

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตที่ผ่านมา รายได้หลักของประเทศจะมาจากสินค้าภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะข้าวจะเป็นรายได้ลำดับที่ 1 ของประเทศ ต่อมานโยบายกีดกันการค้าของต่างประเทศ เช่น ฟาร์มแอคของสหรัฐอเมริกา มีผลกระทบมากพอสมควรต่อการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรของประเทศไทย ซึ่งมีผลทำให้ราคาพืชผลหลัก เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง และน้ำตาล มีราคาคงต่ำลงมาก ในขณะเดียวกันประเทศถูกค้าสำคัญ ๆ ของไทย เช่น ประเทศจีน ประเทศอินโดนีเซีย สามารถปลูกพืชหลักได้มากขึ้น และยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถส่งสินค้าทางการเกษตรไปขายแข่งกับประเทศไทยอีกด้วย ทำให้ช่องทางการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรเป็นไปด้วยความลำบาก และนับวันการแข่งขันในตลาดโลกก็จะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น (สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ , 2531)

ต่อมาภาคอุตสาหกรรมได้มีการขยายตัวรวดเร็ว และเพิ่มบทบาทในระบบเศรษฐกิจส่วนรวมมากขึ้นเป็นลำดับ โครงสร้างของภาคอุตสาหกรรมได้เปลี่ยนจากระบบการผลิตอย่างง่าย ๆ ไปสู่ระบบที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น แม้ภาคอุตสาหกรรมได้มีการขยายตัวในระดับที่สูงมาก แต่ความเจริญของภาคอุตสาหกรรมบางสาขา ยังไม่ได้มีส่วนในการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเท่าที่ควร ประกอบกับนโยบายและมาตรการบางประการยังไม่เอื้ออำนวยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องและเหมาะสมกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศเท่าใดนัก อีกทั้งในปัจจุบันนี้ได้เกิดภาวะเศรษฐกิจผันผวนทั้งภายในและภายนอกประเทศ เช่น การขึ้นลงของราคาน้ำมันโลก การเกิดวิกฤตการณ์ด้านการเงินระหว่างประเทศ มีการประกาศใช้มาตรการค่าเงินบาทลอยตัว ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวลง รวมทั้งค่าเงินของประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในแถบภูมิภาคเอเชีย เช่น อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ ก็อ่อนตัวลงเช่นกันส่งผลให้เศรษฐกิจในหลายๆภูมิภาคชะงักงัน ภาวะการค้าและการตลาดของโลกปัจจุบันเต็มไปด้วยการปกป้อง การกีดกัน และการอุดหนุน เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตภายในประเทศของตน ภาวะการณ์เช่นนี้ ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไทย ซึ่งมีอยู่ไม่กี่ประเภทที่ส่งออกได้มาก เริ่มประสบปัญหาการกีดกันการนำเข้าจากประเทศผู้ซื้อ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง น้ำตาล เป็นต้น

บทบาทของรัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมเอง ก็ยังเป็นลักษณะควบคุมมากกว่าส่งเสริม กฎระเบียบของรัฐบางประการเป็นอุปสรรคในการประกอบกิจการอุตสาหกรรม โครงสร้างภาษี เช่น ภาษีการค้า ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยทั่วไป มีความเหลื่อมล้ำและซ้ำซ้อน ในการจัดเก็บภาษีระหว่างประเทศ ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมขนาดย่อม ซึ่งเป็นฐานของอุตสาหกรรมและการสร้างงาน ยังได้รับสิทธิประโยชน์รวมทั้งการสนับสนุนจากรัฐน้อยกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

ด้วยเหตุนี้เอง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นความหวังใหม่ของระบบเศรษฐกิจไทย ที่จะช่วยให้เศรษฐกิจขยายตัวต่อไปได้ ทั้งนี้เพราะภายใต้สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่มีความผันผวน ขึ้นลงตลอดเวลา และได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในด้านการส่งออกซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาราคาสินค้าตกต่ำ และการกีดกันทางการค้าอย่างรุนแรง ทำให้รายได้เงินตราต่างประเทศจากการส่งออกสินค้าหลักของไทยมีแนวโน้มลดลง แต่การท่องเที่ยวซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าใหม่กลับไม่ได้รับผลกระทบกระเทือน ในทางตรงกันข้ามได้ช่วยผ่อนคลายภาวะทางการเงินระหว่างประเทศตลอดมา (สมชาย กรสวนสมบัติ, 2530 : 356-358) ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงถูกบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (2520-2524) เป็นต้น มาจนถึงปัจจุบันซึ่งอยู่ในแผนที่ 8 (2540-2544) โดยอาศัยความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์มาใช้ขยายฐานการผลิตเพื่อสร้างรายได้และการมีงานทำ โดยมีเป้าหมายการสร้างรากฐานการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มโอกาสการมีงานทำ โดยต้องการให้ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2540 : 93)

- ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 7 ต่อปี
- มีการขยายตัวของรายได้เงินตราต่างประเทศไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 ต่อปี
- สนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 ต่อปี

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ จึงกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาในการสร้างฐานการผลิตให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดโลก โดยการเพิ่มขีดความสามารถในสาขาบริการดังนี้

- พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนให้คงไว้ซึ่งความมีเอกลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ ความเป็นธรรมชาติ ความสะดวก ความปลอดภัย ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีเพียงพอ
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ ให้มีช่วงพำนักในประเทศไทยนานขึ้น และให้มีบริการด้านแหล่งจัดจําใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวรวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและปลูกฝังจิตสำนึกในการเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรักและหวงแหนในทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวให้กับคนไทย
- ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียนและอินโดจีนเพื่อพัฒนาโครงการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดร่วมกัน
- พัฒนาโครงข่ายการคมนาคมและโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเมืองอื่น ๆ ในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมดังนี้

ผลทางด้านเศรษฐกิจ

1. ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2529 : 3)
2. ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยลดการขาดดุลทางการค้ากับต่างประเทศได้ถึง 30%
3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ซึ่งมีส่วนทำให้ฐานะและความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ดีขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2530 : 47)
4. ช่วยในการสร้างงานสร้างอาชีพ กลุ่มอาชีพที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่ประกอบอาชีพด้านธุรกิจโรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร สินค้าที่

ระลึก ขนส่ง และบริการต่าง ๆ ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้มีความรู้น้อยเข้ามาทำได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529 : 7)

5. ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและส่งผลกระทบต่อกิจกรรมอื่นอีกมาก สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าทวีประมาณ 2.06 เท่า กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวเอาเงินมาใช้จ่าย 100 บาท เงินนั้นจะกระจายไปกระตุ้นให้เกิดผลิตในสาขาต่าง ๆ 2.06 เท่าตัว นั่นคือ เงิน 100 บาท จะหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 206 บาท

ผลทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ให้คงอยู่สืบไป
2. มีบทบาทในการสร้างความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นทั้งทางด้านวัตถุและเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ เป็นต้น
3. ช่วยให้เกิดมาตรการส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
4. มีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน ดังจะเห็นได้จากการที่องค์การสหประชาชาติได้ประกาศในปี 2510 เป็นปีท่องเที่ยวสากล โดยมีคำขวัญว่า "การท่องเที่ยวเป็นสื่อนำไปสู่สันติภาพ" (Tourism : Passport to Peace)

แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากต่อประเทศชาติ แต่ในขณะเดียวกันก็อาจส่งผลกระทบในด้านลบซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสังคมและท้องถิ่นได้ ดังนี้ (กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และพลังงาน , 2523 : 100)

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปในท้องถิ่น ประกอบกับความเจริญทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร ทำให้เกิดการรับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามา และการเปลี่ยนแปลงนี้บางครั้งมีผลทำให้ศิลปวัฒนธรรมเดิมลดค่าลง หรือบางอย่างก็สูญหายไปด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของทั้งเจ้าของวัฒนธรรมเองและนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น นอกจากนี้การที่การท่องเที่ยวเป็นตัวการสำคัญที่นำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น บางครั้งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเกินกว่าที่ประชาชนในท้องถิ่นจะยอมรับและปรับตัวให้ทันได้ จนก่อให้เกิดปัญหา "ความล่าช้าทางวัฒนธรรม" (Cultural Lag)

2. การที่นักท่องเที่ยวแต่งตัวต่อแหลม หรือพกพาทรัพย์สินมากเกินไปจนความจำเป็น ประกอบกับการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ ก็เป็นสาเหตุหนึ่งในการเพิ่มขึ้นของปัญหาอาชญากรรมและ ปัญหาสังคมอื่น ๆ

3. การท่องเที่ยวอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อภาวะสมดุลย์ทางธรรมชาติที่เกิดจากความมั่ง ง่ายของนักท่องเที่ยว เช่น ทิ้งขยะไม่เลือกที่ ขีดเขียน โบราณสถานต่าง ๆ เป็นต้น

ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอาจจะมีผลกระทบด้านลบต่อท้องถิ่นและประเทศชาติ อยู่บ้าง แต่เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแล้วจะพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลด้านบวกมากกว่าผลในด้านลบ และจากการประชุมสัมมนาว่าด้วย “ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคม” ซึ่ง จัดโดยองค์การยูเนสโกร่วมกับธนาคารโลก ณ กรุงวอชิงตันดีซี เมื่อปี 2519 ก็ได้สรุปความเห็น ว่า ผลกระทบดังกล่าวนี้สามารถควบคุมให้หมดสิ้นไปหรือให้มีน้อยที่สุดได้ โดยอาศัยการวางแผน อย่างรอบคอบ และมีการประสานงานร่วมมือกันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล เอกชน ประชาชนในท้องถิ่น และจากตัวนักท่องเที่ยวเอง (พงศธร เกษสำลี , 2530: 12-13)

จากบทบาทที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการพัฒนาประเทศทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งความสำเร็จจากการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา ประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทยเมื่อปี 2530 (Visit Thailand Year 1987) ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดิน ทางมายังประเทศไทยมีจำนวนถึง 3,482,958 คน เพิ่มขึ้น 23.59 % ในขณะที่ปี 2520 มีจำนวน เพียง 1,220,672 คนเท่านั้น(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2539 : 4) ประกอบกับเป้าหมายที่ถูก กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแผนที่ 8 คณะรัฐมนตรีในคราวประชุม วันที่ 17 เมษายน 2540 จึงได้อนุมัติการจัดงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1998-1999) ขึ้น เพื่อรณรงค์ให้มีการเดินทางมาเยือนประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง

กระแสโลกาภิวัตน์อันเกิดจากความก้าวหน้าด้านวิทยาการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคโนโลยีสารสนเทศได้เป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญทำให้โลกอยู่ในภาวะไร้พรมแดน และนำโลก เข้าสู่ยุคแห่งการจัดระเบียบใหม่ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองระหว่างประเทศ ทุก ๆ ประเทศให้ความสำคัญกับนโยบายการค้าเสรี ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรงมากยิ่งขึ้น ประเทศต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและเป็นผู้แข่งขันของไทยมากขึ้น กลุ่มเป้าหมายมี โอกาสเลือกรับข่าวสารที่หลากหลายตามรสนิยมของแต่ละคน สามารถที่จะเรียนรู้รับข้อมูลข่าวสาร รอบโลกภายในบ้านของตนเอง หรือในที่ทำงานผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และสื่อสำเร็จรูปต่าง ๆ

ดังนั้น ปัจจัยประการสำคัญที่จะทำให้การรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (Amazing Thailand 1988-1999) ประสบความสำเร็จ นอกจากการแก้ไขปัญหาระดับนานาชาติเป็นอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยประสบอยู่ในปัจจุบันแล้ว จะต้องมีความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งประชาชน สื่อมวลชนทุกสาขา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่จะทำให้กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในช่วง 2 ปีดังกล่าว มีความสอดคล้องและสามารถนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจที่มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากประเทศคู่แข่ง

วัตถุประสงค์ของการจัดปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

1. เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในปลายปี 2541 และร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ในปี 2542
2. เพื่อยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และใช้เป็นปัจจัยเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั่วทุกภาคของไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ สุ่มค่าต่อการมาท่องเที่ยว
4. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

1. เป้าหมายจากตลาดต่างประเทศ
 - มีจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพจากตลาดเป้าหมายเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างน้อย 16 ล้านคน
 - นำรายได้เข้าสู่ประเทศไม่ต่ำกว่า 582,033 ล้านบาท
 - ให้นักท่องเที่ยวพักในเมืองไทยนานวันขึ้น
2. เป้าหมายจากตลาดภายในประเทศ
 - ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 99 ล้านคน
 - ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างน้อย 357,050 ล้านบาท

การแนะนำปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 นั้น มีการจัดรายการนำเที่ยว Amazing Thailand Tour Programme จากสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เน้นพิเศษ 9 กลุ่ม ได้แก่

1. Amazing Shopping Paradise จะพิจารณาศิลปหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ไทยของแต่ละภูมิภาค และคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นที่รู้จักของต่างประเทศ รวมถึงหมู่บ้านหัตถกรรมต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งผลิต และยังคงมีวิถีชีวิตดั้งเดิมอยู่
2. Amazing Taste of Thailand หมายถึง กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการรับประทานอาหารไทย การปรุงอาหารไทย ร้านอาหารไทย คุณค่าจากสมุนไพร และผลไม้เมืองร้อนต่าง ๆ
3. Amazing Cultural Heritage เน้นที่โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เมืองโบราณต่าง ๆ
4. Amazing Arts and Lifestyle คือศิลปวัฒนธรรมไทยในแขนงต่าง ๆ และวิถีชีวิตของชุมชนพื้นบ้าน ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสื่อให้เห็นถึงการสืบทอดทางศิลปวัฒนธรรม
5. Amazing World Heritage หมายถึง สถานที่ต่าง ๆ ที่ได้รับการแต่งตั้งเป็นมรดกโลก
6. Amazing Sports and Entertainment
7. Amazing Natural Heritage (Eco-Adventure & Natural Beauty) หมายถึงมรดกทางธรรมชาติอันเป็นทรัพยากรตกทอดมาแต่บรรพบุรุษอันหมายถึง ฝืนป่า ภูเขา ดันน้ำ ถ้ำธาร พันธุ์พืช และพันธุ์สัตว์ป่า ที่หาได้ยากยิ่ง และยังรวมถึงกิจกรรม เช่น เริงอนุรักษ์ เริงนิเวศน์ เริงผจญภัย
8. Amazing Gateways โดยเน้นให้ประเทศไทยเป็นประตูสำคัญที่เชื่อมโยงเข้าสู่อนุภูมิภาคในลุ่มแม่น้ำโขง ประเทศเพื่อนบ้านของไทยทางใต้ และพื้นที่ทางตอนใต้ของจีน
9. Amazing Agricultural Heritage หมายถึง การเกษตรของไทยซึ่งรวมถึงสวนผลไม้ สมุนไพร สวนเกษตร

จากรายงานของกองสถิติและการวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แสดงไว้ในรายงานประจำสถิติ ประจำปี 2540 ซึ่งให้เห็นว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา คือ 2539 และ 2540 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยทางอากาศมากมาย ซึ่งเป็นแหล่งรายรับใหญ่ของประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยในปี 2539 – 2540 แบ่งตามกลุ่มประเทศ

กลุ่มประเทศ	ม.ค.-ธ.ค. 2540 (คน)	ม.ค.-ธ.ค. 2539 (คน)	ผลต่าง (%) ปี 40/39
เอเชียตะวันออก	4,568,837	4,513,315	+ 1.23
ยุโรป	1,585,915	1,605,113	- 1.20
อเมริกา	388,190	383,925	+ 1.11
เอเชียใต้	229,571	271,269	- 15.37
โอเชียเนีย	271,442	251,876	+ 7.72
ตะวันออกกลาง	126,427	119,198	+ 6.06
แอฟริกา	50,963	47,449	+ 7.41
รวม	7,721,345	7,192,145	+ 7.01

จากตัวเลขดังกล่าวยังแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้

- 49.91% เป็นนักท่องเที่ยวที่มาไทยเป็นครั้งแรก
50.09% เป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนไทย
- 55.50% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด เดินทางคนเดียว
45.50% มาท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม
- 87.49% ของจำนวนการเดินทางเป็นการพักผ่อน
9.75% เป็นการเดินทางเพื่อเหตุผลทางธุรกิจ

จากข้อมูลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยมากเป็น 4 อันดับแรกได้แก่ นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศไทยเอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย แต่เนื่องจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกมีอาณาเขตใกล้กับประเทศไทยมากกว่าอีก 3 กลุ่มประเทศ ทำให้การเดินทางมาประเทศไทยเป็นไปได้ยาก และจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศนี้ก็ไม่ได้ลดลงหรือเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ส่วนกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และโอเชียเนียนั้นมีอาณาเขตไกลจากประเทศไทยมากกว่ากลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก และจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 3 กลุ่มประเทศนี้ มีจำนวนลดลงหรือเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น นักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย จึงเป็นกลุ่มที่น่าศึกษามากที่สุด และนำมาสู่ประเด็นในการศึกษาวิจัย

ครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการเปิดรับข่าวสารอย่างไร มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย มากน้อยเพียงไร มีทัศนคติต่อประเทศไทยเช่นไร และท้ายที่สุดมีปัจจัยอะไรที่นำมาสู่การตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 นี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542
4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542
5. เพื่อศึกษาตัวแปรที่ใช้อธิบายการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542

ปัญหานำการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 เป็นอย่างไร
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยเป็นอย่างไร
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือไม่ อย่างไร

5. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ได้หรือไม่ อย่างไร

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542
3. ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และโอเชียเนียเท่านั้น และต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ ความสามารถ เข้าใจภาษาอังกฤษดีเพียงพอที่จะสามารถกรอกแบบสอบถามได้ เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่เป็นภาษาอังกฤษ

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากร หมายถึง องค์ประกอบข้อมูลส่วนตัวทางด้าน เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว จำนวนครั้งการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปี และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทย
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การมาทำงานประจำ หรือการศึกษา และ

ต้องไม่ใช่บุคคลที่มีภูมิลำเนาหรือศึกษาอยู่ในประเทศไทย และ ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนในประเทศไทย อย่างน้อย 1 คืน

3. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

- จากสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ วารสารการท่องเที่ยว
- จากสื่อบุคคล ได้แก่ คนไทย เพื่อนญาติ เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานของรัฐ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- จากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542 ซึ่งประกอบด้วย สไลด์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ไปสเตอร์ สติกเกอร์ ไรด์โชว์ และนิทรรศการ
- จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต วิดีโอ และซีดีรอม

4. ความรู้ หมายถึง ความรู้เรื่องรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

5. ทักษะ หมายถึง ความรู้สึนึกคิดของบุคคลที่มีต่อประเทศไทยที่แสดงออกมาในทางที่ยอมรับ คือ ทักษะคิดเชิงบวก ในทางที่ไม่แน่ใจ คือทักษะคิดเป็นกลาง และในทางที่ไม่ยอมรับ คือ ทักษะคิดเชิงลบ

6. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้บัญญัติขึ้นว่า หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่มีลักษณะ 3 ประการคือ

6.1 เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

6.2 เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

6.3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

7. ปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand Year) หมายถึงปีพุทธศักราช 2541-2542 หรือคริสตศักราช 1998-1999 เท่านั้น ซึ่งถูกจัดขึ้นเพื่อจุดมุ่งหมายในการส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ และเกิดการสร้างงาน เพื่อกระจายรายได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ผลการวิจัย จะทำให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจะเน้นการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย

2. ผลการวิจัย จะทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อใดมากที่สุด อันจะเป็นข้อมูลให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เลือกใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3. ผลการวิจัย จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อันจะเอื้อต่อการจัดกิจกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้สอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย