

กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ “ ไทยเที่ยวไทย ”



นางสาว วรางคณา รัตน์รักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974 - 636 - 804 - 4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17546539

MASS COMMUNICATION PROCESS FOR THE “ THAI TIEW THAI ” CAMPAIGN

Miss Warangkana Rattanakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduated School

Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974 - 636 - 804 - 4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ “ไทยเที่ยวไทย ”

โดย

นางสาว วรางคณา รัตนรักษ์

ภาควิชา

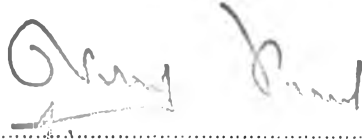
การสื่อสารมวลชน

อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมจันทร์

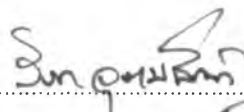


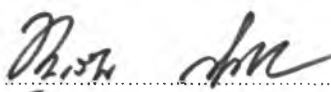
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโต)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมจันทร์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวัลฎเรือน กิติวัฒน์)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

วางคนา รัตนรักษ์ : กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ "ไทยเที่ยวไทย" (MASS COMMUNICATION PROCESSES FOR THE " THAI TIEW THAI " CAMPAIGN) อ. ที่ปรึกษา : รศ. วิภา อุดมจันทร์ ;120 หน้า. ISBN 974-636-804-4 .

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าใจถึงหลักการและเงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุในการรณรงค์โครงการ "ไทยเที่ยวไทย" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเพื่อทำความเข้าใจรูปแบบและเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภท โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัย คือ การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับผิดชอบ และการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลสื่อประเภทต่างๆ คือ อนุสาร อสท. แถบบันทึกภาพรายการโทรทัศน์ของ ททท. แถบบันทึกเสียงรายการวิทยุที่ ททท. ว่าจ้างจัด

ผลการวิจัยพบว่า ททท.ยึดหลักการหาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลที่แน่นอนเป็นหลักในการดำเนินงานด้วยการใช้งบประมาณในการเช่าซื้อเวลาและสนับสนุนรายการที่ได้รับความนิยมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มในสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุและให้ความสำคัญกับความถี่ในการนำเสนอ เงื่อนไขอีกประการหนึ่งที่สามารถเข้าไปใช้ช่องทางที่แน่นอนได้ คือ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของเวลาด้วย

รูปแบบการนำเสนอสารเป็น สารคดีสั้น สารคดียาว สารคดีวาไรตี้และสารคดีเชิงข่าว เพื่อนำเสนอข้อมูลเฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เนื้อหาสารที่นำเสนอเป็นข้อมูลทางการท่องเที่ยวโดยทั่วไปและข้อมูลทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยใช้จุดเร้าใจต่างๆ คือ จุดเร้าใจที่เป็นเหตุเป็นผล จุดเร้าใจด้านอารมณ์ จุดเร้าใจในเชิงลบ และจุดเร้าใจโดยใช้กลุ่มอ้างอิง

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิติ *Quana The*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *Sun Pun*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *Sun Pun*

C850767 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: PUBLIC COMMUNICATION CAMPAIGN / TOURISM

WARANGKANA RATTANARUK : MASS COMMUNICATION PROCESS FOR THE “THAI TIEW THAI” CAMPAIGN. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. VIPA UTAMACHANT. 120 pp. ISBN 974 - 636 - 804.

The purposes of this study are to understand principle and condition for using print media, TV media and radio media for the “Thai Tiew Thai” campaign of The Tourism Authority of Thailand (TAT) and to comprehend message presentation style and content that presented through these media. The methodologies are documentary research, depth interview and message system analysis.

The results found that the principle for mass communication process of TAT is try to find fixed distribution channels of all media used by purchasing air time and sponsoring some programs in TV and radio media. Moreover, good relationship with media owner are the important factor to attain the channel.

The presentation style are many kinds of documentary; short, long, variety and news feature for publizing specific detail. The contents are general information for touring and Eco Tourism. The content appeals that used are rational, emotional, negative and status.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา..... 2540.....

ลายมือชื่อนิสิต..... *Warangkana Rattanak*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *Vipa Utamachant*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือสนับสนุน ความเมตตากรุณา คำสั่งสอนและกำลังใจอันมากมายทั้งจากคณาจารย์ทุกท่าน คนในครอบครัว เพื่อนฝูง ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ถ้าขาดแม้ในส่วใดส่วนหนึ่งงานชิ้นนี้คงจะเสร็จสมบูรณ์ลงไม่ได้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาและความอดทนของ รองศาสตราจารย์ วิชา อุตมจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ทั้งคำปรึกษา คำแนะนำ และคำวิพากษ์วิจารณ์อย่างจริงใจ นอกจากนี้ ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาติ ในฐานะประธานกรรมการดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ กรรมการดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้คอยชี้แนะแนวทางในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้กำลังใจตลอดมาจนผู้วิจัยสามารถศึกษาจนสำเร็จตามหลักสูตร

ขอขอบคุณ พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์และจัดหาข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยเฉพาะผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 ท่าน คือ คุณสุปราณี ป้องบัว คุณจิตติมา สุขผลินและคุณอารีรัตน์ ชื่นประภาณุสรณ์ ตลอดจนผู้ที่ไม่ได้เอ่ยนามไว้ ณ ที่นี้ รวมทั้งคุณปัทมา จันทร์ธรรมา ที่ได้ให้ข้อมูลในส่วนการโฆษณาเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ และสุดท้ายขอขอบคุณบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์และห้องสมุดทุกแห่งที่อำนวยความสะดวกในการค้นคว้าเอกสาร

ลูกขอกราบ คุณแม่ ผู้ผลักดันและให้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิต ทั้งกำลังใจ กำลังใจ คำสั่งทรัพย์และความอบอุ่นให้ก้าวเดินบนเส้นทางชีวิตมาจนถึงทุกวันนี้ คุณพ่อและคุณยายที่ห่วงใยอยู่เสมอ รวมทั้ง ขอขอบคุณพี่ชายที่ให้ความช่วยเหลือและเสียสละเพื่อการเรียนของน้องมาโดยตลอด น้องสาวผู้เป็นที่ปรึกษาและให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่อง น้องชายที่อุทิศแรงกายบริการส่งคืนหนังสือให้อยู่เสมอ

ที่ลืมไม่ได้คือ กำลังใจจาก เก๋ ป้อง เข้ม ตอง น้องนก และเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกคน ในยามท้อแท้และเบื่อหน่าย ขอขอบคุณทุกคนรวมทั้งกำลังใจจากแดนไกลที่มีให้เสมอมา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาที่วิจัย	8
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	8
1.5 ข้อยกเว้น	8
1.6 นิยามศัพท์	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสาธารณะ	11
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	21
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	21
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	23
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
3.4 การนำเสนอข้อมูล.....	23
บทที่	
4 กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ“ไทยเที่ยวไทย”.....	25
4.1 การใช้ช่องทางสื่อมวลชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของททท.	25
4.2 การวางแผนประสงคและการเลือกใช้สื่อมวลชนในการรณรงค์โครงการ“ไทยเที่ยวไทย”	27
4.3 หลักการและเงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชน	29
4.3.1 สื่อสิ่งพิมพ์	29
4.3.2 สื่อโทรทัศน์	32
4.3.3 สื่อวิทยุ	41
4.4 สรุปหลักการและเงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชนและลักษณะเนื้อหาสารที่นำเสนอ	45
บทที่	
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	50
รายการอ้างอิง.....	55
ภาคผนวก ก.....	58
ภาคผนวก ข.....	66
ประวัติผู้วิจัย.....	111

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายได้จากสินค้าออกที่สำคัญที่สุดของไทย พ.ศ. 2535 - 2537	1
ตารางที่ 2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2532 - 2539	2
ตารางที่ 3 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2537	3
ตารางที่ 4 รายจ่ายของคนไทยที่เดินทางไปต่างประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2537	3
ตารางที่ 5 ดุลการเที่ยวไทยระยะปี พ.ศ. 2533 - 2537	4