โครงการวิจัยย่อยที่ 4

เรื่อง

กลยุทธ์การพัฒนาการตลาด และการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท

ภายใต้แผนงานการพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยว แบบบูรณาการตามยุทธศาสตร์จังหวัดชัยนาท

โดย

วรนารถ ดวงอุดม

นภสร เจริญโพธิ์

พรเพ็ญ ชวลิตธาดา

ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

มีนาคม 2554

บทคัดย่อ

การวิจัยกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานะของขีดความสามารถ กลยุทธ์การตลาด และการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท ทั้งด้านศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และเพื่อวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทแบบบูรณาการ โดยมีเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักและใช้เชิงปริมาณเสริมเฉพาะในบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และการตลาดและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการรับรู้ข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า สถานะของขีดความสามารถด้านการตลาดของจังหวัดชัยนาทอยู่ในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มจังหวัดใกล้เคียง ทั้งนี้แกนนำในพื้นที่ทุกภาคส่วนในระดับสูงและกลางของจังหวัดชัยนาทล้วนยอมรับสถานะที่เป็นอยู่ และต้องการการสนับสนุน ร่วมมือ เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวทั้งด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ พัฒนาบุคลากรและแหล่งท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ ในด้านสถานะของกลยุทธ์การตลาด พบว่า การกำหนดกลยุทธ์การตลาดของจังหวัดชัยนาท แม้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ระดับต่างๆ ทั้งระดับประเทศ กลุ่มจังหวัด และกลุ่มจังหวัดในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังมีความจำเป็นต้องเสริมให้มีการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบูรณาการกับแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยนาท จะทำให้การประสานงานและดำเนินการควบคู่ไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านกลยุทธ์การตลาดควรใช้การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาด คือ ใช้ทั้งสถานะผู้ท้าชิง และผู้ตามผสมผสานกัน สำหรับการบูรณาการมีการบูรณาการแผนงาน นโยบายในระดับหนึ่ง แต่ยังจำเป็นต้องเสริมการบูรณาการระดับกลุ่มจังหวัด ระดับจังหวัด กลยุทธ์การตลาดยังไม่ได้รับความสนใจเท่ากับแผนงานโครงการประจำปีงบประมาณ มีความต้องการกลไกที่ขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัดในโครงสร้างแบบคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด ในด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เดิมในปี 2550 จังหวัดชัยนาทใช้การกำหนดแผนประชาสัมพันธ์โดยอาศัยภาคเอกชน ซึ่งแผนเหล่านั้นมีข้อจำกัดด้านการเป็นรับรู้ของแกนนำทุกภาคส่วนระดับต่างๆ แผนประชาสัมพันธ์ที่กำหนดเป็นในลักษณะของกิจกรรม และงบประมาณประจำปีมากกว่า การวิเคราะห์กำหนดในเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นผลในระยะยาว สำหรับกลยุทธ์การตลาดพบว่า ควรเน้นการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวระดับพื้นที่ควบคู่กับแหล่งท่องเที่ยวระดับจังหวัด

นอกจากนี้ในด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การวิจัยพบว่า จังหวัดชัยนาทซึ่งยังมีข้อจำกัดด้านงบประชาสัมพันธ์อยู่มาก จำเป็นต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในอนาคต เพื่อให้

สามารถลดจุดอ่อนที่ประชาชนทั่วไป และนักท่องเที่ยวจากภายนอกไม่ได้รับรู้ถึงจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และมีทัศนคติว่าจังหวัดชัยนาทไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพียงพอ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท จึงจำเป็นต้องมุ่งสร้างและปรับเปลี่ยนทัศนคติเหล่านั้นไปสู่ทัศนคติที่ยอมรับว่าจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดที่เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์กลยุทธ์ และเสนอการกำหนดการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ทั้งเนื้อหาสื่อที่ต้องการ ได้แก่ ข้อมูลเชิงลึก เรื่องเล่าทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ร้านอาหาร ที่พัก สินค้าของที่ระลึก รวมถึงกลยุทธ์การพัฒนาฐานข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยและคณะขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่อยู่ในจังหวัดชัยนาทและกรุงเทพมหานครอย่างยิ่ง ที่ให้การสนับสนุนข้อมูลการวิจัย เอกสาร ตลอดจนสละเวลาในการให้สัมภาษณ์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท และตัวแทนของผู้บริหารภาครัฐ สื่อมวลชนภาคธุรกิจเอกชน ตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์พัฒนาเอกชน ประชาคมจังหวัดและชุมชน ทุกท่าน และขอขอบคุณ อาจารย์ธเนศ ต่วนชะเอม และ ร.ศ. ดร. วลัยทิพย์ สาชลวิจารณ์ ที่ได้ให้การปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

ขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ที่ได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการวิจัยและขอขอบคุณคณะกรรมการตรวจสอบทางวิชาการ ที่ได้ให้เสนอแนะในการพัฒนางานวิจัย รวมทั้งขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยจันทรเกษม หลักสูตรสาขาวิชานิเทศศาสตร์แขนงประชาสัมพันธ์ที่มีส่วนร่วมในงานวิจัย ทั้งลงพื้นที่ภาคสนาม งานธุรการอื่นๆ ด้วยมีแนวคิดเพื่อบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม

ทั้งนี้ผู้วิจัยและคณะหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทต่อไป

วรนารถ ดวงอุดม
นภสร เจริญโพธิ์
พรเพ็ญ ชวลิตธาดา
พฤศจิกายน 2552

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		(1)
กิตติกรรมประกาศ		(3)
สารบัญ		(4)
สารบัญตาราง		(8)
บทที่ 1	บทนำ	1
	1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	2. ปัญหาวิจัย / โจทย์วิจัย	2
	3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	4. กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
	5. นิยามศัพท์	4
	6. ขอบเขตของการวิจัย	5
	7. ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย	6
	8. หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้	6
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับขีดความสามารถ	9
	2.1.1 ความหมายและประเภทของขีดความสามารถ	9
	2.1.2 ขีดความสามารถหลักขององค์กรและการพัฒนาขีดความสามารถ	10
	2.2 ทฤษฎีด้านกลยุทธ์การตลาด	11
	2.2.1 ความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาดและแผนการตลาด	11
	2.2.2 ทฤษฎีด้านกลยุทธ์การตลาด	13
	2.2.3 การบริหารการตลาด	14
	2.2.4 กลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว	17
	2.2.5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด	21
	2.2.6 การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจ	23
	2.2.7 กลยุทธ์การตลาดกับแนวความคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม	23
	2.2.8 กลยุทธ์การบริหารและการจัดการด้านการตลาดท่องเที่ยว	24

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.2.9 ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการวัดขีดความสามารถและคำรับร้องปฏิบัติราชการของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท 26

2.3 ยุทธศาสตร์การตลาดการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2548 – 2551 28

2.4 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท 28

2.5 แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ 31

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 38

2.2.3 แนวคิดทฤษฎี องค์ประกอบทั้ง 4 ของกระบวนการสื่อสาร S-M-C-R 16

2.2.4 ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม 16

2.2.5 ทฤษฎีช่องว่างทางข่าวสารและความรู้ 18

2.2.6 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน 21

2.3 แนวคิด และทฤษฎีครอบครัว 23

2.4 แนวคิด ทฤษฎี และบทเรียนของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา 25

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 30

2.5.1 การสื่อสารเพื่อสร้างความสุขของครอบครัวเด็กพิการกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครศรีธรรมราช 30

2.5.2 งานวิจัยเรื่องดัชนีชี้วัดความสุขของคนไทย 31

2.5.3 งานวิจัยเรื่องความสุขและความซึมเศร้าของคนพิการในจังหวัดเชียงใหม่ 33

2.5.4 งานวิจัย เรื่องการสร้างอัตลักษณ์แห่งตัวตนของคนพิการ 34

2.5.5 งานวิจัยเรื่อง ครอบครัวเด็กพิการ : ปัญหา สาเหตุและทางออก 35

2.6 สารสนเทศด้านการฟื้นฟูสมรรถภาพเด็กพิการ การฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการโดยชุมชน มูลนิธิเพื่อเด็กพิการ ยุทธศาสตร์ และแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ 36

2.7 ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง 38

2.7.1 แบบวัดความสุขและความผาสุก 38

2.7.2 ความหมายของสุขภาพจิต 40

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.7.3 ดัชนีชี้วัดความสุขและสุขภาพจิต	41
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย	47
	3.1 การเลือกพื้นที่	47
	3.2 ประชากรที่ศึกษา	47
	3.3 การสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือ	48
	3.4 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	49
	3.5 การดำเนินการเก็บรวมรวมข้อมูล	50
	3.6 การวิเคราะห์และประมวลข้อมูล	51
บทที่ 4	การวิเคราะห์สถานะของขีดความสามารถ งานด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	52
	4.1 วิเคราะห์สถานะขีดความสามารถการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	52
	4.2 วิเคราะห์ การพัฒนาขีดความสามารถ กลยุทธ์การตลาด และการประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการ	73
	4.3 ศักยภาพด้านงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	78
บทที่ 5	การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ จังหวัดชัยนาท	82
	5.1 การกำหนดกลยุทธ์การตลาด	82
	5.2 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	89
	5.3 กลยุทธ์การสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางการประชาสัมพันธ์ กับภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในการรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว	94
	5.4 กลยุทธ์การพัฒนา ฐานข้อมูล	97
	5.5 กลยุทธ์ในการพัฒนาสื่อ การประชาสัมพันธ์	98
	5.6 การวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการสื่อสารการตลาด	103
	5.7 กลยุทธ์ในการเลือกข่าวสารและเครื่องมือการประชาสัมพันธ์	104

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	5.9 กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การตลาด	108
	5.10 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มสื่อมวลชน (Media Relations) ควบคู่กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	109
บทที่ 6	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	111
	สรุปการวิจัย	111
	อภิปรายผล	117
	ข้อเสนอแนะระดับจังหวัด	119
	บรรณานุกรม	121
	ภาคผนวก ก ภาพประกอบรายงานการวิจัย	125
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	135
	ภาคผนวก ค สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	139
	ประวัติผู้วิจัย	148

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท	61
2	เหตุผลในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาทของนักท่องเที่ยว	63
3	จุดอ่อนของการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	64
4	ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	67
5	ผลการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรค การท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท	68
6	วิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อน ของวัดพระแก้ว	70
7	วิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคของวัดพระแก้ว	70
8	ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยว	77
9	การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	79
10	ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	80