

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่นักท่องเที่ยวนิยมและต้องการ เช่น แหล่งท่องเที่ยวแบบเมืองใหญ่ (City Tourism) แหล่งช้อปปิ้ง (Shopping Paradise) แหล่งท่องเที่ยวด้านชายหาด (Beach Resort Destination) นอกจากนี้ยังสามารถจัดการท่องเที่ยวแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest) และการเที่ยวชมศิลปะล้ำค่าได้อีกด้วย ซึ่งความสำเร็จของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการจัดการ การพัฒนา และการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทั้งหมดของไทย คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาลซึ่งได้จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และครองอันดับ 1 ของรายได้เข้าประเทศมาตั้งแต่ปี 2525 เนื่องจากการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชนที่เล็งเห็นความสำคัญและศักยภาพในบริการด้านการท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2530 ททท. ได้ประกาศให้เป็น “ปีท่องเที่ยวไทย” (VISIT THAILAND YEAR) โดยทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยผ่านสื่อต่างๆ ในตลาดนักท่องเที่ยวหลักทุกภูมิภาคทั่วโลกให้เหล่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักและตระหนักถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวอันแปลกตา ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งโครงการนี้ประสบความสำเร็จอย่างสูงเป็นผลให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมากนำมาซึ่งรายได้มหาศาลอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากสินค้าออกที่สำคัญของไทยพ.ศ. 2535 - 2537

2535 / 1992		2536 / 1993		2537 / 1994	
สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)	สินค้าออก	มูลค่า (ล้านบาท)
การท่องเที่ยว	123,135	การท่องเที่ยว	127,802	การท่องเที่ยว	146,211
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	111,837	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	113,669	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	132,772
คอมพิวเตอร์	55,384	คอมพิวเตอร์	62,744	คอมพิวเตอร์	92,070

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากความสำคัญของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยก็มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมของประเทศเช่นกัน เพราะนักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งเรียนรู้สภาพความเป็นอยู่และวัฒนธรรมคึกคักของพี่น้องในท้องถิ่นต่างๆ ตลอดจนสร้างความเข้าใจอันดีและความสามัคคีให้เกิดในหมู่คนไทยอีกด้วย ที่สำคัญคือ ช่วยกระจายเงินตราไปสู่ชนบทที่มีแหล่งท่องเที่ยว ในปี 2537 มีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประมาณ 38 ล้านคน / ครั้ง มีวันพักเฉลี่ย 2.3 วัน ใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 1,415 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , แผนพับ)

ตารางที่ 2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ระหว่างปี 2532 - 2539

พ.ศ.	2532	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539
จำนวน	32.5	33.5	34.8	35.9	37	38.1	39.2	40.5

- หมายเหตุ
1. ระหว่างปี 2532 - 2534 อัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี
 2. ระหว่างปี 2535 - 2539 อัตราเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี
 3. จำนวนนับเป็น ล้านคน (ครั้ง)

ที่มา : รายงานประจำปี 2538 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ถึงแม้ว่าคนไทยจะยังนิยมท่องเที่ยวในประเทศ แต่แนวโน้มที่คนไทยหลังไหลไปท่องเที่ยวในต่างประเทศก็สูงขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ มาจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศทำให้ประชาชนมีรายได้มากขึ้นมีเงินออมมากขึ้น ส่งผลให้เกิดกลุ่มผู้มีรายได้สูงซึ่งนิยมเดินทางไปต่างประเทศและมีค่านิยมส่งบุตรหลานไปศึกษาต่อต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีนักธุรกิจไทยไปค้าขายลงทุนในต่างประเทศเพิ่มขึ้นและผลจากการผ่อนคลายปฏิรูปการเงินตราทำให้คนไทยสามารถนำเงินออกไปนอกประเทศได้สะดวก รวมถึงปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ อัตราค่าบริการนำเที่ยวในประเทศมีราคาใกล้เคียงกับราคานำเที่ยวต่างประเทศ ทำให้คนไทยจำนวนไม่น้อยนิยมเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังตารางเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศและรายได้เข้าประเทศกับจำนวนคนไทยและค่าใช้จ่ายของคนไทยที่ไปต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2534 - 2537 จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าแม้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยต่ำลงส่งผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวม ซึ่งตรงกันข้ามกับสภาพการท่องเที่ยวของคนไทยที่ไปเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 3 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวประเทศไทยระหว่างปี

พ.ศ. 2534 - 2537

พ.ศ.	2534	2535	2536	2537
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เข้ามาประเทศไทย (คน)	5,086,899 - 4.00 %	5,136,443 + 0.97 %	5,760,533 + 12.15 %	6,166,496 + 7.05 %
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน (บาท)	2,772.82 - 23.10 %	3,395.58 + 22.48 %	3,196.80 - 5.85 %	3,373.70 + 5.53 %
วันพักเฉลี่ย (วัน)	7.09	7.06	6.94	6.98
รายได้รวม (ล้านบาท)	100,004 - 9.56 %	123,135 + 23.13 %	127,802 + 3.79 %	145,211 + 13.62%

ตารางที่ 4 รายจ่ายของคนไทยที่เดินทางไปต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2534 -2537

พ.ศ.	2534	2535	2536	2537
จำนวนคนไทยที่ไปต่าง ประเทศ (คน)	1,013,836 + 14.77 %	1,281,660 + 26.42 %	1,539,609 + 20.13 %	1,680,772 + 9.17 %
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน (บาท)	3,773.95 + 11.90 %	3,740.35 - 0.89 %	4,098.08 + 9.56 %	4,650.10 + 13.47 %
วันพักเฉลี่ย (วัน)	8.43	8.46	8.45	9.37
รายจ่ายรวม (ล้านบาท)	32,277 + 47.91 %	40,556 + 25.65 %	53,315 + 31.46 %	73,234 + 37.36 %

ที่มา : รายงานประจำปี 2538 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภาวะการณ์เช่นนี้ก่อให้เกิดปัญหาดุลการท่องเที่ยงที่เริ่มชะลอลดลงและมีแนวโน้มที่จะต่ำลงเรื่อยๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเช่น การขาดดุลบัญชีเดินสะพัดเนื่องจากคนไทยนิยมไปจับจ่ายซื้อสินค้าในต่างประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยรวมของคนไทยที่เดินทางออกนอกประเทศมีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยตลอดจากจำนวน 9,900 ล้านบาท ในปี

2530 (ร้อยละ 0.8 ของผลิตภัณฑ์ในประเทศ) เป็น 102,100 ล้านบาท ในปี 2537 (ร้อยละ 2.8 ของผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ) โดยจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยที่ไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยตลอด จาก 650,600 คน ในปี 2530 เป็น 1,820,254 คน ในปี 2538 และมีแนวโน้มพำนักในต่างประเทศนานวันขึ้นจากเฉลี่ย 8.7 วัน ในปี 2538 และเดินทางในระยะไกลมากขึ้น คือ แถบภูมิภาคอเมริกา และยุโรป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี : 2538)

ตารางที่ 5 ดุลการท่องเที่ยวไทยระยะปี พ.ศ. 2533 - 2537

พ.ศ.	ค.ศ.	รายรับจากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	รายจ่ายด้านการท่องเที่ยว ของคนไทย (ล้านบาท)	ดุลการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2533	1990	110,572	21,822	+ 88,750
2534	1991	100,004	32,278	+ 67,726
2535	1992	123,135	40,556	+ 82,579
2536	1993	127,802	53,315	+74,487
2537	1994	145,211	73,234	+ 71,977

ที่มา : รายงานประจำปี 2537 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ คุณทวีทรัพย์ ดันตสุกิจวิช พนักงานกองพัฒนาตลาดในประเทศ ซึ่งได้ให้ข้อมูลว่า “ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้รับการร้องเรียนจากสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวภายในประเทศ (สนท.) ถึงภาวะตลาดในประเทศที่ซบเซาโดยพิจารณาจากผลประกอบการของตัวแทนบริษัทท่องเที่ยวที่เป็นสมาชิกของสมาคม ขอให้ทางททท. ช่วยให้ความร่วมมือในปัญหานี้ ซึ่งทางออกที่ททท.มองเห็นคือ ทำอย่างไรก็ได้ให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไม่จำเป็นต้องผ่านบริษัทนำเที่ยวก็ได้ถ้ากลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมีความตระหนักและมีข้อมูลมากพอในการตัดสินใจ และต้องให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้เที่ยวให้ถูกเที่ยวให้เป็นเพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวของไทยเสื่อมโทรมอย่างมาก ” (ทวีทรัพย์ ดันตสุกิจวิช , สัมภาษณ์ , 2 พฤศจิกายน 2539)

จากเหตุผลต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ททท.ในฐานะหน่วยงานของรัฐบาลที่รับผิดชอบ ได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องเร่งดำเนินการทางด้านการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวคนไทยทั่วไป และกลุ่มผู้มีรายได้สูงหันมาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น การปลูกจิตสำนึกให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจึงเกิดขึ้นภายใต้ชื่อ โครงการรณรงค์ “ไทยเที่ยวไทย”

โครงการรณรงค์ “ไทยเที่ยวไทย” ที่ททท.จัดขึ้นในครั้งนี้เป็นลักษณะแผน 2 ปี ซึ่งมีนโยบายคือ ส่งเสริมให้เอกชนมีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรัฐจะเป็นผู้สนับสนุน ส่งเสริม และประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยททท.กำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ดังนี้

1. เพื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้เกิดความตระหนักและสนใจให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศ
2. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเป็นแนวทางในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

โครงการนี้เน้นให้เห็นถึงความสำคัญ ความสะดวกและความประหยัดในการที่คนไทยจะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยมีการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดเทศกาลท่องเที่ยว การส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวและรายการนำเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น คาราวานแรลลี่ จัดโครงการเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน ฯลฯ โดยมีกลุ่มตลาดเป้าหมาย คือ

- กลุ่มผู้มีรายได้สูง 20 % แรกของกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่
- กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- กลุ่มบ้านานาญ
- กลุ่มเยาวชนและนักศึกษา
- กลุ่มแรงงาน-ลูกจ้าง
- กลุ่มแม่บ้าน
- กลุ่มผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น ดำน้ำ เดินป่า เป็นต้น

ระยะเวลาดำเนินงานของโครงการ คือ ระหว่างเดือนมิถุนายน - ตุลาคม พ.ศ. 2538 และ 2539 และช่วงปิดภาคเรียน (ดวงดาว สุวรรณรังษี,บรรณาธิการ , 2538 : 30)

ทุกหน่วยงานของททท.ทั้งในส่วนกลางและสำนักงานภูมิภาคได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อสนับสนุนโครงการรณรงค์“ไทยเที่ยวไทย”ในลักษณะเดียวกันคือ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น จัดประชุมสัมมนาเพื่อประชาสัมพันธ์หรือหาแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือประเพณีที่น่าสนใจของพื้นที่ การจัดงานเทศกาล “ไทยเที่ยวไทย” ตามห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น และเป็นการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการที่จะพัฒนาฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศให้เจริญก้าวหน้า ในงานมีการจัดนิทรรศการให้ข้อมูลความรู้ด้านแหล่งท่องเที่ยว และจัดให้มีการตอบปัญหา เล่นเกมส์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตลอดจนมีการจัดการขาย (table top sale) ของบริษัทนำเที่ยวที่เป็นสมาชิกของสนท.และสมาชิกของชมรมหรือสมาคมธุรกิจนำเที่ยวในสวนภูมิภาค ให้มีโอกาขายบริการของตนกับผู้บริโภคโดยตรง

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับเยาวชน ททท.ได้จัดการนำเที่ยวทัศนศึกษาแก่เด็กและเยาวชนเพื่อสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวและสร้างความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเป็นการสร้างความรัก ความภูมิใจในความเป็นไทยแก่เยาวชนและเพื่อเป็นการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีส่วนพัฒนาเยาวชนและในขณะเดียวกันเยาวชนก็สามารถมีส่วนช่วยอนุรักษ์และพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการจัดรายการกิจกรรมทางนันทนาการและกิจกรรมเสริมความรู้แก่เยาวชนในรูปแบบการอบรมในแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ รวมทั้งจัดโครงการอบรมผู้นำเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์ท่องเที่ยวไทย

นอกจากนี้ททท.ยังจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศด้วยการจัดรายการนำเที่ยวในประเทศ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบให้เป็นรางวัล และการจัดนำเที่ยวในรูปแบบคาราวานรถยนต์ไปในภูมิภาคต่างๆ หรือเข้าร่วมกิจกรรมงานประเพณีสำคัญ เช่น การจัดคาราวานท่องเที่ยวงานมหกรรมกล้วยไม้นานาชาติที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น รวมทั้งการจัดนำเที่ยวแก่คณะสื่อมวลชนเพื่อสร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วย (รายละเอียดดูภาคผนวก ก)

อย่างไรก็ตาม นอกจากจะมีการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆแล้ว ททท.ยังดำเนินกิจกรรมโฆษณาและเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการในการสร้างความตระหนักในการท่องเที่ยวภายในประเทศในหมู่คนไทยและเป็นการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับหนึ่งในมาตรการหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ปัญหานำวิจัย

กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ“ไทยเที่ยวไทย”นั้น ททท. ได้วางหลักการและมีเงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆอย่างไร และการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อมวลชนแต่ละประเภทมีความเหมือนและแตกต่างกันอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเข้าใจถึงหลักการและเงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชน คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุในการรณรงค์โครงการ “ไทยเที่ยวไทย”
2. เพื่อทำความเข้าใจรูปแบบและเนื้อหาสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภท

ขอบเขตของการวิจัย

ทำการศึกษาเฉพาะ การวางแผนงานและกิจกรรมการสื่อสารมวลชนผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ เพื่อรณรงค์โครงการ “ไทยเที่ยวไทย” ซึ่งดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม 2538 จนถึง ธันวาคม 2539 ที่อยู่ในความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยส่วนกลางเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาครอบคลุมถึงการใช้สื่อประเภทอื่น

ข้อสันนิษฐาน

หลักการและเงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ“ไทยเที่ยวไทย”ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเข้าไปใช้ช่องทางสื่อต่างๆ และรูปแบบและเนื้อหาสารที่นำเสนอต้องสอดคล้องกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์และจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย

นิยามศัพท์

กระบวนการสื่อสารมวลชน หมายถึง การวางแผนงาน และการดำเนินงานใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ “ไทยเที่ยวไทย”

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุที่ททท. ใช้ในการรณรงค์โครงการ “ไทยเที่ยวไทย”

หลักการในการใช้สื่อมวลชน หมายถึง เหตุผล นโยบาย และแนวทางในการทำงานเพื่อใช้ช่องทางสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข้อมูล

เงื่อนไขในการใช้สื่อมวลชน หมายถึง ข้อจำกัดและปัญหาในการทำงานเพื่อใช้ช่องทางสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข้อมูล

โครงการรณรงค์ “ไทยเที่ยวไทย” หมายถึง โครงการรณรงค์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำขึ้นเพื่อให้ความร่วมมือในการแก้ปัญหาสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศตกต่ำโดยดำเนินการตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 จนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ ททท.ได้จัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกให้เกิดความตระหนักและสนใจให้เกิดการท่องเที่ยวในประเทศ และเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเป็นแนวทางในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง การเดินทางที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง ภายในเขตประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนที่มีสัญชาติและมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยสามารถเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมไทยได้ โดยไม่รวมถึงชาวต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทย และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่ออะไรก็ตามที่ไม่ใช่การไปทำงานหารายได้และเวลาพำนักไม่เกิน 60 วัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการตลาดต่อไปสำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อบุคคลากรหรือ องค์กรอื่นที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ
3. เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนทางการรณรงค์ทางการสื่อสารด้านอื่นๆ ภายในประเทศ