

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญ

เนื่องจากในปัจจุบันกระแสความนิยมเรื่องการท่องเที่ยวไทยได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง โดยมีจุดเริ่มต้นอย่างชัดเจนตั้งแต่เมื่อต้นปี พ.ศ. 2541 เมื่อรัฐบาลนายชวน หลีกภัย ได้มอบนโยบายให้ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นายเสรี วงษ์ไพจิตร ประกาศให้ปี พ.ศ. 2541-2542 เป็น "ปีท่องเที่ยวไทย" หรือ "ปีอะเมซิงไทยแลนด์ 1991-1992 (Amazing Thailand 1991-1992)" เพื่อรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น และเพื่อเป็นการปลุกจิตสำนึกของคนไทยให้หันกลับมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น

จากวัตถุประสงค์หลักของโครงการปีท่องเที่ยวไทย ที่ต้องการให้คนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าต่างประเทศนั้น "สื่อมวลชน" เป็นสถาบันหลักสถาบันหนึ่งในสังคม ที่มีส่วนช่วยในการรณรงค์ให้คนไทยเกิดจิตสำนึก และค่านิยมใหม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศได้เป็นอย่างดี ด้วยหน้าที่ในการตอกย้ำวัฒนธรรม และจิตสำนึกที่มีอยู่ในสังคมให้คงอยู่ต่อไป หน้าที่ในการหยิบยกคุณค่าของวัฒนธรรมหรือสำนึกบางอย่างที่ถูกละเลยมานำเสนอให้อยู่ในความสนใจของสังคม และหน้าที่ในการเปลี่ยนบรรทัดฐาน และค่านิยมทางสังคม เช่น การหันมาเที่ยวในประเทศดีกว่าไปเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น โดยที่การพัฒนาความคิด ค่านิยมต่างๆ เหล่านี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนเป็นหลัก และก่อนที่ประชาชนจะให้ความร่วมมือได้นั้น จะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ให้ได้รับทราบถึงส่วนดี หรือประโยชน์ที่จะได้รับจากสิ่งนั้นเสียก่อน

ดังนั้น ด้วยคุณสมบัติในการกระจายข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากได้ในพื้นที่กว้างขวาง จึงทำให้การสื่อสารมวลชนมีพลังที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาสังคมได้เป็นอย่างดี รัฐบาลและสถาบันสังคมต่างๆ จึงพยายามที่จะใช้การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือของตนในการพัฒนากิจการงานต่างๆ ซึ่งรวมถึงส่วนของโครงการ "ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ ปีอะเมซิงไทยแลนด์" นี้ด้วยเช่นเดียวกัน ที่สื่อมวลชนถือเป็นสถาบันหลักในการช่วยให้แผนงานนี้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

หนังสือพิมพ์ ถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคมในด้านการให้ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้ ตลอดจนความบันเทิง ตามหน้าที่ที่สื่อมวลชนพึงมีต่อสังคม โดยเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ขึ้นเพื่อคนทุกระดับความรู้ ไม่จำกัดผู้อ่าน เพราะผู้อ่านสามารถอ่านจบได้ในเวลาอันสั้น และอ่านได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ หนังสือพิมพ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจอย่างกว้างขวาง และมีการนำเสนอหลากหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบข่าว เช่น ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ประกอบด้วยข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวนันทนาการ ข่าวเหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้แล้ว หนังสือพิมพ์ในปัจจุบัน ยังได้มีการเพิ่มสีสันและการนำเสนอที่น่าสนใจอีกหลายรูปแบบ ได้แก่ เรื่องสารคดี นวนิยาย บทความต่างๆ ภาพประกอบข่าว ภาพประกอบเรื่อง ภาพการ์ตูน เป็นต้น

อุทธรณ์ พลกุล (2517, อ้างถึงในวิไล ฉัตรกุล, 2534) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์มีบทบาทในการให้การศึกษา และความรู้เกี่ยวกับสังคมทุกด้าน หนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวของสังคม และมีภาระหน้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคม มีหน้าที่หลักในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงมานำเสนอให้สาธารณชนได้รับทราบ ในลักษณะของข่าว บทความ บทความวิจารณ์ เป็นต้น นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์จะต้องให้ข้อเสนอแนะในลักษณะที่เป็นการแสดงความคิดเห็นต่อข่าวนั้นๆ อย่างถูกต้อง เที่ยงตรง และเป็นธรรม หนังสือพิมพ์จึงย่อมต้องมีความรับผิดชอบต่อความคิดเห็นและจิตใจ รวมถึงความต้องการของผู้อ่านพร้อมกันไปด้วย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้มุ่งเน้นที่สื่อ "หนังสือพิมพ์" ในฐานะที่เป็นหนึ่งในสถาบันของการสื่อสารมวลชน ว่าได้มีบทบาทหน้าที่ในการช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวไทยอย่างไร มีรูปแบบในการนำเสนอลักษณะใด และมีประเด็นของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทยที่น่าสนใจอย่างไรบ้าง

ในส่วนของ "การท่องเที่ยว" นั้น รศ.ศรีศักร วัลลิโภดม ได้กล่าวถึง "การท่องเที่ยว" ไว้ว่า ในปัจจุบัน นับเป็นปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ เป็นผลผลิตในสังคมอุตสาหกรรมที่มีความก้าวหน้าทางวิทยาการ ทำให้คนเกิดความตึงเครียดจึงต้องมีการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) จนเกิดคำกล่าวที่ว่า คนในชนบทอยากเข้ามาเที่ยวเมืองกรุง เช่นกรุงเทพฯ เพราะมีแสงสีเสียงที่งดงาม ใครได้มาชมมาเห็นก็เท่ากับว่าเป็นผู้ดูตาสว่างไม่เฝ้าเขลา ในขณะที่คนกรุงเทพฯ เองก็ภูมิใจว่าตนทันสมัย และมีความสนใจที่จะออกไปเที่ยวตามต่างจังหวัดบ้าง จึงเกิดการเดินทางเคลื่อนย้ายไปมาหาสู่กันจากเมืองหนึ่งไปอีกเมืองหนึ่ง นำเอาวัฒนธรรมไปแลกเปลี่ยนถ่ายทอดกัน จนกลายเป็น "กิจกรรมการท่องเที่ยว" ขึ้นมาในที่สุด (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2534 :129-135) ซึ่งประเทศไทยมีชื่อได้เปรียบอย่างมากเกี่ยวกับกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่มีหลากหลายรูปแบบที่นักท่องเที่ยวนิยมและต้องการ เช่น แหล่งท่องเที่ยวแบบเมืองใหญ่ (City Tourism) แหล่งช้อปปิ้ง (Shopping Paradise) แหล่งท่องเที่ยวด้านชายหาด (Beach Resort Destination) นอกจากนี้ยังสามารถจัดการท่องเที่ยวแบบความสนใจพิเศษ (Special Interest) และการเที่ยวชมศิลปะล้ำค่าได้อีกด้วย

เมื่อพิจารณาลักษณะของการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวก็คือ สินค้าชนิดหนึ่งนั่นเอง แต่เป็นสินค้าที่ขายความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งในการที่จะสามารถขายหรือบอกไปยังผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยวให้ทราบว่าตนเองมีสินค้าที่ดีและสวยงามได้นั้น หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องเลือกใช้การโฆษณา และประชาสัมพันธ์เป็นกลยุทธ์สำคัญในการที่จะสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและเกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบสำคัญต่อไปนี้คือ (สมชาติ สุกฤตยานันท์, 2532)

S _____ M _____ C _____ R _____ E

เมื่อนำองค์ประกอบข้างต้นมาประยุกต์ใช้กับเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว อาจจะมีรายละเอียดไปในองค์ประกอบต่างๆ ได้ดังนี้ คือ

- S (Source) หมายถึง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งมีความต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ในฐานะแหล่งข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
- M (Message) หมายถึง ข่าวสาร หรือสิ่งต่างๆ ที่ Source ต้องการจะส่งหรือบอกให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและรับรู้ เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง
- C (Channel) หมายถึง ช่องทางหรือสื่อ ที่ Source พิจารณาว่าเหมาะสม และเลือกใช้เพื่อส่ง Message ไปยังนักท่องเที่ยว
- R (Receiver) หมายถึง ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายในการรับ Message ต่างๆ โดยผ่านสื่อ Channel
- E (Effect) หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้น และทำให้ Source ทราบได้ว่า การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปนั้น ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ซึ่ง Source จะทราบได้จากอัตราการเพิ่ม หรือลดลงของนักท่องเที่ยวภายหลังจากที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้ว

หากกล่าวโดยเฉพาะเจาะจงลงไปในเรื่องของการสื่อสารระหว่าง Source กับ Receiver ข้างต้นก็คือ แหล่งข่าวสารด้านการท่องเที่ยวใช้การสื่อสารเพื่อโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการกระตุ้น หรือสร้างความต้องการด้านการท่องเที่ยว ด้วยการให้ข่าวสารซึ่งออกมาในรูปแบบลักษณะต่างๆ ผ่านสื่อมวลชน ซึ่งแหล่งข่าวสารด้านการท่องเที่ยวพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้ก็คือนักท่องเที่ยวนั่นเอง และคาดหมายให้เกิดผลขึ้นต่อนักท่องเที่ยวคือการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และในการสื่อสารด้วยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว แหล่งข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในตัวผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของตนเองดีพอสมควร เช่น ต้องทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนต่างๆ เนื่องจากความรู้ ความเข้าใจเหล่านี้ สามารถช่วยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นำเอาข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อวางแผน และกำหนดนโยบายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้อย่างสอดคล้อง อันจะส่งผลให้กระบวนการสื่อสารสัมฤทธิ์ผล และตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร หรือนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

แนวความคิดดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Rice & Atkin (1989) ที่กล่าวไว้ว่า เนื้อหาสารเพื่อการรณรงค์จำเป็นต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการในปริมาณที่มากพอ ซึ่งเนื้อหาสารจะต้องสอดคล้องและสนองตอบความต้องการส่วนบุคคล และต้องสื่อสารข้อมูลเฉพาะความเข้าใจ และพฤติกรรม ซึ่งสามารถเข้าถึงและเป็นที่ยอมรับ รวมถึงนำไปปฏิบัติได้ในกลุ่มเป้าหมาย โดยเนื้อหาสารเหล่านั้นต้องผ่านช่องทางสื่อสารอันหลากหลายได้อย่างเหมาะสมและเพียงพอ

ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการวัดความสอดคล้องระหว่างความต้องการของผู้อ่านที่มีต่อการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว กับการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ในฐานะผู้ส่งสารช่องทางหนึ่งเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไทย

ปัญหานำวิจัย

1. เนื้อหาด้านการท่องเที่ยวที่ปรากฏทางหนังสือพิมพ์มีความถี่ รูปแบบการนำเสนอ ประเด็นเนื้อหา และบทบาทในลักษณะอย่างไร
2. ผู้อ่านมีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการท่องเที่ยวในลักษณะอย่างไรบ้าง
3. ผู้อ่านที่มีลักษณะแตกต่างกัน มีความต้องการประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์แตกต่างกันหรือไม่

4. ความต้องการ และแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน มีความสอดคล้องกับการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์หรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปริมาณความถี่ รูปแบบในการนำเสนอ ประเด็นของเนื้อหา และบทบาทของหนังสือพิมพ์ ในการเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว และแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน
3. เพื่อศึกษาว่าผู้อ่านที่มีลักษณะแตกต่างกัน มีความต้องการประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกันหรือไม่
4. เพื่อศึกษาความสอดคล้องระหว่าง การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ กับความต้องการ และแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้อ่านที่มีลักษณะต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน
2. ผู้อ่านที่มีลักษณะต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
3. ผู้อ่านที่มีลักษณะต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน
4. การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับความต้องการ และแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน

ขอบเขตการวิจัย

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับ "การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ" ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย โดยจะดูตลอดทั้งเล่ม ทั้งในส่วนที่เป็นข่าว บทบรรณาธิการ บทความ สารคดี และคอลัมน์ต่างๆ รวมถึงชิ้นงานโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศด้วย

2. ศึกษาเนื้อหาข่าวสารที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย โดยจะเลือกเฉพาะเนื้อหาที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเท่านั้น หากไม่ปรากฏว่าเป็นเนื้อหาเพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนจะไม่นำมาวิเคราะห์ สำหรับเกณฑ์การแบ่งภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย ใช้เกณฑ์การแบ่งตามข้อเสนอของคณะกรรมการภูมิภาคแห่งชาติ ซึ่งได้แบ่งประเทศไทยออกเป็น 6 ภาค เพื่อให้ใช้ตรงกันทุกหน่วยงาน และป้องกันความสับสน ดังนี้

1. ภาคเหนือ

มี 9 จังหวัด คือ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน อุตรดิตถ์ และ พะเยา

2. ภาคกลาง

มี 22 จังหวัด คือ สุโขทัย พิจิตร พิษณุโลก กำแพงเพชร เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง สระบุรี สุพรรณบุรี อโยธยา ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม และ นครนายก

3. ภาคตะวันออก

มี 6 จังหวัด คือ ปราจีนบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี และ ตราด

4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

มี 20 จังหวัด คือ หนองคาย เลย อุตรธานี นครพนม สกลนคร กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด ชัยภูมิ ยโสธร อุบลราชธานี ศรีสะเกษ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ มุกดาหาร สระแก้ว หนองบัวลำภู และ อำนาจเจริญ

5. ภาคตะวันตก

มี 5 จังหวัด คือ ตาก กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และ ประจวบคีรีขันธ์

6. ภาคใต้

มี 14 จังหวัด คือ ชุมพร พัทลุง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส ระนอง พังงา กระบี่ ภูเก็ต ตรัง และ สตูล

3. เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย คือ

- ไทยรัฐ เดลินิวส์ สยามรัฐ และ บ้านเมือง

เหตุผล เพราะหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ฉบับ มีการเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในปริมาณมาก และมีคอลัมน์ประจำที่เสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยโดยเฉพาะ เช่น

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มี ไทยรัฐทัวร์ไทย อะเมซิงไทยแลนด์ อะเมซิงทัศน์ เทียวไปกินไป ปฏิทินท่องเที่ยว เป็นต้น

- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มี วาไรตี้ เดลินิวส์ เสน่ห์หมื่นแสนทั่วแผ่นดินไทย เดลินิวส์ชวนชิม กรอบ Amazing Thailand เป็นต้น

- หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มี เที่ยวทั่วไทย เที่ยววัดไหว้พระ เมนูนำลง ปฏิทินท่องเที่ยวไทย นิวเจอเนอเรชั่น เป็นต้น
- หนังสือพิมพ์บ้านเมือง มี โลกใบใหญ่ บ้านเมืองชวนชิม หลากรสบันเทิง ครวั่นอกบ้าน เป็นต้น

4. ระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูล คือเริ่มตั้งแต่ช่วงการประกาศปี Amazing Thailand ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2541 เรื่อยมาจนถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2541 รวมระยะเวลา 1 ปี

5. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับสาร คือประชาชนทั่วไป

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย หมายถึง ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วทุกภูมิภาคภายในประเทศไทย ซึ่งปรากฏอยู่ในส่วนต่างๆ ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ซึ่งประกอบด้วยประเด็นของเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. ในรูปแบบของข่าว ได้แก่

- การปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย
- ประชาสัมพันธ์เทศกาล งานมหกรรม การแสดงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย
- ประชาสัมพันธ์การให้บริการของโรงแรม หรือสถานที่พักตากอากาศ
- ประเด็นข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัย และสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว
- ประเด็นข่าวกรณีที่นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบจากการให้บริการต่างๆ
- เรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ และดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวได้
- ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาเปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่

2. ประเด็นของ บทความ ได้แก่

- ข้อคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว
- ประเด็นบทความสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว

- บทความแสดงความคิดเห็นทั้งดีทั้งผิดกิจกรรมเอาดีเอาเปรียบ หรือคุกคามสวัสดิภาพนักท่องเที่ยว
- บทความเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นทั่วประเทศ

3. ประเด็นของ คอลัมน์ประจำ และสารคดี ได้แก่

- ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณี และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
- นำเสนอเรื่องราวความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ทำให้คนเกิดความอยากรู้อยากเห็น
- แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติต่างๆ
- แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก
- แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ
- เป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาข้อร้องเรียนต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบ

- แสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดี และท้วงติง เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย

4. เนื้อหาของ โฆษณา ได้แก่

- รายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์
- โฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ความเป็นไทย

บทบาทของหนังสือพิมพ์ หมายถึง

1. บทบาทในการให้ข่าวสาร หมายถึง การรายงานข่าว หรือแจ้งข่าวสารการปฏิบัติงานของรัฐบาล หรือหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
2. บทบาทในการแสดงความคิดเห็น หรือการชักจูงใจ หมายถึง การแนะนำ วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาได้ตอบสนองเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากองค์กรที่รับผิดชอบทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการโน้มน้าวชักจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย
3. บทบาทในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม หมายถึง หน้าที่ในการสืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกในส่วนต่างๆ ของสังคม

4. บทบาทในการให้ความบันเทิง หมายถึง การเผยแพร่เนื้อหาด้านการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เพื่อการพักผ่อนและลดความตึงเครียด โดยมีความรู้ที่น่าสนใจสอดแทรกอยู่ด้วย

5. บทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น โดยการดำรงรักษาความเป็นกลาง หรือปราศจากความลำเอียงในเหตุการณ์ที่มีปัญหาความขัดแย้ง

6. บทบาทการเป็นสื่อกลางในการโฆษณา หมายถึง การขายเนื้อที่โฆษณา ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์

✓ **รูปแบบของเนื้อหา** หมายถึง การเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบของข่าว บทความ คอลัมน์ประจำ สารคดี บทบรรณาธิการ

✓ **ข่าว** หมายถึง รายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นความจริงที่น่าสนใจ โดยประกอบด้วยความนำ และเนื้อข่าวที่ไม่ลงชื่อผู้เขียน

✓ **บทความ** หมายถึง ความเรียง หรือร้อยกรองที่มีการแสดงความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเป็นบทความวิชาการ หรือบทวิเคราะห์วิจารณ์จากหนังสือพิมพ์

✓ **สารคดี** หมายถึง เนื้อหาที่เป็นความเรียง หรือร้อยแก้วที่เสนอเนื้อหาที่เป็นจริง ในขณะเดียวกันก็ให้ความรู้ และความบันเทิงแก่ผู้อ่าน ด้วยการใช้ภาษาที่สละสลวยสามารถสร้างอารมณ์ให้ผู้อ่านเพลิดเพลิน รวมทั้งมีการนำภาพวาด ภาพเขียน ภาพถ่าย หรือภาพกราฟิกมาใช้ตกแต่งเป็นส่วนประกอบเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจมากขึ้น

✓ **คอลัมน์ประจำ** หมายถึง บทความสั้นๆ ที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง มีความยาวจำกัดในเนื้อหาเฉพาะ มีการลงชื่อผู้เขียน หรือใส่นามปากกา และมีตำแหน่งวางอยู่ในหน้าประจำ และหัวประจำ

บทบรรณาธิการ หมายถึง ข้อเขียนที่อยู่ในหน้าบรรณาธิการ และเขียนโดยบรรณาธิการ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ข้อคิดเห็นที่แสดงออกทางข้อเขียนนี้ ถือเป็นข้อคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับ

โฆษณา หมายถึง พื้นที่ส่วนที่ใช้เพื่อทำการเสนอขาย ส่งเสริม หรือเผยแพร่ความคิดเห็นของสินค้าและบริการต่างๆ จากผู้อุปถัมภ์ที่ได้ระบุไว้

ความต้องการของผู้อ่าน หมายถึง ระดับการคาดคะเนของผู้อ่านที่หวังว่าจะได้รับประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ รวมถึงความต้องการให้เนื้อหาในหนังสือพิมพ์ เป็นไปในแนวทางที่อยากเห็น

ลักษณะของผู้อ่าน หมายถึง

1. ความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้อ่าน ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ อาชีพ ช่วงรายได้ และระดับการศึกษา

2. แนวโน้มในการท่องเที่ยว หมายถึง ความนิยมสถานที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของไทย ได้แก่ ภาคเหนือ กลาง ตะวันออก ตะวันออกเฉียงเหนือ ตะวันตก และภาคใต้ และยังหมายถึงความนิยมในลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ได้แก่ การชมวิถีชีวิตชนบททางธรรมชาติ การร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น เดินป่า ล่องแพ เป็นต้น การเที่ยวชมวัดไหว้พระ โบราณสถาน โบราณวัตถุ การชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น การหาสถานที่ลองลิ้มชิมรสอาหารไทย การเลือกซื้อของที่ถูใจ การชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย การเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร การชมสถานที่ หรือของแปลกๆ ของไทย การดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ และการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. จากผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยในหนังสือพิมพ์รายวัน ทำให้ทราบถึงประเด็นเนื้อหาที่หลากหลายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ดีสำหรับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องนี้

2. จากผลการวิจัย ทำให้ทราบว่าผู้อ่านแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันนั้น มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทต่างๆ อย่างไร รวมถึงทำให้ทราบในเรื่องของแนวโน้มในการท่องเที่ยว และความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ว่ามีลักษณะอย่างไร

3. การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์กับความต้องการ และแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน สามารถเป็นแนวทางให้กับหนังสือพิมพ์ในการกำหนดประเด็นเนื้อหาได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านที่แตกต่างกัน และยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์การใช้สื่อมวลชน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยได้อีกด้วย