

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ปัญหาและความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศมาเกือบ 2 ทศวรรษ สถิติล่าสุดปี 2542 สร้างรายได้ถึง 253,018.29 ล้านบาท (วิชชุกร กุหลาบสี, 2544: 1) องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย คือ “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” (Tourism Authority of Thailand) หรือ ททท. มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และชักจูงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น แต่เนื่องจากในปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันอย่างมากมาย จึงทำให้ต้องมีการพัฒนารูปแบบการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้นโดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541 : 1-2)

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของ泰นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ใช้วิธีการเผยแพร่โฆษณาแหล่งท่องเที่ยว และใช้ยุทธวิธีการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ แผ่นพับ ใบปลิว ไปสเตอร์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ รู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น (สุภาวดี คงเจริญ, 2535 : 3)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้สื่อหลากหลายประเภทเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพราะสื่อแต่ละประเภทล้วนมีข้อจำกัดในตัวเอง เช่น สื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง ผู้รับสารจะได้รับฟังเฉพาะเสียงและในเวลาจำกัดเท่านั้นอาจจะทำให้ลืมได้ง่ายหลังจบการฟัง วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่สื่อสารได้เร็ว สื่อได้ทั้งภาพ เสียง และการเคลื่อนไหว แต่มีข้อจำกัดในเรื่องค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับการออกอากาศจึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้ละเอียดและเน้นรูปภาพที่สวยงามและเสียงที่เร้าอารมณ์ สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อนุสาร เช่น อนุสาร อ.ส.ท. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ละเอียดมากและมีรูปภาพประกอบที่สวยงามแต่ผู้รับสารต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการเปิดรับในราคาที่ค่อนข้างสูงเห็นได้จากงานวิจัยของ อธิทิพันธ์ พัฒนานุพงษ์ (2538) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของอนุสาร อ.ส.ท. ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” พบว่า จุดเด่นของอนุสาร อ.ส.ท. คือ เนื้อหา แต่ราคาสูงเกินไปสำหรับประชาชนทั่วไป

สื่อแผ่นพับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจที่ได้รับความนิยมมากที่สุดหนึ่งสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพราะต้นทุนในการผลิตถูกกว่าสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือนิตยสาร สามารถผลิตได้ในปริมาณมากและผู้รับสารไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับสารจากสื่อประเภทนี้ แผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ที่แวะได้มากพอสมควรทั้งยังสะดวกในการพกพาและสามารถนำกลับมาใช้ในการเปิดรับได้ใหม่ตามต้องการ

งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้หนึ่งที่ผลิตสื่อแผ่นพับขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยให้ข้อมูลความรู้เบื้องต้นสำหรับผู้คนที่เตรียมตัวจะไปยังแหล่งท่องเที่ยว อ้อยทิพย์ นิธิยานันท์ ให้สัมภาษณ์ว่าสื่อแผ่นพับภาษาไทยที่งานพัฒนาข่าวสารผลิตเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดและให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนและเข้าใจง่าย สื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสื่อที่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณการผลิต เพราะเป็นการผลิตที่เน้นปริมาณ คือผลิตให้ได้มากที่สุด เพื่อแจกจ่ายไปยังสำนักงานททท. ทั่วประเทศและเป็นสื่อที่ผู้รับสารไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ดังนั้นสีสันและรูปภาพในสื่อแผ่นพับจึงไม่สวยงามเทียบเท่ากับโปสเตอร์และแผ่นปลิว เพราะต้องใช้การพิมพ์แบบสีเดียว แต่ในด้านการให้ข้อมูล สื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่ผลิตออกมาเพื่อนำมาให้ข้อมูลควบคู่ไปกับการสร้างแรงจูงใจที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกที่ดี และเกิดพฤติกรรมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ดีไม่แพ้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ หรือนิตยสาร (2541) นอกจากนี้สื่อแผ่นพับยังเป็นสื่อที่มีขนาดเล็กกะทัดรัดกว่าสื่อประเภทโปสเตอร์และนิตยสาร จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในการแสวงหาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อจัดการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เลือกลงสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับรสนิยม งบประมาณ และเวลาที่มี โดยใช้ภาษาในสื่อแผ่นพับเป็นตัวกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการเขียนสื่อแผ่นพับของงานพัฒนาข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงมีความแตกต่างกับการเขียนในสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น นิตยสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้ผู้อ่านมีความเพลิดเพลิน จึงนิยมใช้วิธีการเขียนแบบสารคดีท่องเที่ยว (Travelogue) เป็นส่วนใหญ่ และมีรูปภาพประกอบอย่างสวยงาม แต่สำหรับสื่อแผ่นพับซึ่งมีพื้นที่จำกัด การเขียนจึงต้องใช้ภาษาที่สั้นกระชับรัดกุมได้ใจความ และสิ่งสำคัญคือการสร้างแรงจูงใจในสารที่น่าเสนอ การจูงใจที่สามารถทำได้โดยการอาศัยกลวิธีการเขียนหลาย ๆ วิธีนั้นผู้เขียนจะต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเนื้อหา หรือสารที่น่าเสนอเห็นได้จากงานวิจัยของ พิชญ์สินี แสงขำ (2538) เรื่อง “การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในสื่อแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2536-2537” พบว่า การจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เป็นภาษา

อังกฤษนั้นใช้กลวิธีการเขียนแบบจูงใจ และอาศัยจุดจับใจสองประเภท คือจุดจับใจด้านอารมณ์ ความรู้สึก และจุดจับใจที่เป็นเหตุเป็นผลและในด้านอวัจนภาษา พบว่า การจูงใจสามารถผ่านงานลีลาภาพประกอบ การจัดหน้าและตัวอักษร

เนื่องจากสื่อแผ่นพับภาษาไทยของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความแตกต่างกับแผ่นพับของหน่วยงานอื่นตรงที่จะไม่เน้นเรื่องรูปภาพประกอบ และสีสันเท่าใดนัก อาจส่งผลให้สื่อแผ่นพับดังกล่าวดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้น้อยกว่า จึงจำเป็นที่ผู้ผลิตต้องพิถีพิถันในการเขียนสื่อประเภทนี้ให้เป็นที่ดึงดูดใจและกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านให้มากที่สุด เพราะผู้อ่านสื่อแผ่นพับต้องการเนื้อหาเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว สุภาวดี คงเจริญ (2535) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” พบว่า ผู้ใช้เอกสารภาษาไทยด้านการท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและมีความต้องการเนื้อหา มาก และยังชี้ให้เห็นอีกว่าพฤติกรรมที่จะเกิดหลังจากอ่านสื่อแผ่นพับแล้วนั้นจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือไม่ขึ้นอยู่กับกลวิธีการเขียนด้วยการเขียนจะจูงใจผู้ใช้เอกสารมากน้อยเพียงไร

เหตุผลต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมองเห็นจุดเด่นของสื่อแผ่นพับภาษาไทย เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่าสิ่งที่สำคัญ คือการใช้ภาษาและกลวิธีการเขียนที่จะจูงใจให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจในสารและเกิดการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวหลังจากที่ได้อ่านสื่อแผ่นพับแล้ว หรือสามารถใช้แผ่นพับดังกล่าวเป็นคู่มือในการเดินทางได้ด้วยตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิธีการเขียนเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวในสื่อแผ่นพับภาษาไทยเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ว่ามีการใช้กลวิธีการเขียนเพื่อจูงใจอย่างไร

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

### ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะวัจนภาษาจากสื่อแผ่นพับภาษาไทย ซึ่งผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดพิมพ์ในปี พ.ศ. 2541 ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของ

14 จังหวัดภาคใต้ คือ กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา ระนอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี

2. วิเคราะห์ เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับทั้ง 14 ฉบับ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงกลวิธีการเขียนสื่อแผ่นพับ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงการใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ
3. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการผลิตแผ่นพับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

### นิยามศัพท์เฉพาะ

วจนภาษา หมายถึง ภาษาถ้อยคำที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นการใช้อักษรและถ้อยคำสื่อความหมาย ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ในที่นี้หมายถึง ถ้อยคำภาษาในสื่อแผ่นพับที่พิมพ์เป็นภาษาไทย

สื่อแผ่นพับ หมายถึง สิ่งพิมพ์ภาษาไทยที่ผลิตโดยงานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 14 จังหวัด จังหวัดละ 1 ฉบับ

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและการชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวโดยมีการวางแผนอย่างดี และปฏิบัติตามแผนนั้น

กลวิธีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเลือกใช้ประเภทของการเขียนให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ และการใช้ถ้อยคำภาษา การเรียบเรียงถ้อยคำ ในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กลวิธีการจูงใจ หมายถึง กลวิธีการนำเสนอเนื้อหาและวิธีการเขียนในลักษณะเชิญชวน  
ชักจูงให้ผู้อ่านคล้อยตามและกระทำตามที่ผู้เขียนนำเสนอ

### วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อ  
การจูงใจในสื่อแผ่นพับภาษาไทยเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน 14 จังหวัดภาคใต้ ซึ่งผลิตโดย  
งานพัฒนาข่าวสาร กองบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และอภิปรายผลแบบ  
พรรณนา

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนเพื่อการจูงใจ  
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเขียนสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสรุปเป็น  
กรอบในการวิเคราะห์เนื้อหา และกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจในสื่อแผ่นพับ
2. วิเคราะห์เอกสาร คือ สื่อแผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน 14 จังหวัดภาคใต้  
จำนวน 14 ฉบับ เพื่อศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการเขียนเพื่อการจูงใจ
3. สรุปและอภิปรายผล