ศึกษาลักษณะการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นการทำข่าวในหนังสือ แจกฟรี ทำให้จังหวัดสามารถใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ การทำภาพข่าว การทำบทความ สารคดี บางครั้งต้องทำสารคดีเชิงข่าวรายละเอียดที่จะทำให้ขยายผลมากขึ้นไประดับหนึ่ง เพื่อให้ความรู้ ความเพลิดเพลิน และโน้มน้าวใจ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถนำกลับมาใช้ได้อีกในโอกาสอื่น ๆ การทำแฟ้มคู่มือเป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ขององค์กร รายชื่อผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องที่สามารถเป็นข้อมูลอ้างอิง

การให้สัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องจัดให้มีการสัมภาษณ์หรือจัดแถลงข่าวเพื่อชี้แจงประชาสัมพันธ์ ต้องตระเตรียมการเชิญ สถานที่ เครื่องมือที่พร้อมอำนวยความสะดวกแก่สื่อ การนำชมสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อให้สื่อมวลชนได้มีโอกาสได้สัมผัสของจริง เช่น จังหวัดสุพรรณบุรี มีการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกร และบึงฉวากอย่างกว้างขวาง

สื่อมวลชนมักได้รับเชิญให้ไปชมกิจกรรมการแสดงล่วงหน้าก่อนผู้อื่นเพื่อจะได้ นำข่าวมาเผยแพร่ บางครั้งก็นิยมจัดไปพร้อมกับการแถลงข่าว ทั้งนี้ การประเมินผลงานของนักประชาสัมพันธ์สามารถวัดได้จากผลของสื่อที่เผยแพร่เริ่มจากการ วัดผลงานจากการตัดข่าว การเผยแพร่ข่าวในทุกสื่อที่ส่งข่าวออกไป ต้องเฝ้าระวังข้อตำหนิข้อชมเชยของสื่อ หากสื่อออกข่าวคลาดเคลื่อนจะได้ชี้แจงทำความเข้าใจ การรวบรวมข่าวผลงานการประชาสัมพันธ์ให้แบ่งเป็น หมวดหมู่ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในคราวหน้า

2.3 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

Atkin (1973 อ้างใน ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537, หน้า 3) กล่าวว่า การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหา ดังกล่าว

ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสาร (Selective Processes) ด้วยสาเหตุต่าง ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะสติปัญญา เป็นต้น ที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น บุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ อันได้แก่

1) ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน จึงไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหาทางสื่อสารกับบุคคลอื่น ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2) ประโยชน์ใช้สอย มนุษย์ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เช่น ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

3) สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชื่นนำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้น ๆ Klapper (1960 อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 9) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้น ตามลำดับดังต่อไปนี้

1) การเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลากหลาย เช่น การเปิดรับสื่อออนไลน์หรือเว็บไซต์ท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจสารจากแหล่งข่าวใดแหล่งหนึ่ง เช่น เว็บไซต์ หรือการบอกต่อ โดยมักเลือกตามความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้

และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เช่น การเลือกการรับรู้จักวัดสำคัญ ในจังหวัดอยุธยา ได้ยินจากการบอกต่อว่าจังหวัดอยุธยามีวัดมาก ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของบุคคลในขณะนั้น

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อผ่านขั้นตอนของการเลือกเปิดรับสาร เลือกสนใจ และเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของบุคคล ยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสาร ในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ และมักจะไม่จดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจ เช่น เลือกจดจำสวนนกจังหวัดชัยนาทเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังและมีความเป็นธรรมชาติ จดจำวัดพระแก้วเพราะเป็นวัดที่มีความสวยงาม และมีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานคร

ลักษณะบุคคลในการเปิดรับข่าวสาร

1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัย หรือเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละบุคคลมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้ การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประโยชน์โดยตรง และการติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Communication) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวมช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจในเรื่องหรือทิศทางเดียวกัน บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจนั้นด้วย

3) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิตติมา สุรสนธิ, 2533)

เงิน เจียนฉี และนิตนา ฐานิธรนกร (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกขักรถยนต์ส่วนบุคคลมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน วิธีการวิจัย คือ ใช้แบบสอบถาม 270 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีการ

ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-8,000 หยวน (24,404-39,040 บาท) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยส่วนใหญ่ จะจัดการเรื่องการท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเอง และมักเดินทางกับเพื่อนสนิท ประเภทรถที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนบุคคล เดินทางมาท่องเที่ยวเชียงใหม่ในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยมีแรงจูงใจ เพื่อต้องการพักผ่อนในวันหยุด และได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จากการแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ($\beta = 0.279$) รองลงมา คือ ปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\beta = 0.262$) ในขณะที่ปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ($\beta = 0.098$) ด้านการตลาดทางตรง ($\beta = 0.095$) ด้านการบริการและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\beta = 0.007$) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ($\beta = 0.075$) ด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ($\beta = 0.064$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.015$) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ธัญรัตน์ อศยานนท์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ โดยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว 100 คน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด คือ ความสะอาด ความปลอดภัยของโรงแรม และการบริการของพนักงาน รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทาง สภาพห้องพัก ความสวยงามภายในห้องพัก รถบริการรับส่ง/ รถเช่า ราคาของที่พัก โปรโมชั่นลดราคา และชื่อเสียงของที่พักแรม

2.4 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อเป็นการศึกษาที่เน้นความสำคัญของผู้รับสาร โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไรและสารใด จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

Schramm (1973 อ้างใน พิระ จิระโสภณ, 2541, หน้า 256) กล่าวถึง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อว่าเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญที่ผู้รับสารในการตัดสินใจเลือกใช้ประโยชน์และเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็น

หลักการตัดสินใจเลือกรับสื่อนั้นผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร

ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1) ความต้องการของผู้รับสาร

- 1.1) ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2) ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมของตน
- 1.3) ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4) ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร

2) ความแตกต่างของผู้รับสาร

2.1) อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม อายุจึงน่าเป็นตัวกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2) เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคลลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงกับเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2.3) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

2.4) การศึกษา เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน

3) ความตั้งใจและประสบการณ์ ในขณะที่ตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสาร

4) ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้นผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

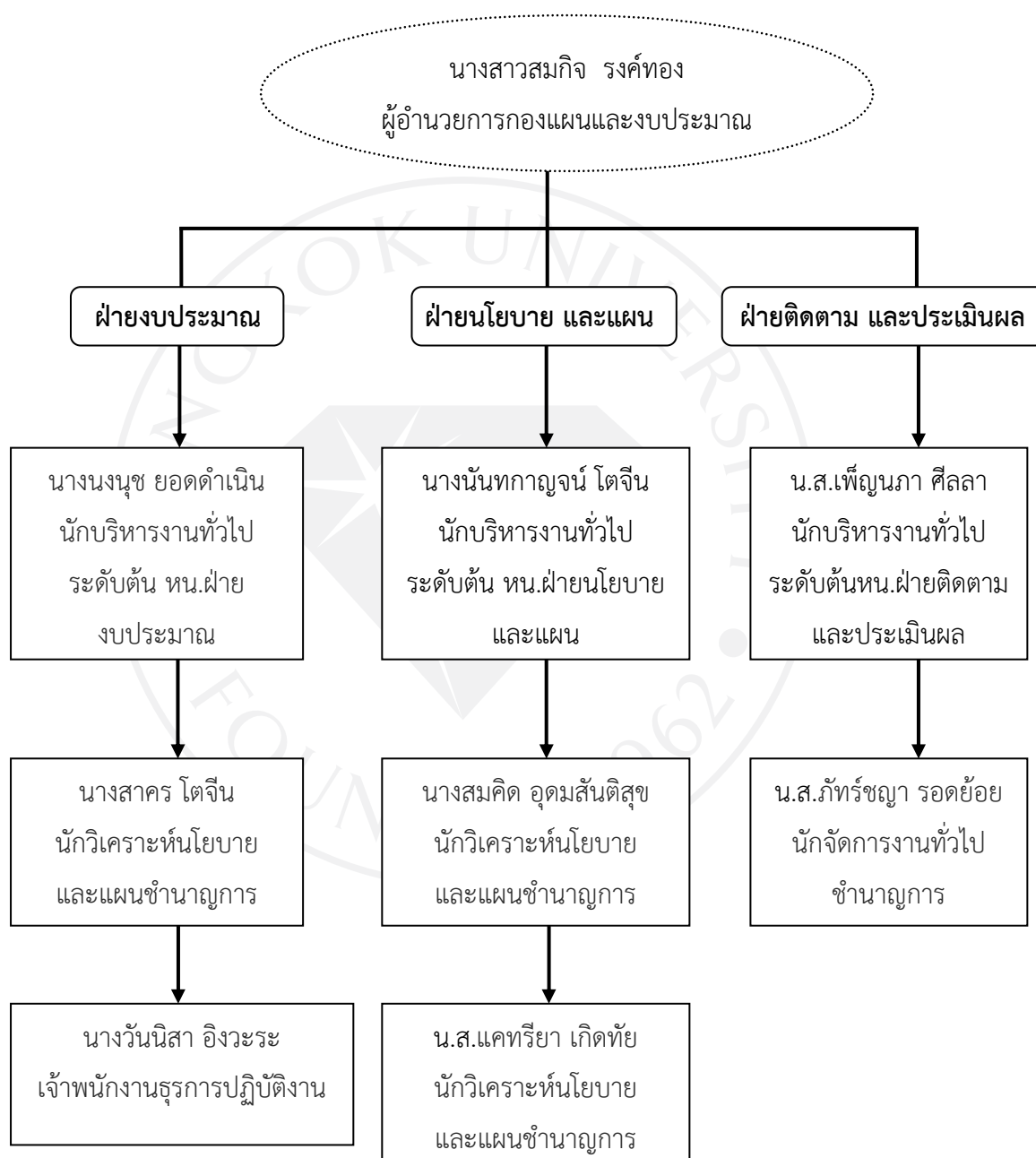
สุดดาว จงงามวิไล (2553) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสวนนก จังหวัดชัยนาท การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสวนนก จังหวัดชัยนาท และศึกษาเปรียบเทียบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตามปัจจัยส่วนบุคคล และลักษณะกลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมสวนนก จังหวัดชัยนาท ในระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2553 จำนวน 400 คน โดยใช้

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป วิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานใช้ คือ t-test และ F-test และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านจัดการและดำเนินงาน ด้านการจัดแสดงสัตว์ และด้านกิจกรรมนันทนาการ ตามลำดับ ส่วนด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุสถานภาพการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และลักษณะของกลุ่มท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการสวนนก จังหวัดชัยนาทแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตรีชฎา พาพันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของ สวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลังรูปแบบ และลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิหลัง รูปแบบและลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกันต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท วิธีการวิจัย คือ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 400 ราย วิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานใช้ คือ t-test และ F-test และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการคำนวณ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีอาชีพหลักทำการเกษตรกรรม ค้าขาย และลูกจ้าง มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชัยนาท มีขนาดกลุ่มของนักท่องเที่ยว 1-5 คน มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในรอบปี 1-4 ครั้ง เคยมีประสบการณ์ในการมาเยือนสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท และมีกิจกรรมเดินชมธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท ส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.38 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิลำเนา และประสบการณ์ในการมาเยือนสวนนกชัยนาท

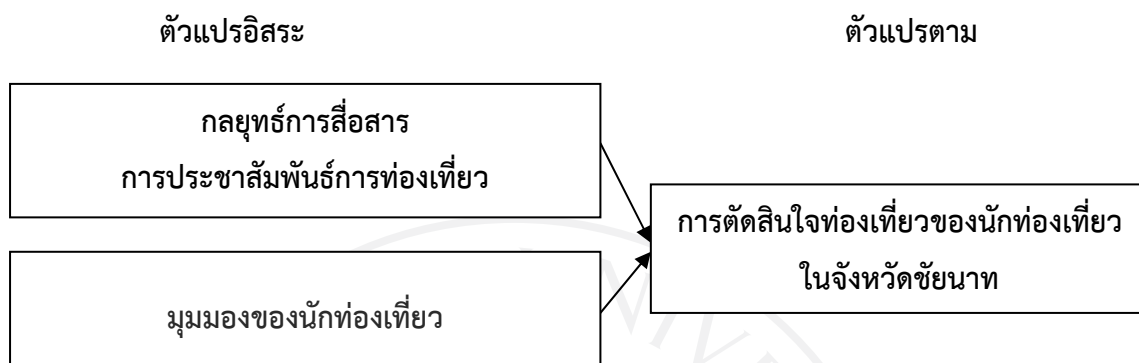
2.5 โครงสร้างการบริหารงานจังหวัดชัยนาท

ภาพที่ 2.1: โครงสร้างการบริหารงานจังหวัดชัยนาท



2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท



ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทยังขาดการประชาสัมพันธ์ ไม่มีการวางแผนและนโยบายที่ชัดเจน จึงอาจทำให้จังหวัดชัยนาทไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ทำให้คนทั่วไปรู้จักจังหวัดชัยนาทน้อยมากในทุก ๆ ด้าน แม้กระทั่งสถานที่สำคัญของชัยนาทก็ไม่มีใครรู้จัก และแผนพัฒนาจังหวัดในภาพรวมยังไม่ได้เน้นเฉพาะการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะให้ความสำคัญด้านใดมากกว่ากัน อย่างไรก็ตามคนในพื้นที่ หรือนักท่องเที่ยวมีการช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทผ่านทางเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก โดยสื่อของจังหวัดชัยนาทไม่เท่าที่ควร คนทั่วไปจะรู้จักเพราะการบอกต่อ ทำให้เป็นที่บ่งบอกว่าผู้ที่เกี่ยวข้องต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อหารายได้ให้กับคนในจังหวัดและชุมชน เพราะเนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่เกิดการรับรู้ จึงส่งผลให้ประชาชนขาดรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธี แก้วสมจิตร (2552) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของรถรางที่นำเที่ยวชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ ในประเด็นที่ว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของรถรางเที่ยวชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ผ่านทาง เว็บไซต์ และหนังสือพิมพ์

เหตุผลหลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวชมทิวทัศน์จังหวัดชัยนาท และไหว้พระ ขอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ตามเส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดชัยนาท ซึ่งมีเส้นทางที่หลากหลาย และสวยงาม มีการอำนวยความสะดวกที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีชฎา พาพันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของ สวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท ในประเด็นที่ว่า นักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์ในการมาเยือนสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท และมีกิจกรรมเดินชมธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการของสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท อยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทและสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท โดยทำการสัมภาษณ์ในประเด็นหรือเนื้อหาสาระที่ต้องการและเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการทราบจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดมาวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาในเชิงบรรยายหรือพรรณนาต่อไป

การสัมภาษณ์ดังกล่าวจะเป็นไปในลักษณะการพูดคุยถึงเนื้อหาสาระสำคัญจากประเด็นที่ต้องการจะศึกษาและมีการถามตอบจากประเด็นคำถามที่ได้กำหนดเอาไว้แล้วในเบื้องต้น ซึ่งคำถามที่ใช้จะในการสัมภาษณ์จะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่ถ่ายทอดความคิดเห็น ทศนคติ ความรู้สึก รวมถึงสาระสำคัญของเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาทำวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

3.1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ

3.1.1.1 นาย ก นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

3.1.1.2 นางสาว ข หัวหน้ากลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดชัยนาท

3.1.2 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชัยนาท โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน โดยใช้เกณฑ์ในการกำหนด คือ เพศ และอายุที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย ผู้วิจัยใช้นามสมมติของผู้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นการรักษาสิทธิส่วนบุคคลและจรรยาบรรณของงานวิจัย

3.1.2.1 นางสาว A อายุ 28 ปี พนักงานฝ่ายบัญชี

3.1.2.2 นาย B อายุ 42 ปี พนักงานฝ่ายการตลาด

3.1.2.3 นางสาว C อายุ 36 ปี รับราชการครู

3.1.2.4 นางสาว D อายุ 59 ปี พนักงานฝ่ายจัดซื้อ

3.1.2.5 นาย E อายุ 55 ปี รับราชการตำรวจ

3.1.2.6 นาย F อายุ 48 ปี รับเหมาก่อสร้าง

3.1.2.7 นางสาว G	อายุ 45 ปี	เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์
3.1.2.8 นาย H	อายุ 38 ปี	พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า
3.1.2.9 นาย I	อายุ 33 ปี	เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร
3.1.2.10 นาย J	อายุ 21 ปี	รับจ้างทั่วไป

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้แหล่งข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.2.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลประเภทบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท จำนวน 2 คน คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งถือเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่จะได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษาวิจัยและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท จำนวน 10 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาและค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ บทความที่ตีพิมพ์ลงในนิตยสาร วิทยานิพนธ์ และข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อที่จะให้การเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ผู้ศึกษาจึงได้มีการกำหนด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ คำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท ด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งจะได้คำตอบที่ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาได้กำหนดไว้ โดยผู้ศึกษาเป็นผู้สัมภาษณ์เก็บข้อมูล และบันทึกเสียงด้วยตนเอง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้หลักในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้ วิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท และนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท ด้วยการถอดบทสัมภาษณ์จากเครื่องบันทึกเสียงสัมภาษณ์ และนำมาคัดข้อความและประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเพื่อนำมาตีความหมายและวิเคราะห์เพื่อตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย นำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาจากการค้นคว้าจากหนังสือ

บทความจากนิตยสาร วิทยานิพนธ์และข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม
การท่องเที่ยวมาเป็นข้อมูลสนับสนุนในการตอบคำถาม



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท 2) เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดชัยนาท การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) กับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท และนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดชัยนาท และนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากจังหวัดชัยนาท ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษามุมมองจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชัยนาท

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์การการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

จากข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ขาดแผนและนโยบายที่ชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ทางจังหวัดชัยนาทยังไม่มีแผนและนโยบายที่ชัดเจน จึงทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทไม่เป็นที่แพร่หลาย แต่จะมีการประชาสัมพันธ์สำหรับเทศกาลในแต่ละเดือนเท่านั้น เช่น เทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ เข้าพรรษา ออกพรรษา ลอยกระทง

“การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทในภาพรวมที่ผ่านมาจะเป็นการประชาสัมพันธ์เฉพาะเวลาที่มีงานเทศกาลในแต่ละเดือนเท่านั้น จึงอาจจะทำให้จังหวัดชัยนาทไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร แต่พยายามพัฒนาให้มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว” (นาย ก, นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

“การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทไม่มีการวางแผนและนโยบายที่ชัดเจน ต้องรอคำสั่งจากผู้ว่าราชการจังหวัดส่งลงมาเท่านั้น” (นางสาว ข, หัวหน้ากลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

2) ช่องทางประชาสัมพันธ์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

การประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยนาทมีข้อมูลไม่มาก เนื่องจากขาดงบประมาณ และการประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งจะเป็นไปตามเทศกาล ไม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า อีกทั้งยังต้องรอคำสั่งให้มีการประชาสัมพันธ์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ว่าราชการจังหวัดจะสั่ง บางครั้งจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ทางจังหวัดได้เคยว่าจ้างช่อง 9 ในการโปรโมทสวนนก และงานแข่งเรือ และมีการแถลงข่าว ทางหนังสือพิมพ์

“ใช้ช่องทางผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งดำเนินการในแต่ละงานจะแตกต่างกัน เช่น สื่อออนไลน์ เนื่องจากสื่อประเภทยี่ใช้บน้อยกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้รวดเร็วและมากกว่าสื่ออื่น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่าง ๆ” (นาย ก, นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

“ทางทีวี หากมีงบประมาณก็ทำสัญญาจ้างกับช่อง 9 ในการโปรโมทสวนนก และงานแข่งเรือ และมีการแถลงข่าว ทางหนังสือพิมพ์ข่าวสด มติชน ทางสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กชื่อเที่ยวชัยนาทสุขใจ ชัยนาทเมืองจักรยาน โลน และเว็บไซต์ ของจังหวัดมีการจัดประกวดถ่ายภาพเป็นภาพถ่ายประจำปี หรืองานกิจกรรมต่าง ๆ ป้ายโฆษณา โบรชัวร์” (นางสาว ข, หัวหน้ากลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

3) วิธีการประชาสัมพันธ์สำหรับท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

การประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทนั้น ปัจจุบันจะเน้นการส่งเสริมด้านกีฬาโดยเฉพาะการปั่นจักรยาน ซึ่งเป็นที่นิยมมาก มีการทำประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อเป็นการขยายช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยนาท จะเน้นกิจกรรมการปั่นจักรยานเป็นหลัก เพื่อออกกำลังกาย แข่งขัน และเพื่อชมธรรมชาติตามเส้นทางนักปั่น วิธีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบข้อมูลจึงไม่เน้นว่าเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติเพราะส่วนใหญ่กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะเป็นกิจกรรมที่คล้ายกัน เช่น การปั่นจักรยาน การเที่ยวที่สถานที่ทางประวัติศาสตร์ โดยทางเทศบาลเมืองชัยนาท ร่วมกับ จังหวัดชัยนาท และชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพจังหวัดชัยนาทจัดโครงการ “ปั่นเปิดเมือง” เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้จังหวัดชัยนาทเป็นเมืองจักรยาน เพื่อส่งเสริมการออกกำลังกายให้ประชาชนในจังหวัดชัยนาท และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จัดขึ้นครั้งที่ 1 ในวันอาทิตย์ที่ 3 สิงหาคม 2557 ครึ่งล่าสุด ครั้งที่ 4 จัดขึ้นวันที่ 4 – 8 พฤษภาคม 2559 อีกทั้งจังหวัดชัยนาท ร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดโครงการ “ชัยนาทเมืองจักรยาน 12 เดือนแห่งการปั่น Chainat the City of Bike” โดยโครงการจัดขึ้นเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามตามเส้นทางจักรยาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้นิยมการปั่นจักรยานได้รับทราบข้อมูลของดีรวมทั้งกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในจังหวัด

ชัชวาทเพิ่มมากขึ้น โครงการชัชวาทเมืองจักรยาน 12 เดือน แห่งการปั่น มีกิจกรรมปั่นจักรยาน 12 เดือน 12 รูปแบบซึ่งในแต่ละเดือนจะมีรูปแบบแตกต่างกันไป และมีเส้นทางที่หลากหลาย ไม่ซ้ำกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการปั่นเพื่อการแข่งขัน การปั่นเพื่อชมความงดงามของธรรมชาติ วิถีชีวิตในชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวในชัชวาท มีนักปั่นเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก โดยในช่วงของการจัดกิจกรรมทำให้ที่พักเกือบทุกแห่งของจังหวัดชัชวาทเต็ม ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเกินความคาดหมาย ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดชัชวาทเติบโตขึ้น โดยเล็งเห็นว่าจักรยานเป็นพาหนะที่มีประโยชน์อย่างมากมาย ช่วยเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ช่วยในการลดมลพิษ ลดการใช้พลังงาน ทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ทุกคนใช้ปั่นไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดชัชวาทพร้อมผลักดันให้ชัชวาทเป็นเมืองจักรยานระดับนานาชาติ

“สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัชวาทมีส่วนช่วยในเรื่องประชาสัมพันธ์การจัดงานเพราะทางสมาคมฯ มีหน้าที่บริการให้คำปรึกษาและแนะนำด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัดชัชวาทให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอยู่แล้ว และงานนี้ก็นับเป็นการจัดงานที่ดีที่จะมีส่วนทำให้จังหวัดชัชวาทเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และทำให้ประชาชนทั่วไปรับรู้ถึงการท่องเที่ยวแบบชุมชน การท่องเที่ยววิถีไทย ที่จะนำเอาของดีของเด่นของดังของจังหวัดชัชวาทมาให้ทุกคนได้สัมผัส ชื่นชม และสามารถเลือกซื้อเลือกหาได้ภายในงาน ในจังหวัดเรามีสวนนกที่สวยงามที่มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากทุกปี และก็นับแต่จะมีคนมาท่องเที่ยวเยี่ยมชมมากขึ้นเรื่อย ๆ และยิ่งตอนนี้จังหวัดชัชวาทให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยจักรยาน มีแคมเปญคือ “ชัชวาทเมืองจักรยาน 12 เดือนแห่งการปั่น” ที่มีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้คนหันมาปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่จังหวัดชัชวาท ซึ่งทางสมาคมฯ ก็จะช่วยประชาสัมพันธ์งานเทศกาลท่องเที่ยววิถีไทยชัชวาทไปยังกลุ่มนักปั่นจักรยาน ซึ่งถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายการท่องเที่ยวของทางจังหวัดชัชวาทอีกทางหนึ่งด้วย” (นาย ก, นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัชวาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

แต่ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์โครงการชัชวาทเมืองจักรยาน 12 เดือน แห่งการปั่น ผ่านเฟซบุ๊ก ยังไม่เป็นที่ได้รับความนิยมมากนัก ปัจจุบันมีผู้ถูกใจเพจนี้เพียง 4,058 คนเท่านั้น (สำนักงานจังหวัดชัชวาท, 2558 ก) แต่ในอนาคต อบจ.ชัชวาท มีการขยายโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสุขภาพ ชัชวาทเมืองจักรยาน การจัดโครงการฯ ดังกล่าวคาดว่าจะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยว ประชาชนทั่วไปเข้ามาท่องเที่ยวและเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสุขภาพ ชัชวาทเมืองจักรยาน ในจังหวัดชัชวาทเพิ่มมากขึ้น มีการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดชัชวาท เพิ่มมากขึ้น และทำให้จังหวัดชัชวาทมีชื่อเสียงในด้านการปั่นจักรยานตามอัตลักษณ์ที่โดดเด่น “ชัชวาทเมืองจักรยาน” อีกด้วย

ภาพที่ 4.1: ภาพกิจกรรมปั่นจักรยานของจังหวัดชัยนาทที่มีการจัดในทุก ๆ เดือน



ที่มา: สำนักงานจังหวัดชัยนาท. (2558 ก). ชัยนาทเมืองจักรยาน 12 เดือนแห่งการปั่น. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/chatnatcitybike>.

ภาพที่ 4.2: ภาพเส้นทางปั่นจักรยานของจังหวัดชัยนาท



ที่มา: สำนักงานจังหวัดชัยนาท. (2558 ข). ปั่นเปิดเมืองชัยนาท. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Chainatcyclingclub>.

“การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติไม่ต่างกัน เพราะส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะมีกิจกรรมที่คล้ายกัน เช่น การปั่นจักรยาน” (นาย ก, นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

“การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจะยังไม่ได้เน้นชาวต่างชาติเป็นหลัก เพราะจังหวัดชัยนาท ไม่ใช่เมืองท่องเที่ยวใหญ่ ๆ อย่างเช่น จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดภูเก็ต กลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทไม่ใช่ชาวต่างชาติ ชัยนาทเป็นจังหวัดที่ส่วนใหญ่คนไทยมาเที่ยวแบบ ทางผ่าน” (นางสาว ข, หัวหน้ากลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

4) แผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทในอนาคต

แผนการประชาสัมพันธ์ปัจจุบันที่ใช้อยู่จะมีการสื่อสารด้วยแผนผังการท่องเที่ยวและสร้าง สรรค์สื่อการท่องเที่ยวแบบมัลติมีเดีย มีแผนผังการท่องเที่ยว แผนที่ ภาพถ่าย วิดีโอ อี-เกม อี-การ์ตูน วอลเปเปอร์ และสกรีนเซฟเวอร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกเล่น เลือกดาวน์โหลด สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทในอนาคตต้องการการสนับสนุนด้านงบประมาณจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเรื่องที่น่าเน้นคือการให้คนในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์ และเน้นให้เยาวชนมาชมสวนนก และเรียนรู้ชีวิตของนก ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวจังหวัด ชัยนาทจึงมีความจำเป็นและเล็งเห็นประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คนในองค์กรรวมถึงคนใน พื้นที่ นักท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนด้วยการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้วย เนื่องจากสื่อประเภทยี่สิบกว่า แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้รวดเร็วและมากกว่าสื่ออื่น นอกจากนี้ ลูกเล่นใหม่ ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์อย่างการรับสื่อแบบไลฟ์กำลังได้รับความนิยมอีกทั้ง ยังเพิ่มความน่าสนใจให้แก่การท่องเที่ยวอีกด้วย

4.1) แผนการประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทควรเน้นให้คน ในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทด้วยเพราะเนื่องจากจังหวัดชัยนาทเป็น จังหวัดเล็ก ๆ ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เพราะฉะนั้นในการประชาสัมพันธ์ จังหวัดชัยนาทจึงจำเป็นต้องมีการให้คนในจังหวัดชัยนาทช่วยกันประชาสัมพันธ์

“อยากให้คนในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทอีกทางหนึ่ง เนื่องจากจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดเล็กๆ เพราะยังต้องอาศัยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยในเรื่องของงบประมาณ เพราะทางสำนักงานจังหวัดไม่มีงบประมาณส่วนนี้” (นาย ก, นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

“การประชาสัมพันธ์เน้นให้คนในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด ชัยนาทอีกทางหนึ่งด้วย จะได้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาจังหวัดชัยนาทมากขึ้น”

(นางสาว ข, หัวหน้ากลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

4.2) นอกจากนี้แผนการประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทควรเน้นที่เด็กและเยาวชน เพราะว่าเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ชอบดูนก และสวนนกของจังหวัดชัยนาทมีชื่อเสียงตราบไต่ที่เด็กและเยาวชนมาเที่ยว ผู้ปกครองก็จะเป็นผู้มาท่องเที่ยวด้วย และก็จะเกิดการบอกต่อให้ผู้อื่นรับทราบข้อมูลของสวนนกจังหวัดชัยนาท และถือเป็นการประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยนาทด้วย

“การประชาสัมพันธ์เน้นที่เด็กและเยาวชนให้เข้ามาชมสวนนก เนื่องจากจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดทางผ่านสู่หลายจังหวัด จึงเน้นดึงดูดการท่องเที่ยวไปที่เด็กมากกว่า มีแผนพัฒนาจังหวัดในภาพรวมยังไม่ได้เน้นเฉพาะการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะให้ความสำคัญด้านใดมากกว่ากัน” (นางสาว ข, หัวหน้ากลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดชัยนาท, การสื่อสารส่วนบุคคล, 1 กุมภาพันธ์ 2559)

4.2 ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชัยนาท และนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจังหวัดชัยนาท

1) เหตุผลหลักของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

1.1) เหตุผลหลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท คือ มาชมทิวทัศน์ของจังหวัดชัยนาท เช่น ธรรมชาติของจังหวัดชัยนาท ไม่ว่าจะเป็นตามเส้นทางสายหลักของจังหวัด หรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ

“ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวชมทิวทัศน์จังหวัดชัยนาท เช่น ธรรมชาติตามท้องถนน” (น.ส. A อายุ 28 ปี พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวชมทิวทัศน์จังหวัดชัยนาท” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

1.2) นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเนื่องจากต้องการมาเพื่อปั่นจักรยานแข่งขัน เพราะจังหวัดชัยนาทมีการจัดการแข่งขันจักรยานอยู่บ่อย ๆ

“ต้องการมาปั่นจักรยานเพื่อแข่งขันในจังหวัดชัยนาท” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ต้องการที่จะมาปั่นจักรยาน เพราะมีทิวทัศน์ที่สวยงาม” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

1.3) นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเนื่องจากมาเยี่ยมญาติหรือหาเพื่อนในจังหวัดชัยนาท หรือบางคนใช้เป็นทางผ่านในการเดินทางที่จะไปหาเพื่อนหรือเยี่ยมญาติแล้วจึงแวะเที่ยวจังหวัดชัยนาท

“มาเยี่ยมญาติ และไหว้พระที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า (หลวงปู่ศุข) และวัดมหาธาตุ” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รับราชการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“จะไปหาญาติที่จังหวัดทางภาคเหนือ จึงแวะกราบหลวงปู่ศุข ที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า” (นาย E อายุ 55 ปี, รับราชการตำรวจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“มาหาญาติที่จังหวัดอุทัยธานีจึงแวะเที่ยว” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“มาหาเพื่อน ไหว้พระวัดพระบรมธาตุวรวิหาร วัดปากคลองมะขามเฒ่า และทานอาหาร (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

1.4) นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเนื่องจากมาชมสวนนกจังหวัดชัยนาท เพราะสวนนกจังหวัดชัยนาทเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัด รวมทั้งได้ความรู้ในการศึกษาธรรมชาติของนก

“ชอบพาครอบครัวมาเที่ยวพักผ่อนที่สวนนกชัยนาท เพื่อเรียนรู้ธรรมชาติของนก” (นาย H อายุ 38 ปี, พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

1.5) นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเนื่องจากจังหวัดชัยนาทมีร้านอาหารไทยที่มีอาหารอร่อย เช่น ร้าน บ. ใบไม้ ร้านต้นตะขบ

“รับประทานอาหาร เพราะอาหารอร่อย ที่ร้านอาหารไทย ร้าน บ. ใบไม้” (นาย I อายุ 33 ปี, เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“เป็นเมืองสงบ ผู้คนไม่วุ่นวาย อาหารอร่อย เช่น ร้านอาหารไทย ร้าน บ. ใบไม้ ร้านต้นตะขบ เป็นต้น” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

1.6) การมีข้อมูลที่โพสต์ในเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือทางเฟซบุ๊ก ทำให้นักท่องเที่ยวอยากมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

“ได้เห็นการโพสต์ในเฟซบุ๊กของสถานที่ที่ชื่อว่า บึงกระจับ จึงตั้งใจขับรถมอเตอร์ไซด์มากับเพื่อน ๆ” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

2) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

2.1) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวได้จาก เพื่อน คนรู้จัก และคนในท้องถิ่น บอกถึงแหล่งท่องเที่ยวให้ทราบ เช่น วัดดังในจังหวัดชัยนาท

“ได้รับจากเพื่อนในกลุ่มปั่นจักรยานว่าจังหวัดชัยนาทมีการจัดการแข่งขัน จึงตกลงมากันยกกลุ่มเลย” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ได้ทราบข่าวจากเพื่อนที่ชวนกันมาปั่น ว่าชัยนาทมีการจัดงานปั่นจักรยานอยู่บ่อยครั้ง” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“จากเพื่อนคนที่้องถิ่นพานมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามวัดสำคัญในจังหวัดชัยนาท เช่น วัดปากคลองมะขามเฒ่า เป็นต้น” (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“จากคนรู้จักแนะนำ เพราะชัยนาทเป็นเมืองทางผ่านจึงไม่ค่อยมีสถานที่ท่องเที่ยวมากนัก” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ได้รับจากเพื่อนฝูงที่อยู่จังหวัดชัยนาท” (นาย I อายุ 33 ปี, เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

2.2) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารจากโบรชัวร์ เฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของจังหวัดและเว็บไซต์พันทิป ป้ายประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบและตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

“ส่วนใหญ่พบเห็นในเว็บไซต์และ เฟซบุ๊กของจังหวัดชัยนาท” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“เฟซบุ๊ก และเว็บไซต์” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“เคยเห็นจากการแชร์ของเพื่อนในเฟซบุ๊ก ว่าชัยนาทมีการจัดงานปั่นจักรยานอยู่บ่อยครั้ง” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“จากเว็บไซต์พันทิปแนะนำสวนนกชัยนาท และงานส้มโอประจำจังหวัดชัยนาท” (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

2.3) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามแยกไฟแดงจังหวัดชัยนาทที่นำเสนอเรื่องสวนนก และสวนน้ำอวกาศ เป็นสื่อโฆษณาที่มีความน่าสนใจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว

“ป้ายโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ติดอยู่ระหว่างทาง (น.ส. C อายุ 36 ปี, รับราชการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“เคยเห็นป้ายที่บริเวณสี่แยกไฟแดงชัยนาทเวลาขับรถผ่านว่าสวนนกชัยนาทมีการสร้างสวนน้ำอวกาศ จึงทำให้ทราบข้อมูล” (นาย H อายุ 38 ปี, พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

2.4) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวนั้นได้จาก ข้อมูลจากหนังสือพระเรื่องเกี่ยวกับหลวงปู่ศุข ทำให้ทราบข้อมูลและประวัติของจังหวัดชัยนาทด้วย

“ความศรัทธาในองค์หลวงปู่ศุข จึงติดตามข้อมูลในหนังสือพระ และเฟซบุ๊ก”
(นาย E อายุ 55 ปี, รับราชการตำรวจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

3) รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท เช่น วัด โบราณสถาน ธรรมชาติ และอื่น ๆ

3.1) นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในจังหวัดชัยนาท ได้แก่ วัด โบราณสถาน หรือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น อนุสาวรีย์ขุนสรศักดิ์ และวัดพระบรมธาตุวรวิหาร เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง และเป็นประวัติศาสตร์ของจังหวัดชัยนาท เป็นสถานที่ที่ให้ความรู้ในการศึกษาประวัติศาสตร์ด้วย

“ชอบท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ขุนสรศักดิ์ อนุสรณ์สถาน โบราณสถาน วัดปากคลองมะขามเฒ่า (หลวงปู่ศุข) วัดมหาธาตุ (น.ส. C อายุ 36 ปี, รับราชการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ส่วนมากนิยมไปไหว้พระที่วัดพระบรมธาตุวรวิหาร เพราะเดินทางสะดวก”
(น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ชอบไปไหว้พระที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า เพราะเป็นวัดที่มีชื่อเสียงด้านเครื่องรางของขลัง และหลวงปู่ศุข” (นาย E อายุ 55 ปี, รับราชการตำรวจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

3.2) นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดชัยนาท ได้แก่ สวนนกชัยนาท เป็นสถานที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท เริ่มสร้างเมื่อ พ.ศ. 2526 ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาพลอง หมู่ที่ 4 ตำบลเขาท่าพระ ริมถนนพหลโยธิน (ทางหลวงหมายเลข 1) ก่อนถึงตัวเมือง 4 กิโลเมตร

สวนน้ำอวกาศ ตั้งอยู่ ณ สวนนกจังหวัดชัยนาท เปิดให้บริการวันที่ 2 เมษายน 2557 และเขื่อนเจ้าพระยา เป็นเขื่อนทด่น้ำขนาดใหญ่ที่สร้างขึ้นเป็นแห่งแรกของประเทศไทย ตั้งอยู่บริเวณคุ้งบางกระเบียน หมู่ที่ 3 ตำบลบางหลวง อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาท เป็นต้น เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่สามารถมาพักผ่อนกันได้ทั้งครอบครัว ทั้งเด็กและผู้ใหญ่

“ชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ เพราะสามารถปั่นจักรยานตามธรรมชาติ ริมทุ่งนาได้” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ดูนกไม้ ทิวทัศน์ตามเส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดชัยนาท ซึ่งมีเส้นทางที่หลากหลาย และสวยงาม” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“สวนนกชัยนาทซึ่งมีสวนน้ำด้วย พาครอบครัวมาพักผ่อนในวันหยุด” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ส่วนใหญ่จะมาสวนนก เพราะอยู่จังหวัดใกล้ ๆ พากรอบครัว ลูก ๆ มาพักผ่อน เล่นน้ำที่สวนน้ำ และรับประทานอาหารกัน” (นาย H อายุ 38 ปี, พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ชอบมาเยือนเจ้าพระยา เพราะมีของฝาก ปลาสด และร้านอาหารอร่อย” (นาย I อายุ 33 ปี, เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ธรรมชาติ เช่น ชมนกชมไม้ตามเส้นทางที่ผ่าน ทิวทัศน์ทุ่งนา แม่น้ำ และภูเขา” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อมูลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด ชัยนาทส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจกับการประชาสัมพันธ์ เพราะไม่ค่อยทราบข้อมูลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ถ้าเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง ประกอบกับจังหวัด ชัยนาทมักเป็นทางผ่าน ผู้ให้ข้อมูลเสนอน่าจะมีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ ข้อมูลจากกลุ่มเพื่อน ๆ หรือผ่านเฟซบุ๊กเพราะคนนำข้อมูลมาแชร์ผ่านสื่อออนไลน์

“ไม่พอใจ เพราะไม่เคยเห็นการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดชัยนาทเลย ไม่ว่าจะผ่านทางเฟซบุ๊ก ก็ตาม” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทน้อยมาก ส่วนใหญ่จะทราบจากเพื่อน ๆ ในกลุ่ม และเห็นการแชร์ในเฟซบุ๊กจึงไม่ค่อยพอใจเท่าที่ควร” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่าย การตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ไม่พึงพอใจเท่าที่ควร คิดว่าการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวยังน้อยเกินไป ควรมี การโฆษณาผ่านโทรทัศน์” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รับราชการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“แทบจะไม่ได้รับข้อมูลการประชาสัมพันธ์เลย และส่วนมากจะเป็นจังหวัดทางผ่าน” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ไม่ค่อยพอใจ เพราะเป็นเมืองเล็กที่ไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์ เมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ไม่เคยได้รับข้อมูลที่เป็นช่องทางอย่างเป็นทางการ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากการสอบถาม จากเพื่อน” (นาย I อายุ 33 ปี, เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ไม่ค่อยพอใจเท่าไร จากที่เห็นภาพในเว็บไซต์ ดูสวยกว่าของจริงเกินไป มีการพัฒนาไป ในทางที่ไม่ควร เพราะเสน่ห์ของบึงกระจับน่าจะอยู่ที่ สะพานลูกบวบ แต่มีการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติ โดยตกแต่งมากเกินไป เช่น เอาเปิดป็นไปใส่ในบึงทำให้ขาดความเป็นธรรมชาติ จนหมดความคลาสสิก ของสะพานลูกบวบ” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

แต่มักท่องเที่ยวบางคนพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัด ชัยนาท

“พอใจ ทราบจากคนท้องถิ่นเองและจากการค้นหาในอินเทอร์เน็ตพบว่าข้อมูลเพียงพอในการเดินทางไป” (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

5) สิ่งที่น่าสนใจท่องเที่ยวพึงพอใจเรื่องการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

5.1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับจังหวัดชัยนาท ด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี คือ การเดินทางที่ปลอดภัย สะดวก ถนนมีความสะอาด อากาศดี ไม่แออัด ไม่มีมลภาวะ ไม่อันตราย และระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครนัก

“การเดินทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก มีความสะดวก” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“เป็นเมืองที่ไม่แออัด อากาศดี การเดินทางสะดวก อาหารอร่อย” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รับราชการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“มีความปลอดภัย การเดินทางอาจจะใช้เวลานานหากเป็นช่วงเทศกาลรถจะติดมาก ชอบที่อากาศดี มลพิษน้อย และอาหารอร่อยมากมายให้เลือกรับประทาน เช่น ร้านลาบเปิดชัยนาท สำหรับกับข้าว เป็นต้น และผู้คนเป็นมิตร (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การเดินทางที่ใกล้กรุงเทพและสะดวก” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การเดินทางมีความสะดวกสบาย” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การเดินทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพ และสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดเส้นทางที่เดินทางมา” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

5.2) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับจังหวัดชัยนาท ด้านความเป็นมิตรของคน ชัยนาท ที่มีต่อนักท่องเที่ยว ความเป็นมิตรยังหมายถึง ความมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ให้คำแนะนำการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทได้เป็นอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจ

“ความเป็นมิตรของชาวชัยนาท และร้านอาหารที่อร่อยมากมายหลายร้าน” (นาย I อายุ 33 ปี, เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ความเป็นกันเองของคนชัยนาท” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“มีผู้คนเป็นมิตร มีน้ำใจแก่นักท่องเที่ยว” (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

5.3) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับจังหวัดชัยนาท ด้านการมีทิวทัศน์ที่สวยงาม และสามารถปั่นจักรยานได้ เช่น มีเส้นทางปั่นจักรยานรอบเมืองชัยนาท และตามเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยว และเส้นทางหลัก

“เส้นทางปั่นที่หลากหลาย วิถีทัศน์ที่สวยงาม และอาหารอร่อย” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

5.4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับจังหวัดชัยนาท ด้านอาหารที่อร่อย โดยอาหารที่ขึ้นชื่อของจังหวัดชัยนาท คือ ปลา

“อาหารอร่อย” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“อาหารอร่อย” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รัชการการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“อาหารอร่อย และไม่แพง” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“มีอาหารอร่อยมากมายให้เลือกรับประทาน เช่น ร้านลาบเปิดชัยนาท สำหรับกับข้าว เป็นต้น (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

6) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดชัยนาท

นักท่องเที่ยวให้ข้อมูลว่า มักจะไม่คาดหวังอะไรนัก เพราะไม่รู้ข้อมูลมากมายของชัยนาท แต่ก็อยากให้การท่องเที่ยวของจังหวัดมีการจัดบริการท่องเที่ยวให้ชมวัด โบราณสถาน โดยนำเสนอการเดินทางที่สะดวก รวมถึงความปลอดภัยในการเดินทาง

“ไม่ได้คาดหวังอะไรมากนัก เพราะไม่เคยรู้จัก หรือได้รับข้อมูลของจังหวัดชัยนาทเลย ได้แต่ผ่านขึ้นเหนือเท่านั้น ถ้าเพื่อนไม่บอก ก็ไม่รู้เลยว่าจังหวัดชัยนาทมีการจัดแข่งจักรยาน” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ไม่ได้คาดหวังอะไรมาก เพราะตั้งใจมาปั่นจักรยานกับเพื่อน ๆ” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ได้รับความปลอดภัยในการมาท่องเที่ยว อยากให้มีการจัดทริปในการท่องเที่ยวชมวัด โบราณสถาน จะได้เดินทางสะดวก” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รัชการการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ร้านอาหารอร่อย ที่พักบรรยากาศดี ๆ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การพักผ่อน และทานอาหารอร่อย” (น.ส. G อายุ 45 ปี, ธุรกิจส่วนตัว, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ไม่มี” (นาย I อายุ 33 ปี, เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ความเป็นเมืองที่สงบ และมีความธรรมชาติ บ้าน ๆ” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

7) ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

7.1) ทราบเรื่องราวประวัติความเป็นมาและโบราณสถานที่สำคัญต่าง ๆ

“ชัยนาทเป็นเมืองที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีทั้งทุ่งนา แม่น้ำเจ้าพระยา และภูเขา เส้นทางปั่นจักรยานมีหลากหลายเส้นทาง” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ได้ทราบถึงเรื่องราวประวัติความเป็นมาและโบราณสถานที่สำคัญต่าง ๆ ของจังหวัดชัยนาทที่ไม่เคยรู้มาก่อน เช่น ประวัติของจังหวัดชัยนาท ประวัติของหลวงปู่ศุข” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รับราชการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

7.2) การทำกิจกรรม ออกกำลังกาย และพักผ่อนกับครอบครัว

“ได้ออกกำลังกาย ในวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม และได้พบปะพูดคุย ได้พบเจอกับเพื่อนใหม่ ๆ” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การพักผ่อน ทำกิจกรรมในครอบครัว” (นาย H อายุ 38 ปี, พนักงานฝ่ายบริการลูกค้า, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ได้ทานอาหารอร่อยในบรรยากาศที่ดี” (นาย I อายุ 33 ปี, ธุรกิจร้านอาหาร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

7.3) การออกกำลังกายโดยขี่รถมอเตอร์ไซด์ ปั่นจักรยานชมวิวทิวทัศน์

“ได้ขี่รถมอเตอร์ไซด์มากับเพื่อน ๆ ชมวิวทิวทัศน์ที่เป็นทุ่งนา” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

7.4) การหลีกเลี่ยงจากสังคมเมืองที่วุ่นวาย

“ผ่อนคลาย สบายใจ หลีกหนีจากเมืองวุ่นวาย” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

8) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

8.1) มีข้อมูลประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ และมีผ่านหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อจะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่านี้ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

“อยากให้ประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ และหลาย ๆ ช่องทาง เพื่อให้เกิดการแพร่หลาย ไม่กระจุกอยู่แค่ในจังหวัด” (น.ส. A อายุ 28 ปี, พนักงานฝ่ายบัญชี, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“จังหวัดชัยนาทมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจมากมาย ขาดแต่การประชาสัมพันธ์ที่ควรจะมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้มากขึ้น” (น.ส. C อายุ 36 ปี, รัชการการครู, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“ควรมีการประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยนาทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แนะนำจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดต้นแบบในการจัดงานจักรยาน ให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดชัยนาทเป็นแห่งแรก” (นาย B อายุ 42 ปี, พนักงานฝ่ายการตลาด, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“อยากให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลการท่องเที่ยว ให้มากขึ้นกว่าเดิมผ่านหลาย ๆ ช่องทาง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ” (นาย E อายุ 55 ปี, รัชการการตำรวจ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การประชาสัมพันธ์ จดบริการนักท่องเที่ยว หรือเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ทำให้ชัดเจน” (นาย F อายุ 48 ปี รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“อยากให้มีข้อมูลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากกว่านี้” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

8.2) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อแหล่งท่องเที่ยวจะได้สวยงาม เช่น พัฒนาแล้วให้คงความเป็นเอกลักษณ์ไว้ไม่ใช่พัฒนาแบบไม่มีแนวทางที่ชัดเจน เหมาะสมกับสถานที่

“อยากให้มีแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น พัฒนาแล้วให้คงความเป็นเอกลักษณ์ไว้ไม่ใช่พัฒนาแบบไม่มีแนวทางที่ชัดเจน เหมาะสมกับสถานที่ จนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าจะดูสวย กลายเป็นและไปเลย” (นาย J อายุ 21 ปี, รับจ้างทั่วไป, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

8.3) การรักษาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมให้ดูเป็นธรรมชาติ จะได้เป็นการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ และไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อมรวมถึงการรักษาความสะอาด

“อยากให้รักษาความเป็นธรรมชาติ ที่มีต้นไม้เขียวชอุ่มไว้ และถ้ามีการพัฒนาสิ่งปลูกสร้างเพิ่มอยากให้ไม่เกิดผลกระทบกับสภาพแวดล้อมมากเกินไป” (น.ส. D อายุ 59 ปี, พนักงานฝ่ายจัดซื้อ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“น่าจะมีสถานที่สวย ๆ อารมณ์ประมาณเขื่อนแก่งเสือเต้น มีรีสอร์ทสวย ๆ บรรยากาศดี ๆ” (นาย F อายุ 48 ปี, รับเหมาก่อสร้าง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)

“การรักษาความสะอาด ตามท้องถนนบางพื้นที่ที่มีการทิ้งขยะเกลื่อนกลาด” (น.ส. G อายุ 45 ปี, เจ้าของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มกราคม 2559)



บทที่ 5

สรุป และอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) กับบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์กรการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท และผู้นักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท 10 คน ผลกำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

- 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวขององค์กรการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท
- 2) เพื่อศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดชัยนาท

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์กรการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทในภาพรวมที่ผ่านมาจะเป็นการประชาสัมพันธ์เฉพาะเวลาที่มีงานเทศกาลในแต่ละเดือนเท่านั้น แหล่งท่องเที่ยวขาดการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่มีการวางแผนและนโยบายที่ชัดเจน ต้องรอคำสั่งจากผู้ว่าราชการจังหวัดสั่งลงมาเท่านั้น จึงอาจทำให้จังหวัดชัยนาทไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควร แต่องค์กรการท่องเที่ยวพยายามพัฒนาให้มีการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง อำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ช่องทางประชาสัมพันธ์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ทางโทรทัศน์ ทำสัญญาจ้างกับช่อง 9 ในการส่งเสริมสวนนก และงานแข่งเรือ มาแกลงขาว ทางหนังสือพิมพ์ข่าวสด มติชน ทางสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อเที่ยวชัยนาทสุขใจ ชัยนาทเมืองจักรยาน ไลน์ (Line) และเว็บไซต์ (Website) ของจังหวัดมีการจัดประกวดถ่ายภาพ เป็นภาพถ่ายประจำปี หรืองานกิจกรรมต่าง ๆ ป้ายโฆษณา โบรชัวร์ เป็นต้น ช่องทางเหล่านี้มีแต่ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้รู้จัก ซึ่งเป็นจุดอ่อนของการประชาสัมพันธ์จังหวัด

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติไม่ต่างกัน เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมีกิจกรรมที่คล้ายกัน ส่วนแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทในอนาคต อยากให้คนในพื้นที่ช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทอีกทางหนึ่ง เนื่องจากจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดเล็ก ๆ เพราะยังต้องอาศัยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเรื่องของ

งบประมาณ เพราะทางสำนักงานจังหวัดไม่มีงบประมาณส่วนนี้ ควรเน้นที่เด็กและเยาวชนให้เข้ามาชมสวนนก เนื่องจากจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดทางผ่านสู่หลายจังหวัด จึงเน้นดึงดูดการท่องเที่ยวไปที่เด็กมากกว่า มีแผนพัฒนาจังหวัดในภาพรวมยังไม่ได้เน้นเฉพาะการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะให้ความสำคัญด้านใดมากกว่ากัน

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดชัยนาท และนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากจังหวัดชัยนาท

ควรมีการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ทาง การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วยคล้อยตามเกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

เหตุผลหลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวชมทิวทัศน์จังหวัดชัยนาท และปั่นจักรยาน มาเยี่ยมญาติ และไหว้พระที่วัดปากคลองมะขามเฒ่า (หลวงปู่ศุข) และวัดมหาธาตุ เป็นเมืองสงบ ผู้คนไม่รบกวน อาหารอร่อย

ส่วนช่องทางการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทรับรู้จากเพื่อน ป้ายโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ติดอยู่ระหว่างทาง รวมถึงสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และเว็บไซต์ (Website) ฟันทิป รวมถึงเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ผู้ให้ข้อมูลชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ตามเส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดชัยนาท ซึ่งมีเส้นทางที่หลากหลายและสวยงาม ชอบท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ขุนสรรค์ อนุสรณ์สถาน โบราณสถาน วัดปากคลองมะขามเฒ่า (หลวงปู่ศุข) วัดมหาธาตุ วัดพระบรมธาตุวรวิหารสวนนกชัยนาทซึ่งมีสวนน้ำพาครอบครัวมาพักผ่อนในวันหยุด เชื้อนเจ้าพระยา เพราะมีของฝาก ปลาสด และร้านอาหารอร่อย

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทน้อยมาก ส่วนใหญ่จะทราบจากเพื่อน ๆ ในกลุ่ม และเห็นการแชร์ในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่เคยเห็นการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดชัยนาทเลย ไม่ว่าจะผ่านทางช่องทางใด ๆ ก็ตาม

นักท่องเที่ยวพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทคือ การเดินทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก และอาหารอร่อย เส้นทางปั่นที่หลากหลาย วิถีชีวิตที่สวยงาม ความเป็นมิตรของชาวจังหวัดชัยนาท และร้านอาหารที่อร่อยมากมายหลายร้าน

ชัยนาทเป็นเมืองที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีทั้งทุ่งนา แม่น้ำเจ้าพระยา และภูเขา เส้นทางปั่นจักรยานมีหลากหลายเส้นทาง ได้ออกกำลังกาย ในวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม และได้พบปะพูดคุย ได้พบเจอกับเพื่อนใหม่ ๆ ได้ทราบถึงเรื่องราวประวัติความเป็นมาและโบราณสถานสำคัญต่าง ๆ ของจังหวัดชัยนาทที่ไม่เคยรู้มาก่อน

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทปรับปรุงคือ เรื่องของการจัดงานปั่นจักรยาน การอำนวยความสะดวกยังไม่ดีเท่าที่ควร เช่น ป้ายบอกทางน้อยเกินไป และจุดให้น้ำนั้นห่างกันมากเกินไป ควรมีการประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยนาทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แนะนำจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดต้นแบบในการจัดงานจักรยาน ให้นักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดชัยนาทเป็นแห่งแรก อยากรให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลการท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าเดิมผ่านหลาย ๆ ช่องทาง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ

จังหวัดชัยนาทมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจมากมาย ขาดแต่การประชาสัมพันธ์ที่ควรจะมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ ซึ่งจะเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้มากขึ้น

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทยังขาดการประชาสัมพันธ์ ไม่มีการวางแผนและนโยบายที่ชัดเจน จึงอาจจะทำให้จังหวัดชัยนาทไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ทำให้คนทั่วไปรู้จักจังหวัดชัยนาทน้อยมากในทุก ๆ ด้าน แม้กระทั่งสถานที่สำคัญของชัยนาทก็ไม่มีคนรู้จัก และแผนพัฒนาจังหวัดในภาพรวมยังไม่ได้เน้นเฉพาะการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะให้ความสำคัญด้านใดมากกว่ากัน อย่างไรก็ตามคนในพื้นที่ หรือนักท่องเที่ยวมีการช่วยกันประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทผ่านทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก โดยสื่อของจังหวัดชัยนาทไม่ดีเท่าที่ควร คนทั่วไปจะรู้จักเพราะการบอกต่อ ทำให้เป็นที่บ่งบอกว่าผู้ที่เกี่ยวข้องต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อหารายได้ให้กับคนในจังหวัดและชุมชน ควรมีการใช้กลยุทธ์การเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น เพื่อกำหนดวิธีว่าในการเผยแพร่ข่าวสารโดยพิจารณากลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดประเภทของสื่อ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับทราบ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ของ Cutlip และคณะ (1999) ที่ว่าแผนประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ เนื้อหาสาระ ช่องทางการนำเสนอสาร สื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยการกำหนดวิธีว่าในการเผยแพร่ข่าวสารโดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลา ชนิดประเภทของสื่อ ให้มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธี แก้วสมจิตร (2552) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวชม

รอบเกาะรัตนโกสินทร์ ในประเด็นที่ว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของธรรมาภิบาลที่เข้าชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์ผ่านทาง เว็บไซต์ และหนังสือพิมพ์

เหตุผลหลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ต้องการที่จะมาท่องเที่ยวชมทิวทัศน์จังหวัดชัยนาท และไหว้พระ ขอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ตามเส้นทางต่าง ๆ ในจังหวัดชัยนาท ซึ่งมีเส้นทางที่หลากหลาย และสวยงาม มีการอำนวยความสะดวกที่ดี ควรมีการใช้กลยุทธ์ของการโน้มน้าวใจ และจูงใจ เพื่อวางแผนการโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมาย ด้วยข้อความและคำพูด เพิ่มช่องทางและการสื่อสาร ระยะเวลา เลือกชนิดของสื่อให้เหมาะสมในยุคปัจจุบัน รับทราบ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ของ Cutlip และคณะ (1999) ที่ว่าแผนประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร โดยใช้กลยุทธ์ของการโน้มน้าวใจและจูงใจ ในการวางแผนการโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมาย ด้วยข้อความและคำพูด เลือกช่องทางและการสื่อสาร รวมถึงระยะเวลา ชนิดประเภทของสื่อ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีชฎา พาพันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของ สวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท ในประเด็นที่ว่า นักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์ในการมาเยือนสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท และมีกิจกรรมเดินชมธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของสวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท อยู่ในระดับปานกลาง

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

รัฐบาล การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท และองค์กรที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลจัดการสถานที่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดรายได้แก่คนในท้องถิ่นรวมถึงการทำให้ชัยนาทเป็นจังหวัดที่ชาวไทยและชาวต่างชาติมาเที่ยวได้อย่างมีความสุข และมีสิ่งที่น่าสนใจต่าง ๆ ไม่ใช่เป็นเพียงจังหวัดทางผ่าน

5.3.2 ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

5.3.2.1 ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับความต้องการ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการให้บริการได้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.3.2.2 ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ในเชิงปริมาณ ว่ากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้านใดบ้างมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

5.3.2.3 ผู้วิจัยควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท เพื่อให้สามารถทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องของรูปแบบของที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการที่พักรับสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการให้บริการต่อไปในอนาคตได้

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นความจำเป็นและเห็นประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท โดยการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้วย เนื่องจากสื่อประเภทนี้ใช้งบน้อยกว่าสื่อประเภทอื่น แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้รวดเร็วและมากกว่าสื่ออื่น นอกจากนี้บนสื่อสังคมออนไลน์อย่างการรับสื่อแบบไลฟ์กำลังได้รับความนิยม อีกทั้งยังเพิ่มความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย เช่น การสร้างเฟซบุ๊กเพจ เฟซบุ๊กไลฟ์ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นการเข้าถึงผู้ใช้ได้ครอบคลุมทั้งหมด ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ ทำให้ผู้เสพข่าวได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และเรื่องราวต่าง ๆ จากสถานที่จริงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การสร้างสื่อไลฟ์ผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นนักข่าว นักประชาสัมพันธ์เท่านั้น เพราะการไลฟ์เรื่องราวต่าง ๆ นั้นทุกคนมีโอกาสมารถสื่อสารได้เช่นกันผ่านทางโทรศัพท์สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ดังนั้นการปรับตัวตามกระแสของเทคโนโลยีจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน การนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในการพัฒนาประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ นั้น จะต้องศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการวางแผนให้จังหวัดชัยนาทมีแผนการประชาสัมพันธ์ที่ใช้เป็นกรอบระยะเวลา เก็บข้อมูลจากการที่ได้จัดทำประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อให้จังหวัดชัยนาทมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น

5.5 แผนการในอนาคต

การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทได้มีการจัดทำกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว โดยจะเป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อส่งเสริมการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความจำเป็นต้องดำเนินการเนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนได้ระดับหนึ่งโดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นชุมชน ทั้งจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร และบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดจากศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดชัยนาท และโอกาสในการที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแหล่ง

ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามเส้นทางที่กรมทางหลวงได้จัดทำขึ้น จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กิจกรรมหลัก: ส่งเสริมการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ) ขึ้น

โครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism – CBT) มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากรูปแบบของการจัดการโดยชุมชนเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวที่นำเสนอองค์ความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวจากสภาพความเป็นอยู่ของวิถีชุมชน คงเอกลักษณ์ไว้ซึ่งประเพณีและวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่มีคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยังคงเหลือไว้จนถึงปัจจุบัน กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่เผยแพร่เอกลักษณ์ของชุมชนเฉพาะถิ่นตามแบบวิถีไทยดั้งเดิม และสร้างรายได้โดยกระจายรายได้จากภาครัฐสู่ชุมชนแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ส่งผลให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น

โครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก โดยจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดรูปแบบต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทอยู่ในภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยนาท อีกทั้งจังหวัดชัยนาทมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนามาตรฐานธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพอย่างยั่งยืน แต่จากปัญหาด้านการรับรู้ของประชาชนและนักท่องเที่ยวทำให้ไม่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัดชัยนาท จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเน้นการเข้าใจ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยการสร้างแรงกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทเพิ่มมากขึ้น จังหวัดชัยนาท จึงเห็นควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และเพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาทอย่างยั่งยืนต่อไป จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกขึ้น

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาด นักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้นใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยลงในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางนิยม

เดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มที่สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีแนวโน้มที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เข้าถึงแก่นแท้ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย



บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org/home>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://thai.tourismthailand.org/>.
- กิตติมา สุรสุนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จินตวิทย์ เกษมสุข. (2556). *การวิจัยงานประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตร เจียนฉัตร และนิตนา ฐานิตธนกร. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการรถยนต์มือสอง ในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ครั้งที่ 2* (หน้า 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัยยุทธ ชีโนกุล. (2546). *การจัดการเชิงยุทธศาสตร์: ว่าด้วยการนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สุขุมและบุตร.
- ตรีชฎา พาพันธ์. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของ สวนนกชัยนาท จังหวัดชัยนาท*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธัญวรัตน์ อภัยานนท์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นัยนา กิจบำรุง. (2556). *การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ MEA TO YOU* อยากรู้เรื่องของคน กฟน. ของการไฟฟ้านครหลวง. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- พีระ จิระโสภณ. (2541). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เมธี แก้วสมจิตร. (2552). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของรถรางที่นำเที่ยวชมรอบเกาะรัตนโกสินทร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- ยุวดี นรินทร์ตระกูล. (2549). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ต่อยอด เพิ่มค่า หาดูต่าง*. e-TAT Tourism Journal – การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก http://www.etatjournal.com/upload/245/9_Creative_Tourism.pdf.

- วิจิตร อาวะกุล. (2525). *วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). *ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี. (2557). *จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดชัยนาทระหว่างปี พ.ศ. 2550-2555*. สืบค้นจาก http://www.igpthai.org/NS057/userfiles/files/Chainat_Draft.pdf.
- สุดดาว จงงามวิไล. (2553). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสวนนก จังหวัดชัยนาท*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2541). *พฤติกรรมองค์กร: ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- สมิต สันธุกร. (2547). *เทคนิคการสอนงาน*. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สำนักงานจังหวัดชัยนาท. (2558 ก). *ชัยนาทเมืองจักรยาน 12 เดือนแห่งการปั่น*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/chatnatcitybike>.
- สำนักงานจังหวัดชัยนาท. (2558 ข). *ปั่นเปิดเมืองชัยนาท*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Chainatcyclingclub>.
- สำนักงานจังหวัดชัยนาท. (2558 ค). *ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชัยนาท*. สืบค้นจาก <http://www.chainat.go.th/web/>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/>.
- Unseen Tour Thailand. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก www.unseentourthailand.com.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (1999). *Effective public relations* (7th ed.). Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall.
- Pitts, R. A., & Lei, D. (2000). *Strategic management: Building and sustaining competitive advantage* (2nd ed.). USA: South – Western College.
- Schermerhorn, J. R. (2002). *Management* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

ภาคผนวก ก
แบบคำถามสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท
องค์การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

แบบคำถามสัมภาษณ์

กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ส่วนที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท องค์กรการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทอย่างไรบ้าง
ช่วยอธิบาย

- การจัดกิจกรรม
- การใช้ฟรีเซนเตอร์ หรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง
- มีการวางแผนใช้ฟรีเซนเตอร์ชาวต่างชาติมาแนะนำจังหวัดชัยนาทใหม่
- คิดว่าอะไรเป็นจุดขายของจังหวัดชัยนาท และได้มีการใช้จุดขายนั้น

มาช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทใหม่

- จะมีการวางแผนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดชัยนาทอย่างสม่ำเสมออย่างไร

2. ช่องทางประชาสัมพันธ์หลักของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท มีอะไรบ้าง ช่วยอธิบาย

3. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีการแบ่งการประชาสัมพันธ์ระหว่างชาวไทย

และชาวต่างชาติใหม่ ถ้ามีทำอะไร ช่วยอธิบาย

4. กลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเป็นใคร ช่วยอธิบาย

5. มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทให้เป็นรูปธรรมอย่างไร
ช่วยอธิบาย เช่น วัด หรือโบราณสถาน ธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการปั่นจักรยาน
ชมธรรมชาติ สถานที่ต่าง ๆ ในเขตจังหวัดชัยนาท

6. มีการส่งเสริมการวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทในอนาคตให้มากขึ้นกว่านี้หรือไม่ ถ้ามีทำอะไร เช่นมีการจัดทริป โปรโมชัน หรือกิจกรรมอื่น ๆ

7. ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

8. แนวทางการแก้ไขปัญหาของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท



แบบคำถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

แบบคำถามสัมภาษณ์
กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ส่วนที่ 2 มุมมองของนักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดชัยนาท

1. เหตุผลหลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท
2. คุณรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทจากช่องทางใดบ้าง ช่วยอธิบาย
3. คุณชอบการท่องเที่ยวแบบใดของจังหวัดชัยนาท เช่น วัด โบราณสถาน ธรรมชาติ และอื่น ๆ
4. คุณพึงพอใจข้อมูลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทหรือไม่ ช่วยอธิบาย
5. สิ่งที่คุณพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทคืออะไรบ้าง เช่น ความปลอดภัย การเดินทาง

ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ความเป็นมิตรของชาวชัยนาท

6. สิ่งที่คุณคาดหวังจากการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทคืออะไร ช่วยอธิบาย
7. ประโยชน์ที่คุณได้รับจากการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทคืออะไร ช่วยอธิบาย
8. สิ่งที่คุณอยากให้การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทปรับปรุงคืออะไร ช่วยอธิบาย
9. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่คุณอยากจะบอกกับการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท



ข้อมูลสภาพทั่วไปของจังหวัดชัยนาท (สำนักงานจังหวัดชัยนาท, 2558 ค)

1.1 สภาพทั่วไป

1.1.1 ลักษณะทางกายภาพ

(1) ที่ตั้งและอาณาเขต

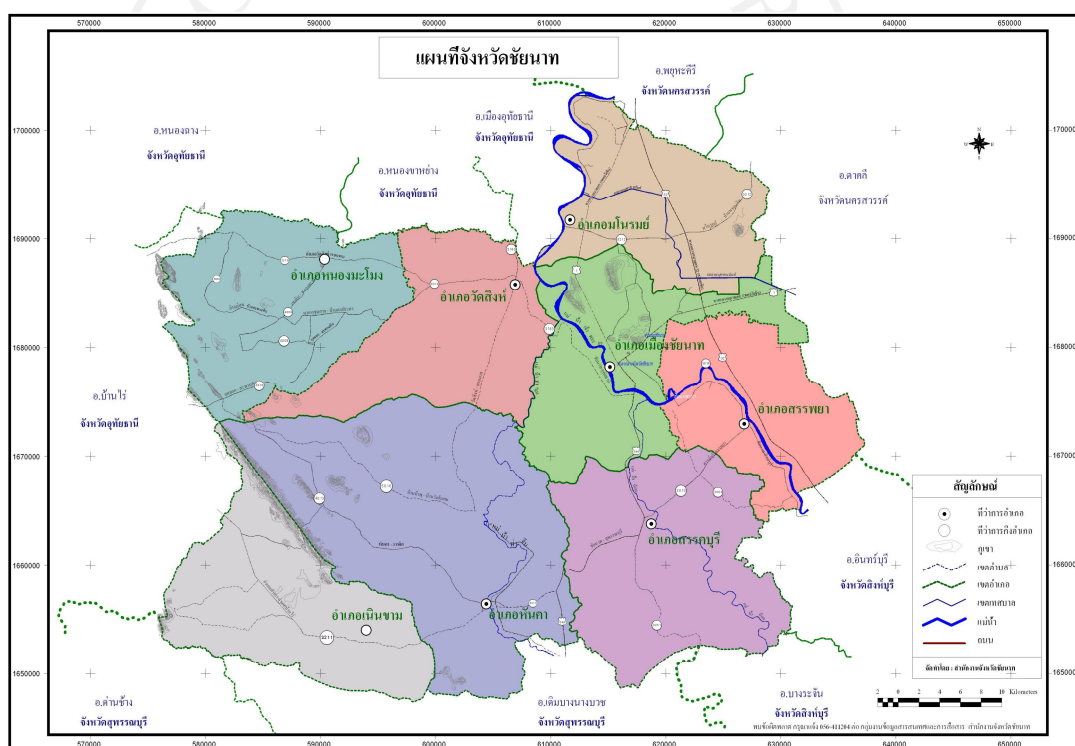
จังหวัดชัยนาท ตั้งอยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดอ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี และชัยนาท ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 195 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดอุทัยธานี

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดสิงห์บุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดสิงห์บุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดสุพรรณบุรี และจังหวัดอุทัยธานี



(2) ขนาดและพื้นที่

พื้นที่จังหวัดทั้งหมด 2,469.746 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,543,591 ไร่ หรือเท่ากับร้อยละ 15.5 ของพื้นที่ในภาคกลางตอนบน

(3) สภาพภูมิประเทศ

จังหวัดชัยนาทมีลักษณะภูมิประเทศ โดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีพื้นที่ประมาณร้อยละ 99.06 ของพื้นที่ทั้งหมด ได้แก่ พื้นที่ตอนกลาง ตอนใต้และตะวันออก ภูมิประเทศของจังหวัดมีลักษณะเป็นที่ราบจนถึงพื้นที่ลูกคลื่นลอนลาด มีแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำน้อย ไหลผ่านพื้นที่อำเภอต่าง ๆ เช่น

- แม่น้ำเจ้าพระยา ไหลผ่านอำเภอมโนรมย์ อำเภอวัดสิงห์ อำเภอเมืองชัยนาท และอำเภอสรรพยา ไปจังหวัดสิงห์บุรี ระยะทางประมาณ 74 กิโลเมตร
- แม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำมะขามเฒ่า ไหลผ่านอำเภอวัดสิงห์ อำเภอเมืองชัยนาท และอำเภอหันคาไปจังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 40 กิโลเมตร
- แม่น้ำน้อย ไหลผ่านอำเภอเมืองชัยนาท และอำเภอสรรคบุรี ไปจังหวัดสิงห์บุรี ระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร
- คลองชลประทาน ซึ่งมีหลายสายไหลผ่านพื้นที่ต่าง ๆ ประกอบด้วย

คลองอนุศาสนนันท์ คลองมหาราช คลองพลเทพ เป็นต้น

นอกจากลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบแล้ว ยังมีเนินเขาเล็ก ๆ ขนาดประมาณ 1 - 3 กิโลเมตรกระจายอยู่ทั่วไป ที่สำคัญ ได้แก่ เขารธรรมามูล เขาพลอง เขาขยาย เขาท่าพระ เขาระดี่ เขาใหญ่ เขารัก เขาดิน เขาลัก เขาไก่อ้อย เขาสารพัดดี เขาราวเทียน เขาสรรพยาและเขาแก้ว เป็นต้น

(4) สภาพภูมิอากาศ

จังหวัดชัยนาทอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมที่พัดผ่านประจำฤดู ทำให้สามารถแบ่งฤดูกาลออกได้ 3 ฤดู คือ

(4.1) ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ บริเวณความกดอากาศสูงหรือมวลอากาศเย็นจากประเทศจีนที่มีคุณสมบัติเย็นและแห้งจะแผ่ลงมาปกคลุมประเทศไทยในช่วงนี้ แต่เนื่องจากจังหวัดชัยนาทอยู่ในภาคกลาง อิทธิพลของบริเวณความกดอากาศสูงจากประเทศจีนที่แผ่ลงมาปกคลุมในช่วงฤดูหนาวจะช้ากว่าภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีอากาศหนาวเย็นช้ากว่าสองภาคดังกล่าว โดยเริ่มมีอากาศหนาวเย็นประมาณกลางเดือนพฤศจิกายน เป็นต้นไป ซึ่งอากาศหนาวที่สุด จะอยู่ระหว่างเดือนธันวาคม และมกราคม

(4.2) ฤดูร้อน เริ่มเมื่อมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือสิ้นสุดลง คือประมาณกลางเดือนกุมภาพันธ์ ถึงกลางเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงว่างจากลมมรสุม ลมที่พัดปกคลุมจะเปลี่ยนเป็นลมใต้หรือลมตะวันออกเฉียงใต้ และจะมีหย่อมความกดอากาศต่ำ เนื่องจากความร้อนปกคลุมประเทศไทยตอนบน ทำให้มีอากาศร้อนอบอ้าวทั่วไป โดยมีอากาศร้อนจัดในเดือนเมษายน

(4.3) ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่มรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดปกคลุมประเทศไทย ร่องความกดอากาศต่ำหรือร่องฝนที่พัดผ่านบริเวณภาคใต้ของประเทศไทยจะเลื่อนขึ้นมาพาดผ่านบริเวณภาคกลางและภาคเหนือเป็นลำดับ ในระยะนี้ทำให้มีฝนตกชุกขึ้นตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมเป็นต้นไป เดือนกันยายน เป็นเดือนที่มีฝนตกชุกมากที่สุดในรอบปีและเป็นช่วงที่มีความชื้นสูง

ตารางที่ 1: แสดงข้อมูลปริมาณน้ำฝนและจำนวนวันที่มีฝนตก

ปี พ.ศ.	รายการข้อมูล		สัดส่วนปริมาณน้ำฝนที่ตกในรอบปี
	ปริมาณที่ฝนตก (มม.)	จำนวนวันฝนตกในรอบ(วัน)	
2552	1,087.8	106	10.26
2553	1,420.4	106	13.40
2554	1,062.4	113	10.67
2555	1077.8	95	11.35
2556	1,285.3	96	13.39
2557	1024.8	90	11.39
2558	733.6	77	9.53

ที่มา: สถานีอุตุนิยมวิทยาชัยนาท (ข้อมูล ณ กันยายน 2558)

(5) เขตการปกครอง

แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ 51 ตำบล 505 หมู่บ้าน 4 เทศบาล (1 เทศบาลเมือง 39 เทศบาลตำบล) และ 20 องค์การบริหารส่วนตำบล

ตารางที่ 2: จำนวนอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เทศบาล อบต. ของจังหวัดชัยนาท

อำเภอ	เขตการปกครอง				พื้นที่ (ตร.กม.)
	ตำบล	หมู่บ้าน	เทศบาล	อบต.	
อำเภอเมืองชัยนาท	8	82	7	2	255.377
อำเภอมโนรมย์	7	40	4	4	255.644
อำเภอวัดสิงห์	6	47	3	4	315.318
อำเภอสรรพยา	7	55	8	1	228.277
อำเภอสรรคบุรี	8	92	8	1	354.796
อำเภอหันคา	8	100	6	4	529.334
อำเภอหนองมะโมง	4	41	2	2	291.000
อำเภอเนินขาม	3	48	1	2	270.000
รวม	51	505	39	20	2,469.746

ที่มา: ที่ทำการปกครองชัยนาท (ข้อมูล ณ กันยายน 2558)

ตารางที่ 3: จำนวนครัวเรือน

อำเภอ	จำนวน (คน.)	ร้อยละ
เมือง	19,531	19.68
มโนรมย์	7,901	7.96
วัดสิงห์	8,136	8.20
สรรพยา	13,479	13.58
สรรคบุรี	20,506	20.66
หันคา	16,437	16.56
หนองมะโมง	6,915	6.97
เนินขาม	6,344	6.39
รวม	99,249	100

ที่มา: สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยนาท (ข้อมูล จปฐ ปี 2558)

โดยอำเภอสรรคบุรี มีจำนวนครัวเรือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.56 รองลงมาคือ อำเภอเมืองชัยนาท ร้อยละ 19.68 และอำเภอหันคา ร้อยละ 16.56 ตามลำดับ อำเภอที่มีครัวเรือน น้อยที่สุดคือ อำเภอเนินขาม ร้อยละ 6.39

(6) การใช้ที่ดิน

จังหวัดชัยนาทมีพื้นที่ 2,469.746 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 1,543,591 ไร่ จำแนกการใช้ประโยชน์ ดังนี้

ตารางที่ 4: การจำแนกการใช้ประโยชน์พื้นที่

อำเภอ	พื้นที่ ทั้งหมด	พื้นที่การเกษตร	พื้นที่อยู่อาศัย	ที่สาธารณะ	พื้นที่อื่น
เมืองชัยนาท	159,611	135,990	12,412	8,237	2,972
มโนรมย์	141,028	109,904	4,192	1,387	25,545
วัดสิงห์	197,074	161,213	7,704	2,916	25,241
สรรพยา	142,673	121,216	10,883	7,263	3,311
สรรคบุรี	221,748	187,799	15,477	3,829	14,643
หันคา	330,834.	242,937	22,671	3,292	61,934
หนองมะโมง	181,875	158,122	6,952	13,473	5,328
เนินขาม	168,750	165,943	4,840	1,202	6,765
รวม	1,543,593	1,283,124	85,131	41,599	145,739

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยนาท, 2558 (ข้อมูล ณ มีนาคม 2558)

(6.1) พื้นที่เกษตรกรรม

ในส่วนของพื้นที่เกษตรกรรม 1,283,124 ไร่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 78.91 ของ พื้นที่จังหวัด พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขตชลประทาน 777,991 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 61.60 ของพื้นที่ การเกษตร การใช้ประโยชน์พื้นที่การเกษตรสามารถจำแนกได้ ดังนี้

ตารางที่ 5: การจำแนกตามการใช้พื้นที่เพื่อการเกษตรของจังหวัด ปี 2557/2558

อำเภอ	พื้นที่ การเกษตร	ข้าว	พืชไร่	ไม้ผล	ไม้ดอก ไม้ ประดับ	พืชผัก	ทุ่งหญ้า อาหาร สัตว์	ไม้โต เร็ว	เกษตร อื่น ๆ
เมือง ชัยนาท	135,990	117,551	2,596	8,805	126	649	762	2,356	3,172
มโนรมย์	109,904	82,637	7,090	5,766	357	998	8	755	12,293
วัดสิงห์	161,213	127,019	24,122	1,508	10	205	-	1,840	6,509
สรรพยา	121,216	109,867	20	6,172	233	2,889	-	569	1,566
สรรคบุรี	187,799	176,505	2,125	7,047	390	164	12	-	1,556
หันคา	242,937	163,857	65,847	6,922	25	104	450	4,607	1,125
หนอง มะโมง	158,122	81,737	66,935	392	7	182	1,864	1,343	1,511
เนินขาม	165,943	25,278	133,859	419	-	-	-	2,654	3,733
รวม	1,283,124	884,451	302,594	37,031	1,148	5,191	3,096	14,124	31,465

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดชัยนาท, 2558 (ข้อมูล ณ มีนาคม 2558)

(6.2) พื้นที่ป่าไม้

จังหวัดชัยนาทมีพื้นที่ป่าไม้ในช่วงปี 2551-2556 ลดลงจาก 47,887.50 ไร่ เหลือ 37,785.68 ไร่ โดยมีป่าสงวนแห่งชาติ มี 2 ป่า คือ

(6.2.1) ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาช่องลม และป่าเขาหลัก ประกาศตาม กฎกระทรวง ฉบับที่ 188 (พ.ศ. 2506) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองและสงวนป่า พ.ศ. 2481 เนื้อที่ประมาณ 54.99 ตารางกิโลเมตร หรือ 34,368.75 ไร่ อยู่ในท้องที่ตำบลหนองมะโมง ตำบลวังตะเคียน และตำบลสะพานหิน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท มีลักษณะเป็นภูเขาหินปูน ลูกใหญ่ น้อย สภาพป่าเป็นป่าเบญจพรรณผสมป่าเต็งรัง มีไม้ขนาดเล็กถึงขนาดกลาง การปกคลุม เรือนยอดไม่หนาแน่น เนื่องจากเป็น หน้าผาหินสูงชัน และมีหน้าดินตื้น พรรณไม้เด่นที่พบ ได้แก่ มะค่าโมง ตะเคียน ประดู่ แดง เขว้า สวอง เสลา เต็ง รัง รกฟ้า สะเดา พญาสัตบรรณ มะค่าแต้ มะกอกป่า โมกมัน เพกา เสี้ยว และกระถินยักษ์ โดยมีจันทน์ผา ขึ้นอยู่ทั่วไปบริเวณหน้าผา

(6.2.2) ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาราวเทียน ประกาศตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 406 (พ.ศ. 2512) ออกตามความในพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 เนื้อที่ ประมาณ 70.34 ตารางกิโลเมตร หรือ 43,962 ไร่ อยู่ในท้องที่ตำบลไพรนกยูง และตำบลเด่นใหญ่ อำเภอหันคา ตำบลเนินขาม ตำบลสุขเดือนห้า และตำบลกะบกเตี้ย อำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท มีลักษณะเป็นเทือกเขาลูกยาวต่อเนื่องกัน สภาพป่าส่วนใหญ่เป็นป่าเบญจพรรณ และบางส่วนเป็นป่า เต็งรัง พรรณไม้เด่นที่พบ ได้แก่ ประดู่ ชิงชัน มะค่าแต้ เต็ง รัง ตะแบก แดง สวอง มะกา มะม่วงหาว แฉ้งวัน กระพี้จั่น กระโดน มะขามป้อม เปล้า โมกมัน และขงโค โดยมีไม้ไผ่รวกขึ้นกระจายอยู่ทั่วไป

1.1.2 ประชากร

จังหวัดชัยนาท มีประชากร 331,873 คน แยกเป็นชาย 160,092 คน เป็นหญิง 171,781 คน พื้นที่ 2,469.746 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นอัตราส่วน 1 ตารางกิโลเมตรต่อประชากร 134 คน

ตารางที่ 6: แสดงจำนวนประชากรแยกรายเทศบาล/ อำเภอ

รายชื่อ	พื้นที่	จำนวนประชากร			อัตราส่วน ประชากร ต่อพื้นที่
		ชาย	หญิง	รวม	
อำเภอเมืองชัยนาท	255.38	11,217	12,002	23,219	91
อำเภอมโนรมย์	225.64	11,685	12,671	24,356	108
อำเภอดสิงห์	315.32	10,856	11,595	22,451	71
อำเภอสรรพยา	228.28	15,717	16,671	32,388	142
อำเภอสรรคบุรี	354.80	30,541	32,880	63,421	179
อำเภอหันคา	529.33	20,524	21,654	42,178	80
อำเภอหนองมะโมง	291	6,516	6,543	13,059	45
อำเภอเนินขาม	270	5,440	5,634	11,074	41
เทศบาลเมืองชัยนาท	6.06	5,833	6,669	12,502	2,075
เทศบาลตำบลนางลือ	51.11	3,710	4,075	7,785	153
เทศบาลตำบลเสือโฮก	43.19	3,697	3,957	7,654	177
เทศบาลตำบลหาดท่าเสา	24.76	2,509	2,628	5,137	207
เทศบาลตำบลชัยนาท	30.20	3,682	4,455	8,137	271
เทศบาลตำบลบ้านกล้วย	20.72	3,236	3,596	6,832	330

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 6 (ต่อ): แสดงจำนวนประชากรแยกรายเทศบาล/ อำเภอ

รายชื่อ	พื้นที่	จำนวนประชากร			อัตราส่วน ประชากร ต่อพื้นที่
		ชาย	หญิง	รวม	
เทศบาลตำบลหางน้ำสาคร	11.92	3,091	3,242	6,333	531
เทศบาลตำบลคู้สำเภา	2.00	1,040	1,076	2,116	1,064
เทศบาลตำบลวัดสิงห์	2.00	1,715	1,898	3,613	1,830
เทศบาลตำบลสรรพยา	2.52	1,557	1,696	3,253	1,301
เทศบาลตำบลโพธิ์พิทักษ์	0.77	832	930	1,762	2,299
เทศบาลตำบลบางหลวง	24.97	2,690	3,016	5,706	229
เทศบาลตำบลแพรกศรีราชา	1.80	1,276	1,462	2,738	1,544
เทศบาลตำบลหันคา	1.88	2,019	2,259	4,278	2,277
เทศบาลตำบลสามง่ามท่าโบสถ์	4.75	707	734	1,441	307
เทศบาลตำบลหนองแขง	112	3,809	3,902	7,711	69
เทศบาลตำบลวังตะเคียน	96.88	3,267	3,353	6,620	68
เทศบาลตำบลเนินขาม	127.93	2,926	3,183	6,109	48
รวม	2,469.75	160,092	171,781	331,873	134

ที่มา: ที่ทำการปกครองจังหวัดชัยนาท (ข้อมูล ณ 31 มีนาคม 2558)

ขนาดของประชากรต่อพื้นที่ พบว่า อำเภอสรรคบุรี มีประชากรหนาแน่นมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วน 1 ตารางกิโลเมตรต่อประชากร 179 คน อำเภอที่มีประชากรหนาแน่นน้อยที่สุดคืออำเภอเนินขาม คิดเป็นอัตราส่วน 1 ตารางกิโลเมตรต่อประชากร 41 คน เทศบาลที่มีประชากรต่อพื้นที่หนาแน่นมากที่สุดคือเทศบาลตำบลโพธิ์พิทักษ์ คิดเป็นอัตราส่วน 1 ตารางกิโลเมตรต่อประชากร 2,299 คน เทศบาลที่มีประชากรหนาแน่นน้อยที่สุดคือเทศบาลตำบลเนินขาม คิดเป็นอัตราส่วน 1 ตารางกิโลเมตรต่อประชากร 48 คน

1.1.3 โครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงบริการ

(1) ระบบประปา

สำนักงานประปาชัยนาทมีพื้นที่รับผิดชอบให้บริการประชาชน จำนวน 2 แห่ง คือ การประปาส่วนภูมิภาคสาขาชัยนาท

สถานที่ตั้งเลขที่ 203 ถ.พรหมประเสริฐ ต.บ้านกล้วย อ.เมือง จ.ชัยนาท 17000
โทรศัพท์ 0-5641-1213 โทรสาร 0-5641-1600 E-mail : 5512015@pwa.co.th
หน่วยบริการหันคา

สถานที่ตั้ง ม. 3 ต.หันคา อ.หันคา จ.ชัยนาท 17000 โทรศัพท์ 0-5645-1366

ตารางที่ 7: แสดงจำนวนผู้ใช้น้ำการประปาส่วนภูมิภาคสาขาชัยนาท (แยกตามตำบล)

อำเภอ	ตำบล	จำนวนผู้ใช้น้ำ
เมือง	ในเมือง	2,394
	บ้านกล้วย	4,074
	เขาท่าพระ	1,984
	ชัยนาท	23
	ท่าชัย	67
	ธรรมามูล	22
หันคา	หันคา	2,027
	บ้านเขียน	752
	เด่นใหญ่	227

ที่มา: การประปาส่วนภูมิภาคสาขาชัยนาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2558)

ตารางที่ 8: แสดงจำนวนผู้ใช้น้ำการประปาส่วนภูมิภาคสาขาชัยนาท (แยกตามประเภท)

ประเภทผู้ใช้น้ำ	จำนวนผู้ใช้น้ำ (ราย)	คิดเป็น (%)
ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ	9,309	80.46
ราชการและธุรกิจขนาดเล็ก	1,998	17.27
รัฐวิสาหกิจ, ธุรกิจขนาดใหญ่ และอุตสาหกรรม	263	2.27
รวม	11,570	100

ที่มา: การประปาส่วนภูมิภาคสาขาชัยนาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2558)

(2) โทรศัพท์

ในปี พ.ศ. 2558 จำนวนครัวเรือนที่มีโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากปี 2556 เนื่องจากความก้าวหน้าทางการสื่อสารแบบไร้พรมแดนและประชาชนใช้ Social Network บนสมาร์ตโฟนมากขึ้น

ตารางที่ 9: จำนวนครัวเรือนที่มี/ไม่มีโทรศัพท์ประจำบ้าน/โทรศัพท์มือถือ

จำนวนครัวเรือน	2554	2556	2558
มีโทรศัพท์	55,162	34,490	73,701
ไม่มีโทรศัพท์	7,829	30,620	15,046
รวม	62,991	65,110	88,747

ที่มา: ข้อมูล กชช.2 ค/ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด (ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2558)

(3) การไปรษณีย์

จังหวัดชัยนาท มีที่ทำการไปรษณีย์ (ปณ.) รวม 8 ที่ทำการ คือ

- ที่ทำการไปรษณีย์ชัยนาท อ.เมือง รหัสไปรษณีย์ 17000 โทร.0-5641-1226
- ที่ทำการไปรษณีย์มโนรมย์ อ.มโนรมย์ รหัสไปรษณีย์ 17110 โทร.0-5649-1232
- ที่ทำการไปรษณีย์วัดสิงห์ อ.วัดสิงห์ รหัสไปรษณีย์ 17120 โทร.0-5646-1315
- ที่ทำการไปรษณีย์หันคา อ.หันคา รหัสไปรษณีย์ 17130 โทร.0-5645-1188
- ที่ทำการไปรษณีย์สรรคบุรี อ.สรรคบุรี รหัสไปรษณีย์ 17140 โทร.0-5648-1463
- ที่ทำการไปรษณีย์สรรพยา อ.สรรพยา รหัสไปรษณีย์ 17150 โทร.0-5649-9116
- ที่ทำการไปรษณีย์ห้วยสูง อ.หันคา รหัสไปรษณีย์ 17160 โทร.0-5648-9124
- ที่ทำการไปรษณีย์ทางน้ำสาคร อ.มโนรมย์ รหัสไปรษณีย์ 17170 โทร.0-5643-1370

(4) การไฟฟ้า

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดชัยนาท

- 1) สถานีจ่ายไฟฟ้ามโนรมย์ ตั้งที่ หมู่ 4 ต.คู้้งสำเภา อ.มโนรมย์ จ่ายกระแสไฟฟ้าให้กับพื้นที่ อ. มโนรมย์ อ.วัดสิงห์ และ อ.พยุหะคีรี ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ 100 เมกกะวัตต์ ปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ในปัจจุบัน 28 เมกกะวัตต์ ปริมาณไฟฟ้าสำรองคงเหลือ 72 เมกกะวัตต์

2) สถานีจ่ายไฟฟ้าชัยนาท ตั้งอยู่ หมู่ 3 ต.ชัยนาท อ.เมืองชัยนาท จ่ายกระแสไฟฟ้าให้กับพื้นที่ อ.เมืองชัยนาท อ.สรรพยา และ อ.สรรคบุรี ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ 50 เมกกะวัตต์ ปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ในปัจจุบัน 34 เมกกะวัตต์ ปริมาณไฟฟ้าสำรองคงเหลือ 16 เมกกะวัตต์

3) สถานีจ่ายไฟฟ้าชัยนาท ตั้งอยู่ อ.หันคา จังหวัดชัยนาท จ่ายกระแสไฟฟ้าให้กับพื้นที่ อ.หันคา ปริมาณไฟฟ้าที่ผลิตได้ 25 เมกกะวัตต์ ปริมาณไฟฟ้าที่ใช้ในปัจจุบัน 13 เมกกะวัตต์ ปริมาณไฟฟ้าสำรองคงเหลือ 12 เมกกะวัตต์

(5) โครงข่ายคมนาคม

จังหวัดชัยนาทมีเส้นทางคมนาคมที่สามารถเดินทางติดต่อกันระหว่างจังหวัดกับกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดใกล้เคียงและอำเภอต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยสามารถเดินทางได้ทางบก ส่วนทางเรือและทางอากาศ ยังไม่มีเส้นทางที่สามารถเดินทางได้

(5.1) การเดินทางโดยรถยนต์

จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไปจังหวัดชัยนาทได้ 3 เส้นทาง คือ

1) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ผ่านจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี ลพบุรี และผ่านอำเภอดาคลี จังหวัดนครสวรรค์ เข้าสู่จังหวัดชัยนาท รวมระยะทางประมาณ 281 กิโลเมตร

2) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านจังหวัดปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ถึงสี่แยกต่างระดับชัยนาท แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ตรงเข้าสู่จังหวัดชัยนาท รวมระยะทางประมาณ 194 กิโลเมตร

3) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 340 (ตลิ่งชัน - สุพรรณบุรี - ชัยนาท) ผ่านจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สุพรรณบุรี และผ่าน อ.สรรคบุรี ข้ามสะพานแม่น้ำเจ้าพระยา (สะพานใหม่) เข้าสู่จังหวัดชัยนาท รวมระยะทางประมาณ 199 กิโลเมตร

(5.2) การเดินทางโดยรถยนต์จากจังหวัดชัยนาทเชื่อมต่อไปยังจังหวัดใกล้เคียง

- จากจังหวัดชัยนาทเดินทางไปจังหวัดนครสวรรค์ได้ 2 เส้นทางคือ

1) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ผ่านอำเภอมโนรมย์ พยุหะคีรี เข้าสู่จังหวัดนครสวรรค์ รวมระยะทางประมาณ 60 กิโลเมตร

2) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ไปออกทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านอำเภอมโนรมย์ พยุหะคีรี เข้าสู่จังหวัดนครสวรรค์ รวมระยะทางประมาณ 64 กิโลเมตร

- จากจังหวัดชัยนาทเดินทางไปจังหวัดอุทัยธานีได้ 2 เส้นทางคือ

1) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ผ่านอำเภอโมรโมญีเข้าสู่สายเอเชีย อำเภอพยุหะคีรี แล้วแยกซ้ายบริเวณสะพานต่างระดับ เข้าเส้นทางหลวงหมายเลข 333 (อุทัยธานี - ท่าน้ำอ้อย) ตรงเข้าสู่จังหวัดอุทัยธานี รวมระยะทางประมาณ 45 กิโลเมตร

2) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3183 (สะพานใหม่ - วัดสิงห์ - อุทัยธานี) ผ่านอำเภอวัดสิงห์ตรงเข้าสู่ตัวจังหวัดอุทัยธานี รวมระยะทางประมาณ 38 กิโลเมตร

- จากจังหวัดชัยนาทเดินทางไปจังหวัดสิงห์บุรีได้ 3 เส้นทางคือ

1) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) ไปออกทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่าน อ.อินทร์บุรี เข้าสู่ตัวจังหวัดสิงห์บุรี รวมระยะทางประมาณ 58 กิโลเมตร

2) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 311 (สิงห์บุรี - ชัยนาท) สายในผ่านเขื่อนเจ้าพระยา อำเภอสรรพยา อินทร์บุรี เข้าสู่จังหวัดสิงห์บุรี รวมระยะทางประมาณ 53 กิโลเมตร

3) ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3251 (สรรคบุรี - ชัยนาท) ผ่านอำเภอสรรคบุรี บางระจัน และใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3030 เข้าสู่ตัวจังหวัดสิงห์บุรี รวมระยะทางประมาณ 66 กิโลเมตร

- จากจังหวัดชัยนาทเดินทางไปจังหวัดสุพรรณบุรีได้ 1 เส้นทางคือ

ใช้ทางหลวงหมายเลข 340 (สุพรรณบุรี - ชัยนาท) ผ่านอำเภอสรรคบุรี หันคา เดิมบางนางบวช สามชุก ศรีประจันต์ เข้าสู่ตัวจังหวัดสุพรรณบุรี รวมระยะทางประมาณ 97 กิโลเมตร

- การเดินทางจากจังหวัดชัยนาทไปยังอำเภอต่าง ๆ ในเขตจังหวัด

1) จากจังหวัดชัยนาทไปอำเภอโมรโมญี ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) แล้วแยกซ้ายตรงสี่แยกโมรโมญี ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3212 เข้าสู่ตัวอำเภอ ระยะทางประมาณ 16 กิโลเมตร

2) จากจังหวัดชัยนาทไปอำเภอวัดสิงห์ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3183 (สะพานใหม่ - วัดสิงห์) ระยะทางประมาณ 22 กิโลเมตร

3) จากจังหวัดชัยนาทไปอำเภอสรรคบุรี ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 340 (สุพรรณบุรี - ชัยนาท) แล้วแยกซ้ายตรงสี่แยกสรรคบุรี ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3465 เข้าสู่ตัวอำเภอ ระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร

4) จากจังหวัดชัยนาทไปอำเภอสรรพยา ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 311 (สิงห์บุรี - ชัยนาท) ระยะทางประมาณ 19 กิโลเมตร

5) จากจังหวัดชัยนาทไปอำเภอหันคา ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 340 (สุพรรณบุรี - ชัยนาท) แยกขวาตรงสามแยกวังกระชาย ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3039 เข้าสู่ตัวอำเภอ รวมระยะทางประมาณ 38 กิโลเมตร

6) จากจังหวัดชัยนาทไปอำเภอหนองมะโมง ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3183 (สะพานใหม่ - วัดสิงห์) แยกซ้ายตรงสี่แยกทอนาฬิกา ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3213 เข้าสู่ตัวอำเภอ รวมระยะทางประมาณ 44 กิโลเมตร

1.1.4 เศรษฐกิจ

(1) โครงสร้างเศรษฐกิจ

เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดชัยนาทเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีแม่น้ำสำคัญไหลผ่าน 3 สาย คือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน และแม่น้ำน้อย จึงเหมาะสมสำหรับการประกอบอาชีพทางการเกษตร ดังนั้น ประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 จึงประกอบอาชีพทางการเกษตรกรรม รองลงมา ได้แก่ ด้านการพาณิชย์ ประมาณร้อยละ 6 ด้านการอุตสาหกรรมและการหัตถกรรมประมาณร้อยละ 3 ในส่วนของการผลิตด้านการเกษตรนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของจังหวัดและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ของจังหวัดชัยนาท ประกอบอาชีพด้านการเกษตรและยังทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสาขาการผลิตอื่น ๆ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ข้าว ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ฯลฯ ซึ่งจะพบว่าถ้าปีใดที่ผลผลิตทางการเกษตรดีเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดก็จะดีขึ้นด้วย ในทางกลับกันหากปีใดผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหาย ราคาผลผลิตตกต่ำ ก็จะส่งผลให้สถานะเศรษฐกิจของจังหวัดชัยนาทซบเซาตามไปด้วย ทั้งนี้ จังหวัดชัยนาท มีผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) และรายได้เฉลี่ยต่อคน ดังนี้

ตารางที่ 10: ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) และรายได้เฉลี่ยต่อคน

ปี	ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP)	รายได้เฉลี่ย/ คน/ ปี
2552	25,666 ล้านบาท	82,345 บาท/ คน/ ปี
2553	25,594 ล้านบาท	83,812 บาท/ คน/ ปี
2554	27,526 ล้านบาท	89,612 บาท/ คน/ ปี
2555	34,355 ล้านบาท	111,263 บาท/ คน/ ปี
2556	34,529 ล้านบาท	111,322 บาท/ คน/ ปี

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(2) มูลค่าผลิตภัณฑ์หลักของจังหวัดชัยนาท

ผลิตภัณฑ์มวลรวมหลักของจังหวัดชัยนาท คือ ภาคการเกษตร โดยในปี 2556 ผลิตภัณฑ์ มวลรวมภาคการเกษตร ณ ราคาประจำปี มีมูลค่าเท่ากับ 12,893 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 37.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด โดยมีมูลค่าลดลงจากปี 2555 ร้อยละ 3.5 โดยในปี 2555 มีมูลค่า 13,364 ล้านบาท เนื่องจากภาคเกษตรประสบปัญหาภัยแล้ง โดยผลิตภัณฑ์ภาคการเกษตรของจังหวัดชัยนาท ได้แก่

1) ข้าว ผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าเท่ากับ 7,058 ล้านบาท ลดลงจาก 9,615 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมา หรือลดลงร้อยละ 26.6 เนื่องจากประสบปัญหาภัยแล้ง เกษตรกรงดทำนาปรังครั้งที่สอง ตามนโยบายกำหนดแผนบริหารจัดการน้ำของรัฐบาล

2) มันสำปะหลัง ผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าเท่ากับ 353 ล้านบาท ลดลงจาก 386 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมา หรือลดลงร้อยละ 8.5

3) อ้อย ผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าเท่ากับ 920 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 829 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมา หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9

รองลงมาได้แก่สาขาอุตสาหกรรม โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคอุตสาหกรรม ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าเท่ากับ 6,969 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด โดยใน ปี 2556 เพิ่มขึ้นจาก 5,919 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมาหรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.7 เป็นการเพิ่มขึ้นของสาขาอุตสาหกรรม ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุดของภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.2 เนื่องจากหมวดการผลิตสิ่งทอสิ่งถัก หมวดการฟอกและตกแต่งหนังสัตว์ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 91.2 และ 21.9 ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมการผลิตโรงสีข้าว ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุดของสาขาอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 13.1

สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคบริการ ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2556 มีมูลค่าเท่ากับ 14,667 ล้านบาท ลดลงจาก 15,072 ล้านบาท ในปีที่ผ่านมา หรือลดลงร้อยละ 2.7 เป็นการลดลงจากสาขาก่อสร้างฯ สาขาขายส่งขายปลีกฯ สาขาโรงแรมและภัตตาคาร และสาขาขนส่งฯ ร้อยละ 41.5 1.4 7.7 และ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 11: ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) ภาคเกษตร ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2555 -2556

สาขา	ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) ณ ราคาประจำปี (หน่วย : ล้านบาท)		อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2556
เกษตรกรรมฯ	13,109	12,586	-4.0
ข้าว	9,615	7,058	-26.6
มันสำปะหลัง	386	353	-8.5
อ้อย	829	980	10.9

ที่มา: สำนักงานคลังจังหวัดชัยนาท

ตารางที่ 12: ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) รายสาขา ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2555 -2556

สาขา	ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) ณ ราคาประจำปี (หน่วย : ล้านบาท)		อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2556
ภาคการเกษตร	13,364	12,893	-3.5
เกษตรกรรมฯ	13,109	12,586	-4.0
ประมง	255	307	20.4
ภาคอุตสาหกรรม	5,919	6,969	17.7
เหมืองแร่และย่อยหิน	165	153	-7.3
อุตสาหกรรม	5,295	6,312	19.2
ไฟฟ้า ประปา และโรงแยกก๊าซ	459	504	9.8
ภาคบริการ	15,072	14,667	-2.7
ก่อสร้าง	2,359	1,381	-41.5
ขายส่ง ขายปลีกฯ	3,750	3,697	-1.4

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 12 (ต่อ): ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) รายสาขา ณ ราคาประจำปี พ.ศ. 2555 -2556

สาขา	ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GPP) ณ ราคาประจำปี (หน่วย : ล้านบาท)		อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2555
โรงแรมและภัตตาคาร	65	60	-7.7
ขนส่ง	922	903	-2.1
ตัวกลางทางการเงิน	1,490	1,647	10.5
อสังหาริมทรัพย์	1,102	1,187	7.7
บริหารราชการ	2,198	2,238	1.8
การศึกษา	2,074	2,349	13.3
บริการสุขภาพ	738	774	4.9
บริการชุมชน	286	327	14.3
ลูกจ้างในครัวเรือน	88	104	18.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคา ประจำปี	34,355	34,529	0.5

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1.1.5 บริการพื้นฐานด้านสังคม

(1) การศึกษา

จังหวัดชัยนาท มีสถานศึกษา แยกตามสังกัด ปีการศึกษา 2556 มีดังนี้

ตารางที่ 13: แสดงสถานศึกษาแยกตามสังกัด จังหวัดชัยนาท

สังกัด	สถานศึกษา	จำนวนครู	จำนวนนักเรียน
1. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน	197	2,196	35,219
2. สำนักบริหารงานการศึกษาเอกชน	10	193	3,363
- สายสามัญ	9	176	3,507
- สช. (โรงเรียนพณิชยการชัยนาท)	1	17	129

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 13 (ต่อ): แสดงสถานศึกษาแยกตามสังกัด จังหวัดชัยนาท

สังกัด	สถานศึกษา	จำนวนครู	จำนวนนักเรียน
3. กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น	6	195	4,167
- เทศบาลบ้านกล้วย	1	83	1,817
- เทศบาลเขาท่าพระ	1	29	476
- เทศบาลวัดหัวยาง	1	13	279
- เทศบาลวัดสิงห์สถิต	1	40	803
- ชัยนาทพิทยาคม 2	1	19	422
- เทศบาลทางน้ำสาคร	1	11	370
4. สำนักบริหารการศึกษาศึกษาพิเศษ	2	51	1,017
- ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดชัยนาท	1	8	185*
- โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ชัยนาท	1	43	832
5. กรมการศาสนา	1	11	36
- วัดโพธิ์งาม	1	11	36
6. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา	3	147	2,332
- วิทยาลัยเทคนิคชัยนาท	1	100	1,970
- วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีชัยนาท	1	35	231
- วิทยาลัยการอาชีพหันคา	1	12	131
7. วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ชัยนาท	1	46	331
8. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ศูนย์ชัยนาท	1	5**	425
9. สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบฯ	8	41	2,436

ที่มา: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชัยนาท มิถุนายน 2556

หมายเหตุ *จำนวนนักเรียนรับบริการที่ศูนย์ฯ จำนวน 92 คน และไปบริการที่บ้าน จำนวน 93 คน

**จำนวนอาจารย์ที่มาทำการสอน มาจากส่วนกลางตามรายวิชาที่ลงทะเบียน

จากจำนวนหน่วยงานทางการศึกษาในจังหวัดชัยนาท จะพบว่า สถานศึกษาสังกัด สพฐ. มีจำนวนมาก และมีมากในเขตอำเภอหันคา ซึ่งอาจเนื่องจากเป็นอำเภอใหญ่ มีพื้นที่ และประชากรมาก ส่วนหน่วยงานทางการศึกษาสังกัดอื่น จะมีในเขตอำเภอเมืองชัยนาทเป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 14: จำนวนโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท

ขนาดโรงเรียน	ปีการศึกษา					
	2556		2557		2558	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดที่ 1 (นร. 0 – 120 คน)	115	62.50	115	62.50	115	62.84
ขนาดที่ 2 (นร. 121 – 200 คน)	46	25.00	46	25.00	43	23.50
ขนาดที่ 3 (นร. 201 – 300 คน)	17	9.24	17	9.24	19	10.38
ขนาดที่ 4 (นร. 301 – 499 คน)	3	1.63	3	1.63	3	1.64
ขนาดที่ 5 (นร. 500 – 1,499 คน)	2	1.09	2	1.09	2	1.09
ขนาดที่ 6 (นร. 1,500 – 2,499 คน)	-	-	-	-	-	-
ขนาดที่ 7 (นร. 2,500 คนขึ้นไป)	1	0.54	1	0.54	1	0.55
รวมทั้งสิ้น	184		184		183	

จำแนกตามขนาด ปีการศึกษา 2556 – 2558

ข้อมูล ณ วันที่ 10 มิถุนายน 2558

ตารางที่ 15: จำนวนนักเรียน ห้องเรียน และอัตราส่วน ห้องเรียนต่อนักเรียน ปีการศึกษา 2556 – 2558

ระดับชั้น	2556			2557			2558		
	นักเรียน	ห้อง	ห้อง: นร.	นักเรียน	ห้อง	ห้อง: นร.	นักเรียน	ห้อง	ห้อง: นร.
อนุบาล 1	2,449	189	1:14	2,441	190	1:13	2,303	186	1:12
อนุบาล 2	2,526	193	1:14	2,444	191	1:13	2,434	190	1:13
รวมก่อนประถมศึกษา	4,975	382	1:14	4,885	381	1:13	4,737	376	1:12
ประถมศึกษาปีที่ 1	2,732	196	1:14	2,635	192	1:14	2,506	192	1:13
ประถมศึกษาปีที่ 2	2,719	194	1:13	2,685	193	1:14	2,552	192	1:13
ประถมศึกษาปีที่ 3	2,680	189	1:14	2,704	192	1:14	2,669	192	1:14
ประถมศึกษาปีที่ 4	2,688	193	1:13	2,689	191	1:14	2,725	191	1:14

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 15 (ต่อ): จำนวนนักเรียน ห้องเรียน และอัตราส่วน ห้องเรียนต่อนักเรียน ปีการศึกษา
2556 – 2558

ระดับชั้น	2556			2557			2558		
	นักเรียน	ห้อง	ห้อง: นร.	นักเรียน	ห้อง	ห้อง: นร.	นักเรียน	ห้อง	ห้อง: นร.
ประถมศึกษาปีที่ 5	2,643	189	1:13	2,674	191	1:14	2,678	190	1:14
ประถมศึกษาปีที่ 6	2,581	189	1:13	2,688	191	1:14	2,668	190	1:14
รวมประถมศึกษา	16,043	1,150	1:14	16,075	1,150	1:14	15,798	1,147	1:14
มัธยมศึกษาปีที่ 1	910	56	1:17	929	57	1:16	977	55	1:18
มัธยมศึกษาปีที่ 2	960	56	1:18	861	56	1:15	893	55	1:16
มัธยมศึกษาปีที่ 3	882	57	1:17	871	56	1:16	814	55	1:15
รวมมัธยมศึกษา ตอนต้น	2,732	169	1:17	2,661	169	1:16	2,684	165	1:16
รวมทั้งสิ้น	23,771	1,708	1:14	23,621	1,700	1:14	23,219	1,688	1:14

ตารางที่ 16: จำนวนบุคลากรในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท
ปีการศึกษา 2555 – 2557

ประเภท	ปีการศึกษา		
	2555	2556	2557
ข้าราชการครู	1,712	1,652	1,642
บุคลากรทางการศึกษา	97	91	86
ลูกจ้างประจำ	117	114	114

ตารางที่ 17: โรงเรียน จำนวนนักเรียน จำนวนครู ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
เขต 5

ที่	โรงเรียน	จำนวน นักเรียน	จำนวนครู	ขนาดโรงเรียน
1	ชัยนาทพิทยาคม	3,234	133	ใหญ่พิเศษ
2	คุรุประชาสรรค์	1,506	77	ใหญ่
3	หันคาพิทยาคม	1,447	45	กลาง
4	อุทัยวิทยานุสรณ์	760	26	กลาง
5	วัดสิงห์	634	29	กลาง
6	หันคาราษฎร์รังสฤษดิ์	576	26	กลาง
7	สรรพยาวิทยา	501	28	กลาง
8	ห้วยกรดวิทยา	388	25	เล็ก
9	สาครพิทยาคม	414	24	เล็ก
10	ศรีสโมสรวทยา	334	17	เล็ก
11	เนินขามรัฐประชานุเคราะห์	244	18	เล็ก
12	บุญนาครพิทยาคม	179	22	เล็ก
13	ชยานุกิจพิทยาคม	123	11	เล็ก
รวม		10,340	481	

(2) การสาธารณสุข

สถานบริการสาธารณสุข ประกอบด้วย

ตารางที่ 18: จำแนกสถานบริการสาธารณสุข

สถานบริการสาธารณสุข	จำนวน
1. สถานบริการภาครัฐ	
- โรงพยาบาลทั่วไป ขนาด 348 เตียง (รพ.ชัยนาท)	1 แห่ง
- โรงพยาบาลชุมชน ขนาด 30 เตียง (อ. มโนรมย์, อ.วัดสิงห์, อ.สรรพยา, อ.สรรคบุรี และ อ.หันคา)	5 แห่ง
- โรงพยาบาลชุมชนที่ไม่มีผู้ป่วยพักค้าง (อ.หนองมะโมง, อ.เนินขาม (ยังไม่เปิดบริการ))	2 แห่ง
- คลินิกทันตกรรม (สสจ.)	1 แห่ง
- สถานบริการสาธารณสุขของเทศบาล	2 แห่ง
- โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพชุมชน (สถานีนอนามัย)	72 แห่ง
2. หน่วยงานสาธารณสุขที่สังกัดส่วนกลาง	1 แห่ง
3. สถานบริการสาธารณสุขภาคเอกชน (โรงพยาบาลเอกชน 1 แห่ง, คลินิกแพทย์ 37 แห่ง))	38 แห่ง

1.1.6 ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ

(1) ทรัพยากรดิน

ทรัพยากรดินของจังหวัดชัยนาท กรมพัฒนาที่ดินได้จัดกลุ่มดินของจังหวัดชัยนาท เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (ที่มา: สำนักวิจัยและพัฒนาการเกษตร เขตที่ 5)

1) กลุ่มดินที่มีความเหมาะสมสำหรับปลูกข้าว ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณตอนกลาง ตอนใต้และตะวันออกของจังหวัด ครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 70 ของพื้นที่ทั้งหมด ลักษณะเป็น ดินเนื้อละเอียดเหนียว การระบายน้ำเลวถึงค่อนข้างเลว มีความอุดมสมบูรณ์ค่อนข้างต่ำถึงปานกลาง

2) กลุ่มดินที่เหมาะสมสำหรับปลูกพืชไร่ ครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 10 ของพื้นที่ทั้งหมดกระจายอยู่ทั่วไปทางทิศตะวันตกของจังหวัด ทิศเหนือของอำเภอยะหันคา ตอนใต้และ

ตะวันออกของอำเภอวัดสิงห์ ดินกลุ่มนี้มีต้นกำเนิดดินจากพวกตะกอนลำน้ำหรือการสลายตัวผุพังของเนื้อหินหยาบ มีลักษณะสภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาด เป็นดินลึกมากมีการระบายน้ำดี เนื้อดินบนมีเนื้อดินร่วนปนทรายหรือดินร่วนเหนียวปนทราย จึงมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนน้ำ ดินมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำและในบริเวณที่มีความลาดชันสูงจะเกิดการชะล้างพังทลายของดินได้ง่าย

3) กลุ่มดินที่เหมาะสมสำหรับปลูกพืชผักและไม้ผล ครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 7 ของพื้นที่ทั้งหมด กระจายอยู่ตลอดแนวฝั่งของแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อย และแม่น้ำท่าจีน สภาพพื้นที่ค่อนข้างราบเรียบ เกิดจากตะกอนลำน้ำมีลักษณะการทับถมเป็นชั้น เป็นดินลึกมาก การระบายน้ำดีถึงดีปานกลาง เนื้อดินบนเป็น ดินร่วน ดินร่วนปนดินเหนียวหรือดินร่วนเหนียวปนทราย เนื้อดินล่างเป็นดินร่วนปนดินเหนียวหรือดินร่วนปนทรายแข็ง หรือดินร่วนเหนียวปนทรายแข็ง ความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติของดินปานกลางถึงสูง ในช่วงฤดูฝนน้ำในลำน้ำอาจ เอ่อล้นฝั่งทำให้เกิดความเสียหายแก่พืชผล

4) กลุ่มดินที่เหมาะสมสำหรับทำทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ มีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 9 ของพื้นที่ทั้งหมดส่วนใหญ่อยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอมโนรมย์ ตอนกลางและตอนใต้ และทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอหันคา ทางตอนกลางและตอนเหนือของอำเภอเมือง ทิศตะวันตกและตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภอวัดสิงห์ สภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาดถึงเนินเขา เป็นดินตื้นหรือค่อนข้างตื้นมีการระบายน้ำดี เนื้อดินบนเป็นดินร่วนปนทราย บางแห่ง ปนกรวด เนื้อดินล่างเป็นดินเหนียวปนกรวดมาก ความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติของดินต่ำ บริเวณที่มีความลาดชันเกิดการชะล้างพังทลายได้ง่าย

5) กลุ่มดินที่ไม่เหมาะสำหรับการเกษตร มีเนื้อที่ประมาณร้อยละ 2.35 ของพื้นที่ทั้งหมด ส่วนใหญ่อยู่ทางทิศตะวันตก และกระจุกกระจายอยู่ทางตอนเหนือของอำเภอเมือง สภาพพื้นที่เป็นภูเขาและเทือกเขาซึ่งมีความลาดชันมาก ลักษณะมีทั้งดินลึกและตื้น เนื้อดินและความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติแตกต่างกันตามชนิดของวัตถุต้นกำเนิด

การใช้ประโยชน์ที่ดินของจังหวัดชัยนาท โดยส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อการเกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 81.76 ของพื้นที่จังหวัด รองลงมาเป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเป็นที่อยู่อาศัยร้อยละ 6.26 พื้นที่อื่น ๆ ร้อยละ 3.38 ที่โล่ง นันทนาการและการรักษาสงแวดล้อม ร้อยละ 2.85 ทรัพยากรป่าไม้ และแหล่งน้ำ ร้อยละ 2.40 และ 2.39 ตามลำดับ นอกจากนี้เป็นการใช้ประโยชน์สำหรับสถานที่ราชการ พาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่น และอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 0.53, 0.42 และ 0.01 ตามลำดับ

(2) ทรัพยากรป่าไม้

จังหวัดชัยนาท มีทรัพยากรป่าไม้ จำแนกตามประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1) ป่าสงวนแห่งชาติมี 2 ป่า คือ

1.1) ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาช่องลม และป่าเขาหลัก ประกาศตาม

กฎกระทรวง ฉบับที่ 188 (พ.ศ.2506) ออกตามความในพระราชบัญญัติคุ้มครองและสงวนป่า พ.ศ. 2481 เนื้อที่ประมาณ 54.99 ตารางกิโลเมตร หรือ 34,368.75 ไร่ อยู่ในท้องที่ตำบลหนองมะโมง ตำบลวังตะเคียน และตำบลสะพานหิน อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท มีลักษณะเป็นภูเขาหินปูน ลูกใหญ่ น้อย สภาพป่าเป็นป่าเบญจพรรณผสมป่าเต็งรัง มีไม้ขนาดเล็กถึงขนาดกลาง การปกคลุม เรือนยอดไม่หนาแน่น เนื่องจากเป็น หน้าผาหินสูงชัน และมีหน้าดินชั้น พรุผืนไม้เด่นที่พบ ได้แก่ มะค่าโมง ตะเคียน ประดู่ แดง เขว้า สวอง เสลา เต็ง รัง รกฟ้า สะเดา พญาสัตบรรณ มะค่าแต้ มะกอกป่า โมกมัน เพกา เสี้ยว และกระถินยักษ์ โดยมีจันทน์ผา ขึ้นอยู่ทั่วไปบริเวณหน้าผา

1.2) ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาราวเทียน ประกาศตามกฎกระทรวง ฉบับที่

406 (พ.ศ. 2512) ออกตามความในพระราชบัญญัติป่าสงวนแห่งชาติ พ.ศ. 2507 เนื้อที่ประมาณ 70.34 ตารางกิโลเมตร หรือ 43,962 ไร่ อยู่ในท้องที่ตำบลไพรนกยูง และตำบลเด่นใหญ่ อำเภอหันคา ตำบล เนินขาม ตำบลสุขเดือนห้า และตำบลกะบกเตี้ย อำเภอเนินขาม จังหวัดชัยนาท มีลักษณะเป็นเทือกเขา ลูกยาวต่อเนื่องกัน สภาพป่าส่วนใหญ่เป็นป่าเบญจพรรณ และบางส่วนเป็นป่าเต็งรัง พรุผืนไม้เด่นที่พบ ได้แก่ ประดู่ ชิงชัน มะค่าแต้ เต็ง รัง ตะแบก แดง สวอง มะกา มะม่วงหัวแมงวัน กระพี้จั่น กระโดน มะขามป้อม เปล้า โมกมัน และชงโค โดยมีไม้ไผ่รวกขึ้นกระจายอยู่ทั่วไป

ป่าสงวนแห่งชาติมีการจำแนกเขตการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่ดินป่าไม้ ตามมติ คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 10 และ 17 มีนาคม 2535 ดังนี้

ตารางที่ 19: แสดงป่าสงวนแห่งชาติมีการจำแนกเขตการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่ดินป่าไม้

ชื่อป่าสงวนแห่งชาติ	เนื้อที่ (ไร่)			
	ทั้งหมด	เพื่อการอนุรักษ์ (C)	เพื่อเศรษฐกิจ (E)	เหมาะสมแก่ การเกษตร (A)
๑. ป่าเขาราวเทียน	43,962	20,587	19,000	4,375
๒. ป่าเขาช่องลมและป่า เขาหลัก	34,368.75	14,007.75	13,486	6,875

2) ป่าตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484

จังหวัดชัยนาท มีพื้นที่ป่าตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ดังนี้

ตารางที่ 20: ป่าตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484

ลำดับที่	ชื่อเขา	ที่ตั้ง			เนื้อที่ (ไร่-งาน-ตารางวา)
		หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	
1	เขาธรรมามูล	1,2,7	ธรรมามูล	เมืองชัยนาท	1,050 - 3 - 1
2	เขากระดี่	2,10	ธรรมามูล	เมืองชัยนาท	433 - 3 - 41
3	เข้าน้ำกล่ำ	5,6,8	ธรรมามูล	เมืองชัยนาท	1,834 - 1 - 17
4	เขาท่าพระ	3	เขาท่าพระ	เมืองชัยนาท	184 - 2 - 50
5	เขาพลอง	4	เขาท่าพระ	เมืองชัยนาท	340 - 3 - 10
6	เขาดิน	7	เขาท่าพระ	เมืองชัยนาท	152 - 3 - 33
7	เขาขยาย	4,8	เขาท่าพระ	เมืองชัยนาท	175 - 3 - 67
8	เขาแหลม	5	ไร่พัฒนา	มโนรมย์	647 - 3 - 90
9	เขาสรรพยา	2	สรรพยา	สรรพยา	137 - 0 - 90
10	เขาหนองหลวง	7	วังหมัน	วัดสิงห์	177 - 3 - 64
11	เขাপักเป้า	7	วังหมัน	วัดสิงห์	137 - 0 - 0
12	เขาสารพัดดี	7	บ้านเข็ญ	หันคา	288 - 2 - 51
13	เขาหนองสอ	7	บ้านเข็ญ	หันคา	413 - 2 - 63
14	เขาน้อย	10,15	หนองแขง	หันคา	858 - 2 - 88
15	เขาเต่าเหลือง	6	วังหมัน	วัดสิงห์	40 - 0 - 99
16	เขาไร่ (หนองน้ำใส)	3,10	ไพรนกยูง	หันคา	100 - 1 - 17
17	เขาราบ	5	ไพรนกยูง	หันคา	90 - 2 - 4
18	เขาคู่	5,12	ไพรนกยูง	หันคา	756 - 1 - 25
19	เขาหนองหลวง (รำ	7	ไพรนกยูง	หันคา	127 - 2 - 50
20	แพน)	9,11	ไพรนกยูง	หันคา	893 - 2 - 29
21	เขากล่ำ	10	เด่นใหญ่	หันคา	276 - 2 - 89
22	เขากระเจียว	10	เนินขาม	เนินขาม	58 - 2 - 93
23	เขาวัด	13	เนินขาม	เนินขาม	130 - 1 - 28
24	เขามอยายกา	18	เนินขาม	เนินขาม	284 - 3 - 10
25	เขารวก	1	หนองมะโมง	หนองมะโมง	84 - 2 - 63
26	เขาดิน	3,6,11	วังตะเคียน	หนองมะโมง	1,318 - 0 - 0
	เขาพนมเก็น				
	รวม				10,995-3-72

3) ป่าชุมชน

จังหวัดชัยนาท มีป่าชุมชนที่ได้รับการจัดตั้งจากกรมป่าไม้ จำนวน 53 แห่ง เนื้อที่ 17,924-2-46 ไร่ โดยป่าชุมชนเขาราวเทียนทอง หมู่ที่ 10 ตำบลเนินฆ้อ อำเภอเนินฆ้อ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นป่าชุมชนแห่งแรกของประเทศไทย เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2542 โดยมีป่าชุมชนในอำเภอต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 21: แสดงป่าชุมชนที่ได้รับการจัดตั้งจากกรมป่าไม้ จำนวน 53 แห่ง

อำเภอ	จำนวน (แห่ง)	เนื้อที่ (ไร่)
เมืองชัยนาท	14	3,184-2-13
มโนรมย์	4	1,054-3-90
วัดสิงห์	5	493-1-44
สรรพยา	-	-
สรรคบุรี	2	25-0-0
หันคา	14	6,301-2-78
หนองมะโมง	9	3,343-1-56
เนินฆ้อ	5	3,521-2-65
รวม	53	17,924-2-46

นอกจากนี้จังหวัดชัยนาท ยังมีไม้ยางนาซึ่งเป็นไม้ที่มีคุณค่าสำคัญทางเศรษฐกิจ ขึ้นอยู่จำนวนมาก โดยมักจะขึ้นเป็นกลุ่มบริเวณที่ราบลุ่มสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำน้อย และแม่น้ำท่าจีน ในท้องที่อำเภอเมืองชัยนาท มโนรมย์ สรรพยา สรรคบุรี วัดสิงห์ และหันคา

สภาพพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาราวเทียน ส่วนใหญ่เป็นป่าเบญจพรรณที่ไม่มีไม้สัก มีเพียงไม้ขนาดเล็กถึงขนาดกลางขึ้นกระจายอยู่ทั่วไป ลักษณะเป็นป่าโปร่ง พื้นที่ป่าส่วนใหญ่เป็นป่าไผ่รวก ส่วนป่าสงวนแห่งชาติ ป่าเขาช่องลมและป่าเขาหลัก มีลักษณะเป็นภูเขาหินปูน มีหน้าผาสูงชัน สภาพป่าเป็นป่าโปร่ง มีไม้ขนาดเล็กขึ้นตามหน้าผาหิน และบางส่วนที่เป็นที่ราบ มีสภาพป่าเป็นป่าเบญจพรรณและมีไม้ไผ่รวก ไม้ป่าขึ้นกระจายอยู่ทั่วไป ตลอดจนพื้นที่ป่าตามพระราชบัญญัติป่าไม้ พุทธศักราช 2484 ซึ่งเป็นภูเขาสูงเล็ก ๆ ที่อยู่ตามอำเภอต่าง ๆ ไม่มีไม้มีค่าขนาดใหญ่ มีเพียงไม้ขนาดเล็ก ไผ่รวก และไม้ป่าขึ้นกระจายอยู่ทั่วไป สภาพป่าเสื่อมโทรม ลักษณะดินเป็นดินลูกรังขาดความอุดมสมบูรณ์ มีความแห้งแล้ง ปัญหาการลักลอบตัดไม้ทำลายป่าไม่มีความรุนแรง แต่มี

ปัญหาการขยายพื้นที่เกษตรกรรมเข้าไปในพื้นที่ป่า เช่น ปลุกอ้อย และมันสำปะหลัง ทำให้พื้นที่ป่าไม้ ในช่วงปี 2551-2556 ลดลงจาก 47,887.50 ไร่ เหลือ 37,785.68 ไร่ และเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัด กลุ่มภาคกลางตอนบนที่ 2 ปรากฏว่าจังหวัดชัยนาทมีพื้นที่น้อยกว่าจังหวัดลพบุรี 12.09 เปอร์เซ็นต์ แต่ในขณะที่จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดอ่างทองไม่มีพื้นที่ป่า ดังนี้

ตารางที่ 22: พื้นที่ป่าจังหวัดชัยนาทเปรียบเทียบกับจังหวัดกลุ่มภาคกลางตอนบนที่ 2

จังหวัด	เนื้อที่จังหวัด (ไร่)	เนื้อที่ป่าไม้ (ไร่)			ร้อยละของพื้นที่จังหวัด (%)		
		2547	2551	2556	2547	2551	2556
ชัยนาท	1,543,593.75	36,687.50	47,887.50	37,785.68	2.38	3.10	2.45
ลพบุรี	3,874,843.75	456,875.00	684,850.00	563,426.57	11.79	17.67	14.54
สิงห์บุรี	514,050.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
อ่างทอง	605,231.25	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	6,537,718.75	493,562.50	732,737.50	601,212.25	14.17	20.77	16.99

แนวโน้มของสถานการณ์ป่าไม้ในจังหวัดชัยนาท คาดว่าจะดีขึ้นตามลำดับ เนื่องจาก รัฐบาลได้ประกาศให้ปัญหาการบุกรุกทำลายทรัพยากรป่าไม้ เป็นวาระแห่งชาติและมีแผนแม่บทแก้ไข ปัญหาการบุกรุกทำลายทรัพยากรป่าไม้ การบุกรุกที่ดินของรัฐ และการบริหารจัดการทรัพยากร ธรรมชาติอย่างยั่งยืน ประกอบกับจังหวัดชัยนาทมีนโยบายในการปลูกป่าและปลูกต้นไม้ตามโครงการ ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2556 จนถึงปัจจุบัน อีกทั้งปลูกจิตสำนึกให้ราษฎรที่อาศัยอยู่รอบป่า อนุรักษ์และหวงแหนป่าไม้และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการป่าในรูปแบบของป่าชุมชน ตลอดจน ส่งเสริมให้วัด โรงเรียน และชุมชน ปลูกต้นไม้เพิ่มพื้นที่สีเขียวและลดสภาวะโลกร้อน

(3) ทรัพยากรน้ำ จังหวัดชัยนาทมีแหล่งน้ำ ดังนี้

(3.1) แหล่งน้ำธรรมชาติ

(3.1.1) แหล่งน้ำผิวดิน ได้แก่ แม่น้ำ ลำคลอง หนอง บึง โดยจังหวัด ชัยนาทมีแม่น้ำสำคัญไหลผ่าน 3 สาย ได้แก่ 1) แม่น้ำเจ้าพระยา ไหลผ่าน อ.มโนรมย์ อ.วัดสิงห์ อ.เมือง และ อ.สรรพยา 2) แม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำมะขามเฒ่า ไหลผ่าน อ.วัดสิงห์ อ.เมือง และ อ.หันคา 3) แม่น้ำน้อย ไหลผ่าน อ.เมือง และ อ.สรรคบุรี นอกจากนี้ ยังมี แหล่งน้ำธรรมชาติ ประเภท ห้วย หนอง คลอง สระ และบึง มีอยู่กระจัด กระจายทั่วไป ซึ่งมีจำนวนแหล่งน้ำธรรมชาติ ดังนี้

1) มีห้วย	จำนวน	13	แห่ง
2) มีหนอง	จำนวน	176	แห่ง
3) มีคลอง	จำนวน	62	แห่ง
4) มีสระ	จำนวน	187	แห่ง
5) มีบึง	จำนวน	28	แห่ง

(3.2) แหล่งน้ำชลประทาน

จังหวัดชัยนาทมีโครงการของกรมชลประทานเข้ามาดำเนินการทั้งโครงการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 70 % ของพื้นที่การเกษตร มีโครงการชลประทานรวมทั้งสิ้น 8 โครงการ มีพื้นที่โครงการ 776,208 ไร่ คลองชลประทาน ซึ่งมีหลายสายไหลผ่านพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ คลองอนุศาสนนันท์ คลองมหาราช คลองบรมธาตุ คลองพลเทพ เป็นต้น ล้วนเป็นแหล่งน้ำสำคัญสำหรับการเกษตรตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วไป

ตารางที่ 23: ข้อมูลพื้นที่โครงการในเขตจังหวัดชัยนาท (สรุปเป็นรายโครงการ)

ลำดับ	ชื่อโครงการ	พื้นที่โครงการ (ไร่)	พื้นที่ชลประทาน (ไร่)
1	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาพลเทพ	103,000	96,300
2	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาท่าโบสถ์	90,403	81,362
3	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาบรมธาตุ	264,727	238,307
4	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาชันสูตร	12,300	11,100
5	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาเขื่อนเจ้าพระยา	630	-
6	โครงการชลประทานชัยนาท	72,791	67,744
7	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษามโนรมย์	179,338	164,369
8	โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษามหาราช	53,019	39,410
รวม		776,208	698,592

ที่มา: สำนักชลประทานที่ 12 จังหวัดชัยนาท (ข้อมูล ณ เดือนกรกฎาคม 2558)

ตารางที่ 24: ข้อมูลพื้นที่ของอำเภอต่าง ๆ ในเขตจังหวัดชัยนาท

ลำดับ	อำเภอ	พื้นที่ทั้งหมด 100% (ไร่)	ในเขตชลประทาน (ไร่)	นอกเขตชลประทาน (ไร่)
1	เมืองชัยนาท	159,611	112,034	47,577
2	สรรพยา	142,673	115,275	27,398
3	สรรคบุรี	221,747	181,803	39,944
4	หันคา	337,027	142,313	194,714
5	วัดสิงห์	174,099	65,188	108,911
6	มโนรมย์	141,027	81,979	59,048
7	หนองมะโมง	204,850	-	204,850
8	เนินขาม	162,557	-	162,557
รวม		1,543,591	698,592	844,999
คิดเป็น %		100%	45.26%	54.74%

ที่มา: สำนักชลประทานที่ 12 จังหวัดชัยนาท (ข้อมูล ณ กรกฎาคม 2558)

การจัดการทรัพยากรน้ำพื้นที่จังหวัดชัยนาท ในส่วนของแม่น้ำท่าจีน มีน้ำต้นทุนมาจากแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณปากคลองมะขามเฒ่า อำเภอวัดสิงห์ แล้วไหลผ่านอำเภอเมือง และอำเภอหันคา มีประตุน้ำในพื้นที่จังหวัดชัยนาท 2 แห่ง คือ และประตุน้ำพลเทพ ตั้งอยู่ในอำเภอวัดสิงห์ และประตุน้ำท่าโบสถ์ ตั้งอยู่ในอำเภอหันคา ซึ่งอัตราการระบายน้ำสูงสุด 320 ลูกบาศก์เมตรต่อวินาที เพื่อการควบคุมปริมาณน้ำ โดยประตุน้ำท่าหน้าทีเก็บกักน้ำและระบายน้ำเข้าสู่คลองชลประทานในพื้นที่ลุ่มน้ำท่าจีนตอนบนและตอนกลาง ในจังหวัดชัยนาท และจังหวัดสุพรรณบุรี โดยน้ำที่ส่งผ่านเข้าสู่คลองชลประทาน จะเก็บน้ำไว้ใช้ในการเกษตรกรรมและการอุปโภคบริโภคในช่วงฤดูแล้งและในช่วงฤดูฝนจะมีการระบายน้ำออกจากคลองชลประทานลงสู่แม่น้ำท่าจีนสำหรับแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งไหลผ่านอำเภอมโนรมย์ อำเภอวัดสิงห์ อำเภอเมือง และอำเภอสรรพยา มีเขื่อนเจ้าพระยา ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอสรรพยา ในการควบคุมปริมาณน้ำ ซึ่งมีการควบคุมอัตราการระบายน้ำ 2,500 ลูกบาศก์เมตรต่อวินาทีและมีอัตราการระบายน้ำสูงสุด 3,300 ลูกบาศก์เมตรต่อ

วียนาที่ นอกจากนี้ยังมีประตูละบายน้ำอนุศาสนนันท์ (คลองมโนรมย์) ตั้งอยู่ที่อำเภอมโนรมย์ ที่ควบคุมปริมาณน้ำในพื้นที่จังหวัดชัยนาท ส่วนแม่น้ำน้อยไหลผ่านอำเภอเมือง และอำเภอสรรคบุรี มีประตูละบายน้ำ 1 แห่ง ในพื้นที่จังหวัดชัยนาท คือ ประตูละบายน้ำบรมธาตุ ตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง บริเวณปากแม่น้ำน้อย มีอัตราการระบายน้ำสูงสุด 270 ลูกบาศก์เมตรต่อวินาที

(4) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

1) สวนนกชัยนาท

เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและอนุรักษ์พันธุ์นกที่ได้รับเริ่มขึ้นเมื่อปี 2526 ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาพลอง หมู่ที่ 4 ตำบลเขาท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท ปัจจุบันมีพื้นที่ 248 ไร่เศษ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้และชื่อเสียงแก่จังหวัดชัยนาทเป็นอย่างมาก โดยมีองค์ประกอบที่ได้สร้างขึ้นให้มีสภาพเป็นธรรมชาติและองค์ประกอบทางด้านสิ่งก่อสร้าง เช่น กรงนกใหญ่ที่สุดในเอเชีย อาคารแสดงพันธุ์ปลาลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ศูนย์วิทยาศาสตร์ท้องฟ้าจำลองฯ พิพิธภัณฑ์ไข่นก (Egg Museum) ฯลฯ



2) เขื่อนเจ้าพระยา

เขื่อนเจ้าพระยาเป็นเขื่อนเพื่อการชลประทานขนาดใหญ่ที่สร้างขึ้นเป็นเขื่อนแรกของประเทศไทย ลักษณะเขื่อนมีความยาว 237.50 เมตร มีช่องระบายน้ำ 16 ช่อง มีประตูเรือติดกับเขื่อนด้านขวากว้าง 14 เมตร ให้เรือขนาดใหญ่ผ่านเข้าออกได้ เขื่อนเจ้าพระยาเป็นเขื่อนชลประทาน ประเภททดน้ำ-ส่งน้ำ และผลิตกระแสไฟฟ้าในกิจการของเขื่อนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยัง

มีทิวทัศน์สวยงามมากเป็นเขื่อนที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปชมอย่างใกล้ชิดได้ โดยเฉพาะในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปีจะมีน้ำเปิดน้ำจำนวนนับหมื่นตัวมาอาศัยอยู่บริเวณเหนือเขื่อน



3) วัดปากคลองมะขามเฒ่า

เป็นวัดเก่าแก่ที่มีชื่อเสียงทางพระเครื่อง คือ หลวงปู่ศุข ซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วประเทศ ภายในพระอุโบสถมีภาพเขียนฝีพระหัตถ์ของสมเด็จพระปฐมบรมมหาชนกสำหรับนามมะขามเฒ่านี้มีตำนานเล่าว่าแต่ก่อนมีต้นมะขามอายุนับร้อยปีอยู่ตรงหน้าวัดริมฝั่ง เมื่อตลิ่งพังต้นมะขามจึงจมหายไป สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งของวัดนี้ก็คือ มณฑปวัดปากคลองมะขามเฒ่าเป็นมณฑปแห่งเดียว ที่มีวิธีการสร้างแปลก กล่าวคือ หลวงปู่ศุขได้ใช้วิชาอาคมขลังสร้างขึ้นอย่างถูกต้องตามวิธีการ เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ซึ่งปัจจุบันได้รับการบูรณะซ่อมแซม เป็นสถานที่สักการะแก่ลูกศิษย์และประชาชนทั่วไป



4) วัดธรรมามูลวรวิหาร

เป็นพระอารามหลวงตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ด้านทิศตะวันออกห่างจากจังหวัดชัยนาท ขึ้นไป 8 กิโลเมตร ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาธรรมามูล อำเภอเมืองชัยนาท เป็นวัดเก่าแก่อีกเป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดชัยนาท มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา (นักประวัติศาสตร์บางท่านเชื่อว่าวัดนี้สร้างในสมัยพญาลิไท กษัตริย์ราชวงศ์สุโขทัย) ในสมัยก่อนตรงบริเวณหน้าวัดจะเป็นสถานที่จัดงานแข่งเรือของชาวชัยนาท สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และนครสวรรค์ ซึ่งเป็นงานใหญ่มากในสมัยนั้นใน

พระวิหารมีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ คือ “หลวงพ่อธรรมจักร” เป็นพระพุทธรูปยืน ในฝ่าพระหัตถ์ที่ยกขึ้น ลักษณะปางห้ามญาติ มีรูปธรรมจักรติดอยู่ แปลกกว่าพระพุทธรูปปางห้ามญาติทั่ว ๆ ไป จึงได้นามว่า “หลวงพ่อธรรมจักร” ลักษณะพระพุทธรูปเป็นศิลปะแบบอยุธยาผสมสุโขทัย และสิ่งที่น่าสนใจ คือ ใบเสมา ซึ่งตั้งรายรอบพระอุโบสถเป็นศิลปะทวายสีแดงสลักลวดลายต่าง ๆ เป็นศิลปะแบบสมัยอยุธยา



5) วัดพระบรมธาตุวรวิหาร

ตั้งอยู่ที่บ้านท้ายเมืองฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยา จากหลักฐานตามศิลปวัตถุที่ค้นพบพอสันนิษฐานได้ว่า สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น มีตำนานพื้นบ้านเล่ากันว่า มีพระภิกษุรูปหนึ่งลงไปสรงน้ำที่หน้าวัดในเวลาจวนจะพลบค่ำได้ยินเสียงวัดถูกระทบขึ้นตักน้ำและเห็นแสงเป็นประกายจึงหยิบมาดูก็แน่ใจว่าเป็นพระบรมสารีริกธาตุ จึงอัญเชิญบรรจุไว้ในองค์พระเจดีย์ ลักษณะของพระเจดีย์ยังเป็นปัญหาของนักโบราณคดีอยู่ จนทุกวันนี้ บางท่านก็ว่าเป็นศิลปะแบบอู๋ทอง บ้างก็ว่าเป็นศิลปะสุโขทัยที่มีอิทธิพลศิลปะศรีวิชัยผสม องค์พระเจดีย์ตั้งอยู่บนฐานสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมขึ้นไปรองรับซุ้มจรนำทั้งสี่ด้าน ซุมนามีลักษณะใกล้เคียงกับซุ้มจรนำที่เจดีย์วัดภูเขาทองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นอกจากนั้นยังมีจารึกยืนยันการปฏิสังขรณ์ในสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศปรากฏอยู่ที่วัดพระบรมธาตุวรวิหารนี้ด้วย



6) หมู่บ้านวัฒนธรรมลาวครั้งบ้านกุดจอก

บ้านกุดจอก ตำบลกุดจอก อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท ชุมชนวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของตนเองไว้อย่างเหนียวแน่น อาทิ ประเพณีบายศรีสู่ขวัญต้อนรับผู้มาเยี่ยมเยือน ภาษาพูด ดนตรีพื้นเมือง อาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำขนมจีนโบราณ ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการรักษาด้วยสมุนไพร การนวดแผนโบราณ การแต่งกายด้วยผ้าทอพื้นบ้าน การทอผ้าลวดลายที่มีเอกลักษณ์คือ ผ้าขิด ผ้าจก และผ้ามัดหมี่ ทอทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม ผ้าทอที่ใช้ในพิธีทางศาสนา ผ้าคลุมหวนาค ผ้าห่อคัมภีร์ ผ้าทอใช้ในชีวิตประจำวัน ผ้าซิ่น ผ้าขาวม้า หมอนน้อย หมอนเท้า ถูขนมนเส้น และมีการจัดงานประเพณีท้องถิ่นที่ได้ยึดถือกันมายาวนาน โดยเฉพาะงานประเพณีสงกรานต์ “ต้อนฮับสังขาร บุญสงกรานต์ปีใหม่ไท” ซึ่งถือได้ว่าเป็นงานประเพณีที่สำคัญของจังหวัดชัยนาท มีศูนย์สาธิตวิถีชีวิตชุมชน ได้แก่ การทอผ้า การสีข้าวและการดำข้าวแบบโบราณ การทำข้าวกล้อง การจักสานไม้ไผ่ และศูนย์แพทย์แผนไทย เป็นต้น



7) หมู่บ้านวัฒนธรรมลาวเวียง บ้านเนินขาม

บ้านเนินขาม ตำบลเนินขาม อำเภอนีนขาม เป็นชุมชนเก่าแก่ มีอายุยาวนานหลายร้อยปี สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน สาเหตุที่เรียกว่า เนินขาม เนื่องจากบรรพบุรุษที่ย้ายถิ่นฐานมาตั้งบนเนินสูง น้ำท่วมไม่ถึง บริเวณรอบเนินขาม มีต้นมะขามขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก บรรพบุรุษจึงเรียกเนินนี้ว่า “เนินมะขาม” ต่อมาจึงกลายเป็นชื่อ “เนินขาม” จนถึงปัจจุบัน ในปัจจุบันประชากรของเนินขาม ยังมีการสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมไว้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ การบายศรีสู่ขวัญ ประเพณีการแต่งงานแบบลาวเวียง ประเพณีการก่อกองทราย ประเพณีธงขึ้น ประเพณีแห่เสื่อ ประเพณีสารทลาว มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นและสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน คือ วัฒนธรรมการทอผ้าและวัฒนธรรมการแต่งกาย ภาษาที่ใช้สื่อสารกันในห้องถิ่น ยังเป็นภาษา “ลาว” หรือเรียกว่า “ภาษาไทยอีสาน” ประเพณีทั่วไปคล้ายคลึงกับคนไทย ในภาคกลาง จะมีแตกต่างกันคือ สารทลาว ซึ่งตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 ของทุกปี และชาวลาวจะกว่นกระยาสารทนำไปเยี่ยมญาติ นอกจากนี้ ในวันที่ 30-31 ธันวาคม ของทุกปี ชาวลาวเวียง ตำบลเนินขาม จะจัดกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมลาวเวียง มีการแสดง แสง สี เสียง ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมลาวเนินขามและการเดินแบบผ้าทอพื้นเมือง ซึ่งเป็นผ้าที่มีชื่อเสียงอยู่ในขณะนี้

นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวข้างต้น จังหวัดชัยนาทยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชัยนาทมูณิ เป็นพิพิธภัณฑ์สถานประจำจังหวัดชัยนาท ตั้งอยู่ในบริเวณวัดพระบรมธาตุวรวิหาร วัดมหาธาตุ วัดพระแก้ว และสวนลิง เป็นต้น



ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

สถิติรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา พ.ศ. 2555 -พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยในปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 33.83 คือจาก 511.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 684.35 ล้านบาท และเมื่อเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2557 กับค่าเฉลี่ยย้อนหลัง 3 ปี (พ.ศ. 2554 -2556) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 70.52 คือจาก 401.32 ล้านบาทเพิ่มขึ้นเป็น 684.35 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2558 ก็คาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา พ.ศ. 2555 -2557 เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2555 ที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 ถึงร้อยละ 140.05 คือจาก 163,371 คน เพิ่มขึ้นเป็น 392,174 ทั้งนี้ เนื่องจากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมาจังหวัดชัยนาทได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นประจำทุกเดือน ประกอบกับได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดชัยนาท ได้แก่ สวนนกชัยนาทให้มีกิจกรรมที่หลากหลายรวมถึงการพัฒนาเขื่อนเจ้าพระยา จนทำให้สามารถสร้างแรงดึงดูดให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาชัยนาทมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงมาจากจังหวัดภายในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 ด้วยกัน คือ จังหวัด ลพบุรี สิงห์บุรี และอ่างทอง รวมทั้งจังหวัด ช่างเคียงที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอุทัยธานี และจังหวัด นครสวรรค์ สำหรับในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดชัยนาทมั่นใจว่า จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทจะเพิ่มขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2557 และค่าเฉลี่ย 3 ปี (พ.ศ. 2555 -2557) เช่นกัน เนื่องจากในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดชัยนาทได้จัดทำโครงการชัยนาทเมืองจักรยาน โดยได้มีการขับเคลื่อนโครงการภายใต้ชื่อ “ชัยนาท เมืองจักรยาน 12 เดือนแห่งการปั่น” ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีการจัดกิจกรรม (Event) การปั่น/ แข่งจักรยานในรูปแบบต่าง ๆ ครบทั้ง 12 เดือน ซึ่งจะมีรูปแบบงานในแต่ละเดือนที่ให้บริการและความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป ทั้งการปั่นเพื่อการแข่งขัน การปั่นเพื่อชมความงดงามของธรรมชาติ วิถีชีวิตในชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวในชัยนาท ซึ่งจากการจัดกิจกรรม

ตั้งแต่เดือนมกราคม – สิงหาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา มีนักปั่นเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก โดยในช่วงของการจัดกิจกรรมทำให้ที่พักรถทุกแห่งของจังหวัดชัยนาทเต็ม ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จเกินความคาดหมาย ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเติบโตขึ้น

โครงการของจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กิจกรรมหลัก: ส่งเสริมการปั่นจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วงเงิน 28,200,000 บาท

ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด: การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และวิถี

ชีวิตชุมชน

กลยุทธ์: ส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

หน่วยดำเนินการ: แขวงทางหลวงชัยนาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ: นายอนุสรณ์ ศรีวงษ์ญาติดี

ตำแหน่ง: ผู้อำนวยการแขวงทางหลวงชัยนาท

สถานที่ติดต่อ: แขวงทางหลวงชัยนาท หมายเลขโทรศัพท์: 0-5641-1649

(1) หลักการและเหตุผล

(1.1) ที่มา: (ระบุ เช่น มติ ครม. นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาจังหวัด/ กลุ่มจังหวัด หรืออื่น ๆ)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันอย่างยั่งยืน เป้าหมายที่ 2 การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา ได้มีแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนภาคบริการและการท่องเที่ยว และปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยมีวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยในภาคบริการได้เน้นให้ธุรกิจบริการเดิมได้รับการพัฒนาระดับคุณภาพและศักยภาพให้สูงขึ้น และส่งเสริมธุรกิจบริการอนาคตให้เป็นฐานรายได้ใหม่ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการลงทุน และการให้บริการของภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนส่งเสริมประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ทุกภาคส่วน เพื่อการพัฒนาในทุกระดับอย่างสมดุลมีเสถียรภาพ และยั่งยืน

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าสถานการณ์ความไม่แน่นอนทั้งจากผู้อพยพย้ายถิ่นฐาน ภัยธรรมชาติ โรคระบาด และการปรับตัวของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ตลอดจนความไม่แน่นอนทั้งในด้านเศรษฐกิจและการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ล้วนแต่เป็นปัจจัยลบต่อการท่องเที่ยว แต่แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก รวมทั้งสิ้นประมาณ 900-920 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3-4 ในทุกปี และก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกประมาณ 870-880 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีประเทศจีนเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวของโลก องค์การการท่องเที่ยวโลก ประเมินการว่าภายในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 1,561 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 4.1 ต่อปี

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาด นักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้น ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยลงในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง นิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มที่สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวมีความสนใจพิเศษมีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีแนวโน้มที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เข้าถึงแก่นแท้ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย

(1.2) สรุปสาระสำคัญ

สภาพปัญหา/ ความต้องการ:

จังหวัดชัยนาทมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่สร้างรายได้ และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด อาทิ สวนนกชัยนาท เขื่อนเจ้าพระยา วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดธรรมามูลวรวิหาร วัดพระบรมธาตุวรวิหาร และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชัยนาทเป็นต้น ในส่วนของประเพณีและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานมหกรรมหุ่นฟางนกและงานกาชาดจังหวัดชัยนาท งานวันส้มโอขาวแตงกวาจังหวัดชัยนาท งานประเพณีแข่งเรือชิงถ้วย

พระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และแห่เทียนพรรษา และขุนสรรค์วีระชนแห่งลุ่มแม่น้ำน้อย เป็นต้น

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา ปี 2556 -2558 เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 402,894 คน และในปี 2557 เท่ากับ 523,053 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.82 สำหรับปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 739,621 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 41.40 ในส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) ก็เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2557 เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 33.83 คือ จาก 511.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 684.35 ล้านบาท และในปี 2558 มีรายได้เท่ากับ 1,023.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 49.52

ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยม และสนใจของนักท่องเที่ยว จังหวัดชัยนาทเล็งเห็นถึงคุณประโยชน์นานับประการของการขี่จักรยาน จึงได้ร่วมกับชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพจังหวัดชัยนาท ซึ่งมีความเข้มแข็ง และจากสำรวจข้อมูลกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานเพื่อสุขภาพและท่องเที่ยวในพื้นที่ 8 อำเภอ มีจำนวน 44 กลุ่ม/ มีสมาชิก 2,362 คน ส่งเสริมให้ประชาชนหันมาออกกำลังกายโดยการปั่นจักรยาน ลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลหันมานิยมใช้รถจักรยานในชีวิตประจำวัน และปั่นจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการปั่นจักรยานเพื่อการออกกำลังกายและการท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี 2558 ซึ่งปรากฏว่ามีนักปั่นทั้งชาวชัยนาท และนักปั่นจากทั่วประเทศเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากกิจกรรมละประมาณ 2,000 คน ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง นอกจากจะเป็นการส่งเสริมการออกกำลังกายแล้ว ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเติบโตขึ้น และ 2 ปีที่ผ่านมาจังหวัดชัยนาทได้รับงบประมาณในการพัฒนาเส้นทางจักรยานจากกรมการท่องเที่ยว และงบพัฒนาจังหวัด ทำให้ความพร้อมในเรื่องเส้นทางซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่จะรองรับนักปั่นจักรยานได้มากยิ่งขึ้น

ประกอบกับกระทรวงคมนาคม กรมทางหลวงได้จัดทำโครงการก่อสร้างถนนที่จะใช้ทำทางจักรยาน โครงการก่อสร้างทางจักรยานเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว 5 ธันวาคม 2558 ระยะทาง 184.4 กิโลเมตร อยู่ในความรับผิดชอบของ 3 หน่วยงาน คือ กรมทางหลวงชนบท ระยะทาง 124.8 กิโลเมตร กรมทางหลวง ระยะทาง 55 กิโลเมตร และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ระยะทาง 5 กิโลเมตร สำหรับแนวเส้นทางจะพาดผ่าน 5 จังหวัด มีจุดเริ่มต้นที่ศูนย์บริการการกีฬา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดปทุมธานี มุ่งหน้าสู่ทางหลวงหมายเลข 3214 (เส้นทางข้ามมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดอ่างทอง จังหวัดสิงห์บุรี มาสิ้นสุดที่เขื่อนเจ้าพระยา จังหวัดชัยนาท เส้นทางนี้นอกจากจะเป็นทางจักรยานเพื่อเป็นพื้นที่สันทนาการให้ประชาชนได้ใช้ออกกำลังกายด้วยการปั่นจักรยานแล้วยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ของประเทศด้วย เนื่องจากตลอดเส้นทางทั้ง 5 จังหวัด จะมีแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานมากมาย กระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ

จังหวัดชัยนาทเห็นว่าจากศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดชัยนาทข้างต้น และโอกาสในการที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆตามเส้นทางที่กรมทางหลวงได้จัดทำขึ้น จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กิจกรรมหลัก: ส่งเสริมการปั่นจักรยาน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ) ขึ้น

ความเร่งด่วน: มีความจำเป็นต้องดำเนินการ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนได้ระดับหนึ่งโดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นชุมชน ทั้งจากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร และบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัด

(2) ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

(2.1) วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น
- 2) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการเชื่อมโยงกับกิจกรรมการปั่นจักรยาน
- 3) เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น
- 4) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการหมุนเวียนอย่างคล่องตัว โดยการสร้างโอกาสและกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาท

(2.2) สถานภาพของโครงการ

☒ โครงการเดิม ☐ โครงการใหม่

(2.3) ประเภทของโครงการ

☐ พัฒนา ☒ ดำเนินงานปกติ

(2.4) ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ 1 ปี: เริ่มต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

(1 ตุลาคม 2560) สิ้นสุดปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (30 กันยายน 2561)

(2.5) สถานที่ดำเนินโครงการ: จังหวัดชัยนาท

(3) กลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(3.1) กลุ่มเป้าหมาย: นักปั่นจักรยานในพื้นที่จังหวัดชัยนาท

(3.2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ประชาชนจังหวัดชัยนาท นักปั่นจักรยานและนักท่องเที่ยวจากจังหวัดต่าง ๆ

(4) เป้าหมาย ผลลัพธ์ และผลกระทบโครงการ

(4.1) เป้าหมายโครงการ

ตัวชี้วัด จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมการปั่นจักรยานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20

(4.2) ผลผลิต

1) เส้นทางจักรยานได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ได้มาตรฐาน จำนวน 1 เส้นทาง

2) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมการปั่นจักรยานเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20

(4.3) ผลลัพธ์

1) จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7

2) รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2

(4.4) ผลกระทบ

- เชิงบวก:
- 1) นักปั่นจักรยานมีสุขภาพร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงขึ้น
 - 2) ลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล
 - 3) ประชาชนจังหวัดชัยนาทมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

เชิงลบ: -

(5) แนวทางการดำเนินงาน

(แสดงรายละเอียดกิจกรรมที่จะทำภายใต้โครงการที่จังหวัดเสนอขอ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระยะเวลาที่จะเริ่มดำเนินการของแต่ละกิจกรรมสำคัญด้วย)

กิจกรรมสำคัญ	ระยะเวลาที่จะเริ่มดำเนินการ			
	ก.ย.-ธ.ค. 60	ม.ค.-มี.ค. 61	เม.ย.-มิ.ย. 61	ก.ค- ก.ย. 61
กิจกรรมที่ 1: พัฒนาเส้นทางจักรยาน หน่วยงานรับผิดชอบ: แขวงทางหลวง ชัยนาท				
1.1 ก่อสร้างเส้นทางจักรยาน Bike Lane (ทางหลวงหมายเลข 1 ตอนควบคุม 0700 ตอน ดอนรังนก - หางน้ำหนองแถม ระหว่าง กม.294+400 - กม.300+000 (ขา เข้า จ.ชัยนาท) ระยะทาง 5.6 กม.		✓		
1.2 ปรับปรุงภูมิทัศน์เส้นทางจักรยาน ทางหลวงหมายเลข 1 ตอนควบคุม 0700 ตอน ดอนรังนก - หางน้ำหนองแถมระหว่าง กม.282+000 - กม.290+050 (ขาเข้า จ. ชัยนาท) ระยะทาง 8.050 กม. (เส้นทางที่ได้ ดำเนินการไปแล้วเมื่อปี 2559 -2560) โดย การปลูกไม้ดอก ไม้ประดับบริเวณเกาะแบ่ง ถนนระหว่างทางจักรยานกับทางสายหลัก ตลอดเส้นทาง เป็นการจัดสรรช่องทางขี่ จักรยาน และสร้างสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม ให้นักปั่น	✓			
กิจกรรมที่ 2: การจัดกิจกรรม (Event) ส่งเสริมการปั่นจักรยาน หน่วยงานรับผิดชอบ: ส่วนราชการ รับผิดชอบกิจกรรมประจำเดือน				
2.1 ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมส่งเสริม การปั่นจักรยาน ผ่านสื่อต่าง ๆ	✓			
2.2 จัดกิจกรรมส่งเสริมการปั่นจักรยาน 2 เดือน/ ครั้ง	✓			

(6) วิธีการดำเนินงาน

☐ ดำเนินการเอง ☒ จ้างเหมา

(7) วงเงินของโครงการ 28,200,000 บาท

(8) ความพร้อมของโครงการ

(8.1) พื้นที่ดำเนินโครงการ

☒ ดำเนินการได้ทันที หมายถึง ได้ศึกษาความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่ดำเนินการหรือได้รับอนุญาตตามกฎหมายแล้วและสามารถดำเนินการได้ทันที

☐ อยู่ในช่วงเตรียมการ หมายถึง ได้ศึกษาความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่ดำเนินการแล้ว อยู่ในช่วงจัดเตรียมพื้นที่ หรือกำลังแก้ไขปัญหา/ อุปสรรคต่าง ๆ หรือเตรียมการขออนุญาตตามกฎหมาย

☐ อยู่ในช่วงศึกษาความเหมาะสม และคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ

(8.2) แบบรูปรายการ/ แผนการปฏิบัติงาน

☒ มี และสมบูรณ์ (ให้ระบุชื่อหน่วยงานเจ้าของรูปแบบรายการที่ใช้).....

☐ มี แต่ยังไม่สมบูรณ์ (ให้ระบุชื่อหน่วยงานเจ้าของรูปแบบรายการที่ใช้).....

☐ ไม่มี

(8.3) ความพร้อมของบุคลากร เครื่องมือ และเทคนิคการดำเนินการ

● บุคลากรมีประสบการณ์ ☒ ทั้งหมด

☐ บางส่วน

☐ ไม่มีประสบการณ์

● เครื่องมือดำเนินการ ☒ มีพร้อมดำเนินการได้ทันที

☐ มีบางส่วนต้องจัดหาเพิ่มเติม

☐ ไม่มี ต้องจัดหาเพิ่มเติม

● เทคนิคในการบริหารจัดการ ☒ มีประสบการณ์สูง

☐ มีประสบการณ์ปานกลาง

☐ ไม่มีประสบการณ์

(8.4) ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

- ☐ ผ่านคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติแล้ว
- ☐ อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
- ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติยังไม่พิจารณา

(8.5) รายงานการศึกษาความเหมาะสม (FS)

- ☒ ไม่ต้องทำรายงานการศึกษา
- ☐ ต้องทำรายงานการศึกษา

(9) วิธีการบริหารจัดการหรือการดูแลบำรุงรักษาเมื่อโครงการแล้วเสร็จ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของโครงการ:

- 1) เส้นทางจักรยานซึ่งดำเนินการบนเส้นทางที่อยู่ในความรับผิดชอบของแขวงทางหลวงชัยนาท แขวงทางหลวงชัยนาทซึ่งมีบุคลากรพร้อม จะดำเนินการดูแลรักษาเส้นทาง และสภาพภูมิทัศน์ที่ได้ปรับปรุงให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกชมรมจักรยานจังหวัดชัยนาท
- 2) ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพจังหวัดชัยนาท จะเป็นองค์กรหลักในการสืบสานการจัดกิจกรรมส่งเสริมการปั่นจักรยานของจังหวัดชัยนาทให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นที่รู้จักของนักปั่นและนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป

(10) ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัด: ไม่มี

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน

กิจกรรมหลัก: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน วงเงิน 9,510,000 บาท

ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด: การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และวิถีชุมชน

กลยุทธ์: ส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

หน่วยดำเนินการ: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ: นายประสาน หงษ์ทอง

ตำแหน่ง: ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท

สถานที่ติดต่อ: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท หมายเลขโทรศัพท์ : 0 5647 6644

(1) หลักการและเหตุผล

(1.1) ที่มา: (ระบุ เช่น มติ ครม. นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาจังหวัด/ กลุ่มจังหวัด หรืออื่น ๆ)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันอย่างยั่งยืน เป้าหมายที่ 2 การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา ได้มีแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนภาคบริการและการท่องเที่ยว และปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยมีวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยในภาคบริการได้เน้นให้ธุรกิจบริการเดิมได้รับการพัฒนายกระดับคุณภาพและศักยภาพให้สูงขึ้น และส่งเสริมธุรกิจบริการอนาคตให้เป็นฐานรายได้ใหม่ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการลงทุน และการให้บริการของภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนส่งเสริมประเทศไทยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมุ่งประโยชน์ส่วนร่วมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อการพัฒนาในทุกระดับอย่างสมดุลมีเสถียรภาพ และยั่งยืน

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าสถานการณ์ความไม่แน่นอนทั้งจากผู้ก่อการร้าย ภัยธรรมชาติ โรคระบาด และการปรับตัวของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ตลอดจนความไม่แน่นอนทั้งในด้านเศรษฐกิจและการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ล้วนแต่เป็นปัจจัยลบต่อการท่องเที่ยว แต่แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก รวมทั้งสิ้นประมาณ 900-920 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3-4 ในทุกปี และก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกประมาณ 870-880 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีประเทศจีนเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวของโลก องค์การการท่องเที่ยวโลก ประเมินการว่าภายในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 1,561 ล้านคน โดยมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 4.1 ต่อปี

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาดนักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้น ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยลงในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง นิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มที่สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ มีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีแนวโน้มที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เข้าถึงแก่นแท้ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย

(1.2) สรุปสาระสำคัญ

สภาพปัญหา/ ความต้องการ:

จังหวัดชัยนาทมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่สร้างรายได้ และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด อาทิ สวนนกชัยนาท เชื้อนเจ้าพระยา วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดธรรมามูลวรวิหาร วัดพระบรมธาตุวรวิหาร และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชัยนาทเป็นต้น ในส่วนของประเพณีและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานมหกรรมหุ่นฟางนกและงานกาชาดจังหวัดชัยนาท งานวันส้มโอขาวแตงกวาจังหวัดชัยนาท งานประเพณีแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และแห่เทียนพรรษา และขุนสรศักดิ์วีระชนแห่งลุ่มแม่น้ำน้อย เป็นต้น

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา ปี 2556 -2558 เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 402,894 คน และในปี 2557 เท่ากับ 523,053 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.82 สำหรับปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 739,621 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 41.40 ในส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) ก็เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2557 เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 33.83 คือ จาก 511.37 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 684.35 ล้านบาท และในปี 2558 มีรายได้เท่ากับ 1,023.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 49.52

ปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism – CBT) มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากรูปแบบของการจัดการโดยชุมชนเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการและสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน แสดงให้เห็นถึงการท่องเที่ยวที่นำเสนอองค์ความรู้ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวจากสภาพความเป็นอยู่ของวิถีชุมชน คงเอกลักษณ์ไว้ซึ่งประเพณีและวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่มีคุณค่าของทรัพยากร การท่องเที่ยวที่ยังคงเหลือไว้จนถึงปัจจุบัน กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่เผยแพร่เอกลักษณ์ของชุมชนเฉพาะถิ่นตามแบบวิถีไทยดั้งเดิม และสร้างรายได้ โดยกระจายรายได้จากภาครัฐสู่ชุมชนแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ส่งผลให้เศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น

สำหรับการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน นั้น จังหวัดชัยนาทมีงานประเพณี และวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชุมชน ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองจำนวนมาก ที่คนในชุมชนมีความเข้มแข็ง และความร่วมมือกันในการสืบสานกันมาเป็นเวลายาวนาน ควรค่าแก่การอนุรักษ์ สืบสานและเผยแพร่แต่ส่วนใหญ่เป็นการจัดและการท่องเที่ยวกันเองภายในชุมชน ยังไม่แพร่หลายไปสู่นักท่องเที่ยวภายนอก มีเพียงบางกิจกรรมตามที่กล่าวไปแล้วเท่านั้นที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป หากไม่มีการส่งเสริมหรืออนุรักษ์ไว้ในอนาคตอาจทำให้ประเพณี วัฒนธรรมดังกล่าวหายไป จังหวัดชัยนาทจึงเห็นสมควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนโดยกำหนดเป็นปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี เดือนทั้ง 12 เดือน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแล้วยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน อันทรงคุณค่าให้คงอยู่สืบไป จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว วิถีชีวิตชุมชน (กิจกรรมหลัก: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน) ขึ้น

ความเร่งด่วน: มีความจำเป็นต้องดำเนินการ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนได้ระดับหนึ่งโดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นชุมชน ทั้งจากการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร และบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัด

(2) ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

(2.1) วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดภาวะการณ์ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ และลดสภาวะโลกร้อนจากการเผาผลาญเชื้อเพลิงอย่างไม่คุ้มค่าและท่องเที่ยวในเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น
- 2) เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ภายใต้การท่องเที่ยวโดยชุมชน (และเป็นทางเลือกสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ด้วย)
- 3) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการหมุนเวียนอย่างคล่องตัว โดยการสร้างโอกาสและกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาท
- 4) เพื่ออนุรักษ์และสืบสานประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตชุมชนให้คงอยู่สืบไป

(2.2) สถานภาพของโครงการ

☒ โครงการเดิม☐ โครงการใหม่

(2.3) ประเภทของโครงการ

☐ พัฒนา☒ ดำเนินงานปกติ

(2.4) ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ 1 ปี: เริ่มต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (1 ตุลาคม 2560) สิ้นสุดปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (30 กันยายน 2561)

(2.5) สถานที่ดำเนินโครงการ: จังหวัดชัยนาท

(3) กลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(3.1) กลุ่มเป้าหมาย: นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

(3.2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ประชาชนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
จังหวัดชัยนาท

(4) เป้าหมาย ผลลัพธ์ และผลกระทบโครงการ

(4.1) เป้าหมายโครงการ

ตัวชี้วัด 1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิต
ชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2

2) รายได้จากการท่องเที่ยวจากดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิต
ชุมชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2

(4.2) ผลผลิต

วัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนของจังหวัดชัยนาท
ได้รับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

(4.3) ผลลัพธ์

1) จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2

2) รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2

(4.4) ผลกระทบ

เชิงบวก: ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาท มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นส่งผล
ให้เศรษฐกิจของจังหวัดชัยนาทเติบโตขึ้น

เชิงลบ: -

(5) แนวทางการดำเนินงาน

(แสดงรายละเอียดกิจกรรมที่จะทำภายใต้โครงการที่จังหวัดเสนอขอ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระยะเวลาที่จะเริ่มดำเนินการของแต่ละกิจกรรมสำคัญด้วย)

กิจกรรมสำคัญ	ระยะเวลาที่จะเริ่มดำเนินการ			
	ก.ย.-ธ.ค. 60	ม.ค.-มี.ค. 61	เม.ย.-มิ.ย.61	ก.ค- ก.ย. 61
กิจกรรมที่ 1: การประชาสัมพันธ์กิจกรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน				
1.1 จัดแถลงข่าวภาพรวมของกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน 1 ครั้ง และก่อนการจัดกิจกรรมในแต่ละงาน หน่วยงานรับผิดชอบ: ที่ทำการปกครอง จังหวัดชัยนาท, สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ชัยนาท, อำเภอหันคา, อำเภอวัดสิงห์ และ อำเภอสรรพยา		✓	✓	✓
1.2 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนและการ ประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวผ่านสื่อ ต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หน่วยงานรับผิดชอบ:สำนักงานท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดชัยนาท		✓	✓	✓

(6) วิธีการดำเนินงาน

☐ ดำเนินการเอง ☒ จ้างเหมา

(7) วงเงินของโครงการ 1,500,000 บาท

(8) ความพร้อมของโครงการ

(8.1) พื้นที่ดำเนินโครงการ

☒ ดำเนินการได้ทันที หมายถึง ได้ศึกษาความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่

ดำเนินการหรือได้รับอนุญาตตามกฎหมายแล้วและสามารถดำเนินการได้ทันที

☐ อยู่ระหว่างเตรียมการ หมายถึง ได้ศึกษาความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่

ดำเนินการแล้ว อยู่ระหว่างจัดเตรียมพื้นที่ หรือกำลังแก้ไขปัญหา/ อุปสรรคต่าง ๆ หรือเตรียมการ
ขออนุญาตตามกฎหมาย

☐ อยู่ในระหว่างศึกษาความเหมาะสม และคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ

(8.2) แบบรูปรายการ/ แผนการปฏิบัติงาน

- ☒ มี และสมบูรณ์ (ให้ระบุชื่อหน่วยงานเจ้าของรูปแบบรายการที่ใช้).....
- ☐ มี แต่ยังไม่สมบูรณ์ (ให้ระบุชื่อหน่วยงานเจ้าของรูปแบบรายการที่ใช้).....
- ☐ ไม่มี

(8.3) ความพร้อมของบุคลากร เครื่องมือ และเทคนิคการดำเนินการ

- ☒ บุคลากรมีประสบการณ์ ☒ ทั้งหมด
☐ บางส่วน
☐ ไม่มีประสบการณ์
- ☒ เครื่องมือดำเนินการ ☒ มีพร้อมดำเนินการได้ทันที
☐ มีบางส่วนต้องจัดหาเพิ่มเติม
☐ ไม่มี ต้องจัดหาเพิ่มเติม
- ☒ เทคนิคในการบริหารจัดการ ☒ มีประสบการณ์สูง
☐ มีประสบการณ์ปานกลาง
☐ ไม่มีประสบการณ์

(8.4) ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

- ☐ ผ่านคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติแล้ว
- ☐ อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
- ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติยังไม่พิจารณา

(8.5) รายงานการศึกษาความเหมาะสม (FS)

- ☒ ไม่ต้องทำรายงานการศึกษา
- ☐ ต้องทำรายงานการศึกษา

(9) วิธีการบริหารจัดการหรือการดูแลบำรุงรักษา เมื่อโครงการแล้วเสร็จ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของโครงการ:

ทุกภาคส่วนในพื้นที่ ทั้งส่วนราชการ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ร่วมกัน จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนอย่างเนื่องและจังหวัดได้กำหนดกิจกรรมดังกล่าวเป็น ปฏิทิน การท่องเที่ยวประจำปีของจังหวัด โดยจะมีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

(10) ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัด: ไม่มี

ชื่อโครงการ: ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก

กิจกรรมหลัก: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดรูปแบบต่าง ๆ วงเงิน 3,000,000 บาท
ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด: การเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และวิถีชุมชน

กลยุทธ์: ส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

หน่วยดำเนินการ: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท

ผู้รับผิดชอบโครงการ: นายประสาน หงษ์ทอง

ตำแหน่ง: ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท

สถานที่ติดต่อ: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท หมายเลขโทรศัพท์: 0 5647 6644

(1) หลักการและเหตุผล

(1.1) ที่มา: (ระบุ เช่น มติ ครม. นโยบายรัฐบาล แผนพัฒนาจังหวัด/ กลุ่มจังหวัด หรืออื่น ๆ)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันอย่างยั่งยืน เป้าหมายที่ 2 การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา ได้มีแนวทางการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนภาคบริการและการท่องเที่ยวและปรับโครงสร้างการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยมีวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยในภาคบริการได้เน้นให้ธุรกิจบริการเดิมได้รับการพัฒนาระดับคุณภาพและศักยภาพให้สูงขึ้น และส่งเสริมธุรกิจบริการอนาคตให้เป็นฐานรายได้ใหม่ โดยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการลงทุน และการให้บริการของภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนส่งเสริมประเทศไทยมี

การขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมุ่งประโยชน์ส่วนร่วมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ทุกภาคส่วน เพื่อการพัฒนาในทุกระดับอย่างสมดุล มีเสถียรภาพและยั่งยืน

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าสถานการณ์ความไม่แน่นอนทั้งจากผู้ก่อการร้าย ภัยธรรมชาติ โรคระบาด และการปรับตัวของราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ตลอดจนความไม่แน่นอนทั้งในด้านเศรษฐกิจและการเมืองของหลายประเทศทั่วโลก ล้วนแต่เป็นปัจจัยลบต่อการท่องเที่ยว แต่แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก รวมทั้งสิ้นประมาณ 900-920 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3-4 ในทุกปี และก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกประมาณ 870-880 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีประเทศจีนเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวของโลก องค์การการท่องเที่ยวโลก ประมาณการว่าภายในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 1,561 ล้านคน โดยที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 4.1 ต่อปี

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงความคุ้มค่ามากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาด นักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้นใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจน้อยลงในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง นิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มที่สนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการท่องเที่ยวเชิงกีฬามากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมีแนวโน้มขยายตัว ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตที่มีแนวโน้มที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่าง ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง เข้าถึงแก่นแท้ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ เน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย

(1.2) สรุปสาระสำคัญ

สภาพปัญหา/ ความต้องการ:

จังหวัดชัยนาทมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่สร้างรายได้ และสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัด อาทิ สวนนกชัยนาท เขื่อนเจ้าพระยา วัดปากคลองมะขามเฒ่า วัดธรรมามูลวรวิหาร วัดพระบรมธาตุวรวิหาร และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติชัยนาทเป็นต้น ในส่วนของประเพณีและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานมหกรรมหุ่นฟางนกและงาน

กาชาดจังหวัดชัยนาท งานวันส้มโอขาวแตงกวาจังหวัดชัยนาท งานประเพณีแข่งเรือชิงถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ และแห่เทียนพรรษา และขุนสรรค์วีระชนแห่งลุ่มแม่น้ำน้อย เป็นต้น

สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปี ที่ผ่านมา ปี 2556 -2558 เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยในปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 402,894 คน และในปี 2557 เท่ากับ 523,053 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.82 สำหรับปี 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 739,621 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 41.40 ในส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท ในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556 – 2558) ก็เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยในปี 2557 เพิ่มขึ้นจากปี 2556 ร้อยละ 33.83 คือ จาก 511.37 ล้านบาทเพิ่มเป็น 684.35 ล้านบาท และในปี 2558 มีรายได้เท่ากับ 1,023.26 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 49.52

สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทอยู่ในภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยนาท อีกทั้งจังหวัดชัยนาทมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนามาตรฐานธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพอย่างยั่งยืน แต่จากปัญหาด้านการรับรู้ของประชาชนและนักท่องเที่ยวทำให้ไม่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัดชัยนาท จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเน้นการเข้าใจ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยการสร้างแรงกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว ผ่านรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาทเพิ่มมากขึ้น

จังหวัดชัยนาท จึงเห็นควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และเพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาทอย่างยั่งยืนต่อไป จึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกขึ้น

ความเร่งด่วน: มีความจำเป็นต้องดำเนินการ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนได้ระดับหนึ่งโดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นชุมชน ทั้งจากการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก และการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร และบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัด

(2) ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

(2.1) วัตถุประสงค์ของโครงการ

1) เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกของจังหวัดชัยนาทให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากยิ่งขึ้น

2) เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

3) เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท

(2.2) สถานภาพของโครงการ

☐ โครงการเดิม

☒ โครงการใหม่

(2.3) ประเภทของโครงการ

☒ พัฒนา

☐ ดำเนินงานปกติ

(2.4) ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ 1 ปี: เริ่มต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (1 ตุลาคม 2560) สิ้นสุดปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 (30 กันยายน 2561)

(2.5) สถานที่ดำเนินโครงการ: จังหวัดชัยนาท

(3) กลุ่มเป้าหมาย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

(3.1) กลุ่มเป้าหมาย: นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

(3.2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: ประชาชนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชัยนาท

(4) เป้าหมาย ผลลัพธ์ และผลกระทบโครงการ

(4.1) เป้าหมายโครงการ

ตัวชี้วัด 1) จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

2) รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10

(4.2) ผลผลิต

นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น

(4.3) ผลลัพธ์

1) จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7

2) รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาทเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2

(4.4) ผลกระทบ

เชิงบวก: ประชาชนในพื้นที่จังหวัดชัยนาท มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจของจังหวัดชัยนาทเติบโตขึ้น

เชิงลบ: -

(5) แนวทางการดำเนินงาน

(แสดงรายละเอียดกิจกรรมที่จะทำภายใต้โครงการที่จังหวัดเสนอขอ และทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระยะเวลาที่จะเริ่มดำเนินการของแต่ละกิจกรรมสำคัญด้วย)

กิจกรรมสำคัญ	ระยะเวลาที่จะเริ่มดำเนินการ			
	ก.ย.-ธ.ค. 60	ม.ค.-มี.ค. 61	เม.ย.-มิ.ย. 61	ก.ค- ก.ย. 61
กิจกรรมที่ 1: จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดรูปแบบต่าง ๆ				
1.1 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภาพรวมของจังหวัด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อ Social Network/ ป้าย Bill Board/ เอกสารแผ่นพับ/ คู่มือ/ วิทยู โทรทัศน์/ ชูตินทรรศการ		✓	✓	✓
หน่วยงานรับผิดชอบ: สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท และสำนักงานจังหวัดชัยนาท				

(6) วิธีการดำเนินงาน

☐ ดำเนินการเอง ☒ จ้างเหมา

(7) วงเงินของโครงการ 3,000,000 บาท

(8) ความพร้อมของโครงการ

(8.1) พื้นที่ดำเนินโครงการ

☒ ดำเนินการได้ทันที หมายถึง ได้ศึกษาความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่

ดำเนินการหรือได้รับอนุญาตตามกฎหมายแล้วและสามารถดำเนินการได้ทันที

☐ อยู่ในช่วงเตรียมการ หมายถึง ได้ศึกษาความเหมาะสมและกำหนดพื้นที่ดำเนินการแล้ว อยู่ในช่วงจัดเตรียมพื้นที่ หรือกำลังแก้ไขปัญหา/ อุปสรรคต่าง ๆ หรือเตรียมการขออนุญาตตามกฎหมาย

☐ อยู่ในช่วงศึกษาความเหมาะสม และคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ

(8.2) แบบรูปรายการ/ แผนการปฏิบัติงาน

- ☒ มี และสมบูรณ์ (ให้ระบุชื่อหน่วยงานเจ้าของรูปแบบรายการที่ใช้).....
- ☐ มี แต่ยังไม่สมบูรณ์ (ให้ระบุชื่อหน่วยงานเจ้าของรูปแบบรายการที่ใช้).....
- ☐ ไม่มี

(8.3) ความพร้อมของบุคลากร เครื่องมือ และเทคนิคการดำเนินการ

- ☒ บุคลากรมีประสบการณ์ ☒ ทั้งหมด
- ☐ บางส่วน
- ☐ ไม่มีประสบการณ์
- ☒ เครื่องมือดำเนินการ ☒ มีพร้อมดำเนินการได้ทันที
- ☐ มีบางส่วนต้องจัดหาเพิ่มเติม
- ☐ ไม่มี ต้องจัดหาเพิ่มเติม
- ☒ เทคนิคในการบริหารจัดการ ☒ มีประสบการณ์สูง
- ☐ มีประสบการณ์ปานกลาง
- ☐ ไม่มีประสบการณ์

(8.4) ผลกระทบสิ่งแวดล้อม

- ☐ ผ่านคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติแล้ว
- ☐ อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ
- ☐ คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติยังไม่พิจารณา

(8.5) รายงานการศึกษาความเหมาะสม (FS)

- ☒ ไม่ต้องทำรายงานการศึกษา
- ☐ ต้องทำรายงานการศึกษา

(9) วิธีการบริหารจัดการหรือการดูแลบำรุงรักษา เมื่อโครงการแล้วเสร็จ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของโครงการ:

เมื่อโครงการแล้วเสร็จ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศใช้ประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ และให้บริการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

(10) ปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัด: ไม่มี



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

นายชนากร พ่วงไพบูลย์

อีเมล

oongung@gmail.com

ประวัติการศึกษา

มัธยมศึกษา โรงเรียนชัยนาทพิทยาคม

ปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์

มัลติมีเดียและระบบอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2555

บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 29 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อานกร พ่วงไพฑูริย์ อยู่บ้านเลขที่ 65
ซอย สุวรรณมณี ถนน - ตำบล/แขวง ในเมือง
อำเภอ/เขต เมืองเชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 17000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7530300792
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☒ โท ☐ เอก
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ...  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นายธนากร พ่วงไพฑูริย์)

ลงชื่อ...  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ...  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลัมลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ...  พยาน
(ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร