

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก้าวเข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มากขึ้นทุกขณะ การเกิดขึ้นของระบบการสื่อสารที่เรียกกันว่า "อินเทอร์เน็ต" (Internet) ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสังคมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก กล่าวคือ ในอดีตการสื่อสารของมนุษย์มีการพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ภายหลังจากการเข้ามาของระบบเทคโนโลยีต่างๆ มนุษย์เริ่มที่จะเรียนรู้และปรับใช้เทคโนโลยีนั้นให้เข้ากับวิถีชีวิตของตนเอง ไม่เว้นแม้กระทั่งรูปแบบการสื่อสารของตนที่หันมาพึ่งพาระบบเทคโนโลยีไร้ขอบเขตเช่นอินเทอร์เน็ต

ด้วยศักยภาพของ "อินเทอร์เน็ต" ที่สามารถเปลี่ยนโลกที่มีขอบเขตจำกัด ให้เป็นโลกไร้พรมแดน คือ ผู้ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทนี้สามารถรับทราบข่าวสารที่เกิดขึ้นทั่วโลกพร้อมกันในคราวเดียวเพียงแค่ปลายนิ้ว ผู้ใช้สามารถที่จะติดต่อสื่อสารผ่านระบบดิจิทัลกับผู้คนทั่วโลกได้โดยสะดวก ไม่ต้องคำนึงเรื่องระยะทาง และสถานที่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ประกอบกับการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น ความเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ความล่าช้าในการส่งผ่านข้อมูล รวมถึงความพยายามในการพัฒนาให้สื่อชนิดใหม่เช่นอินเทอร์เน็ตมีรูปแบบที่ดึงดูดใจผู้ใช้ต่าง ๆ ทั่วโลกเข้าหากันได้โดยง่าย ทำให้ปัจจุบันสื่อชนิดใหม่นี้ได้รับความนิยมอย่างสูง

แนวคิดพื้นฐานของ McLuhan ต่อเทคโนโลยีสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ก็คือ สื่อทุกชนิด (Media) คือการขยายประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of experience) เริ่มตั้งแต่เจตนาที่ทำให้เราสามารถจะพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นโทรศัพท์ที่ทำให้พูดคุยในรูปแบบสื่อเสียง โทรศัพท์ทำให้มองเห็นได้ยิน (และเกือบจะสัมผัส) กับเรื่องราวที่อยู่ไกลตัว McLuhan กล่าวว่า โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ขยายประสบการณ์ของมนุษย์ออกไปอย่างมากมายจนราวกับว่า ทำให้คนจำนวนมากสามารถจะไปรู้เรื่องราวที่ไหนก็ได้ (space) ภายในเวลาที่รวดเร็วยิ่ง (time) การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดสดผ่านดาวเทียม ทำให้คนที่อยู่ห่างจากเหตุการณ์นับเป็นหมื่นๆ ไมล์ (space) ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริง (real time) อย่างแทบไม่น่าเชื่อ

พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบันทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลากลายเป็นเรื่องที่ไร้ความหมาย เพราะไม่อาจปิดกั้นประสบการณ์ของมนุษย์ได้อีกต่อไปแล้ว นอกจากนี้ McLuhan เชื่อว่าเพียงแค่เปลี่ยนตัวสื่อก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว

Roger (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ได้ศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะสำคัญๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ลักษณะ Interactivity ของสื่อ แต่เดิมนั้นคุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่างสองฝ่ายนั้น จะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้อง ลักษณะ "ตอบโต้อย่างฉับพลันทันที" จะสูญหายไป แต่ในสื่อสมัยใหม่ เช่น การใช้ E-mail Computer-Conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้อย่างฉับพลันทันทีอันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. ลักษณะ Individualize/Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้างกลุ่มผู้รับสารแบบเป็น "มวลชน" (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการอย่างเหมือนกัน ทั้งในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น

3. ลักษณะ Asynchronous nature of new communication คุณลักษณะหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ (asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดี่ยว ตัวอย่างเช่นลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องกันยาวๆ ที่เดียว แต่จะมาแบบแยกเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง นอกจากนั้นยังหมายความว่าถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย

จากที่กล่าวมาถึงคุณลักษณะของสื่อชนิดใหม่ (new media) นี้เองทำให้รูปแบบของสื่อชนิดใหม่เช่น สื่ออินเทอร์เน็ตเข้าถึงผู้ใช้ทุกกลุ่ม และกำลังได้รับความนิยมเป็นวงกว้างในสังคมโลก เรียกได้ว่าคนทั่วโลกส่วนใหญ่ไม่มีใครไม่รู้จักอินเทอร์เน็ต และด้วยศักยภาพเฉพาะตัวของอินเทอร์เน็ตนี้เองที่ส่งผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ นั่นคือ ความทันสมัยของสื่อชนิดใหม่นี้

ทำให้สังคมโลกพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ขณะเดียวกันความล้ำสมัยนี้เองอาจเป็นตัวแปรให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย อาทิเช่น เกิดความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ไม่ทัดเทียมกันในสังคม กระทั่งการใช้เทคโนโลยีล้ำสมัยนี้ในทางที่ผิด ดังที่เรามักจะเห็นข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการให้ความไว้วางใจต่อบุคคลแปลกหน้าในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร อันนำไปสู่การพบปะพูดคุยในชีวิตประจำวัน ซึ่งบางกรณีก่อให้เกิดการหลอกลวงทั้งชีวิตและทรัพย์สินของผู้ใช้เทคโนโลยีล้ำสมัยดังกล่าว

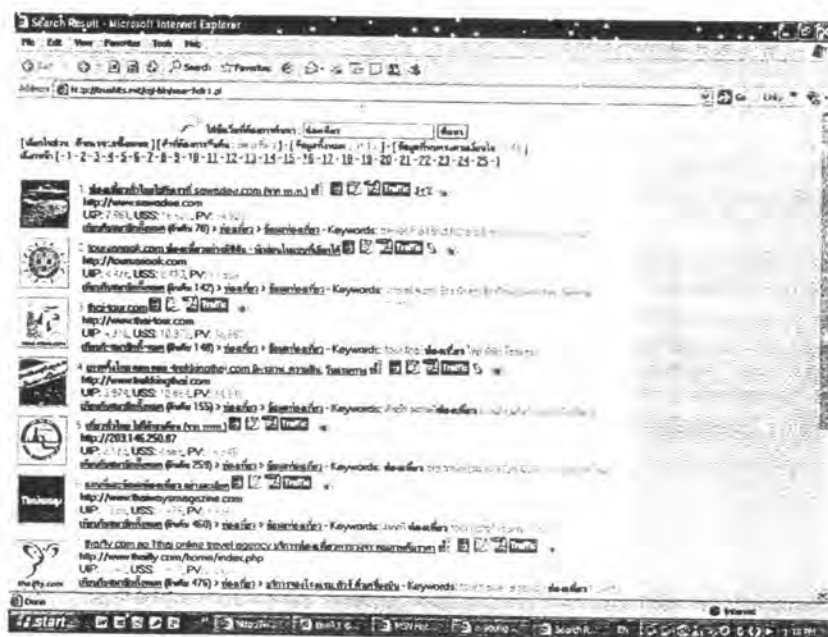
กรณีศึกษา คุณากรเวโรจน์ (2544) ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในบริการข้อมูลต่างๆ ในเวปไซด์ไวต์เว็บ" พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการค้นหาข้อมูลทางวิชาการและบริการสั่งซื้อสินค้าเพราะความสะดวกสบายในการใช้งานมากกว่าจะคำนึงถึงเรื่องความน่าไว้วางใจของบริการ ส่วนในบริการห้องสนทนาพบปัญหาไม่ควบคุมคำพูดและการหลอกลวงมากที่สุด อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้บริการข้อมูลต่างๆ ในเวปไซด์ไวต์เว็บพบว่า ในเรื่องความน่าไว้วางใจของบริการข้อมูลพบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรูปแบบบริการ ลักษณะทางประชากร และความถี่ในการใช้บริการ ส่วนปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญกับความน่าไว้วางใจในบริการข้อมูลในเวปไซด์ไวต์เว็บ

พิเชษฐ์ เวชพลรักรธรรม (2544) ทำการศึกษาเรื่อง "การตัดสินใจในเชิงจริยธรรมของวัยรุ่นที่สื่อสารในห้องสนทนาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต" พบว่า ความแตกต่างระหว่างวัยรุ่นชายและหญิงมีผลต่อการตัดสินใจในแต่ละสถานการณ์ โดยวัยรุ่นชายจะมีการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิบัติในแต่ละสถานการณ์โดยอาศัยความพึงพอใจ และไม่ได้คำนึงถึงคนรอบข้าง ในขณะที่วัยรุ่นหญิงจะมีการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิบัติในแต่ละสถานการณ์โดยอาศัยความถูกต้องที่วัฒนธรรมและสังคมเป็นผู้กำหนด อย่างไรก็ตามวัยรุ่นส่วนใหญ่ใช้ค่านิยมของการมีอิสรภาพอย่างไร้ขอบเขต ซึ่งก่อให้เกิดค่านิยมร่วมกันที่มุ่งเน้นไปในเรื่องของการแสวงหาความรักและความสัมพันธ์ทางเพศ

จากงานวิจัยข้างต้นจะพบว่า เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้น แม้จะก่อให้เกิดการพัฒนาถึงขีดความสามารถที่ไร้การจำกัด แต่มนุษย์ก็จะมีเกณฑ์การตัดสินใจในระดับที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาที่ผ่านมาเราจะพบว่าความไว้วางใจที่เกิดขึ้นในระบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนี้ จะอยู่ในระดับของการพบปะพูดคุยสนทนาในชีวิตจริง นั่นคือ เกิดการเคลื่อนย้ายจากโลกการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์มาสู่ชีวิตจริง แต่ยังคงความเป็นเพียงการพบปะพูดคุยซึ่งนำไปสู่พัฒนาการความสัมพันธ์ในขั้นถัดไป เช่น ความสัมพันธ์นั้นอาจสนิทสนมกันมากขึ้นเป็นพัฒนาการในลำดับถัดไป เป็นต้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าด้วยรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจของเทคโนโลยีสมัยใหม่เช่นเว็บไซต์ต่างๆ ทำให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มระดับการใช้และความไว้วางใจต่อข้อมูลข่าวสารบนระบบเครือข่ายนี้มากขึ้นตามลำดับ กล่าวได้ว่าปัจจุบันผู้ส่งสารสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารได้ ดังนั้นทำให้เว็บไซต์หน้าใหม่เกิดขึ้นเป็นรายวัน การเกิดขึ้นของเว็บไซต์ในปัจจุบันนั้นเป็นไปได้อย่างง่ายดาย และเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีความสนใจข้อมูลข่าวสารทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงความบันเทิง เป็นต้น

เว็บไซต์ท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาไป ปัจจุบันเราจะพบว่า เว็บไซต์ท่องเที่ยวเหล่านี้แบ่งออกเป็นหลายประเภท ทั้งเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว เช่น เว็บไซต์ www.tat.or.th ที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวประกอบกับการจัดการเดินทางร่วมกันของสมาชิกที่รู้จักกันบนเครือข่ายการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์นี้



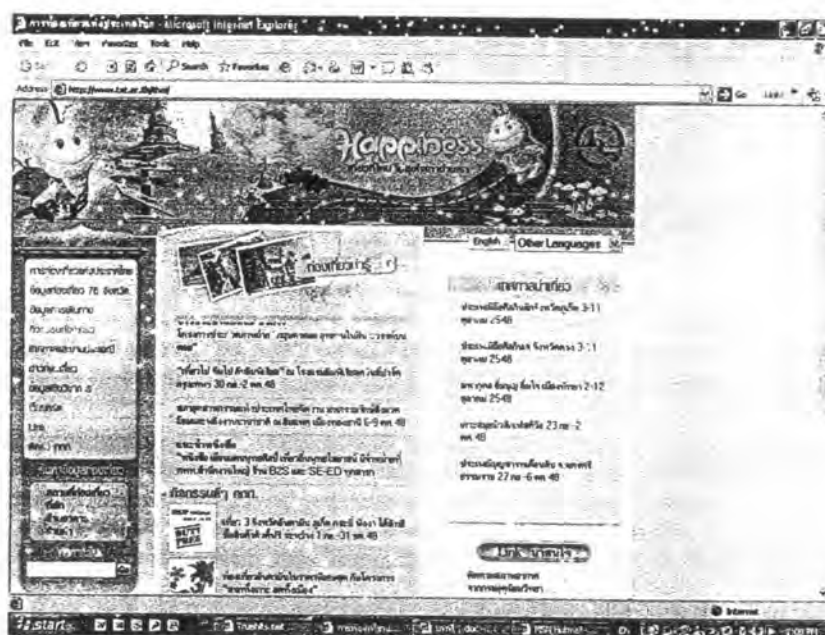
ภาพที่ 1 การแสดงการจัดอันดับเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์

ที่มา : จากเว็บไซต์ <http://www.truehit.net> (ศูนย์รวมสถิติเว็บไทยและสารบัญเว็บไทย)

เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ปรากฏมีอยู่มากมายหลายประเภท โดยจากสถิติของศูนย์รวบรวมสถิติเว็บไทยและสารบัญเว็บไทย (www.truehit.net) พบว่า เว็บไซต์ท่องเที่ยวสามารถจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ต่าง ๆ ดังนี้

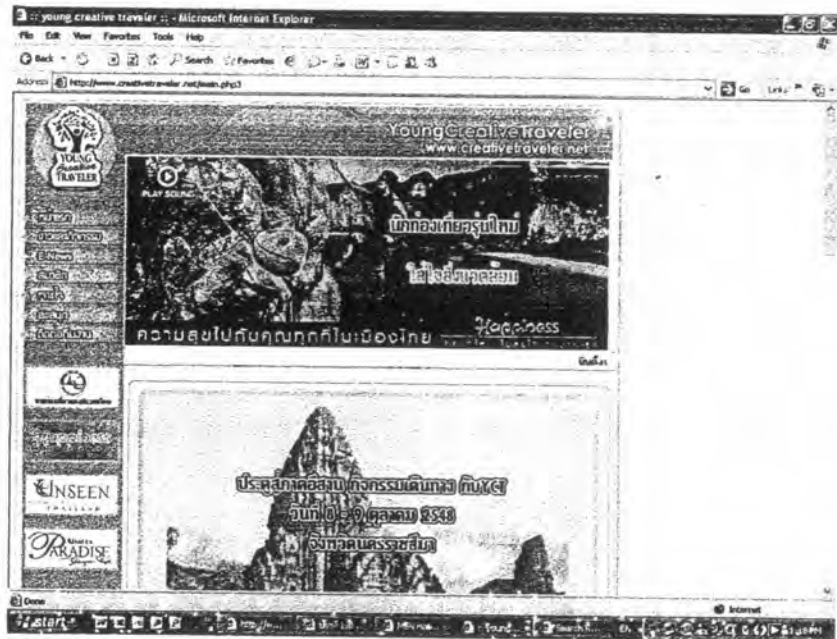
1. เว็บไซต์ประเภทให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีทั้งสิ้น 160 เว็บไซต์
2. เว็บไซต์ประเภทธุรกิจทัวร์ เอเยนต์จัดท่องเที่ยว มีทั้งสิ้น 100 เว็บไซต์
3. เว็บไซต์ประเภทแนะนำแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ มีทั้งสิ้น 97 เว็บไซต์
4. เว็บไซต์ท่องเที่ยวเฉพาะทาง เกี่ยวกับการดำน้ำ ท่องป่า ล่องแพ มีทั้งสิ้น 23 เว็บไซต์
5. เว็บไซต์ท่องเที่ยวของต่างประเทศ มีทั้งสิ้น 24 เว็บไซต์

ตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ปรากฏ

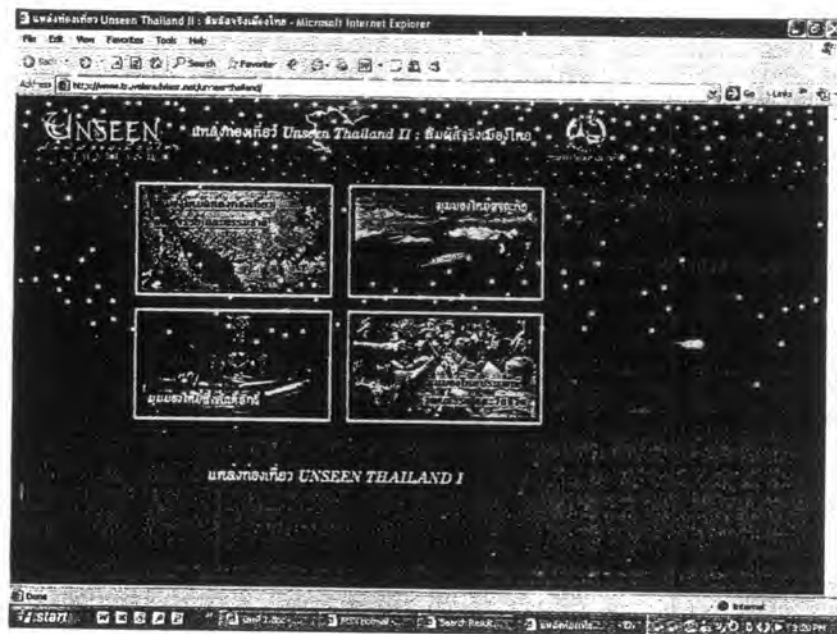


ภาพที่ 2 การแสดงตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ปรากฏพบ
ที่มา : จากเว็บไซต์ <http://www.tat.or.th/thai/>

ตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ปรากฏ



ภาพที่ 3 การแสดงตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ปรากฏพบ
ที่มา : จากเว็บไซต์ <http://www.creativetraveler.net/main.php3>



ภาพที่ 4 การแสดงตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ปรากฏพบ
ที่มา : จากเว็บไซต์ <http://www.traveladvisor.net/unseenthailand/index.html>

ตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ปรากฏ



ภาพที่ 5 การแสดงตัวอย่างเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ปรากฏพบ
ที่มา : จากเว็บไซต์ <http://203.146.250.87/unseen/unseen.html>

จากการแบ่งหมวดหมู่เว็บไซต์ข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า เว็บไซต์ประเภทให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว นั้น โดยมากจะเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว มีเพียง 10 เว็บไซต์ที่นอกจากจะให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์อีกด้วย

เว็บไซต์เทรกกิ้งไทยดอทคอม www.trekkingthai.com เป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ที่มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับผู้ใช้ชมเว็บไซต์ และนำเสนอการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ร่วมกับทีมงานผู้จัดตั้งเว็บไซต์ดังกล่าว โดยผู้ใช้ชมเว็บไซต์เทรกกิ้งไทยดอทคอมสามารถสมัครเป็นสมาชิกกับทางเว็บไซต์ เพื่อร่วมเดินทางในรายการ (program) ต่าง ๆ ที่ทีมงานจัดวางไว้ หรือผู้ใช้ชมสามารถร่วมเดินทางได้โดยอาจไม่ต้องสมัครเป็นสมาชิกกับทางเว็บไซต์ ขณะเดียวกัน เว็บไซต์ดังกล่าวยังเป็นชุมชนที่ให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ข่าวสารต่าง ๆ อีกด้วย

ปัจจุบันทางเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมมีรายได้หลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว 75% จากการจัดทัวร์ 10 % จากการจำหน่ายสินค้า 10% และจากค่าสมาชิก 5% มีผู้เข้าชมเว็บโดยเฉลี่ยวันละ 3000 คนต่อวัน และโดยเฉลี่ยต่อเดือน 55000 คน มีผู้รับข่าวสารทางอีเมลล์ 65000 คน

จากข้อมูลข้างต้นของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมในข้างต้น จึงเป็นที่สนใจใคร่ศึกษาของผู้วิจัย เนื่องจาก เดิมรูปแบบความไว้วางใจที่ปรากฏในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ที่เราจะเห็นกันโดยมาก นั่นคือ เว็บไซต์เชิงพาณิชย์ (E-Commerce) ที่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตต้องให้ความไว้วางใจในระดับหนึ่ง เพื่อตัดสินใจซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือเว็บไซต์หาคู่ต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องแลกเปลี่ยน สนทนา และพบปะพูดคุยกันจนกระทั่งเกิดความเชื่อมั่น และนำไปสู่การสมรสในท้ายที่สุด ดังนั้น เว็บไซต์ท่องเที่ยว "เทรคกิ้งไทยดอทคอม" นี้ เป็นเสมือนพัฒนาการด้านความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ที่กล่าวได้ว่ามีพัฒนาการที่เพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ จากเดิมความไว้วางใจที่สังคมเห็นว่าเป็นสิ่งที่ "ไม่น่าเชื่อ" (นั่นคือ พบปะคุยกันในอินเทอร์เน็ต และกล้ามาเผชิญในโลกความเป็นจริง) กลายเป็นเรื่องธรรมดาไปเสียแล้ว เมื่อเว็บไซต์ท่องเที่ยวรูปแบบนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก นั้นย่อมหมายถึงระดับความไว้วางใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตถูกพัฒนาความเชื่อใจในลำดับมากขึ้นไปด้วย (นั่นคือ มิใช่เป็นเพียงการพบปะสนทนาในชีวิตจริงเท่านั้น แต่รูปแบบการพบปะในชีวิตจริง พัฒนาไปสู่การออกแรมค้ำคืนในครั้งแรกที่พบปะกัน)

ดังนั้น จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจถึงการก่อตัวและวิถีชีวิตของความเป็นชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์ดังกล่าว เนื่องจากผู้วิจัยสันนิษฐานเบื้องต้นว่า การตัดสินใจมอบความไว้วางใจต่อบุคคลแปลกหน้าในโลกความเป็นจริงนั้น ปัจจัยแรกที่สังเกตได้ชัด นั่นคือ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเว็บมาสเตอร์กับผู้เข้าชมเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้เข้าชมเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมด้วยกันเองว่าเป็นไปในลักษณะใด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นเป็นพื้นฐานที่อาจทำให้บุคคลที่ไม่รู้จักหน้าค่าตากันมาก่อนได้เข้ามาพบปะพูดคุย กระทั่งตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลแปลกหน้านั้น หมายความว่า ศักยภาพของสื่อชนิดใหม่ (เว็บไซต์) นี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจร่วมกระทำกิจกรรมใดๆ ของคนในสังคม

ตัวอย่างข่าวเกี่ยวกับนโยบายการรณรงค์ด้านการท่องเที่ยวในภาครัฐ

"ททท. ได้จัดทำแผนเร่งด่วน เพื่อกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศปี 2548 ให้บรรลุตัวเลข 13.38 ล้านคน ตามเป้าหมายเดิม แม้จะมีปัจจัยเข้ามากระทบหลายด้าน ซึ่งถือเป็นภารกิจอันท้าทาย และแรงกดดัน จากฝ่ายการเมือง เพื่อรักษารายรายได้ของประเทศไทยไว้"

ที่มา : จากกรุงเทพธุรกิจ Biznews วันศุกร์ที่ 13 พฤษภาคม 2548

"การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) แถลงแผนการตลาดการท่องเที่ยวประจำปี 2549 ประกาศวิสัยทัศน์ยังคงมุ่งพัฒนาและส่งเสริมความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย (Tourism Capital of Asia) โดยเน้นคุณภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก พร้อมข้อสรุปเป้าหมายเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ด้านตลาดต่างประเทศ ในส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเน้นการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์เชิงบวก เกี่ยวกับความปลอดภัย ความมีมิตรไมตรี สร้างความเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบัน"

ที่มา : จากเว็บไซต์ www.tat.or.th วันอังคารที่ 19 กรกฎาคม 2548

“นางจุฑามาศ ศิริวรรณ ผู้ว่าการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประกาศแผน ทำตลาดเชิงรุกจะมีการ จัดกิจกรรมเจาะทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มา กับ บริษัท (คอร์ปอเรท) โดยจะใหม่ทำกิจกรรมผ่านทั้งสื่อโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ รวมถึงการเพิ่มทีมงาน ขายตรง การร่วมโปรแกรมกับทางวีซ่า และสนับสนุนการเพิ่มเที่ยวบินเช่าเหมาลำ หรือชาร์เตอร์ ไฟลท์เข้ามาในไทย”

ที่มา : จากกรุงเทพธุรกิจ Biznews วันศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2548

จากตัวอย่างนโยบายข้างต้น เกี่ยวกับการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศของรัฐบาล โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เราจะพบว่า หากเราทราบถึงการก่อตัวและวิถีชีวิตของชุมชนท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม นั้นย่อมหมายถึง เราจะสามารถนำเอา รูปแบบวิถีชีวิตความเป็นชุมชนดังกล่าวมาประยุกต์ใช้งานกับเว็บไซต์ท่องเที่ยวอื่นๆ รวมถึงเว็บไซต์ ประเภทอื่นๆ ในลำดับถัดไป กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การทราบถึงการก่อตัวของชุมชนและวิถีชีวิตของ ชุมชนดังกล่าว จะทำให้เราทราบถึงการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่มีปฏิริยาโต้ตอบกัน โดยเกิดการ กำหนดสถานะภาพ (Status) และบทบาท (Role) ผ่านการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) นี้จะ นำไปสู่แผนการประยุกต์ใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ของรัฐบาล (การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย) ในการเร่งรณรงค์แผนการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย

ดังนั้น หากเราทราบถึงภูมิหลัง ที่มา และวัตถุประสงค์ในการก่อตัวของชุมชนท่องเที่ยว ดังกล่าว รวมถึงการอ้างให้ชุมชนนั้นสามารถดำเนินอยู่ได้แม้ยามเกิดวิกฤติ อีกทั้งทราบถึงทัศนคติ ของสมาชิกที่นิยมใช้บริการเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท่องเที่ยวแล้ว นั้นย่อมหมายความว่า จะทำให้เราทราบถึงกลยุทธ์ในการสร้างชุมชนท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตที่ครบวงจรและมี ประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อผลักดันให้เกิดการใช้สื่อใหม่ในการกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ ให้ขยายตัวมากขึ้น อันจะสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐต่อไปใน อนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงกระบวนการก่อตัวของชุมชนท่องเที่ยวในสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม
2. เพื่อศึกษาถึงวิถีชีวิตเชิงปฏิสัมพันธ์ในชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม
3. เพื่อศึกษาถึงปฏิริยาต่อวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และการลดทอนความขัดแย้งภายในชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม
4. เพื่อศึกษาถึงความเป็นชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างไร
5. เพื่อศึกษาถึงแนวโน้มในอนาคตของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการสร้างชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ต

ปัญหำนำการวิจัย

1. การก่อตัวของชุมชนท่องเที่ยวในสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมมีกระบวนการอย่างไร
2. วิถีชีวิตเชิงปฏิสัมพันธ์ในชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมเป็นอย่างไร
3. ชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมมีปฏิริยาต่อวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และลดทอนความขัดแย้งเหล่านั้นอย่างไร
4. ความเป็นชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอมนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างไร
5. แนวโน้มในอนาคตของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการสร้างชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงกระบวนการก่อตัวของชุมชนท่องเที่ยวในสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม
2. ทราบถึงวิถีชีวิตเชิงปฏิสัมพันธ์ในชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม
3. ทราบถึงปฏิริยาต่อวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และการลดทอนความขัดแย้งภายในชุมชนท่องเที่ยวของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม

4. ทราบถึงความเป็นชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์เทรคกิ้งไทยดอทคอม ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างไร
5. ทราบถึงแนวโน้มในอนาคตของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านการสร้างชุมชนในสื่ออินเทอร์เน็ต อันจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ใช้สื่อใหม่ (สื่ออินเทอร์เน็ต) เพื่อใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ต่อไปในอนาคต