

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีมาช้านานตั้งแต่สมัยโบราณ (Grand Tour) โดยมีการพัฒนาทั้งรูปแบบ สถานที่ และวัตถุประสงค์อยู่เสมอ ความสำคัญของการท่องเที่ยวนอกจากจะสร้างความบันเทิงและเป็นการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว ยังสามารถสร้างรายได้ ให้กับประเทศปลายทางและระหว่างทางได้ การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญใน การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะเป็นรายได้ให้กับประเทศ ก่อให้เกิดการปรับปรุงสังคมให้น่าอยู่และพร้อมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นหนึ่งในอีกหลาย ๆ ประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกๆด้าน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาการเดินทาง คมนาคม พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพบุคลากรในสายงานท่องเที่ยว ฯลฯ เนื่องจากประเทศไทยมีรายได้อย่างมหาศาลจากการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายเก่าแก่และงดงาม รัฐบาลจึงให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก เห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยว่าจะต้อง

“ฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการฟื้นฟูพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่เชื่อมโยงโครงข่ายวิสาหกิจของธุรกิจท่องเที่ยว ในกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และกระแสด้านความต้องการของตลาดโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งส่งเสริม การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบใหม่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและขยายไปยังตลาดใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพ

บริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนโดยให้ความสำคัญกับ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมดุลและความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว พัฒนายกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพและเพียงพอและบูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งสาขาการผลิตและบริการอื่น ๆ” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2555)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) นี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้มียุทธศาสตร์ที่ต่อบรรันกัน โดยในยุทธศาสตร์ปี 2555-2559 กระทรวงฯ ได้เน้นยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปลอดภัย และยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตและสมดุลอย่างยั่งยืน

ประเทศไทยมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารไทยที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก และการบริการที่ดีเลิศ จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีการคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นอีกในปีนี้อาจ

รัฐบาลได้มีโครงการ “ท่องเที่ยววิถีไทย” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวด้วย และจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและการสร้างรายได้ให้กับ ประชาชนในท้องถิ่น เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยทุกภาคส่วน อาทิเช่นธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจการบิน การโรงแรม ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น

จากการสำรวจสถิติของกรมการท่องเที่ยว ยังพบว่านักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 1 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา คนจีนนิยมไปเที่ยวต่างประเทศ กันมากขึ้น บางกลุ่มไปเที่ยวไกลถึงยุโรป และบางกลุ่มนิยมท่องเที่ยวใกล้ ๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี และไทย

นอกจากนี้ ข้อมูลจากกรมท่องเที่ยวยังแสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551-2556 มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี พ.ศ. 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวได้ปรับลดลงเล็กน้อย ซึ่งอาจเกิดจากความไม่สงบทางการเมือง จนทำให้ขาดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวปรับตัวลง ส่วนในไตรมาสแรกของปี 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามการที่นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทย ก็ก่อให้เกิดผลเสียเช่นกัน กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น การสร้างความรำคาญใจแก่นักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ การท่องเที่ยวที่ไร้ระเบียบวินัย การทิ้งสิ่งสกปรกและขยะในพื้นที่สาธารณะ

ดังนั้น การสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย กันเป็นจำนวนมากแต่ด้วยการสื่อสารและความเข้าใจในวัฒนธรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยผลของการวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจีน

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว
3. เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาตามลำดับดังนี้

1. ขอบเขตพื้นที่

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ วัดพระสิงห์ วัดบุปผาราม หมู่บ้านร่มบ่อสร้าง ประตู่ท่าแพ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ พระตำหนักดอยตุงและสวนแม่ฟ้าหลวง วัดร่องชุ่น สามเหลี่ยมทองคำ วัดพระแก้ว และดอยแม่สลอง

2. ขอบเขตด้านประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้ ขอบเขตของประชากรจาก คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงรายในลักษณะที่มากับบริษัทนำเที่ยว และเดินทางมาเที่ยวเอง

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- สื่อสิ่งพิมพ์กับการพัฒนาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- อารยธรรมและวัฒนธรรมล้านนา
- การปฏิบัติตนของนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ถูกต้องตามวัฒนธรรมไทย

4. ระยะเวลาที่ศึกษา ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ 2560

5. ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรต้น คือตัวแปรที่ศึกษาภูมิหลังของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ภูมิหลัง ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะ อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพระดับการศึกษา

2. ประเภทของสื่อ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

1. ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์

2. ความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนา

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต และแหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีจุดประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งที่พักค้างคืนและไม่พักค้างคืน

3. ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การพยายามดึงให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยใช้การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ของการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย การสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เป็นต้น ในงานวิจัยนี้กำหนดพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย

4. เขตพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 8 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลาง เขตพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำโขง และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกโลกด้านวัฒนธรรม ในงานวิจัยนี้เป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

5. เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาเชิงสร้างสรรค์เชื่อมโยงอนุภาคลุ่มน้ำโขง โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย

6. สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง กระดาษที่พิมพ์ขึ้น เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร ให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสาร ในงานวิจัยนี้จะประกอบด้วย แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์

7. รูปแบบทางกายภาพของสื่อ หมายถึง ลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ตัวอักษร ขนาด ภาษา สีที่ใช้ รูปแบบ ฯลฯ

8. ความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคม หมายถึง การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมล้านนา กฎระเบียบด้านการท่องเที่ยว สังคมความเป็นอยู่ ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ประกอบด้วย แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสการ์ด บัตรเลข (Book Let) หนังสือ และสื่ออื่นๆ ที่ใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สมมติฐานของการวิจัย

1. ภูมิหลัง ของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต่างกัน
2. ความสัมพันธ์ของประเภทของสื่อต่อความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคม ในบริบทของอารยธรรมล้านนา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ด้านวิชาการ
 - ได้แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
 - ได้แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจีน
2. ด้านนโยบาย ได้แนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาที่จะรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้
3. ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ ได้แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
4. ด้านสังคมและชุมชน ได้แนวทางการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนที่เป็นแหล่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม