

บทที่ 1

บทนำ



## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาพการเศรษฐกิจในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศของเรา เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างประเทศ ได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการลงทุนต่อเนื่องเพิ่มขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ นับเป็นพลังสำคัญอย่างหนึ่งที่ก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศอย่างกว้างขวางตลอดมา ซึ่งจะเห็นได้จากรายจ่ายของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2539 เป็นเงินถึง 219,364 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2540) ซึ่งสูงกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2528 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นมูลค่ารวม (Cross Revenue) ประมาณ 30,000 ล้านบาทเศษ ในปีนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าสินค้าออกอื่น ๆ แล้ว ปรากฏว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงเป็นอันดับที่หนึ่ง (อุษษาลักษณ์ โรจนเวทย์, 2533) จะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตลอดทุกปี และเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย

จากความสำคัญของนักท่องเที่ยวคณะรัฐมนตรีในคราวการประชุมวันที่ 17 เมษายน 2540 จึงได้อนุมัติการจัดงานปีท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542 (Amazing Thailand 1998 - 1999) ขึ้นเนื่องจากโอกาสพิเศษ 2 ประการ คือ การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในปี 2541 และวโรกาสเฉลิมฉลองพระชนมพรรษาครบ 6 รอบของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี 2542 เพื่อรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง หลังจากที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้วในการจัดงาน Visit Thailand Year ในปี 2530 โดยคาดหวังว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอย่างน้อย 17 ล้านคน นำรายได้เข้าสู่ประเทศไม่ต่ำกว่า 600,000 ล้านบาท และส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 122 ล้านคนครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างน้อย 415,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

เพื่อให้ปีการท่องเที่ยวไทยมีจุดเด่นในช่วงต่าง ๆ ตลอดปี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษอย่างน้อยไตรมาสละ 1 กิจกรรม สำหรับกิจกรรมที่มีการเตรียมแล้วบางส่วนและคาดว่าจะดำเนินการได้ทันการเริ่มต้นปีการท่องเที่ยวไทย กิจกรรมมีทั้งสิ้น 9 ประเภท ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งซื้อสินค้า
2. นำเสนอศิลปวัฒนธรรม การละเล่น และอาหารไทย
3. ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี มรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

หากกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญถึงเสมอเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันอย่างดีของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ถึงความสวยงามของสภาพภูมิประเทศ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่งดงาม เป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไว้หลายแห่ง นั้นหมายถึงจังหวัดเชียงใหม่ และในปีการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ถูกจัดให้อยู่ในรายการของการจัดการนำเที่ยว **AMAZING THAILAND TOUR PROGRAMME** จากสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เน้นถึง 6 ใน 9 กลุ่ม นอกจากนี้ยังถูกเลือกให้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวพิเศษ และเป็นจังหวัดที่ถูกบรรจุลงในปฏิทินท่องเที่ยวถึง 4 รายการ เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นแล้ว จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าได้รับความนิยมนอย่างสูง นั้นเป็นสิ่งที่ยืนยันได้ถึงศักยภาพของจังหวัดที่รวมเอาของดีและจุดเด่นในหลายเรื่องที่สามารถสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่

การจัดกิจกรรมดังกล่าวจะสำเร็จไม่ได้เลยหากขาดการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านประชาสัมพันธ์คือ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ การประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้นมีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีอันจะนำมาซึ่งความร่วมมือ ร่วมใจในการดำเนินโครงการที่จะส่งผลให้โครงการประสบผลสำเร็จซึ่งจะสำเร็จได้ก็ด้วยการที่มีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ที่ดี ที่มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และข้อมูลนั้นเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้รับ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้รับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์และรับผิดชอบในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเชียงใหม่

เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ เทคนิควิธีการ เนื้อหาของข่าวสารและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ การมีส่วนร่วม และการใช้ประโยชน์จาก ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงปัญหาในการประชาสัมพันธ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาผลของการดำเนินงานในโครงการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่
5. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในปีท่องเที่ยวของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้เรื่องปีท่องเที่ยวไทยของชาวเชียงใหม่
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมในปีท่องเที่ยวของชาวเชียงใหม่
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการมีส่วนร่วมในปีท่องเที่ยวของชาวเชียงใหม่
9. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในปีการท่องเที่ยวของชาวเชียงใหม่

### สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ เรื่องปีการท่องเที่ยวไทยของชาวเชียงใหม่
3. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่
4. การรับรู้เรื่องปีท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่
5. การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่มีความสัมพันธ์กัน

## ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงระยะเวลาปี พ.ศ. 2541 สำหรับกลุ่มตัวอย่างจะทำการศึกษาเฉพาะประชากรในเขตอำเภอเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในโครงการปีท่องเที่ยวไทย **AMAZING THAILAND** โดยใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวนอกจากนั้นยังเป็นแหล่งรวมของบริษัท ห้างร้านต่างๆ ที่มีโอกาสเข้ามา มีส่วนร่วมต่อกิจกรรมต่างๆ ก่อนข้างมากกว่าในเขตอำเภออื่นๆ

## นิยามศัพท์

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการรับข่าวสารทั้งจาก สื่อมวลชนสื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

การรับรู้ หมายถึง การได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร การเข้าใจความหมายของข่าวสาร กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผนการประชาสัมพันธ์ เทคนิควิธีการใช้สื่อที่ใช้ และเนื้อหาของข่าวสารข้อมูล

การมีส่วนร่วม หมายถึง ความบ่อยครั้งในการร่วมกิจกรรมที่สนับสนุนหรือ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในปีการท่องเที่ยว

- สำหรับภาคเอกชน บริษัท ห้างร้าน โรงแรม ฯลฯ การมีส่วนร่วม หมายถึง การคิดทรง, ป้ายผ้า ตกแต่งอาคารร้านค้าด้วยตราสัญลักษณ์

- สำหรับประชาชนทั่วไป การมีส่วนร่วม หมายถึง การแสดงออกถึงทัศนคติไม่ตรีจิตอันดี การร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในปีท่องเที่ยวไทย

สื่อมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ โทรทัศน์ ที่เสนอข่าวสารและเนื้อหา ของปีการท่องเที่ยวไทย

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ผลิตโดยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ สปอตโฆษณาทางวิทยุ ข่าวประชาสัมพันธ์ลงหนังสือพิมพ์ สื่อด้านอิเล็กทรอนิกส์ หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ไปสเตอร์

สื่อบุคคล หมายถึง สมาชิกในครอบครัว เพื่อนร่วมงานครู อาจารย์ เพื่อน เจ้าหน้าที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะทางประชากร หมายถึง ลักษณะของประชากรซึ่งมีความแตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ฐานะเศรษฐกิจ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาจะทำให้เห็นภาพรวมของความคิดที่ประชาชนมีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญและมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยว
2. เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด
3. เพื่อส่งเสริมความรู้ทางนิเทศศาสตร์พัฒนาการ อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคม และเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย