

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่งที่มีผลต่อการขยายตัวทั้งทางด้านเศรษฐกิจและด้านการพัฒนาของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนกว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี จากนักท่องเที่ยวนานาชาติประมาณ 9.5 ล้านคน และเป็นภาคเศรษฐกิจที่สามารถโอบอุ้มและเกื้อหนุนประเทศไทยไว้ได้ในยามเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ

ยุคเริ่มต้นของ อ.ส.ท. ในปี พ.ศ. 2503 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเพียง 81,340 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท ในช่วง 10 ปีแรก คือระหว่างปี พ.ศ. 2503-2512 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 19.56 ต่อปี ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 469,784 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,770 ล้านบาท

หลังจากที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมประจำปี สมาคม Pacific Area Travel Association (ต่อมาเปลี่ยนเป็น Pacific Asia Travel Association หรือ PATA) ในปี พ.ศ. 2512 ประเทศไทยก็เป็นที่รู้จักของนักธุรกิจการท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เป็นสมาชิกของ PATA กว่า 1,000 คน กรุงเทพฯ และเชียงใหม่ซึ่งเป็นสถานที่จัดประชุม จึงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั่วโลก ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยในปี พ.ศ. 2513 ถึง 628,671 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 2,175 ล้านบาทในช่วงปี พ.ศ. 2513-2522 อัตราการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนประเทศไทยเฉลี่ยร้อยละ 13.71 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2522 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยประมาณ 1.59 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 11,232 ล้านบาท

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้มองเห็นว่าการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นเฉพาะเรื่องตลาด การส่งเสริมเผยแพร่ให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวให้มากอย่างเดียวไม่ได้ ยังจะต้องทำหน้าที่ทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาบริการการท่องเที่ยว เพื่อจัดและป้องกันปัญหาการบริการท่องเที่ยวที่ขาดคุณภาพ ตลอดจนสามารถลงทุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลให้การดำเนินงานท่องเที่ยวเป็นรูปเป็นร่าง และมีแนวทางที่เด่นชัดในการปฏิบัติงานด้านการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กันไป

กล่าวคือ ทางด้านการตลาดก็ได้มีการวางแผนการดำเนินการ โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเป็นระบบ มีการจัดลำดับพื้นที่เป้าหมายด้านการตลาด มีการวิจัยตลาด เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดแต่ละตลาดอย่างถูกต้องตามหลักวิชา ขณะเดียวกันก็มีการสำรวจศึกษาความเหมาะสม และวางแผนหลักในพื้นที่ต่างๆที่มีแนวโน้มที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีต่อไปได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังได้ลงทุนในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนจัดกิจกรรมงานเทศกาลประเพณีต่างๆ เพื่อเสริมสร้างให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่น่าสนใจ สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมากยิ่งขึ้น และตลอดทุกฤดูกาล

โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากรัฐบาลมากขึ้น จึงได้มีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (ระหว่างปี พ.ศ. 2520-2524) ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่มีการบรรจุเรื่องท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและต่อมาการท่องเที่ยวก็ได้รับการบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตลอดมา

ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ซึ่งเป็นฉบับปัจจุบันนี้มีเป้าหมายคุณภาพทางเศรษฐกิจประการหนึ่งด้านท่องเที่ยวคือ เพิ่มรายได้การท่องเที่ยวโดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7-8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่สมดุลและยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงานและกระจายรายได้โดยพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและพัฒนาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพใหม่ๆให้สอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น ซึ่งรวมถึงวิถีชีวิต สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย และการประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีสาระสำคัญเกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวคือ ส่งเสริมให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและอินโดจีน โดยเฉพาะการสนับสนุนการดำเนินการด้านการตลาดร่วมกัน เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค และการพัฒนาโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระหว่างกัน พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน

โดยการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศโดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงกลุ่มพื้นที่ พร้อมทั้งสนับสนุนการพัฒนากิจกรรม

ท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเชิงวัฒนธรรมและทรัพยากรของธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงขีดความสามารถของพื้นที่ในการรองรับการท่องเที่ยวเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกวิธี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา สวมสุขภาพ และสวนสนุก ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านการเข้าออกประเทศ การเดินทางในประเทศ การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่ละประเภท ส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างครบวงจรทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวการบำรุงรักษา และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวโดยบรรณรักษ์สร้างจิตสำนึกและเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชุมชนในท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน รวมทั้งสนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่มีระยะพักนานและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุม การจัดนิทรรศการนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อเพิ่มสัดส่วนของรายได้ต่อนักท่องเที่ยวและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยให้มีระบบบริหารจัดการเฉพาะขึ้นมารับผิดชอบ รวมทั้งให้มีศูนย์ประชุม และศูนย์แสดงสินค้านานาชาติในเมืองหลักที่มีศักยภาพขึ้นมารับรองรับ ประการสุดท้ายคือ ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวไทยมากขึ้น และเร่งรัดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่ เพื่อสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น

นโยบายที่สำคัญประการหนึ่ง ซึ่งเป็นนโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน คือ นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2540-2546 ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมมือแก้ไข หรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความจริงก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ
4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวรวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายคมนาคมขนส่ง และสื่อสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้
5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดีมีความรัก ความห่วงเห่นและช่วยทำนุบำรุงทรัพย์สินมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป
6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันให้มาตรฐานต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป
8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป
9. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง
10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยงให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจาย

ความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

11. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่จำเป็นและเหมาะสม ในลักษณะของการลงทุนร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนรวมของชาติ และองค์กร

การท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งที่รัฐบาลให้ความสนใจและทำการรณรงค์มาอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2530 รัฐบาลได้ประกาศส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ชื่อว่า “ปีท่องเที่ยวไทย” เพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ และพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษก หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต่างรวมพลังทั้งด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจนทำให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากถึง 3.48 ล้านคน ทำให้มีอัตราเพิ่มที่สูงมากถึง ร้อยละ 23.59 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 50,023 ล้านบาท ทั้งยังส่งผลให้ปี พ.ศ. 2531 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนเป็นจำนวนมากอีกเช่นกันถึง 4.23 ล้านคน โดยเพิ่มในอัตราร้อยละ 21.47 ทำรายได้เป็นเงิน 78,859 ล้านบาท สำหรับในปี พ.ศ. 2532 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประมาณ 4.8 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินประมาณ 96,386 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2538 เป็นเงิน 190,765 ล้านบาท

ผลการดำเนินงานในช่วงปี Amazing Thailand 1998-1999 หรือปีท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2541-2542 สถิตินักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 7,764,930 คน ในปี พ.ศ. 2541 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 7.53 (“สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2541-2542” Available: <http://www.tat.or.th/stat/index99>. (เข้าถึง 16 มิถุนายน 2546)) รายได้จากการท่องเที่ยว 242,177 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2540 ร้อยละ 9.70 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีสถิติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศ 51.68 ล้านคนต่อครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศถึง 187,898 ล้านบาท

ในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทย 8,580,332 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 7.53 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 253,018 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.48 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสถิติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศ 53.65 ล้านคนต่อครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 ร้อยละ 3.08 มีรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ 203,858 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.78 (“นโยบายการดำเนินงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” Available: <http://www.tat.or.th> (เข้าถึง 16 มิถุนายน 2546))

ในปี พ.ศ. 2543 จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย มีจำนวนถึง 9,578,826 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2542 ร้อยละ 10.72 (“สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พ.ศ. 2542-2543” Available :<http://www.tat.or.th/stat/index/00>. (เข้าถึง 16 มิถุนายน 2546)) ประเทศไทยมี

รายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวสูงถึง 285,272 ล้านบาท คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.8 (ทีมข่าวภูมิภาค, “ปี 2545 ไทยเที่ยวไทย ผันได้แค่ไหน”, หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (1 มกราคม 2545): 6) และในปี พ.ศ. 2544 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทย มีจำนวน 10,132,509คน เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2543 ร้อยละ 5.78 ( “สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2543-2544” Available: <http://www.tat.or.th/stat/index01> ( เข้าถึง 16 มิถุนายน 2546))นับได้ว่าอัตราการขยายตัวการท่องเที่ยวยของประเทศไทย อัตราขยายตัวที่ลดลงเมื่อเทียบกับ การขยายตัวของปีก่อนๆที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวที่ลดลงนี้เป็นผลที่สืบเนื่องมาจากการก่อวินาศกรรมตึกเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในวันอังคารที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2544 เป็นผลให้อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทยในเดือนกันยายนลดลงอย่างมาก เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2543 กล่าวคือมีอัตราการขยายตัวลดลง ร้อยละ 0.81 นอกจากนั้น เหตุการณ์นี้ยังส่งผลกระทบต่ออัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทยในเดือนตุลาคม และพฤศจิกายน ซึ่งมีอัตราการขยายตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันใน ปีพ.ศ. 2543 (“สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พ.ศ. 2544-2545” Available :<http://www.tat.or.th/stat/index/02>.( เข้าถึง 16 มิถุนายน 2546)

โดยในปี พ.ศ. 2545 นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่ว่า ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) เร่งให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการใช้จ่ายเงินทางด้านการท่องเที่ยวของคนไทยกระจายไปยังภูมิภาคต่างๆ และลดการใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศลง ซึ่งจะช่วยให้กระแสเงินไหลเวียนอยู่ในประเทศ อันจะช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้นได้อีกทางหนึ่ง

ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงตอบสนองนโยบายรัฐบาลโดยการจัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยตลอดทุกเดือน ในปีพ.ศ. 2545 ภายใต้อชื้อว่า โครงการ “เที่ยวทั่วไทย...ไปได้ทุกเดือน” ซึ่งจากโครงการดังกล่าวทำให้มีนักท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2545 ถึงประมาณ 10.8 ล้านคน สร้างรายรับประมาณ 33,1637 ล้านบาท

จากอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545ซึ่งเป็นเครื่องหมายของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางสภาวะของโลกที่มีความไม่แน่นอนและยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ประเทศไทยก็เจอกับวิกฤตทางเศรษฐกิจระลอกที่สอง ในปี พ.ศ.2546 ซึ่งมีสาเหตุเนื่องมาจากภาวะสงครามระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและอิรัก รวมทั้งภาวะ “โรคนซาร์ส (SARS)” หรือ โรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (Severe Acute Respiratory Syndrome) ซึ่งกำเริบขึ้นในมณฑลกว่างตุง ทางตอนใต้ของประเทศจีน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2545 แต่ทางการของประเทศจีนไม่เปิดเผยข่าว ต่อมาเมื่อผู้ติดเชื้อไปยังสิงคโปร์ แคนาดา และประเทศอื่นๆ อันตรายของโรคนซาร์สจึงเป็นที่หวั่นกลัวต่อชาวโลกเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นโรคที่ยังไม่สามารถค้นหาวิธีการรักษาให้หาย

ได้ กลางเดือนมีนาคม 2546 จึงมีคำเตือนขององค์การอนามัยโลกออกมาเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส (SARS) อย่างเป็นทางการ

ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจมีความเปราะบางยิ่งขึ้น ภาวะสงครามทำให้กระบวนการฟื้นตัวต่างๆของประเทศชะงักงัน โดยเฉพาะการระบาดของโรคหวัดมรณะหรือโรคซาร์ส ทำให้ประเทศไทยต้องตกอยู่ในภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

เดิมทีนั้นมีการคาดการณ์ว่าประเทศไทยอาจจะได้ผลพลอยได้จากภาวะสงคราม เนื่องจากเป็นประเทศที่เป็นกลาง ไม่มีปัญหาเรื่องเชื้อชาติ ศาสนา อาจจะได้รายได้จากการท่องเที่ยวและธุรกิจการขนส่งได้อย่างเต็มที่ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แสดงความมั่นใจว่าจากโอกาสนี้ ประเทศไทยจะมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจถึง 6% ( เศรษฐกิจ, มติชนสุดสัปดาห์ 11-17 เม.ย. 46: 22.)

แต่แล้วความคาดหวังต่างๆของโอกาสเติบโตทางเศรษฐกิจก็พลิกผันทันทีเมื่อมีข่าวการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส ที่ไม่สามารถจำกัดพื้นที่และหาทางควบคุมได้ ผลกระทบที่มากที่สุดคือผลทางจิตวิทยาที่เกิดจากความหวาดระแวงของประชาชนทั่วโลก โดยภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคหวัดมรณะมีหลายภาคธุรกิจด้วยกันแต่ที่ได้รับผลกระทบอย่างมาก ได้แก่ ภาคบริการท่องเที่ยว เนื่องจาก ความหวาดระแวง และความกลัวที่จะติดโรคหวัดมรณะ จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทาง ภาวะนี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสายการบิน โรงแรม ร้านอาหาร บริษัททัวร์ ฯ ซึ่งสูญเสียรายได้ไปร่วมหลายหมื่นล้านบาท

รายงานเศรษฐกิจและการเงิน เดือนเมษายน 2546 โดยธนาคารแห่งประเทศไทย รายงานภาวะเศรษฐกิจในส่วนภาคบริการท่องเที่ยวว่า ในเดือนเมษายน 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมีเพียงประมาณ 470,000 คน ต่ำที่สุดในรอบ 8 ปี โดยเป็นผลมาจาก การระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงหรือ โรคซาร์ส ตั้งแต่ช่วงกลางเดือนมีนาคมเป็นต้นมา ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศยกเลิกการเดินทางโดยเฉพาะจากประเทศที่เสี่ยงต่อการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงส่งผลให้อัตราเข้าพักโรงแรมในเดือนเมษายนลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 42.2 เทียบกับร้อยละ 60.5 ในเดือนก่อนโดยโรงแรมในกรุงเทพฯ ได้รับผลกระทบมากกว่าในต่างจังหวัดที่ได้รับการชดเชยจากนักท่องเที่ยวไทยบางส่วน

โดยแนวโน้มระยะสั้นคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะยังคงลดลงมาก จนกว่าปัญหาการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงในภูมิภาคเอเชียจะคลี่คลาย (“รายงานเศรษฐกิจและการเงิน เดือนเมษายน 2546” Available: <http://www.bot.or.th> เข้าถึง 16 มิถุนายน 2546 )

นายฉลองภพ สุตังกรกาญจน์ ประธานมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) กล่าวในงานสัมมนาพิเศษทางไทย “หลังสงครามฯ กับวิกฤตซาร์ส” ว่า ทีดีอาร์ไอได้วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจไทยที่เกิดจากโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลัน (โรคซาร์ส) ไว้ 3 กรณี

ได้แก่ กรณีฐาน เศรษฐกิจขยายตัว 3.8% รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 232,556 ล้านบาท ลดลง 30% เมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2545 ที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 332,223 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายของคนไทยในต่างประเทศ 107,005 ล้านบาท ลดลง 20% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2545 ที่มีการใช้จ่าย 134,087 ล้านบาท ดุลบัญชีเดินสะพัด 249,450 ล้านบาท

กรณีสูงหรือไม่รุนแรง เศรษฐกิจขยายตัว 4.7% รายได้จากการท่องเที่ยว 282,390 ล้านบาท ลดลง 15% หรือลดลง 49,833 ล้านบาท จากปี พ.ศ. 2545 การใช้จ่ายของคนไทยในต่างประเทศ 120,346 ล้านบาท ลดลง 10% หรือลดลง 13,741 ล้านบาท ดุลบัญชีเดินสะพัด 264,275 ล้านบาท

กรณีต่ำหรือรุนแรง เศรษฐกิจขยายตัว 2.5 % รายได้จากการท่องเที่ยว 182,723 ล้านบาท ลดลง 45% หรือลดลง 149,500 ล้านบาท จากปี พ.ศ. 2545 การใช้จ่ายของคนไทยในต่างประเทศ 93,692 ล้านบาท ลดลง 30% ดุลบัญชีเดินสะพัด 233,932 ล้านบาท (ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ “ท่องเที่ยวไทยสูญแสนล้าน ทิศอาร์ไอวิเคราะห์พิษซาร์สทำเศรษฐกิจอ่วม” .ไทยรัฐ, 29 เม.ย. 46 : 8)

นายศุภฤกษ์ สุรางกูร นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (แอดต้า) กล่าวว่า ผลของการระบาดของโรคนซาร์ส ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยทั้งระบบเป็นอย่างมาก โดยยอดนักท่องเที่ยวลดลง 50% ต่อเนื่องถึงไตรมาสที่สาม ของปี 2546 นักท่องเที่ยวจากจีน ฮองกง ใต้หวัน สิงคโปร์ และเวียดนาม ลดลงกว่า 90% จากเดิมที่ปี พ.ศ. 2545 นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 763,000 คน ฮองกง 533,000 คน เวียดนาม 98,000 คน สิงคโปร์ 687,000 คน และใต้หวัน 678,000 คน (ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ, “หวั่นมรณะ คุกเศรษฐกิจตั้งเวรด์แบงก์ปรับจีดีพีฮองกงลดฮวบเหลือ 0%, ไทยรัฐ, 25 เม.ย. 46 : 8)

จากการแถลงข่าว GDP ไตรมาสที่ 1/2546 และแนวโน้มปี 2546 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในด้านการท่องเที่ยว ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจาก 11.45 ล้านคน เหลือ 10.03 ล้านคน และมีรายได้ลดลงจาก 370,980 ล้านบาท เหลือเพียง 308,985 ล้านบาท คิดเป็นรายได้ที่ลดลง 61,995 ล้านบาท (“แถลงข่าว GDP ไตรมาสที่ 1/2546 และแนวโน้มปี 2546” Available: <http://www.nesdb.go.th> เข้าถึง วันที่ 16 มิถุนายน 2546)

จากเหตุการณ์ดังกล่าว ซึ่งมีผลกระทบอย่างมากต่อสถานะการท่องเที่ยวของประเทศ อันส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ร้านอาหาร สายการบิน บริษัทการท่องเที่ยว การบริการขนส่ง เป็นต้น ภาวะเช่นนี้ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นสิ่งที่สำคัญมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นหนทางในการทำให้เงินตราหมุนเวียนในประเทศแทนที่จากเงินตราต่างประเทศที่ขาดหายไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดดำเนินการรณรงค์ต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2545 ให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวเมืองไทย ในปี พ.ศ. 2546 ภายใต้อชื้อโครงการว่า “อันซีน อิน ไทยแลนด์



(Unseen In Thailand) ที่เที่ยวเมืองไทยในมุมมองที่ไม่เคยเห็น” และผู้วิจัยขอใช้คำว่า “โครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ (Unseen In Thailand)” แทนสำหรับการกล่าวถึงต่อไป

จากภาวะวิกฤตที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงเห็นว่าโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ (Unseen In Thailand) เป็นโครงการที่น่าสนใจในการศึกษาวิจัย เนื่องจากเกิดสภาวะวิกฤตในระหว่างการรณรงค์โครงการ การประชาสัมพันธ์โครงการฯ จึงยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น ในอันที่จะเป็นตัวกลางสื่อสารไปยังประชาชนในการรณรงค์ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้งานประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ประสบผลสำเร็จ โดยประชาชนจะต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตรงกับความต้องการ โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นสื่อที่สามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้อีกด้วย

#### เหตุผลในการนำเสนอโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์

ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีโครงการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในทุกๆปี ในแต่ละปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะชูสิ่งที่เป็นตัวดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545 ก็ได้ชูกิจกรรมในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดคนไทยและชาวต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทย ในโครงการ “เที่ยวทั่วไทย ไปได้ทุกเดือน” โดยการจัดให้มีกิจกรรมเด่นๆ ของทุกเดือนเป็นระยะเวลา 12 เดือน ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมายจากที่บริษัท ครีเอทีฟ จูชจีวัน ได้มอบหมายให้สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ต่อการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ สรุปผลการวิจัยดังนี้

- สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม ได้แก่ ทะเล/เกาะ 24.2%, ภูเขา/น้ำตก 22.3 %
- ความถี่ในการท่องเที่ยว มากกว่า 6 ครั้ง 9.1 % , 5 ครั้ง 7.9-3 % , 4 ครั้ง 11.5 %  
3 ครั้ง 18.8 % , 2 ครั้ง 29.9 %
- โฆษณามีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว มีผล 94.3% , ไม่มีผล 5.9 %
- สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว โทรทัศน์ 47.3% , วิทยุ 15.1 % , หนังสือพิมพ์ 11.2 % , แผ่นพับ 8.7% , website 5.8 % , ศูนย์บริการท่องเที่ยว 6.8%

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- สถานที่ท่องเที่ยวที่ประชาชนนิยมไปเที่ยวสูงสุด ได้แก่ ทะเล/เกาะ และภูเขา/น้ำตก
- การนำเสนอภาพสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม เป็นตัวเร้าที่ขอดีนิยมให้เกิดความรู้สึกอยากไปเที่ยว
- ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- โฆษณามีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว
- สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้คล้อยตาม ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ทั้งรูปแบบของสปอตเผยแพร่ และสารคดี

- โฆษณาอย่างต่อเนื่อง มีส่วนขายกระตุนให้เคลื่อนตาม และเกิดความอยากไปเที่ยว
- ฟรีเซนเตอร์ ทำให้โฆษณาน่าสนใจและน่าติดตามมากยิ่งขึ้น

#### แนวคิดโครงการ

- เปิดมุมมองใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- สร้างกระแสและบรรยากาศการท่องเที่ยวในประเทศให้คึกคัก
- กระตุ้นให้คนไทย หันมาท่องเที่ยวในเมืองไทยมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเน้นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- กระตุ้นคนไทยเที่ยวเมืองไทย แทนการไปเที่ยวต่างประเทศ
- ช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยว

#### กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มผู้ที่นิยมเดินทางไปต่างประเทศ
- กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง
- กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- กลุ่มครอบครัว
- กลุ่มเยาวชน
- กลุ่มคนทำงาน
- กลุ่มผู้สูงอายุ

#### แนวทางในการนำเสนอในรูปแบบของอินซีน อิน ไทยแลนด์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดให้มีการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพื่อดำเนินการภายใต้แนวคิด Unseen In Thailand ที่จะพาคนไทยได้ไปเที่ยว ได้ไปสัมผัสเมืองไทย ในมุมมองที่คุณไม่เคยเห็น โดยมีผู้สนับสนุนมากมาย

โครงการอินซีน อิน ไทยแลนด์ รวบรวมทีมงานซึ่งเชี่ยวชาญเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเชิงวิชาการ เชิงสันตนาการ รวมถึง ททท. ในแต่ละเขตทั่วประเทศระดมสมองเลือกเฟ้นสรรหาแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งที่เป็นของใหม่และทั้งที่เป็นดั้งเดิมบังภูเข่า หมายถึงว่า อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเก่าแต่บางมุมมองไม่มีใครรู้ ดังปรัชญานักเดินทางที่กล่าวว่า “ข้างหลังความงดงามหนึ่ง มักมีอีกความงดงามหนึ่งซ่อนอยู่เสมอ” เรื่องของการท่องเที่ยวที่นั่นจริงๆ แล้วจึงเป็นเรื่องที่ควรจะไปให้ถูกสถานที่ ถูกวันและเวลา จึงจะได้เห็นความงดงามและความมหัศจรรย์ที่แอบซ่อนอยู่

โครงการอินซีน อิน ไทยแลนด์ จึงเป็นการรณรงค์ที่ไม่ใช่เพียงแค่นำเสนอเพียงแค่แหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นการดึงมุมมองที่สวยงามที่สุด รวมถึงวันเวลาที่บางครั้งต้องไปให้ถูกต้องเท่านั้นธรรมชาติจึงจะเปลือยความงามออกมาให้เห็น

โครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ได้รวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ทั่วประเทศ จำนวน สถานที่ ในทุกภาคของประเทศไทย จัดเป็นสถานที่ อันซีน อิน ไทยแลนด์ ดังนี้

#### ภาคกลาง

กรุงเทพฯ	- สวนสัตว์ดุสิต
กรุงเทพฯ	- จิตรกรรมฝาผนังที่ยาวที่สุดในโลก วัดพระแก้ว
กาญจนบุรี	- เมืองบาดาล เขื่อนเขาแหลม
กาญจนบุรี	- ถ้ำเสาหินลำคลองงู
สุพรรณบุรี	- พระนอนหงาย
ราชบุรี	- ค้างคาวเขาช่องพราน
เพชรบุรี	- ค้างแว่นถิ่นใต้ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน
ประจวบคีรีขันธ์	- ถ้ำพระยานคร อุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด

#### ภาคเหนือ

เชียงใหม่	- กุหลาบขาว ดอยเชียงดาว
เชียงใหม่	- เกาะบนทะเลเมฆ ดอยเชียงดาว
เชียงใหม่	- กวางผา ดอยม่อนจอง
เชียงใหม่	- เวียงกุมกาม
เชียงใหม่	- ออบหลวง
เชียงราย	- หุ่นบัวตองดอยหัวแม่คำ
ตาก	- ถ้ำแม่อุสุ
น่าน	- ต้นดึกเคียม
พะเยา	- น้ำตกภูซาง
แม่ฮ่องสอน	- ถ้ำลอดปางมะผ้า ถ้ำผีแมนเมืองไทย
แม่ฮ่องสอน	- ภูโคลน
ลำปาง	- พระธาตุหัวกลับ
อุตรดิตถ์และพิษณุโลก	- ทะเลดอกไม้ภูสอยดาว

#### ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นครพนม	- หาดทรายทองแห่งลำน้ำโขง
นครราชสีมา	- กระทิงเขาแผงม้า อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่
บุรีรัมย์	- ปราสาทหินพนมรุ้ง
มุกดาหาร	- ปฏิมากรรมหินภูผาเทิบ

เลข	- เมเปิ้ลแดงในป่าปิด ภูกระดึง
เลข	- รอยเท้าไดโนเสาร์ ภูหลวง
อุบลราชธานี	- น้ำตกกรุง
อุบลราชธานี	- ภาพเขียนก่อนประวัติศาสตร์ ผาแต้ม

#### ภาคตะวันออก

ตราด	- เกาะกระดาด
ชลบุรี	- ปราสาทไม้สังขรรม พัทยา

#### ภาคใต้

กระบี่	- ทะเลแหวก เกาะด้ามขวาน
กระบี่	- สระมรกต ป่าเขานอู้จู้
กระบี่	- น้ำตกร้อน
ตรัง	- ถ้ำมรกต
นครศรีธรรมราช	- ป่าเฟิร์นโบราณ อุทยานแห่งชาติเขาลง
นราธิวาส	- นกเงือก ป่าฮาลา-บาลา
พังงา	- ภูเก็ต เกาะสิมิลัน
พังงา	- กัลปพฤกษ์น้ำตื้น
พังงา	- เกาะพระทอง
พังงา	- โลกใต้ทะเล หมู่เกาะสุรินทร์
พังงา	- ถ้ำลอดเกาะพนัก
พัทลุง	- บึงบัวทะเลน้อย
ภูเก็ต	- พระศูด
ระนอง	- ภูเขาหญ้าสองสี
สตูล	- มัลดีฟเมืองไทย เกาะหลีเป๊ะ
สุราษฎร์ธานี	- เขาตังกุยหลินเมืองไทย

นอกจากนี้ โครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ (Unseen In Thailand) ยังนำเสนอการท่องเที่ยวอีกกลุ่มคือ “กิจกรรมงานประเพณี/ เทศกาล” ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปี ดังนี้

- งานวิวาทใต้สมุทร จังหวัดตรัง
- งาน Bangkok International Film Festival
- งานแสดงแสง-เสียง และสื่อผสมแม่น้ำของแผ่นดิน
- งานตรุษจีนไชน่าทาวน์ เขาวราช (Chinese New Year)

- งานสะโตกช้าง จังหวัดลำปาง
- งานเทศกาลว่าวไทย กีฬาไทย และดนตรีไทย
- งาน Pattaya Music Festival
- งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้ง
- กลองปฐจา
- เทศกาลมหาสงกรานต์ทั่วประเทศ
- งานประเพณีบุญบั้งไฟโสธร
- งานวันวิสาขบูชา
- งานแข่งขันโปโลช้าง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- งานประเพณีการละเล่นผีตาโขน
- งานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา
- งานเทศกาลอาหารเขาวราช
- งานประเพณีอุ้มพระดำน้ำ จังหวัดเพชรบูรณ์
- งานประเพณีวิ่งควาย
- งานประเพณีลอยเรือไฟบูชาพญานาคและชมปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค จังหวัดหนองคาย (มหัศจรรย์ฝั่งโขง)
- งานประเพณีเดือนยี่เป็ง
- โตะจีนถึง จังหวัดลพบุรี
- มหัศจรรย์การแสดงแสง-เสียง ขนาดเล็ก 8 พื้นที่
- “ไอ้บุญทองบ้านหนองขาว”
- “แสง-เสียงสักยจรพระนครศรีอยุธยา”
- “นารายณ์ราชนิเวศน์นิมิต”
- “วิมานนาฎการ”
- “ศิวะราตรีแห่งศรีพทุทเศศวร”
- “อาข่าคนภูเขา”
- “ราตรีแห่งวัดอรุณ”

กลยุทธ์การนำเสนอ แบ่งออกเป็นสามส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แนะนำ

**Theme : Unseen In Thailand**

เป็นการเปิดตัวสินค้าใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองที่คนไทยไม่เคยเห็น สร้างกระแสให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยในมุมมองใหม่ๆ เกิดอารมณ์ร่วมในการเที่ยวเมืองไทย

## ส่วนที่2 ดึงบริษัทเอกชนเข้าร่วมสนับสนุนโครงการ

ดึงบริษัทเอกชนเข้าร่วมสนับสนุนโครงการ เพื่อให้เกิดกระแสและบรรยากาศของการท่องเที่ยวในประเทศ โดยบริษัทเอกชนที่เข้าร่วมจะนำงบประมาณเข้าร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เพื่อให้โครงการนั้นมีความยิ่งใหญ่ขึ้น บริษัทเอกชนที่เข้าร่วมสนับสนุน ณ ปัจจุบัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สิงห์ ปิ๊มน้ำมันบางจาก ศูนย์กระดาษดับเบิลเอ

## ส่วนที่3 โปรโมชัน

สร้างกระแสความตื่นตัวให้เกิดการท่องเที่ยวเร็วขึ้น อีกทั้งเพื่อเป็นการเปิดมุมมองแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ จากประชาชน โดยให้ประชาชนเขียนแหล่งท่องเที่ยว Unseen ที่ประทับใจ ส่งมาร่วมจับรางวัลมากมาย มูลค่า 8,000,000 บาท

## วิธีการ

- จัดพิมพ์คู่มือแหล่งท่องเที่ยว โดยเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ โดยส่งคู่มือไปยังโรงแรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมชิงรางวัล
- เชิญชวนให้ประชาชนเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไปเที่ยวในเมืองไทย พร้อมกรอกข้อมูลลงในคู่มือส่งชิงโชคทางตู้ ป.ณ. และกล่องรับชิ้นส่วนที่กำหนด เพื่อจับรางวัลทุกๆ เดือน ใช้ของรางวัลที่น่าสนใจเป็นตัวจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยากส่งชิ้นส่วน
- จัดทำรายการโทรทัศน์โดยแนะนำแหล่งท่องเที่ยวพร้อมเชิญชวนประชาชนเข้าร่วมเป็นสักขีพยานในการจับรางวัลทุกๆ เดือน เพื่อแจกโชคให้กับผู้โชคดีที่ส่งคู่มือเข้าร่วมกับทางรายการ
- แหล่งท่องเที่ยวที่แนะนำจากประชาชนจะถูกคัดเลือกและนำไปบันทึกไว้ใน CD-ROM เพื่อเผยแพร่ต่อไป

การดำเนินโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ นั้นมีการสื่อสารเพื่อรณรงค์โครงการโดยใช้สื่อที่หลากหลาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าว รวมถึงการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการฯ เพื่อเป็นประโยชน์และเพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้เกี่ยวกับโครงการ อันซีน อิน ไทยแลนด์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้เกี่ยวกับโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน

#### สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้เกี่ยวกับโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

#### ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากประชาชนที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องด้วยประชาชนที่มีภูมิลำเนาและอาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีโอกาสได้รับทราบข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ โดยตรงและมากกว่าที่อื่นๆ เพราะผู้ส่งสารในโครงการมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างกว้างขวาง และแพร่หลายมากที่สุด
2. มุ่งศึกษาเฉพาะการประชาสัมพันธ์ในช่วงเดือนเมษายน- พฤศจิกายน 2546

#### นิยามศัพท์

1. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง เทคนิควิธีที่นำมาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ และการดำเนินการรณรงค์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ตลอดจนกลวิธีที่ใช้ในการรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร คือ เนื้อหาสาร ช่องทางการนำเสนอ สื่อที่ใช้ในการรณรงค์โครงการ
2. สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การใช้สื่อในการดำเนินการและจัดทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างเดือนเมษายน 2546 ถึง กันยายน 2546 ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ เพื่อสนับสนุนโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ โดยแบ่งเป็น
  - 2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการเผยแพร่ข่าวสารของโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ผ่านทางโทรทัศน์ , วิทยุกระจายเสียง, หนังสือพิมพ์ และนิตยสารทั่วไป
  - 2.2 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โฆษณา และข่าวประชาสัมพันธ์ของโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ทางวารสารและสื่อต่างๆที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำขึ้น เช่น ไปสเตอร์ ไปสการ์ด ป้ายประชาสัมพันธ์, โฆษณากลางแจ้ง แผ่นพับ หนังสือคู่มืออันซีน อิน ไทยแลนด์ โฆษณาบนขบวนพาหนะ ศูนย์บริการข่าวสารโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ การประชาสัมพันธ์บริเวณที่จอดรถโดยสารประจำทาง สื่ออิเล็กทรอนิกส์

คือ อินเทอร์เน็ต วิดีโอ เป็นต้น รวมทั้งกิจกรรมต่างๆตั้งแต่เดือนเมษายน- กันยายน 2546 ทั้งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนอื่นๆที่เข้าร่วมสนับสนุนโครงการฯ เพื่อแจ้งข่าวสาร และประชาสัมพันธ์ข่าวในโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ให้กับประชาชน

2.3 สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ พนักงาน ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ ตลอดจนพนักงานทุกคนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ ที่ให้การสนับสนุนโครงการฯ ในครั้งนี้ รวมทั้งสถานประกอบการและหน่วยงานธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เข้าร่วมโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์

3. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ซึ่งก่อให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสารทั้งในระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
4. การรับรู้ หมายถึง การรับรู้ รับทราบ และเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องราวและรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ อันซีน อิน ไทยแลนด์และสามารถจดจำได้ถึงเรื่องราวต่างๆ ที่นำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์
5. โครงการอันซีน อิน ไทยแลนด์ (Unseen In Thailand) คือ โครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่มีจุดมุ่งหมายคือเปิดมุมมองใหม่ของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังคำขวัญที่ว่า “เที่ยวเมืองไทย ในมุมมองที่ไม่เคยเห็น” โดยรณรงค์ถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้ถูกเวลาอีกด้วย

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาโครงการประชาสัมพันธ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้นและพัฒนาโครงการที่มีลักษณะเดียวกันให้มีประสิทธิภาพต่อไป