

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ และเกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพ ยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก แนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของไทย ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาวิกฤตและความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว สถานการณ์ทางการเมืองยังคงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก และยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทย กลุ่มธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และมีส่วนสร้างมูลค่าให้ธุรกิจอื่น ๆ

ในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดโครงการ “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร” กระตุ้นการท่องเที่ยว 12 เมือง ใน 12 เส้นทางทั่วไทย ถือเป็นโครงการใหม่ล่าสุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อต้อนรับปีใหม่ที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยววิถีไทยกับวิถีโอโพรโมทการท่องเที่ยวสุดเก๋ จากชื่อโครงการที่ว่า “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ไม่เหมือนใคร” ภายใต้แนวคิดการสัมผัสวิถีไทยผ่านเส้นทางท่องเที่ยวตั้งแต่การเดินทาง ชิมอาหาร และการท่องเที่ยว ที่สะท้อนถึงความเป็นไทยที่จับต้องได้ รวมทั้งสามารถตอบโจทย์การท่องเที่ยวและวิถีการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลได้มากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) โดยมุ่งที่จะอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมอันดีงาม และโบราณสถานต่าง ๆ ทำให้ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ประเทศไทยจึงเป็นประเทศเป้าหมายที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะเดินทางมาพักผ่อน เนื่องจากมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีการเดินทางที่สะดวกสบาย (นรินทร์ และคณะ, 2552)

หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดจากอาชีพการเพาะเลี้ยงปลากัดจีน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทำสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยอาศัยทุนชุมชนในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต หรือการเพาะเลี้ยงปลากัดจีน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาสายพันธุ์ให้ดีขึ้น ตลอดจนการพัฒนาการเพาะเลี้ยงอย่างยั่งยืน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่รักษาสิ่งแวดล้อม และสร้างกระบวนการเรียนรู้ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากร และผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม การจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม มีการสนับสนุนเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว สื่ออินเทอร์เน็ต จัดทำสื่อทางโซเชียลมีเดีย อีกทั้งยังมีสื่อโทรทัศน์ที่เข้ามาถ่ายทำรายการหนึ่งสมองสองมือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้ง่าย

ในปัจจุบันการโฆษณาเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญจนกระทั่งกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้เนื่องจากการโฆษณาทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยการสื่อสารตราสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภค เช่น โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบบลิว นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและทดลองใช้สินค้าและบริการ (เสรี วงษ์มณฑา, 2540 หน้า 5) ได้ให้ความสำคัญในการโฆษณาสินค้าว่า สามารถทำให้สินค้าจำหน่ายได้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะเชื่อในแนวคิดของการสื่อสารคือที่มาแห่งอำนาจ (communication is power) และการนำเสนอให้เป็นที่รู้จักจะเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ (visibility is a key to success) และยังสามารถเสริมสร้างความสำคัญ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร และสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชนนั่นเอง รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ หรือภาพพจน์ (image) ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันด้วย ทำให้ประชาชนเกิดความนิยม เลื่อมใส ศรัทธา ต่อหน่วยงาน (Jefkins, F., 1980) การถ่ายภาพเป็นสื่อโฆษณาอีกอย่างหนึ่งโดยการใช้ภาพถ่ายโฆษณาแทนคำพูดและใช้ในงานโฆษณาประสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากภาพถ่ายสามารถสื่อความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ รวมทั้งทัศนคติ โดยใช้กระบวนการที่ปล่อยให้แสงสว่างสะท้อนมาจากวัตถุ ผ่านเข้าไปกระทบกับวัตถุไวต่อแสงไปผ่านกระบวนการสร้างภาพให้ปรากฏ (ณรงค์ สมพงษ์, 2530)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ทำการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 เกี่ยวกับการได้รับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยพบว่า คนไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 57.8% จาก 50% ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 2,722 บาท/คน/ครั้ง หากเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน อัตราค่าใช้จ่ายจะอยู่ที่ 1,465 บาท/คน/ครั้ง ในกรณีที่มีการพักค้างคืนอัตราค่าใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นเป็นคนละ 3,861 บาท ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากเพื่อนฝูง ข่าวสารจากสื่อมวลชน และโฆษณาต่าง ๆ ยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

อีกทั้งในปัจจุบันยังพบว่า เว็บไซต์มีบทบาทสำคัญต่อสังคมยุคปัจจุบัน เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงง่าย และสะดวกรวดเร็ว จากการประชุม Enter 2011 ณ เมืองอินส์บรุค ประเทศออสเตรีย เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2554 ซึ่งเป็นการประชุมเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เน้นในเรื่องของสังคมออนไลน์ หรือที่รู้จักกันดีว่า social network หนึ่งในหัวข้อที่น่าสนใจคือ trip advisor ต่อนักท่องเที่ยว และการจัดการการเดินทางการท่องเที่ยวในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม และเศรษฐกิจ (tourists and their trips in a period of socio-economic and technological change) ซึ่ง trip advisor เป็นเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของโลก มุ่งเน้นการรวบรวมข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีผู้ใช้ทั่วโลกจำนวน 35.5 ล้านคน โดยหัวข้อการนำเสนอในที่ประชุมได้กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดยมักจะมองการเดินทางในภาพรวม ก่อนการเดินทางจะมีความคิดรวบยอดว่าจะไปไหน ไปอย่างไร พักที่ไหน และจะทำอะไรบ้างระหว่างท่องเที่ยว โดยสืบค้นหาข้อมูลวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ และสังคมออนไลน์ ซึ่งเทคโนโลยีเป็นอีกองค์ประกอบที่ทำให้รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป และเกิดแนวโน้มใหม่ ๆ ขึ้น

โดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ควบคู่ไปกับการใช้เว็บไซต์ออนไลน์ (จิรา บัวทอง, 2554)

ดังนั้น จากเหตุดังกล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะสร้างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม โดยใช้เว็บไซต์ภาพโปสเตอร์ เป็นสื่อที่มีหน้าที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

1.2.2 เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

ออกแบบ พัฒนาเว็บไซต์ และภาพโปสเตอร์ เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร มุ่งวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

1. ประชากรที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จำนวน 203 ราย (องค์การบริหารส่วนตำบลหนองปากโลง, 2558) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างซึ่งคำนึงถึงความเป็น (probability) ด้วยการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยการจับฉลาก เนื่องจากวิธีนี้เหมาะสมสำหรับประชากรที่มีบัญชีรายชื่อ และมีขนาดเล็ก โดยใช้วิธีการของเครจซี่ และมอร์แกน เพื่อให้ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 132 ราย

2. นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในหมู่บ้านปลากัดจีน จำนวน 100 ราย

3. เจ้าหน้าที่สำนักงานประมงจังหวัด จำนวน 10 ราย

4. นักวิชาการ จำนวน 10 ราย

โดยในข้อ 2 – 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างซึ่งไม่คำนึงถึงความเป็น (non-probability) ด้วยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) รวมขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 252 ราย

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

มุ่งเน้นศึกษาในพื้นที่ จังหวัดนครปฐม

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เช่น สื่อประเภทเว็บไซต์ สื่อประเภทวิทยุทัศน์ สื่อประเภทโปสเตอร์ และสื่อประเภทแผ่นพับ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม

1.4.2 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านปลากัดจีน ตำบลหนองปากโลง จังหวัดนครปฐม เพิ่มขึ้นจากเดิม ร้อยละ 2

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

1.5.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากรในท้องถิ่น

1.5.3 การประชาสัมพันธ์ (public relation) หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาในตัวบุคคล และสถาบัน

1.5.4 เว็บไซต์ (website) หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายหน้าเชื่อมโยงกันผ่านไฮเปอร์ลิงค์ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ หน้าแรกของเว็บไซต์ ชื่อหลักจะเรียกว่าโฮมเพจ และจะมีหน้าอื่นเพิ่มเติม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการนำเสนอของเจ้าของเว็บไซต์ และความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ด้วย

1.5.5 การออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) หมายถึง การออกแบบเว็บไซต์ของนักออกแบบ เพื่อสร้างผลงานให้ตอบรับกับความต้องการของผู้ใช้ มีความแปลกใหม่ เหมาะสมกับการนำเสนอ เนื้อหาสวยงาม และสะดวกสบายในการใช้งาน

1.5.6 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ (Developing media relations) หมายถึง การพัฒนาเอกสารแนะนำ โปสเตอร์ และเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับหมู่บ้านปลากัดจีน โดยนักวิจัยได้นำโปสเตอร์ไปจัดแสดงในงานประมงต่าง ๆ และเว็บไซต์สามารถเข้าไปชมได้ที่ <http://dept.npru.ac.th/bettafish>