บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งที่ส่งผลต่อการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและด้านการพัฒนาของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตรานับแสนล้านบาทในแต่ละปี เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคของประเทศได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง รวมทั้งขดเชยรายได้ที่ขาดหายไปในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจกำลังถดถอย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ประเทศกำลังเกิดสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำเนินชีวิต แต่เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเท่านั้น

ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีฐานะเป็นองค์การของรัฐ เพื่อทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ จึงมีนโยบายการประชาสัมพันธ์ 4 ประการคือ

1. เพื่อส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย อันจะได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ

2. เพื่อส่งเสริมชักจูงให้คนไทยนิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ อันจะเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย ก่อให้เกิดความรักและความภาคภูมิใจในชาติบ้านเมือง

3. เพื่อส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด

4. เพื่อส่งเสริมให้มีการขยายแหล่งท่องเที่ยวกระจายไปในท้องถิ่นต่างๆ เป็นการชักจูงให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นนั้นๆ

การดำเนินงานเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

1. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

1.1 การจัดตั้งสำนักงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภายในประเทศจำนวน 22 แห่ง เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดการและประสานงานเพื่อพัฒนาสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวรวมทั้งส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่รับผิดชอบโดยตรง

1.2 การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (news release) เพื่อเผยแพร่กิจกรรมผลงานและแผนงานการท่องเที่ยวที่ดำเนินงานโดย ททท. และหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งททท. ให้การสนับสนุน โดยจัดทำข่าวเผยแพร่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.3 การเผยแพร่ข่าวสารในสื่อของททท. ได้แก่ อนุสาร อ.ส.ท. วารสารธุรกิจท่องเที่ยว และ Newsletter (Travel Scene) เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเคลื่อนไหวและข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมทั้งภาคธุรกิจและประชาชนทั่วไป

1.4 การจัดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่กิจกรรมการดำเนินงานของ ททท. ไม่ว่าจะเป็นโครงการ หรือกิจกรรมประเพณีต่างๆ รวมทั้งการชี้แจงข้อเท็จจริงข่าวในกรณีต่างๆ ที่เกิดขึ้น โดยมีการดำเนินการที่ส่วนกลางและสำนักงาน ททท. ต่างจังหวัด รวมทั้งการนำสื่อมวลชนจากส่วนกลางไปร่วมงานแถลงข่าวในพื้นที่โครงการด้วย

1.5 การจัดสัมภาษณ์พิเศษ (Exclusive Interview) โดยนัดสัมภาษณ์ผู้บริหารในประเด็นข่าวหรือโครงการต่างๆ ที่ ททท.จัดทำขึ้น

1.6 การจัดทำบทความพิเศษในสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการขอความร่วมมือสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีหน้าบทความสารคดีที่ตรงกับเนื้อหาของกิจกรรมที่ต้องการเผยแพร่ หรือซื้อหน้าลงบทความในสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.7 การจัดทัศนศึกษาสื่อมวลชนทำข่าว (Press Tour) ชมแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนทำข่าวกิจกรรมพิเศษในพื้นที่โครงการหรือในจังหวัดต่างๆ

1.8 เชิญผู้ประกอบการนำเที่ยวสังเกตการณ์งานประเพณีหรือโครงการที่ ททท.จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นความสนใจด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว

1.9 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ที่ ททท. สนับสนุนดังนี้

- จัดทำสปอตวิทยุ / โทรทัศน์ เผยแพร่ในรายการที่ ททท. สนับสนุน
- การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในรายการวิทยุ /รายการโทรทัศน์ที่ ททท. ให้การสนับสนุน
- ส่งข้อมูลให้พิธีกรรายการช่วยประชาสัมพันธ์ในรายการ
- ขึ้นข้อความประชาสัมพันธ์ในช่วงท้ายรายการ/ช่วงปฏิทินท่องเที่ยว

1.10 เผยแพร่ทาง Electronic Broad (LED BOARD) ที่อาคารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถนนราชดำเนินนอก

1.11 จัดทำ Cut-Out/Billboard / Video Wall เผยแพร่โครงการ/กิจกรรมงานประเพณีทั้งใน กทม. และจังหวัดที่จัดงาน

1.12 จัดทำโปสเตอร์ ภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยว CD-ROM สไลด์ วีดีทัศน์ และเอกสารทางการท่องเที่ยวทั่วไป

2. การโฆษณา

จัดทำแคมเปญโฆษณาเพื่อเผยแพร่ทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ เช่น แคมเปญเที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้ แคมเปญการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แคมเปญไทยเที่ยวไทย แคมเปญงานเทศกาลและประเพณีไทย แคมเปญ Amazing Thailand 1998-1999 เป็นต้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. การบริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

จัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว (Tourist Information Counter) ที่ ททท.สำนักงานใหญ่ อาคารเลอ คองคอร์ด ททท.อาคารถนนราชดำเนินนอก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร และท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ทั้งสิ้นจำนวน 5 แห่ง และเปิดหมายเลขโทรศัพท์ 1155 เพื่อบริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและรับเรื่องร้องทุกข์ของนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั่วไป

จากนโยบายการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามมาในที่สุด ถึงแม้ว่าจะเป็นช่วงที่ประเทศจะต้องประสบกับภาวะเศรษฐกิจ และประชาชนก็ได้รับผลกระทบด้วยก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศ และประชาชนในประเทศเป็นจำนวนมาก

ดังที่กล่าวมาแล้ว การท่องเที่ยวสามารถก่อประโยชน์แก่ประเทศ และประชาชนในประเทศ คือ เมื่อพัฒนาไปเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ยังก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศในด้านเศรษฐกิจอีกด้วย

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศเกินดุลอีกด้วย

2. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายๆ รูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะการนำของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ทุกเวลา สุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดอัตราการว่างงานลง และทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ (กองวิชาการและฝึกอบรม ททท., 2537: 3-4)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจประเทศ โดยสามารถก่อประโยชน์แก่ประเทศและประชาชนได้อย่างมากมาย จึงจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่เป็นแกนนำในการทำหน้าที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าประเทศและประชาชนทุกคนกำลังประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจก็ตาม เพราะสิ่งที่ตามมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ การหมุนเวียนรายได้อันมหาศาลที่ทำให้เกิดการพัฒนาประเทศทางด้านเศรษฐกิจ

จากผลกระทบของเศรษฐกิจทำให้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเกิดความตื่นตัวเพื่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนช่วยแก้ปัญหาเศรษฐกิจ เพราะจากสถิติการท่องเที่ยวปี 2541 ตลาดนักท่องเที่ยวคนไทยมีจำนวนลดลงร้อยละ 1.84 เมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน ทั้งนี้ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนทั้งสิ้น 83,935 ล้านบาท จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่จะต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาดำเนินการเพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

งานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จโดยประชาชนจะต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและตรงกับความต้องการ โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ออกไปจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อนักท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นสื่อที่สามารถจูงใจให้เปลี่ยนพฤติกรรมในการท่องเที่ยวได้ด้วย

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ" ผู้วิจัยต้องการทราบถึงประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นตัวกลางในการโน้มน้าวใจ และส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงที่ประเทศกำลังประสบปัญหาเศรษฐกิจอย่างมาก รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการเลือกใช้สื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ดีที่สุด

ปัญหานำการวิจัย

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจอย่างไร

2. ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจอย่างไร

3. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่อย่างไร

4. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจหรือไม่ อย่างไร

5. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีที่สุดหรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน

2. ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน

3. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

4. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

5. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและกำหนดอายุของกลุ่มประชากรตั้งแต่อายุ 25-60 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงาน มีรายได้เป็นของตนเองเพียงพอในการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1. *การเปิดรับข่าวสาร* หมายถึง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่วงสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่างปี 2540 เป็นต้นมา จากสื่อต่างๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต

2. *สภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ* หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงปี 2540 เป็นต้นมา

3. *ปัจจัยทางด้านประชากร* หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

4. *พฤติกรรมการท่องเที่ยว* หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในขณะที่ประเทศกำลังประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป

2. เพื่อใช้เป็นแนวทางการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย