

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงนโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ
2. เพื่อศึกษาถึงการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
3. เพื่อศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ
4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวทางในการศึกษาของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – depth Interview) และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ในด้านนโยบายเพื่อการฟื้นฟูในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิจากกลุ่มผู้บริหารที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับนิตยสารการท่องเที่ยวทั้ง 6 ชื่อฉบับ อันได้แก่ นิตยสาร อ.ส.ท. (รายเดือน) นิตยสาร Trips (รายเดือน) นิตยสารเที่ยวไทย (ราย 2 เดือน) นิตยสาร Adventure & Travel (รายเดือน) นิตยสาร Nature Explorer (รายเดือน) และนิตยสาร Outdoor Thailand (รายเดือน) รวม 66 ฉบับ ที่มีการตีพิมพ์ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม ปี 2548 ซึ่งก็เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยผลการศึกษาสามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วนที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ

ส่วนที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 3 ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ

จากการศึกษา พบว่านโยบายและการดำเนินงานของนิตยสารการท่องเที่ยวในแต่ละฉบับจะมีแนวนโยบายและการดำเนินงานในการนำเสนอของเนื้อหาแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบแผนงานของแต่ละสำนักพิมพ์ และจากการศึกษาพบว่าเนื้อหาในการนำเสนอโดยส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นนิตยสารของภาครัฐหรือภาคเอกชนจะเป็นไปตามรูปแบบและโครงร่างที่ถูกกำหนดเอาไว้แล้วเบื้องต้นของแต่ละสำนักพิมพ์เป็นสำคัญ ซึ่งนโยบายดังกล่าวสามารถพิจารณาได้จากบทสัมภาษณ์ของบรรณาธิการนิตยสารท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้แสดงความคิดเห็นไว้นว่า นิตยสารการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ มักจะมีแนวนโยบายที่เน้นการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในลักษณะของการบรรยายเพื่อการเข้าถึงธรรมชาติเป็นสำคัญ และแต่ละฉบับจะมีแนวทางในการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะเฉพาะตัวของนิตยสารฉบับนั้นๆ เป็นสำคัญ ซึ่งแนวทางในการดำเนินงานเพื่อนำเสนอเนื้อหาทางการท่องเที่ยวสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. การนำเสนอข้อมูลที่เน้นการท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ
2. วางแผนการนำเสนอข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายปี
3. การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

ส่วนที่ 2 การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ

ภายหลังจากการเกิดขึ้นของวิกฤตการณ์สึนามิในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยเมื่อปี 2547 มีผลทำให้ผู้ผลิตนิตยสารหลายๆ ฉบับต่างก็ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและลักษณะการนำเสนอเนื้อหาให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น และจากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ พบสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. การนำเสนอเนื้อหาในฐานะเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

การใช้สื่อ นิตยสารท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับสึนามิ ของรัฐในครั้งนี้ วัตถุประสงค์ทางการศึกษาก็เพื่อให้เกิดการเร่งรัดฟื้นฟูสถานที่และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับคืนสู่สภาพเดิม อีกทั้งเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพ

การบริการท่องเที่ยว ให้ได้มาตรฐานสากล ทั้งในด้านสถานบริการท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคใต้ที่ประสบภัยจากเหตุการณ์สึนามิสามารถกลับมาสวยงามและ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศได้อีกครั้ง

2. นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสื่อที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว ที่ประสบปัญหาจากคลื่นสึนามิ

จากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาภายหลังการเกิดขึ้นของเหตุการณ์สึนามิเมื่อ ปี 2547 พบว่า การดำเนินงานจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวของผู้ผลิตนิตยสารทั้งของภาครัฐและ ภาคเอกชน ต่างก็มุ่งนำเสนอเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์และเสนอสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการ ช่วยเหลือฟื้นฟูในพื้นที่ๆ ประสบภัยกันอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความพยายามในการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ โดยไม่เน้นการนำเสนอ ภาพความรุนแรงของคลื่นยักษ์สึนามิอีกต่อไป เพราะผู้ผลิตนิตยสารมีความตระหนักว่าจะทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจและทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งไม่เป็น ประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและความน่าเชื่อถือต่อนิตยสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยนัก โดยเนื้อหาที่นำเสนอเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย

2.1 การนำเสนอเนื้อหาในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

2.2 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อสิ่งพิมพ์ที่ช่วยนำเสนอภาพการฟื้นฟูของแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาคลื่นสึนามิ

2.3 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อที่ช่วยนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของรัฐบาล

2.4 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะช่วยเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นเศรษฐกิจหลังเหตุการณ์สึนามิ

2.5 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะการสร้างเชื่อมั่น และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิ

2.6 นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะสื่อเฉพาะกิจของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาคลื่นสึนามิ

3. นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะของการสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

การให้ความช่วยเหลือและฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัยจากสึนามิ นิตยสารท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้องและการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นในด้านการสร้างความมั่นใจและสร้างความเชื่อมั่นในด้าน

ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยประสบภัยให้นักท่องเที่ยว ซึ่งการนำเสนอข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในแหล่งที่เกิดเหตุภัยพิบัติได้อีกครั้ง จะเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้ผู้อ่านมองเห็นพื้นที่ที่เคยประสบปัญหาในเชิงบวก และจะเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันได้ในอนาคต

4. นิตยสารท่องเที่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสำคัญของชาติ

ผลการศึกษาพบว่าในช่วงภายหลังเหตุการณ์สึนามิ นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับต่างก็ได้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับมีความตระหนักและเล็งเห็นว่านิตยสารท่องเที่ยวควรเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้องของเหตุการณ์อันไม่ปกติของธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นได้อยู่ตลอดเวลา ตลอดจนควรมีแผนการและนโยบายเชิงรับกับสถานการณ์ที่อาจมีผลกระทบรุนแรงต่อประเทศชาติด้วย ซึ่งกรณีความรับผิดชอบต่อในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของนิตยสารท่องเที่ยวมิได้มีเพียงแค่กรณีของสึนามิแต่อย่างเดียว แต่ในกรณีฉุกเฉินอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน นิตยสารท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีมาตรการและแผนงานรองรับกับสภาพการเปลี่ยนแปลงจากเหตุความเสียหายด้วย ซึ่งก็เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์ทางด้านข้อมูลข่าวสาร และเพื่อให้การแก้ไขปัญหาของชาติดำเนินงานอย่างทันท่วงทีและเป็นไปอย่างจริงจัง ดังกรณีตัวอย่างเหตุการณ์สึนามิที่ผ่านมา

ส่วนที่ 3 ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

จากผลการศึกษาพบว่าภาพสะท้อนของนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ ประกอบไปด้วยสาระสำคัญดังนี้

1. การให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง

การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ถือเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตสื่อ นิตยสารทุกประเภท ซึ่งนิตยสารท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องถือเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ผู้อ่านต่างคาดหวังถึงเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด อีกทั้งการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ก็เพื่อสร้างความ

เชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง และจะช่วยกระตุ้นให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันกลับมามีบทบาทในฐานะของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศได้อีกครั้ง โดยภาพสะท้อนของการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ถูกต้องพิจารณาได้จากรายละเอียดที่สำคัญ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่

1.1 การนำเสนอสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วไป คือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับสึนามิ และเพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักเดินทางสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เคยเกิดเหตุการณ์สึนามิ

1.2 โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันผ่านสื่อ นิตยสารท่องเที่ยว คือ เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะหากว่ามีเหตุการณ์สึนามิเกิดขึ้นอีกครั้ง ผ่านศูนย์เตือนภัยพิบัติแห่งชาติ

1.3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านข้อมูลนิตยสารท่องเที่ยว เป็นการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ อีกทั้งยังมุ่งเน้นการนำเสนอภาพของสถานการณ์จริงในพื้นที่ที่เคยได้รับผลกระทบว่าปัจจุบันสามารถพลิกฟื้นและยังคงมีความสวยงามดังที่ผ่านมา

2. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ คือ เพื่อช่วยเหลือแหล่งท่องเที่ยว 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ เพื่อช่วยเหลือบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อการฟื้นฟูภูมิทัศน์ของชายหาดใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และเพื่อส่งเสริมนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบอีกครั้ง ซึ่งการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ดำเนินงานโดยบรรยายเนื้อหาผ่านบทความในคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารท่องเที่ยวที่ผลิตและจัดจำหน่ายในช่วงปี 2548

3. การเร่งฟื้นฟูภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ ผลสรุปตามวัตถุประสงค์สำคัญ มีดังต่อไปนี้ คือ

3.1 นำเสนอเนื้อหาและภาพของธรรมชาติที่คงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ

3.2 นำเสนอเนื้อหาที่สร้างจุดสนใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งอันดามันที่ได้รับผลกระทบ

3.3 นำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้ผู้อ่านมองเห็นความสวยงามของสถานที่ที่ได้รับผลกระทบจากภาพถ่าย ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาที่ประกอบไปด้วยภาพถ่าย ย่อมทำให้อ่านมองเห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และภาพถ่ายที่สวยงามถือเป็นหลักฐานที่ช่วยยืนยันว่าสภาพจริงของพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ปัจจุบันสามารถพลิกฟื้นและยังคงมีความสวยงามของภูมิทัศน์ดังที่ผ่านมา

3.4 นำเสนอเนื้อหาโดยหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงความสูญเสียและภาพความรุนแรงที่เกิดจากเหตุการณ์สึนามิ

3.5 นำเสนอเนื้อหาและภาพของสถานที่ใกล้เคียงพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่ไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ ซึ่งก็เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบริบทอื่นๆ และสร้างทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน

จากการศึกษา สามารถสรุปผลได้ว่า ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ทั้งในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง การประชาสัมพันธ์ข้อมูลในเชิงสร้างสรรค์ และการเร่งฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ต่างก็มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาผ่านบทความดีๆ ของนิตยสารท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อช่วยกระตุ้นและสร้างความมั่นใจในการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ และเพื่อส่งเสริมให้เกิดการฟื้นตัวทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ ๆ เคยได้ประสบปัญหาจากสึนามิ ดังนั้น ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ จึงเน้นการนำเสนอเนื้อหาสาระที่ดีและจรรโลงใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และไม่เน้นการนำเสนอภาพความรุนแรงของเหตุการณ์สึนามิ ทั้งนี้คือเพื่อป้องกันการทำลายบรรยากาศของการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์ สึนามิ

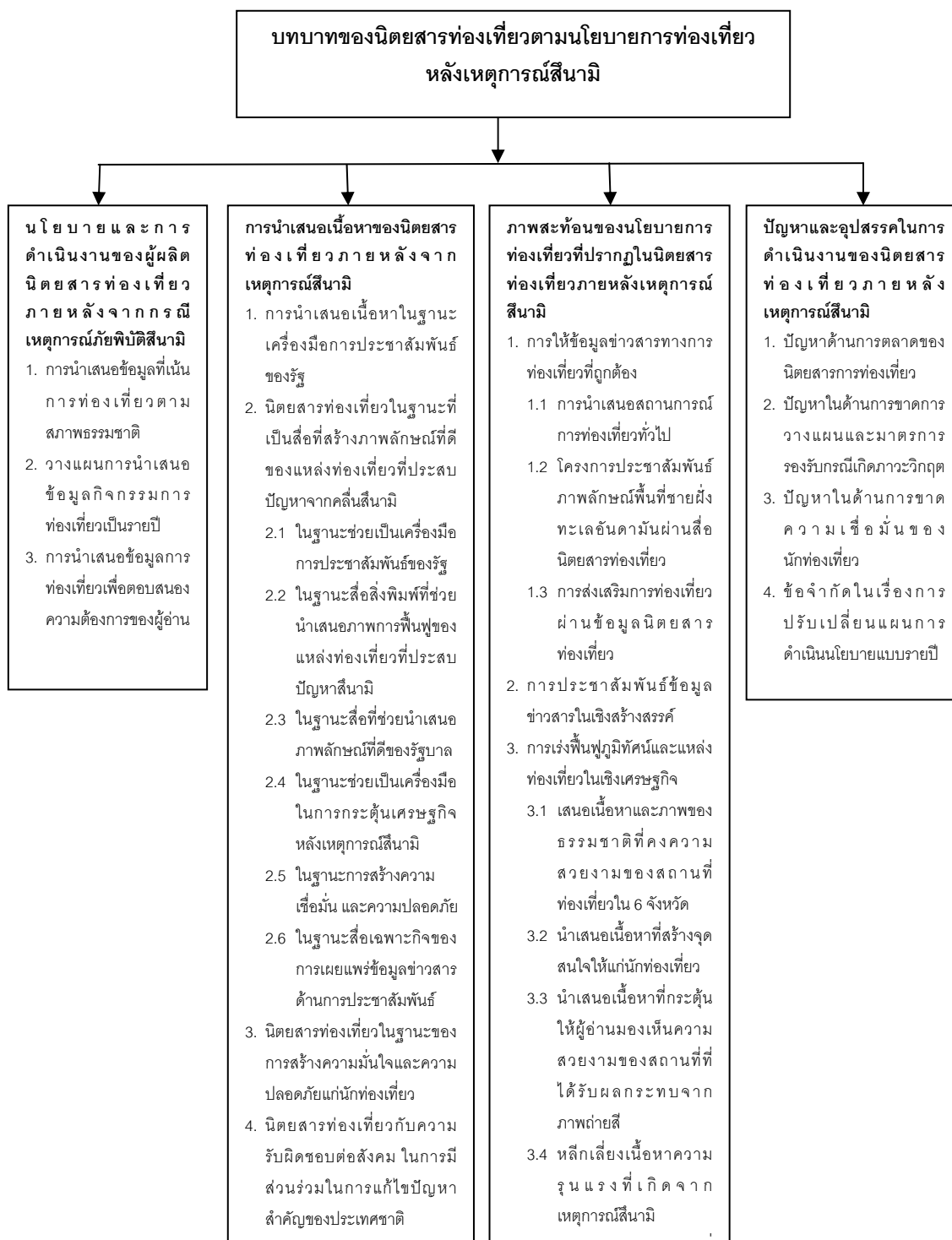
ผลจากการศึกษาพบว่านิตยสารท่องเที่ยวหลาย ๆ ฉบับต่างก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมและบทบาทในการฟื้นฟูการท่องเที่ยว ตลอดจนเยียวยาปัญหาทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยผ่านวิธีการดำเนินงานในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ และชี้แจงข้อเท็จจริงต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งก็เพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามิอีกครั้ง แต่การเข้ามาแก้ไขปัญหาดังกล่าว ยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการ ซึ่งปัญหาที่พบจากการนำเสนอเนื้อหาสาระของนิตยสารท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่

1. ปัญหาด้านการตลาดของนิตยสารการท่องเที่ยว
2. ปัญหาในด้านการขาดการวางแผนและมาตรการรองรับกรณีเกิดภาวะวิกฤต
3. ปัญหาในด้านการขาดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว
4. ข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินนโยบายแบบรายปี

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถประมวลผลการศึกษาของการศึกษาภาพสะท้อนนโยบายการท่องเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ ทั้ง 4 ประเด็นการศึกษาที่สำคัญได้ดังภาพที่ 5.1 ต่อไปนี้

ภาพที่ 5.1

ประมวลผลการศึกษาบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยว
หลังเหตุการณ์สึนามิ



อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษา 4 ส่วนสำคัญ อันได้แก่ 1) ศึกษานโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ 2) ศึกษาการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ 3) ศึกษาภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ และ 4) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ โดยใช้นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลังเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิ แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและนิตยสารท่องเที่ยว และแนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ

นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการผลิตนิตยสารแต่ละฉบับ เพราะการมีนโยบายจะช่วยให้การดำเนินงานในการจัดทำนิตยสารแต่ละฉบับมีแนวทางและเป้าหมายที่ชัดเจนในการดำเนินงาน โดยเฉพาะเมื่อเกิดกรณีเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิขึ้นเมื่อปลายปี 2547 นิตยสารท่องเที่ยว ในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลก็ได้เข้ามา มีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่ประสบภัย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นิตยสารทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ต่างก็ได้มีนโยบายในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อช่วยฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ แต่นโยบายที่นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับกำหนดขึ้นมานั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์หลักของแต่ละฉบับ โดยส่วนใหญ่แต่ละฉบับจะมีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี หรือปีต่อปี ซึ่งเรียกว่านโยบายระยะยาว ซึ่งการกำหนดนโยบายเพื่อการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารแต่ละฉบับ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2545, น. 145) ที่กล่าวว่านโยบาย หมายถึง แนวทางการปฏิบัติอย่างกว้าง และการกำหนดทิศทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือ เป็นแนวทางที่กำหนดขึ้นโดยอาศัยพื้นฐานจากเป้าหมายและแผนกลยุทธ์ทั้งหมดขององค์การเพื่อใช้เป็นทิศทางสำหรับบุคคลในองค์การ เป็นต้น ซึ่งการผลิตนิตยสารท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน แต่ละฉบับต่างก็มีนโยบายในการนำเสนอ โดยอาศัยพื้นฐานจากความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในขณะนั้นๆ เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม นโยบายของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับก็สามารถที่จะปรับเปลี่ยนแผนงานและนโยบายในการนำเสนอ

ข้อมูลต่อผู้บริโภคได้ตามความเหมาะสม โดยเฉพาะผลกระทบที่เกิดขึ้นโดยตรงต่อสังคม ดังกรณี ความสูญเสียจากเหตุภัยพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิในช่วงปลายปี 2547 ที่ผ่านมานี้ นิตยสารท่องเที่ยว หลายๆ ฉบับต่างก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายและแผนในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะความพยายามในการสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องราวและผลกระทบอันสืบเนื่องมาจากคลื่นยักษ์ สึนามิ ซึ่งการปรับเปลี่ยนนโยบาย การนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Koontz, (1984) ที่กล่าวไว้ว่า นโยบายคือ แนวปฏิบัติการ ส่วนการวางแผนคือกระบวนการในตัดสินใจเลือกสรรแนวทางในการปฏิบัติงานให้ บรรลุถึงเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ เป็นการพิจารณาและกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้บรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้โดยเชื่อมโยงระหว่างปัจจุบันและอนาคต ผู้วางแผนจะต้องคาดการณ์สิ่งที่ยังไม่ เกิดขึ้น ฉะนั้นการวางแผนจึงเป็นกระบวนการทางสติปัญญาที่พิจารณากำหนดแนวทางปฏิบัติงาน มีรากฐานการตัดสินใจตามวัตถุประสงค์ ความรู้และการคาดคะเนอย่างใช้ดุลพินิจ เพื่อให้เกิด ความสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

นอกจากนี้ นโยบายและการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง ไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องด้วยเหตุการณ์สึนามิ วัตถุประสงค์สำคัญอีกประการคือเพื่อ ประโยชน์ของประเทศชาติ และสังคมส่วนรวมที่ต้องการช่วยเหลือและฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัยจาก สึนามิ ด้วยเหตุนี้ การดำเนินงานในการจัดทำนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ จึงดำเนินการเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ทางสังคมปัจจุบัน และสนองต่อนโยบาย ตลอดจน แผนงานของรัฐเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ได้กล่าวถึง นโยบาย คือการกำหนดกรอบ ภาระหน้าที่ของแต่ละสถานะภายใต้สถานะทางการเมือง ค่านิยม และแนวความคิดของแต่ละ ประเทศหรือแต่ละสังคม โดยการกำหนดนโยบายจะครอบคลุมถึงกระบวนการตัดสินใจของ ผู้กำหนดนโยบายนั้นด้วย หรือหมายถึง การกำหนดแนวทางเพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนการ ปฏิบัติการต่อไป

ทั้งนี้ การที่นิตยสารท่องเที่ยวโดยเฉพาะนิตยสาร อ.ส.ท. ดำเนินงานโดยตอบสนอง ต่อนโยบายของรัฐก็เนื่องด้วยนิตยสาร อ.ส.ท. เป็นนิตยสารสังกัดภายใต้หน่วยงานของรัฐ หรือการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ รัฐจึงตระหนักที่จะใช้นิตยสารท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางในการ กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ๆ เคยได้รับผลกระทบจาก สึนามิ นอกจากนี้ การดำเนินนโยบายโดยสอดแทรกเนื้อหาของสึนามิผ่านนิตยสารท่องเที่ยว สามารถเอื้อประโยชน์ต่อประเทศชาติได้อย่างสูงสุด โดยเฉพาะเอื้อประโยชน์ต่อการฟื้นฟูทางด้าน เศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากสึนามิ ซึ่งนโยบายในการใช้นิตยสาร ท่องเที่ยวในกรณีของเหตุการณ์สึนามิ วัตถุประสงค์ก็เพื่อกระตุ้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน

พื้นที่ๆ เกิดเหตุการณ์ให้ฟื้นตัวและกลับมามีบทบาทในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศไทยได้อีกครั้ง

ซึ่งกระบวนการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับการศึกษาของ วิจิตร อวทะกุล (อ้างถึงใน วิปาสี จันทรโรจน์, 2543, น. 32) ที่ได้อธิบายไว้ว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวจะกำหนดขึ้นเพื่อสร้างขอบเขตการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป้าหมายการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องกำหนดขึ้นอย่างสอดคล้องต่อความต้องการในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นของประเทศหรือแหล่งท่องเที่ยว (Destination) นั้น อาทิ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจระดับเงินเฟ้อ อัตราการจ้างงาน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องเอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติและประชาชนท้องถิ่นอย่างทัดเทียมกัน ทั้งนี้ เป้าหมายการพัฒนาอาจจะพิจารณาแบ่งเป็นเป้าหมายย่อยได้อย่างน้อย 6 เป้าหมาย ได้แก่

1. เป้าหมายทางเศรษฐกิจ (Economic Goals) หมายถึง การกำหนดผลลัพธ์ หรือเป้าหมายการดำเนินงานในเชิงเศรษฐกิจ อาทิ อัตราการเจริญเติบโตด้านรายได้จากการท่องเที่ยว การจ้างงาน อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยว

2. เป้าหมายทางสังคม (Socio-culture Goals) หมายถึง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคม อาทิ การเรียนรู้ การศึกษาของประชาชน การสร้างจิตสำนึกรักในถิ่นเกิด ชนชาติ ประวัติศาสตร์ การดำรงไว้ซึ่งรูปแบบของวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ให้สูญเสียไป

3. เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goals) หมายถึง เป้าหมายในการขยายตลาดนักท่องเที่ยวทั้งด้านจำนวน ชนชาติ และกลุ่มความสนใจ

4. เป้าหมายในการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Environment and Conservation Goals) หมายถึง การป้องกัน การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็น วัฒนธรรมและธรรมชาติ ไม่ให้ถูกทำลายและสามารถสนองต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ซึ่งอาจจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับนโยบายด้านอื่นๆ อาทิ นโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

5. เป้าหมายด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development Goals) หมายถึง กรอบการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีความสอดคล้องและเพียงพอในการรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยว ทั้งบุคลากรในระดับปฏิบัติการ (Operational Staff) และระดับบริหาร (Managerial Staff) รวมทั้งกำหนดกรอบในการผลิตเครื่องมือ อุปกรณ์ หรือหลักสูตรการเรียนการสอนที่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม

6. เป้าหมายการดำเนินงานของรัฐบาล (Government / Political Goals) หมายถึง การกำหนดบทบาทและทิศทางการดำเนินงานของภาครัฐ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาและการส่งเสริมตลาดโดยรวมของประเทศ รวมทั้งขอบเขตการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของเอกชน

กล่าวได้ว่านโยบายและกลยุทธ์ เป็นกระบวนการสำคัญในการกำหนดภาระหน้าที่ขององค์กรตามเป้าหมายและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้ง ยังสามารถนำมาใช้ในการบริหารองค์กรภายใต้นโยบายหลักของรัฐบาล อันจะนำไปสู่การวางแผนปฏิบัติการต่อไป โดยเฉพาะแผนประชาสัมพันธ์เพื่อฟื้นฟูการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการกำหนดนโยบายตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบอย่างแท้จริง

การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ

กรณีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์สึนามิในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน เมื่อปี 2547 ได้ส่งผลให้ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับต่างก็พยายามนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยอย่างเต็มที่ ซึ่งก็เพื่อช่วยพลิกฟื้นสภาพธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยกลับคืนสู่ความสวยงามอีกครั้ง

โดยเนื้อหาที่นิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับนำเสนอในช่วงภายหลังเหตุการณ์สึนามิ จะเน้นเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีที่กล่าวถึงการฟื้นฟูและการพลิกฟื้นของสถานที่ที่เคยประสบปัญหาจากคลื่นยักษ์สึนามิเป็นสำคัญ และไม่มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงความสูญเสียและความรุนแรงที่เกิดจากสึนามิ สาเหตุก็เนื่องด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่ตอกย้ำความเจ็บปวดจากความสูญเสียไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแต่อย่างใด ในทางกลับกันอาจเป็นการทำลายการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางอ้อมอีกด้วย ดังนั้น เนื้อหาที่บรรณาธิการนิตยสารท่องเที่ยวตระหนักและเล็งเห็นว่าสามารถนำเสนอได้ คือเนื้อหาในลักษณะที่ช่วยส่งเสริมและสร้างสรรค์ ตลอดจนสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโดยผ่านเนื้อหาของนิตยสาร อีกทั้งหลบเลี่ยงภาพของความรุนแรงที่เกิดจากเหตุการณ์สึนามิ ทั้งนี้ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการส่งเสริมในเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะเนื้อหาที่เน้นเรื่องการฟื้นฟูสภาพภูมิทัศน์ของชายหาดและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน สามารถกระตุ้นให้การท่องเที่ยวของ

ประเทศไทยเติบโตไปในทิศทางที่เหมาะสม และช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศพัฒนาได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

อย่างไรก็ดี การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ ไม่ว่าจะในลักษณะสร้างสรรค์หรือเน้นทางด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องก็ตาม นโยบายดังกล่าวจะต้องมาจากการพิจารณาและตัดสินใจของผู้บริหารหรือบรรณาธิการเป็นสำคัญ ดังนั้น การวางแผนนโยบายของบรรณาธิการจึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับการนำเสนอของเนื้อหาในนิตยสาร นิตยสารจะออกมาในรูปแบบใดก็ตามย่อมขึ้นอยู่กับบรรณาธิการเป็นสำคัญ ซึ่งเนื้อหาของนิตยสารการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในช่วงหลังเหตุการณ์สึนามิได้มีความแตกต่างจากแผนงานเดิมที่วางไว้เท่าใดนัก และแม้ว่าจะมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวกับสึนามิเพิ่มเติมดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น แต่เนื้อหาส่วนใหญ่ยังคงยึดตามรูปแบบเดิมที่กำหนดแผนการผลิตไว้เป็นรายปีเป็นสำคัญ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ Wolseley (1965, pp. 375-376) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมของนิตยสาร พบว่าหน้าที่ของนิตยสารก็เหมือนสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ ในสังคมประชาธิปไตย กล่าวคือ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความเป็นจริง แสดงความคิดเห็นอย่างยุติธรรม และลงพิมพ์โฆษณาที่เป็นจริง

นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องการนำเสนอเนื้อหาเพื่อการฟื้นฟูการท่องเที่ยวของ 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิ และเพื่อกระตุ้นให้ตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบปัญหาจากสึนามิเกิดสภาพความคล่องตัวอีกครั้ง ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Wilbur Schram (ใน ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530, น. 240-242) ที่ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารไว้ดังนี้

1. ทำหน้าที่เสมือนยาม คอยเฝ้าระวังและรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้สมาชิกในสังคมได้รับทราบ แม้ว่านิตยสารจะไม่สามารถรายงานเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวได้รวดเร็วเท่ากับหนังสือพิมพ์ แต่นิตยสารก็ทำหน้าที่ในลักษณะรวบรวมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งทางกายภาพและทางความคิดของคนในสังคม แล้วนำมาวิเคราะห์ วิจารณ์ และสรุป ในลักษณะที่มีรายละเอียดมากขึ้น

2. ทำหน้าที่เสมือนเวที หรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งได้เปรียบกว่าสื่ออื่นๆ ในแง่ที่นิตยสารสามารถเสนอเรื่องราวที่เป็นความละเอียดอ่อน ประณีตและลึกซึ้งได้

3. ทำหน้าที่เสมือนครู ให้ความรู้ และการศึกษาแก่ประชาชน โดยที่บางฉบับอาจมุ่งให้ความรู้ และการศึกษาแก่ผู้อ่านโดยตรง ในขณะที่บางฉบับอาจจะให้ความรู้แก่ผู้อ่านของตนด้วยวิธีที่ไม่เร่งรัด ค่อยซึมซับกันไปกับความบันเทิงเริงรมย์ได้อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป กรณีการเกิดขึ้นของคลื่นยักษ์สึนามิถือเป็นกรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารที่ได้เข้ามามีบทบาทและมีนโยบายในการช่วยเหลือฟื้นฟูผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง ถึงแม้ว่าการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สึนามิจะไม่ได้ปรากฏอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่บทบาทของสื่อ นิตยสารโดยเฉพาะประเภทการท่องเที่ยวก็นับได้ว่าเป็นนิตยสารที่มีบทบาทในการฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบจากกรณีภัยพิบัติได้ดีที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง อีกทั้งการนำเสนอถึงเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ยังมีผลทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการนำเสนอของนิตยสารท่องเที่ยวได้ในอนาคต

ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ

ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏอย่างเด่นชัดในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ คือ ความพยายามในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ที่ประสบภัย โดยเฉพาะภาพสะท้อนในเชิงของการสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นในด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ และความเข้าใจอันดีให้แก่ประชาชน ได้รับทราบถึงข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงจากพื้นที่ๆประสบภัย

ทั้งนี้ ภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวที่ปรากฏในนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ สามารถพิจารณาได้จากภาพประกอบสีต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในบทความของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับ ซึ่งการมีภาพประกอบพร้อมคำบรรยายถือเป็นจุดแข็งในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้อ่านเห็นถึงสภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกรณีเหตุการณ์สึนามิ ผู้อ่านมีความคาดหวังและต้องการทราบถึงความก้าวหน้าในการดำเนินงานฟื้นฟูแก้ไขปัญหาในพื้นที่ที่ประสบภัยว่าในสภาพปัจจุบันมีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และผู้ที่สนใจเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ การนำเสนอเนื้อหาและภาพของธรรมชาติที่คงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบหลังเหตุการณ์สึนามิของนิตยสารท่องเที่ยว เป็นเสมือนสะพานเชื่อมโยงสังคมเก่ากับสังคมใหม่ โดยการถ่ายทอดเรื่องราวลักษณะของความเปลี่ยนแปลงให้ประชาชน

ได้รับทราบ เช่น การถ่ายทอดความเปลี่ยนแปลงในทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในสังคมต่างๆ อีกทั้ง การนำเสนอเนื้อหาที่กระตุ้นให้ผู้อ่านมองเห็นความสวยงามของสถานที่ที่ได้รับผลกระทบจากอุปถัมภ์ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ สามารถช่วยให้ผู้อ่านประเมินสถานการณ์ในการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติจริงได้อีกทางหนึ่ง

ซึ่งแนวคิดและภาพสะท้อนที่เน้นทางด้านการสร้างสรรค์และความจริงใจให้กับผู้อ่านดังกล่าวสอดคล้องกับ วินิจ รังผึ้ง (ในนิตยสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับปีการท่องเที่ยวไทย, 2530, น. 5-12) ที่กล่าวไว้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดของการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว คือ ภาพประกอบที่สวยงามและน่าสนใจ เพราะนิตยสารท่องเที่ยวมีบทบาทหน้าที่ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร และเมื่อเกิดกรณีเหตุการณ์สื่อนามิขึ้น นิตยสารท่องเที่ยวก็ควรมีบทบาทในฐานะสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (To Inform) กล่าวคือเป็นสื่อกลางในการเสนอข่าวสาร เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในช่วงเวลานั้นๆ ให้ผู้อ่านได้รับทราบ เช่น นิตยสารท่องเที่ยวเสนอข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพำนักในประเทศไทย หรือกรณีเหตุการณ์สื่อนามิในช่วงปีที่ผ่านมา เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้น

2. หน้าที่ในการให้ความรู้ (To Educate) นอกจากการให้ข่าวสารแล้ว การเสนอเรื่องราวที่เป็นความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทั่วไป หรือความรู้เฉพาะด้านให้แก่ผู้อ่าน เป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้อ่านให้กว้างขึ้น เช่น นิตยสารท่องเที่ยวให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น

3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To Entertain) ด้วยว่านิตยสารไม่ใช่ตำรา จึงต้องมีสิ่งบันเทิงเพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่าน โดยนำเสนอในรูปแบบของงานเขียนประเภทต่างๆ อาจเป็นเรื่องสั้น เรื่องแปล เรื่องอ่านเล่น หรือจะเป็นรูปแบบการเขียนในลักษณะพรรณนา หรือบรรยายให้เห็นถึงความสวยงามหรือคุณลักษณะของสิ่งต่างๆ เช่น สารคดีท่องเที่ยว ซึ่งทำให้อ่านเกิดจินตภาพพร้อมกับเสนอภาพถ่ายที่สวยงามของสถานที่นั้น

4. หน้าที่ในการเป็นสื่อโฆษณา (To Advertise) ในปัจจุบัน นิตยสารจะไม่สามารถอยู่รอดได้หากขาดการค้ำจุนจากค่าโฆษณา โฆษณาจึงเข้ามามีบทบาทในสื่อประเภทนี้ ทำให้นิตยสารสามารถขายในราคาต่ำกว่าทุนได้ ดังนั้นนิตยสารจะอยู่รอดหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับโฆษณาตัวเอง ขณะเดียวกันยังเป็นการช่วยลดภาระของผู้อ่าน ทำให้อ่านได้ทราบถึงความเป็นไปของตลาด โปรแกรมทัวร์ของบริษัทนำเที่ยวหรือโฆษณาสถานที่พักตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้อ่านในการเลือกใช้บริการ

จากการศึกษาบทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สึนามิ พบว่านิตยสารท่องเที่ยวมีความพยายามในการหลีกเลี่ยงการนำเสนอเนื้อหาที่กล่าวถึงความสูญเสียและภาพความรุนแรงที่เกิดจากเหตุการณ์สึนามิ ตลอดจนความพยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ อันเป็นนโยบายสำคัญของการดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยว ได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี สนสะอาดจิต ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา หลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นยักษ์สึนามิ” ซึ่ง รัชณี สนสะอาดจิต ศึกษาไว้ว่าชาวต่างชาติมองว่าประเทศไทยสามารถที่จะฟื้นตัวได้เร็วจากผลกระทบของเหตุการณ์ อีกทั้ง เป็นดินแดนแห่งมิตรภาพ ตลอดจนในเรื่องของความมีน้ำใจของคนไทย สามารถช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ทั้งนี้การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จะช่วยทำให้สถานการณ์ด้านท่องเที่ยวดีขึ้น โดยควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านสถานการณ์ทางภาคใต้ เพื่อกะตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ

กล่าวโดยสรุป การที่นิตยสารท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขและฟื้นฟูผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นเช่นกัน เนื่องจากนิตยสารถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีหน้าที่สำคัญในการเป็นสื่อถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) สื่อที่ให้ความรู้ (Education) สื่อที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) และการให้บริการด้านประกาศและโฆษณาต่างๆ ที่สามารถให้รายละเอียดต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มประชาชนต่างๆ ได้อย่างหนึ่ง หรือในอีกด้านหนึ่ง สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อในการบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์ และความทรงจำ รวมทั้งเป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะที่หลากหลาย และเป็นประจักษ์พยานเชื่อมโยงให้ทุกฝ่ายได้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน อย่างดีในประเด็นสาธารณะ ดังกรณีของเหตุการณ์สึนามิ เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังเหตุการณ์สึนามิ

จากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานเพื่อนำเสนอเนื้อหาในเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยจากสึนามิ ถือได้ว่ายังคงประสบกับปัญหาและอุปสรรคอยู่หลายประการ อาทิเช่น ปัญหาด้านการตลาดของนิตยสารการท่องเที่ยว ปัญหาในด้านการขาดการวางแผนและมาตรการรองรับกรณีเกิดภาวะวิกฤต ปัญหาในด้านการขาดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และข้อจำกัดในเรื่องการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินนโยบายแบบรายปี ซึ่งอุปสรรค

และข้อจำกัดดังกล่าวมีผลให้การดำเนินงานในการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการแก้ไขและฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบดำเนินงานได้อย่างล่าช้า และไม่มีความสะดวกเท่าใดนัก โดยเฉพาะในเรื่องของการขาดเอกภาพหรือศูนย์รวมในการแก้ไขปัญหาสินามิอย่างจริงจัง และถึงแม้ว่ามีความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนก็ตาม แต่การประสานความร่วมมือดังกล่าวยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการความช่วยเหลือของผู้ที่ประสบภัยจากสินามิ

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าการดำเนินงานเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับสินามิจะมีปัญหาและอุปสรรค แต่ขณะเดียวกันสิ่งสำคัญที่สะท้อนได้จากการศึกษาเรื่อง บทบาทของนิตยสารท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์สินามิ คือ ความพยายามทำหน้าที่สื่อมวลชนที่ดี ถึงแม้ว่าจะมีข้อจำกัดหลายประการในการดำเนินงานช่วยเหลือแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัย แต่นิตยสารท่องเที่ยวหลายๆ ฉบับก็พยายามนำเสนอเนื้อหาเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยเหลือบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อการฟื้นฟูภูมิทัศน์ของชายหาด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเข้าใจที่ถูกต้อง และเพื่อส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศใน 6 จังหวัดที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งความพยายามอย่างยั่งยืนของนิตยสารท่องเที่ยวแต่ละฉบับในการเข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการแก้ไขฟื้นฟูพื้นที่ๆ ประสบภัยจากเหตุการณ์สินามิ โดยเฉพาะในแง่ของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์ ถือเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังช่วยป้องกันความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าประเด็นการวิจัยดังกล่าวจะสามารถนำไปสู่การสร้างมุมมองและมิติทางวิชาการใหม่ ในสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมไทยอย่างกรณีเหตุการณ์คลื่นยักษ์สินามิที่เกิดขึ้นเมื่อปี 2547 ที่ผ่านมา ดังนี้

1. รัฐควรตระหนักและแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมฟื้นฟูพื้นที่ๆ ได้รับผลกระทบโดยตรงอย่างไร การกระทำและแนวนโยบายทั้งหมดที่รัฐให้สื่อประเภทนิตยสารการท่องเที่ยวนำเสนอเป็นเพียงแค่ตามกระแสของสังคมเท่านั้น หรือเป็นการวางนโยบายเพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างยั่งยืน ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดเป็นความสูญเสียในเชิงซ้ำซ้อนขึ้นอีกในอนาคต

2. การกำหนดนโยบายและดำเนินงานของผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวทั้งของภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการประสานงานและมีแนวนโยบายในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้ข้อมูลและข่าวสารที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน

3. ผู้ผลิตนิตยสารท่องเที่ยวควรทำความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะความเข้าใจในเหตุการณ์สึนามิต่อผู้อ่าน ซึ่งก็เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ต่อการบริหารงานและพัฒนารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวสืบต่อไปในอนาคต

4. การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยวภายหลังจากเหตุการณ์สึนามิ ควรมีความสอดคล้องและตอบรับต่อนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

5. การนำเสนอเนื้อหาควรเน้นให้เห็นถึงภาพที่ชัดเจนและข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับสึนามิ และควรเพิ่มเนื้อหาที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอยากเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ประสบภัยจากสึนามิอีกครั้ง โดยอาจจะเพิ่มคอลัมน์ที่เน้นและสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เคยได้รับผลกระทบจากสึนามิ สามารถพลิกฟื้นคืนสู่สภาพปกติที่มีความสวยงามดังที่ผ่านมา

6. การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารท่องเที่ยว ควรเน้นเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติเป็นสำคัญ โดยเฉพาะในกรณีการเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติจากธรรมชาติต่างๆ นิตยสารท่องเที่ยวควรมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสังคม ต่อการแก้ไขปัญหา ช่วยเหลือกรณีวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างต่อเนื่องและจริงจัง และควรมีแนวนโยบายในการปรับปรุง ตลอดจนพัฒนา รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

7. การนำเสนอเนื้อหาควรมีความกระชับและชัดเจน ทั้งนี้เพื่อสะดวกและง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้อ่านนิตยสาร ซึ่งเนื้อหาที่เข้าใจง่ายจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถซึมซับข่าวสารความรู้และเนื้อหาได้อย่างแท้จริง และนิตยสารที่ดีควรเป็นสื่อที่น่ากลับมาอ่านได้ตลอดเวลา

8. ผู้บริหารนิตยสารท่องเที่ยวควรเปิดโอกาสให้ผู้อ่านและผู้ประสบเหตุการณ์โดยตรง สามารถเสนอบทความในเชิงสร้างสรรค์หรือบอกเล่าประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์จากเหตุการณ์สึนามิให้ผู้อื่นได้รับทราบผ่านนิตยสารท่องเที่ยว ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยให้เข้าใจถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงได้อีกมุมมองหนึ่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับภาพสะท้อนของนโยบายการท่องเที่ยวในภาวะวิกฤตของสื่อต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อต่อไป
2. ควรศึกษาวิจัยบทบาทในการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาของสื่อประเภทอื่นๆ ในภาวะวิกฤต
3. ควรศึกษาวิจัยประสิทธิภาพของสื่อนิยตยสารในภาวะวิกฤต
4. ควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาของสื่อในภาวะวิกฤต