



การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

โดย

นางสาวไลลา คาน

วันที่..... 17 เม.ย. 2552
เลขทะเบียน..... 011342 ๑๒

ภพ.

๑๑๕,๑๓๐๔

๑๑๘๘๗

๒,๐๐๘๘/๗.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

Thailand Tourism Promotion by Developing Professional Modeling Business

By

Miss Laila Khan

**A Study Report in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication**

Faculty of Communication Arts

KRIRK UNIVERSITY

2008

มหาวิทยาลัยเกริก
คณะนิเทศศาสตร์
สารนิพนธ์
ของ
นางสาวโลล่า คาน

เรื่อง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

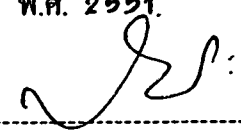
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

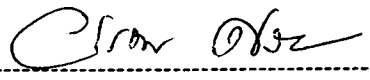
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 20 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2551.

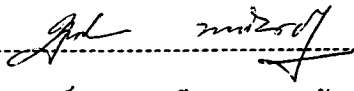
ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

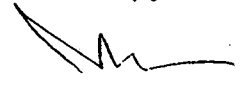
กรรมการสารนิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข)

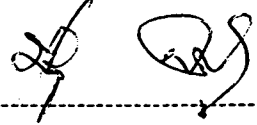
กรรมการสารนิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

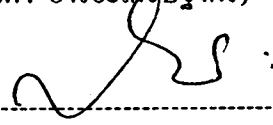
กรรมการสารนิพนธ์


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

กรรมการสารนิพนธ์


.....
(อาจารย์มัทิตา อารยะชวนจากร)

นำสาขาวิชา


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

บดีคณะนิเทศศาสตร์


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวโลล่า กาน
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์/มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ และศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1. การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับอาชีพนางแบบ
2. การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์คุณลักษณะของการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมุ่งที่อาชีพนางแบบ

ผลการศึกษา พบว่า

(1) ผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นทัศนคติทักษะในการทำงานของนางแบบอาชีพ พบว่าทัศนคติต่อการทำงานของนางแบบส่วนใหญ่ยังปฏิบัติงานอย่างไร้ระบบเท่าที่ควร ในเรื่องของการตรงต่อเวลา การรักษาเวลา ยังขาดความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง การทำงานจึงต้องมีพัฒนาความรู้ความสามารถและความรับผิดชอบของนางแบบมากขึ้นจากการฝึกอบรมนางแบบอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

(2) ผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดงานเดินแฟชั่นโชว์ พบว่าการจัดงานเดินแฟชั่นโชว์ส่วนใหญ่ได้รับการยอมรับจากองค์กร หน่วยงาน สื่อมวลชน และประชาชนนักท่องเที่ยว เนื่องจากการจัดงานค่อนข้างสมบูรณ์แบบ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์กับการจัดงานเดินแฟชั่นโชว์ ทำให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยว

(3) ผลการศึกษา การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์ พบว่า ปัจจุบันมีการพัฒนาเรื่องการออกแบบดีไซน์เสื้อผ้าเพื่อเดินแฟชั่นโชว์อย่างต่อเนื่อง พัฒนาไปในด้านของความแปลกใหม่จากเดิม ความทันสมัย ความประณีตเรียบร้อยของการตัดเย็บ และการใช้ ผ้าไทย นำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบเสื้อผ้า ทำให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยได้เป็นอย่างดี

(4) ผลการศึกษาเกี่ยวกับความร่วมมือของสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว พบว่า สื่อต่างๆ ยังให้ความสนใจกับวงการธุรกิจนางแบบอาชีพ ค่อนข้างน้อย ยังขาดการสนับสนุน และการประสานงานที่ดีจากหลายฝ่าย ทำให้การเดินแฟชั่นโชว์ หรือการจัดอีเวนท์ยังอยู่ในวงกลุ่มเป้าหมายที่ไม่กว้างนัก ซึ่งหน่วยงานผู้บริหารที่เกี่ยวข้องต้องเล็งเห็นความสำคัญของการใช้สื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์การเคลื่อนไหวการทำงานของธุรกิจนางแบบ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจการเดินแฟชั่นโชว์ของไทยให้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถของรองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจน
ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่ายิ่ง อีกทั้งได้กรุณาตรวจสอบปรับปรุงและแก้ไข
ข้อบกพร่องในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาฯ ซึ่ง
ในพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้ประสบการณ์
ต่างๆ มากมายแก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาการศึกษาในสถาบันแห่งนี้ และขอบพระคุณท่านอาจารย์
มูทิดา อารยะเศรษฐากร ผู้ซึ่งเปิดหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยว
และบันเทิง

ขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกท่าน ที่ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือมาโดย
ตลอด รวมทั้งขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว กลุ่มนางแบบ บริษัทเอเซนซี่ และเจ้าหน้าที่
ในสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนานางแบบ
อาชีพ เป็นอย่างดี และทุกท่านที่มีได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่มีส่วนผลักดันทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้
สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวไลลา คาน
มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 วิสัยทัศน์และแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย	6
2.2 การกำหนดคนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย	8
2.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อนมวลชน	14
2.5 แนวคิดการเป็นนายแบบและนางแบบ	18
2.6 ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง	25
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	29
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	30
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	30
3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	31
3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	32
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	33

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	34
4.1 ด้านการพัฒนาศักยภาพนางแบบอาชีพ	34
4.2 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ	39
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	43
5.1 สรุปผล	43
5.2 อภิปรายผล	46
5.3 ข้อเสนอแนะ	49
ภาคผนวก	51
ผนวก ก แบบสอบถาม	52
ผนวก ข ประมวลภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัย	55
บรรณานุกรม	75
ประวัติผู้ศึกษา	78

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวไทยไม่ได้ครอบคลุมเพียงบุคลากรที่อยู่ในธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร หรือบริษัทท่องเที่ยว ธุรกิจสถานบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยผ่านทางสื่อค่านบุคล ในสาขาอาชีพต่าง ๆ ที่มีส่วน ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน รวมทั้งการส่งเสริมจรรยาบรรณด้านทรัพยากรธรรมชาติ ที่สวยงาม

สิ่งสำคัญที่ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาต่อไปได้ดียิ่งขึ้นนั้น คือ การเสริมสร้าง การใช้เอกลักษณ์ไทยและการมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี (Hospitality) และใช้ศักยภาพและความโดดเด่นด้านอาหารไทย เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวไทย

การส่งเสริมในเรื่องของธุรกิจนางแบบ เป็นส่วนหนึ่งที่จะนำรายได้มาสู่ประเทศไทย ในด้านของการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยได้ด้วยเช่นกัน เพราะปัจจุบันเสื้อผ้าและแฟชั่นเป็นสัญลักษณ์อันดับแรกของการศึกษาทางสังคมและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม นอกจากนี้เสื้อผ้าหรือเครื่องแต่งกายมีส่วนในการสร้างสรรค์ การกำหนดอัตลักษณ์ของบุคคล ขณะเดียวกันอัตลักษณ์ของบุคคลก็บอกถึงอัตลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่ด้วย ในอดีตการศึกษาเรื่องแฟชั่น ไม่นับเป็นการศึกษาเชิงสังคมวิทยาและวัฒนธรรม เพราะแฟชั่นมักถูกมองว่าเป็นเรื่องความนิยมส่วนตัว และความฟุ่มเฟือย ยิ่งเมื่อเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟูคนไทยนิยมแบรนด์เนมกันมากโดยเฉพาะเสื้อผ้าที่ต้องบินไปซื้อกันถึงเมืองนอก จึงทำให้เสื้อผ้าแบรนด์ดัง ๆ เกิดขึ้นในเมืองไทยมากขึ้น รวมทั้งมีการเสาะหานางแบบที่จะต้องมาเดินแบบเสื้อผ้าแบรนด์เนมจึงเป็นต้นกำเนิดของ การพัฒนานางแบบให้มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาในด้านของการท่องเที่ยวไทย ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น นอกจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แล้วนักท่องเที่ยวยังรู้จักประเทศไทยในด้านของแฟชั่นอีกด้วย เมื่อพูดถึงเรื่องเครื่องแต่งกายในด้านแฟชั่น ส่วนใหญ่จะเน้นการออกแบบเครื่องแต่งกายให้เป็นที่นิยม จะต้องมีการสื่อสาร โฆษณา เผยแพร่ สามารถทำได้ตามสื่อต่างๆ แต่สื่อที่มีความเหมาะสมที่สุด คือสื่อกิจกรรม การจัด Event Organizing ที่สำคัญที่สุดคือแฟชั่นโชว์ ซึ่งถือว่าเป็นการใช้สื่อสาธารณะที่มีประสิทธิภาพสูง และเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญมากในการจัดแฟชั่นโชว์ ก็คือ การเดินแบบ เพราะฉะนั้นการสร้างนางแบบ

และพัฒนางานแบบ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ จึงเกิดเป็นธุรกิจนางแบบอาชีพขึ้นมา ซึ่งการพัฒนาธุรกิจนางแบบยังรวมถึงในด้านของหน้าตาและรูปร่างที่สูงโปร่งเพริ้วงามของนางแบบด้วย เพื่อที่จะได้เปรียบในการสวมเสื้อผ้าแบรนด์เนมได้สวยงาม การเข้ามาสู่เส้นทางนางแบบนั้นไม่มีกฎตายตัว นางแบบในยุคก่อนจะสงวนสิทธิ์สำหรับลูกหลานคนมีเงินเท่านั้นจึงเรียกว่า “นางแบบกิตติมศักดิ์” ซึ่งมีหลายคนใฝ่ฝันอยากจะเป็นนางแบบ ก็เริ่มมีการมองหาเส้นทางลัดเพื่อเข้าสู่วงการนี้ ซึ่งถนนสู่นางแบบมิใช่มีเพียงสายหลักแค่สายเดียว นิตยสารผู้หญิงถือเป็นเส้นทางหลักในการแจ้งเกิดนางแบบบนแคทวอล์กมาด้วยกัน

ในยุคหนึ่งที่บรรดาแบรนด์เนมจากเมืองนอกเริ่มเข้ามาครอบงำโดยเงินจากบรรดาสาว ๆ ที่นิยมของแบรนด์เนม เนื่องจากมีคนไทยอยู่กลุ่มหนึ่งที่นิยมเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมจากเมืองนอก ดังนั้นบรรดาแบรนด์เนมชื่อดังจากเมืองนอก จึงสนใจที่จะเข้ามาทำตลาดในเมืองไทยบ้าง จึงมีการนำแฟชั่นโชว์คอลเลกชันใหม่ ๆ มาเดินแบบให้คนไทยดู แบรนด์เนมแรกที่เข้ามาเมืองไทยอย่างเป็นทางการ คือ นีน่า ริชชี ซึ่งเปิดโรงแรมโอเรียนเต็ลเพื่อนำนางแบบต่างประเทศมาเดินโชว์เสื้อผ้าของนีน่า ริชชีให้สาวไทยได้ชม และก็ไม่ผิดหวัง เพราะได้รับการต้อนรับอย่างดีจากบรรดาสาว ๆ ในเมืองไทย จนทำให้แบรนด์เนมรายอื่น ๆ ต่างเข้ามากันบ้าง ด้วยเหตุผลนี้จึงจุดประกายให้นาย สมชาย แก้วทอง เจ้าของห้องเสื้อ Kai ย่านสยามเซ็นเตอร์ ลูกขึ้นมาทำ เสื้อผ้าในเชิงธุรกิจโดยใช้นางแบบคนไทยเดินบนแคทวอล์กอย่างต่างประเทศบ้าง แฟชั่นโชว์ชุดแรกนั้น ได้แรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง The Great Gatsby ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในเมืองไทย เสื้อผ้าที่โชว์ขายหมดเกลี้ยงในเวลาอันรวดเร็ว ส่งผลให้ชื่อเสียงของไข่-สมชาย โด่งดัง จนต้องจัดงานแฟชั่นโชว์ตามมาอีกหลายงาน และถือว่าเป็นยุคเริ่มต้นของการจัดแฟชั่นโชว์แบบมีธีมของงาน เนื่องจากเริ่มมีสปอนเซอร์มาเข้าร่วมอาทิ การบินไทย, เครื่องสำอางดังโคม เป็นต้น

ไข่-สมชาย ถือเป็นคนแรกที่เปิดเส้นทาง ให้เกิดอาชีพนางแบบขึ้นมา อย่างเป็นทางการ เพราะ ไข่-สมชาย จะจ่ายผลตอบแทนให้นางแบบทุกคนที่มาเดินแบบเสื้อให้ รวมถึงเริ่มมีการนำสาว ๆ จากหลากหลายอาชีพมาฝึกเดินแบบอย่างจริงจัง โดยมอบหมายให้วรชาติ ชาติะโสภณ มาช่วยฝึกนางแบบให้รู้จักวิธีการเดินบนแคทวอล์ก รวมถึงการโพสท่าทางต่าง ๆ อย่างนางแบบอาชีพต่างประเทศ เรียกได้ว่า ไข่-สมชาย ได้ปั้นนางแบบอาชีพเข้าสู่วงการแฟชั่นเป็นจำนวนมาก อาทิ เพ็ญพร ไพฑูรย์, ศิริเอม อุณหภูม, อาภาพรธณ อันเตอร์, ภาวิดา สุริยะศักดิ์ เป็นต้น การจ่ายผลตอบแทนในยุคนั้นก็จ่ายกันง่าย ๆ ไม่เรื่องมาก เพราะหลังจากเดินแบบจบเจ้าของห้องเสื้อก็จ่ายให้เลย ทำให้เกิดความพอใจทั้งห้องเสื้อและนางแบบ

การเป็นนางแบบไม่ใช่จะต้องสวยและเดินเก่งอย่างเดียว นางแบบอาชีพที่ดี จะต้องมีความ Internal Personality (บุคลิกภาพภายใน) นั่นคือ การมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดในแง่ดี และมีมุมมองและทัศนคติในอาชีพ นอกจากนี้ยังต้องมี External Personality (บุคลิกภาพภายนอก) นั่นคือ การมีภาพลักษณ์ที่ดี มีการพัฒนาบุคลิกภาพให้มีความทันสมัยและเข้ากับทุกสถานการณ์ ทั้งสองสิ่งนี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จในอาชีพนางแบบ

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว อาชีพนางแบบนั้นจะต้องมีวินัย ตรงต่อเวลาและมีความรับผิดชอบสูง การที่นางแบบแต่ละคนจะได้รับงานนั้น ขึ้นอยู่กับเจ้าของแบรนด์และลักษณะเสื้อผ้าว่านางแบบสามารถนำเสนอออกมาได้เหมาะสมมากน้อยเพียงใด เช่น ถ้าจะให้คนหุ่นผอม ไม่มีหน้าอก ไปใส่ชุดผ้าไหม ก็คงไม่เหมาะสม เพราะนางแบบชุดผ้าไหมนอกจากคนหุ่นดี ก็ต้องมีหน้าอกมีสะโพก หรือจะให้นางแบบที่มีใบหน้าที่สวยงามดูโดดเด่น ไปเดินแบบให้กับจิวเวลรี่ก็ไม่เหมาะสมเช่นกัน เพราะหน้าตาอาจเด่นกว่าเครื่องประดับเหล่านั้น ซึ่งในการเลือกให้นางแบบสวมเสื้อผ้าแต่ละครั้งนั้นต้องมีการคัดเลือกและพิจารณาถึงความเหมาะสมของตัวบุคคล

✦ ดังนั้นผู้ศึกษาในฐานะผู้ประกอบการอาชีพนางแบบ มีความสนใจในการศึกษา เรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ” เพื่อให้ทราบผลของการพัฒนาว่ามีผลต่อการเข้ามาเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยและการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 ปัญหาวิจัย

- 1.2.1 การพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพเป็นอย่างไร
- 1.2.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ
- 1.3.2 เพื่อศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

การพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ มีผลต่อการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ” เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนางแบบ, เอเจนซี่, สถาบันพัฒนาบุคลิกภาพ, เจ้าหน้าที่บุคคลที่ทำงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยวโดยจัดทำและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามในช่วงระหว่างเดือน มกราคม 2550

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเพื่อวางแผนในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้ครบวงจรยิ่งขึ้น

1.6.2 ข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวไทยได้อย่างเหมาะสม

1.6.3 นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพในภาพรวมของประเทศไทยได้ต่อไป

1.7 นิยามศัพท์

การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย หมายถึง การวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างมีแบบแผน และมีขั้นตอน เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การพัฒนาธุรกิจนางแบบ หมายถึง การปรับปรุงธุรกิจนางแบบ ให้มีความสมบูรณ์แบบ และมีความเจริญมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

นางแบบ (Female Model) หมายถึง ตัวแทนผู้นำทางด้านแฟชั่น โดยการสวมเสื้อผ้าที่เข้ากับยุคสมัย

ดีไซน์เนอร์ หมายถึง ผู้ออกแบบเสื้อผ้าให้กับนางแบบ มีความเป็นผู้นำของแบรนด์แฟชั่น คุณลักษณะดีไซน์เนอร์ปัจจุบัน จึงต้องเป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่น ขณะเดียวกันก็ต้องรักษาภาพลักษณ์ของแบรนด์ไว้ ดีไซน์เนอร์ในยุคนี้จึงต้องเป็นมากกว่าดีไซน์เนอร์ ผู้ที่มีมุมมองต่อสิ่งต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมที่หมุนเวียน บางครั้งก็เรียกว่าเทรนด์ หรือบางทีเรียกไลฟ์สไตล์

เอเจนซี่ หมายถึง บริษัทที่จัดหานางแบบและการสร้างภาพลักษณ์นางแบบที่ตนต้องการขาย นั้นกลายเป็น “อุตสาหกรรม” ที่ต้องผลิตให้พ้องกับความต้องการของ “ตลาด”

นางแบบกิตติมศักดิ์ หมายถึง นางแบบที่มาจากสังคมชั้นสูง หรือบุคคลมีชื่อเสียงในเมืองไทย โดยเฉพาะลูกหลานของผู้มีอันจะกินที่ผ่านการศึกษาในต่างประเทศมาแล้วทั้งสิ้น นางแบบกิตติมศักดิ์เหล่านี้จะถูกแนะนำต่อๆ กันมา เริ่มจากคนที่รู้จักกันในวงแคบๆ ก่อน จากนั้นค่อยขยายกว้างขึ้นตามความต้องการของตลาด จนเกิดแมวมองหรือผู้จัดหาชักนำบุคคลเข้าสู่วงการในยุคต่อมา

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ” ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวความคิด ทฤษฎี จากเอกสารตำรา และแหล่งข้อมูลที่มีความ น่าสนใจและเชื่อถือได้ นำมาประกอบการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ นางแบบอาชีพได้ต่อไป ดังนี้

2.1 วิสัยทัศน์และแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดวิสัยทัศน์และแนวความคิดในการพัฒนา

1) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจที่จะนำรายได้ที่เป็นเงินตรา ต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้าและการชำระเงินของประเทศ เป็นการสร้างงาน เกิดการ หมุนเวียนกระตุ่นภาคเศรษฐกิจภายในประเทศและการกระจายรายได้ในส่วนภูมิภาค

(2) เพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาสังคมในด้านการพักผ่อน นันทนาการ (Recreation) ของประชาชน และให้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการเดินทาง เกิดความรักความเข้าใจ ในความเป็นไทยและวิถีไทย เป็นส่วนในการสร้างงานสร้างอาชีพ ในท้องถิ่น

(3) เพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นจิตใจให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูและ พัฒนาที่ยั่งยืนต่อทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นและ ประเทศชาติ

(4) เพื่อใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในพัฒนาชนบท ท้องถิ่น และสนับสนุน ภาคเกษตรกรรม (ซึ่งครึ่งหนึ่งของประชากรอยู่ในภาคเกษตร) ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้เกิด รายได้เสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิต โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2) นโยบาย

(1) นโยบายสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐให้เกิดภาพรวมของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องกับความรับผิดชอบขององค์กรเหล่านั้น โดยให้มีแผนแม่บท, แผนปฏิบัติการ และแผนงบประมาณที่สัมพันธ์และสอดคล้องกับแผนของแต่ละหน่วยงานในลักษณะบูรณาการ

ทั้งนี้ควรประสานกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติและสำนักงานประมาณ

(2) สร้างความร่วมมือกับองค์กรในส่วนภูมิภาคทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น จังหวัด อำเภอ หอการค้า สภาอุตสาหกรรมจังหวัด และสร้างความร่วมมือกับองค์กรส่วนท้องถิ่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ในเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการบูรณาการในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมไปกับการพัฒนาในส่วนอื่นอย่างเป็นเอกภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในราชการส่วนภูมิภาค โดยผ่านกระทรวงมหาดไทย ในการสัมมนาผู้ว่าราชการจังหวัด หัวหน้างานวางแผนของจังหวัด (สำนักงานจังหวัด) เร่งรัดหลักสูตรด้านการท่องเที่ยว ในหลักสูตรการปกครองนักบริหารระดับต่าง ๆ เช่น โรงเรียนนายอำเภอ ฯลฯ ให้มีการทำคู่มือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและสัมมนา ให้ความรู้แก่องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบล โดยทำร่วมกับสถาบันการศึกษาที่มีเครือข่ายและแผนงานอยู่แล้ว เช่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หรือมหาวิทยาลัยราชภัฏและชุมชน

(3) สร้างความร่วมมือกับองค์กรการเมืองให้เกิดความเข้าใจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม เพื่อการสนับสนุนผ่านกระบวนการทางรัฐสภาและสภาท้องถิ่น ตลอดจนเป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจกับประชาสังคมในท้องถิ่น ในการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการ และการจัดสรรงบประมาณดำเนินการ ทั้งนี้โดยทำผ่านกรรมาธิการสามัญด้านการท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนร่วมมือกับสถาบันพระปกเกล้าในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการเมืองกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการสัมมนา สัมมนาด้วยกันอย่างต่อเนื่อง

(4) สร้างความร่วมมือกับธุรกิจภาคเอกชน เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพในการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับปฏิบัติถึงระดับนโยบาย โดยให้มีเวทีและกระบวนการทำงานร่วมกันโดยมีตาราง (ปฏิทิน) ปฏิบัติการที่ชัดเจน ทั้งนี้ควรท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องทำงานผ่านสมาคมธุรกิจต่าง ๆ มากขึ้นเพื่อสนับสนุนให้สมาคมเข้มแข็งเป็นประ โยชน์และจำเป็นแก่สมาชิก ทำให้ผู้ประกอบการเข้ามาอยู่ในสมาคมมากขึ้น สมาคมเป็นตัวแทนผู้ประกอบการสาขาอย่างแท้จริง ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณแก่สมาคมในรูปของโครงการ แผนงาน ในการที่จะพัฒนาองค์ความรู้จากประสบการณ์ของภาคเอกชนให้ต่อเนื่องและเป็นระบบ อาทิ โครงการให้บริการสมาชิกในการแปลเอกสารเผยแพร่หรือจดหมายข่าวเป็นภาษาอังกฤษ (ที่สะดวกและถูกต้อง) เป็นการบริหารและเสริมศักยภาพทางการตลาดให้กับธุรกิจเอกชน โดยไม่คิดมูลค่าในขณะที่สมาคมจะได้รับการยอมรับว่า ได้ทำประโยชน์ให้กับสมาชิกการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็จะได้ฐานข้อมูลที่สมบูรณ์ ทันสมัย สามารถประมวลมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการส่งเสริมในภาพรวมได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อ

ช่วยเหลือและเสริมศักยภาพกับธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดกลางให้มีความเข้มแข็งและเป็นเอกภาพในการที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในสถานการณ์ที่เปิดเสรีมากขึ้นได้ ทั้งนี้เป็นการช่วยในลักษณะสอนคกปลาให้เป็นมากกว่าช่วยคกปลาให้กิน

(5) สร้างความร่วมมือกับประชาชน ให้มีทัศนคติที่ดี และให้ความร่วมมือสนับสนุนในการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยโดยการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเชิงลึก (ไม่เฉพาะแต่จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้) เช่น บทบาทของ การท่องเที่ยวต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ สังคมของท้องถิ่น การสร้างงานสร้างอาชีพและมีส่วนในการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยการเสริมความรู้ทางการท่องเที่ยวไทยและอาชีพเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวในหลักสูตรระดับต่างๆ โดยการทำงานร่วมกับองค์กรภาคเอกชน ประชาสังคมให้เข้ามามีส่วนในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมทำและได้รับประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในชุมชน ในท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น

2.2 การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

ในแง่ของหลักการการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เป็นขั้นตอนของการวางกรอบแนวทางและทิศทางที่การท่องเที่ยวควรจะพัฒนา

(1) การกำหนดนโยบาย

นโยบาย หมายถึง แนวทางที่ผู้วางแผนได้พิจารณาจากสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรอบคอบแล้ว จึงกำหนดขึ้นเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้าง ๆ เพื่อให้ผู้จัดทำโครงการและผู้ทำแผนพัฒนาโครงการนำไปปฏิบัติตามแนวทางนั้น การกำหนดนโยบาย คือ การตอบคำถามว่า “จะทำอะไรบ้างในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย” แต่จะไม่ระบุในรายละเอียดจะบอกเพียงกรอบกว้าง ๆ เพื่อให้ผู้นำแผนไปปฏิบัติได้ เลือกทำในรายละเอียดของกรอบนั้น กำหนดนโยบายว่า “จะส่งเสริมธุรกิจเอกชนลงทุนด้านธุรกิจการท่องเที่ยวไทย” “จะอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวไทย” หรือ “จะปรับปรุงที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวไทยให้ได้มาตรฐาน” เป็นต้น

การกำหนดนโยบายว่าจะทำอะไรบ้างนั้น ทำได้โดยพิจารณาจาก สภาพปัญหาข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวไทย ในขั้นตอนนี้ ปัญหาต่างๆ ที่ได้วิเคราะห์ไปแล้ว จะเป็นเหตุผลว่า เพราะเหตุใดจึงกำหนดนโยบายเช่นนั้น เช่น การกำหนดนโยบายว่า

“จะอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวไทย” ก็เนื่องจาก “ปัญหาการทำลายสภาวะแวดล้อม” เป็นต้น นอกจากนี้ สิ่งที่ควรพิจารณาควบคู่ไปด้วย ในการกำหนดนโยบาย ก็คือนโยบายระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ นโยบายระดับชาติ นโยบายระดับกระทรวง นโยบายของจังหวัด แผนงานและโครงการพัฒนา ในระดับต่างๆ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และอุปนิสัยของชาวท้องถิ่น เนื่องจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ จะมีส่วนร่วมในการกำหนดความเป็นไปได้ของนโยบาย พัฒนาการท่องเที่ยวไทยว่ามีมากน้อยเพียงไรด้วย

(2) การกำหนดวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ หมายถึง ความมุ่งหมายที่ต้องการหรือผลที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายที่ได้กำหนดไว้ การกำหนดวัตถุประสงค์ คือ การตอบคำถามว่า ตั้งนโยบายว่า “จะปรับปรุงที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีอัตราวันพักเฉลี่ยนานวันขึ้น หรือ “เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินมากขึ้น”

การกำหนดวัตถุประสงค์นอกจากจะต้องสอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดแล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณาควบคู่ไปด้วยเสมอ คือ วัตถุประสงค์ของชาติ ของกระทรวงต่าง ๆ และของจังหวัด วัตถุประสงค์ของโครงการสำคัญ ๆ ระยะเวลาต่าง ๆ ความสามารถและการยอมรับของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งความเป็นไปได้ของวัตถุประสงค์อีกด้วย

(3) การกำหนดเป้าหมาย

เป้าหมาย หมายถึง ความต้องการ หรือผลที่ต้องการจะให้เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายเช่นกัน มองเห็น ๆ เป้าหมายและวัตถุประสงค์อาจเป็นสิ่งเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่ วัตถุประสงค์เป็นผลที่ค่อนข้างจะจับต้องได้ยาก ฉะนั้นจึงต้องอาศัยการตั้งเป้าหมายเป็นเครื่องทดสอบหรือเครื่องวัดว่าผลงานที่ได้ทำ หรือกำลังเป็นไปตามนโยบายที่ได้วางไว้จริงหรือไม่ เป้าหมาย คือ การถอดวัตถุประสงค์ ซึ่งได้รับการกำหนดขึ้นแบบนามธรรมออกมาเป็นผลในลักษณะของรูปธรรม

การกำหนดเป้าหมายควรกำหนดไว้ 4 อย่าง คือ

(1) การกำหนดเป้าหมายเป็นปริมาณหรือปริมาตร การกำหนดลักษณะนี้จะเป็นการตอบคำถามที่ว่า “ทำเท่าไร”

(2) การกำหนดเป้าหมายเป็นพื้นที่หรือบริเวณ จะเป็นการตอบคำถามว่า “ทำที่ไหน”

(3) การกำหนดเป้าหมายเป็นกลุ่มชน จะเป็นการตอบคำถามว่า “ทำให้ใคร”

(4) การกำหนดเป้าหมายเป็นเวลา จะเป็นการตอบคำถามว่า “ทำเมื่อไร”

จะเห็นได้ว่า หากมีการกำหนดเป้าหมายในลักษณะที่กล่าวมาแล้วนั้น จะทำให้นโยบายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จับต้องได้ เห็นภาพค่อนข้างชัดเจน อันจะเป็นพื้นฐานในการกำหนดโครงการและแผนงานในขั้นต่อไป รวมทั้งช่วยให้ผู้นำแผนไปปฏิบัติสามารถประเมินผลได้ว่าสิ่งต่าง ๆ ที่ทำไปนั้นสอดคล้องและเป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่ เช่น การกำหนดนโยบาย “จะปรับปรุงที่พักให้ได้มาตรฐาน” เพื่อวัตถุประสงค์ “ให้นักท่องเที่ยวมีอัตราพักเฉลี่ยนานวันขึ้น” เป้าหมายที่กำหนดอาจจะได้แก่ “ให้นักท่องเที่ยวมีวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.5 วัน ภายใน 5 ปีข้างหน้า” เป็นต้น

(4) การกำหนดวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

วิธีการหรือกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เป็นอีกประการหนึ่งที่สำคัญ นอกเหนือจากนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการพัฒนา ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากที่สุดในการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากผู้วางแผนจะต้องมีประสบการณ์ ความชำนาญ ความเข้าใจ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม รวมทั้งข้อจำกัดในเรื่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีด้วย จึงจะสามารถแนะนำวิธีการหรือกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ดีได้ วิธีการหรือกลยุทธ์ จะเป็นคำตอบที่บอกให้ทราบว่าต้อง “ทำอย่างไร” จึงจะสามารถบรรลุเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และนโยบายที่กำหนดไว้

จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนต่างๆ ที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันในทุกขั้นตอน การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการหรือกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจึงต้องไม่ใช่สิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นมาลอยๆ โดยปราศจากเหตุผล ผู้วางแผนจะต้องเข้าใจสภาพต่างๆ เป็นอย่างดี รู้ถึงปัญหา ข้อจำกัด แนวโน้มในการพัฒนาและความเป็นไปได้ของพื้นที่พหุติ ประกอบกับความชำนาญและความรอบรู้ มองเหตุการณ์ไกล จึงจะกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของแผนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาสาขาอื่นๆ ในพื้นที่ ส่วนการกำหนดเป้าหมาย จะต้องทราบปัญหาและความเป็นไปได้ทางด้านเทคนิค ความสามารถของมนุษย์ กำลังเครื่องจักร จึงจะสามารถกำหนดปริมาณหรือระยะเวลาได้ ส่วนการหาแนวทางการพัฒนานั้น ผู้วางแผนจะต้องเข้าใจจิตใจของชาวท้องถิ่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณและการบริหารจัดการพอสมควร จึงจะสามารถเสนอแนะวิธีการที่ดีได้ การจะรู้และมีประสบการณ์รอบด้านในสิ่งที่กล่าวมานี้ย่อมเป็นไปได้สำหรับนักวางแผนเพียงคนสองคน แม้ว่าการท่องเที่ยวไทยจะเป็นเพียงสาขาหนึ่งในโครงสร้างรวมทั้งหมด แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจะต้องเกี่ยวข้องกับสาขาอื่นๆ มากมาย การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่ดี จึงต้องอาศัยทีมงานที่มีความรู้หลายสาขาร่วมมือจึงจะสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พัก อาหารและธุรกิจ การนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือ บริการกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ซึ่งได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม และหัตถกรรม เป็นต้น

การซื้อขายสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมสินค้าออกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย จึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่ง การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย นอกจากผลประโยชน์ตกอยู่ในประเทศไทยแล้ว ยังช่วยสร้างงานสร้างอาชีพอีกหลายแขนง และเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจอีกด้วย นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวไทย ก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าง ผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองดังต่อไปนี้

1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกประเภทอื่นๆ ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ

2) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน เช่น ในปี 2534 การท่องเที่ยวไทยทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศถึง 100,005 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินประมาณ 32,802 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้ จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

3) รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพ โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม คนทำไร่ ทำนา ปีละประมาณ 5-6 เดือน ยังมีเวลาว่าง แม้แต่ฤดูทำนาทำไร่ก็มีวันว่างอยู่ไม่น้อย อาชีพที่เกิดจากการท่องเที่ยวไทย เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหาร ไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยว ถ้ามีเรือก็อาจนำมาดัดแปลงเป็นเรือนำเที่ยว เป็นต้น

4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมาย และกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง

เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวไทยจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงที่สุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใด ก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับโรงแรมแต่จะกระจายออกไปยังชาวบ้านที่ทำการผลิตผลผลิตเพื่อป้อนสู่โรงแรม เช่น ผู้เลี้ยงไก่ ผู้ปลูกผัก เป็นต้น เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ ก็จะมีการนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้ว่าจะเป็นรายได้เล็กๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะส่งผลต่างๆ การกระตุ้นการผลิตทางการท่องเที่ยวไทยซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมาก เมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่า Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนในปี 2527 และนักวิชาการทางการท่องเที่ยวไทยก็ยังเชื่อว่า ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการทางการขนส่งที่สามารถบรรจุผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้นดังแต่ก่อน และการท่องเที่ยวเป็นเรื่องความพอใจของแต่ละบุคคล แม้องค์การสหประชาชาติก็ถือว่า "การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน"

7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนกับการปลูกข้าว ปลูกพืชอย่างหนึ่ง ถ้าฝนไม่ตกบางทีก็ปลูกไม่ได้ แต่เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือ ความสวยงามของธรรมชาติ ทัศนียภาพ ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งทีมนุรักษ์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่นตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมที่มีความยั่งยืน ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ดังเช่น การผลิตด้านเกษตรกรรม หรืออุตสาหกรรมอื่นที่ไม่ต้องการ การลงทุนและเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจากองค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจัง ที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้สนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้ให้เป็นประโยชน์

เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกร หรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม นับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สังคมไทยเป็นสังคม ของชาติเก่าแก่ สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ระหว่างคนไทย ด้วยกันเองและอวดชาวโลก เมื่อมีการท่องเที่ยวไทยเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมดังกล่าว เจ้าของท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในแง่ ของการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยและช่วยกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทย หรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ลักษณะ เป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

10) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและ ความมั่นคงให้แก่พื้นที่ ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวไทย เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือก เดินทางไปที่ใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่ นักท่องเที่ยว เข้าไปได้ แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ รัฐได้ตระหนักดีในเรื่องนี้ ดังจะเห็นว่า ทางกระทรวงมหาดไทยเองก็ได้มีคำสั่งให้มีการจัดตั้งหน่วยตำรวจเฉพาะกิจให้ ดูแลนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ คือ หน่วยตำรวจท่องเที่ยวเป็นกองกำกับการ 8 ในกองบังคับการกองปราบปราม เพื่อให้ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ

11) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและ ความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อ ประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคี สนิทสนมกันของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้าง ความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคง เป็นการช่วยจรรโลงโลกสร้างสันติภาพแก่โลก

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อมวลชน

การเลือกสื่อต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและมีโอกาสเลือกตามความเหมาะสมตามหน่วยงานต้องการ โดยนักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลักดังนี้ (อ้างอิงในกมลวรรณ สุจริต 2543)

1. ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมุ่งหวังให้คนนิยมยกย่อง เลื่อมใสและศรัทธา มาร่วมมือกับหน่วยงานปกป้ององค์กรทั้งเป้าหมายทั่วไปและเป้าหมายหลักโดยเฉพาะ
2. งบประมาณปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการว่าจ้าง การหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องมีเงินดำเนินการ
3. เวลาปริมาณของการเผยแพร่ที่ต้องใช้เวลามากน้อย ความเร็วในการเผยแพร่มากกว่าปริมาณและจังหวะของการเผยแพร่ในแต่ละข่าวสาร เหตุการณ์ ล้วนแต่ต้องการความเร็วที่สุด
4. ข่าวสาร คึงคู่ความสนใจในเนื้อหาข่าวสารที่แตกต่างในปริมาณและคุณภาพ อาจจะสั้นๆ ในบางเรื่องและบ่อยๆ จะคิมากกว่าหรืออาจจะป็นภาพคึกว่าข้อความ หรือมีทั้งภาพและข่าวสาร สื่อมวลชนจะเป็นเป้าหมายอันหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารต่อไปยังเป้าหมายที่องค์กรพึงประสงค์
5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ สื่อที่เลือกใช้จะมีประสิทธิภาพมากน้อยแตกต่างกันผลจะตามอย่างเห็นได้ชัด
6. ประสิทธิภาพของสื่อที่เลือกใช้ ประสิทธิภาพของสื่อจะต้องคู่ที่คุณสมบัติเปรียบเทียบ
7. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ การมีภาพพจน์ที่ทำให้เกิดความคึงการในภาพรวมที่จะใช้สื่อเพื่อความรู้ ความเข้าใจในทัศนคติที่ดี เช่น การแนะนำสินค้าใหม่ๆ
8. คุณสมบัติและความสามารถของบุคคลากร ศักยภาพของเจ้าหน้าที่และผู้คกเป็นผู้นำเสนอ เช่น ปรชธานเปิดงานจะมีความสำคัญเด่นต่อข่าวเพียงใด และคนทำข่าวให้แงมุมเด่นเพียงใด
9. ลักษณะและนโยบายของสถาบัน พยายามเผยแพร่ในสื่อมวลชนเป็นหลักหรือเป็นรองเพื่อให้น่าเชื่อถือ เพิ่มค่าของข่าวต่อหน่วยงานที่สามารถควบคุมสื่อได้
10. ความพร้อมด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ หากเครื่องมือดีจะมีผลต่อการเผยแพร่ดีขึ้น
11. ความสัมพันธ์และความร่วมมือจากเจ้าของสื่อความสัมพันธ์กับคนคุมสื่อ คุมคอถัมภ์จะเผยแพร่ให้หรือไม่เพียงใด จะทำให้ผลงานล้มเหลวหรือประสบผลสำเร็จได้
12. ตัวแปรอื่นๆ เช่น สภาพสังคมในขณะที่เลือกสื่อ ความคงทนของข่าวสาร

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม คือ การคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารด้วยและพิจารณาถึงตัวแปรที่จะเกิดขึ้นในการเลือกสื่อ ในบทก่อนได้ชี้และแยกให้เห็นถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร ตัวสื่อที่เห็น ประเภทและคุณสมบัติที่ใช้งาน ความแตกต่างที่มีจุดอ่อนจุดแข็ง ที่ต่างกัน เปรียบเทียบให้เห็นว่าสื่อแต่ละชนิดใช้งานให้บรรลุความสำเร็จได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับ ผู้ใช้สื่อว่าจะสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างไรให้เหมาะสมกับเป้าหมาย ในบทนี้จะมุ่งที่การชี้แจงการวางแผนใช้สื่อการวางกลยุทธ์ และเทคนิคการใช้งาน

การวางแผนสื่อ

นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีข้อมูลที่ชัดเจน ว่าเป้าหมายของคนเป็นอย่างไร มีจุดอ่อนจุดแข็งในการปฏิบัติการอย่างไร หากพิจารณาในด้านตัวบุคคลหรือกลุ่มด้วยแล้วตนเองสามารถหยั่งรู้ถึงความสนใจของเป้าหมายเป็นอย่างไร แผนการที่จะเข้าถึงต้องอาศัยอะไรเป็นข้อมูลมากที่สุด เพื่อจะสื่อสารได้ว่าเป้าหมายสามารถรับสารด้วยความชื่นชอบหรือพอใจกับสิ่งที่ส่งหรือสารที่ได้รับอย่างไรบ้าง สามารถได้กลับได้มากน้อยเพียงใด

ดังนั้นการวางแผนจึงต้องค้นหาข้อมูลให้ต้องแท้ เลือกใช้สื่อที่เป้าหมายรับได้ก่อนและกระตุ้นให้เกิดความต้องการสื่ออื่นที่จะพยายามป้อนให้อีก เสมือนการปรุงแต่งอาหารที่เรารู้มาก่อนว่าลูกคามีรสนิยมอย่างไร ต้องปรุงแต่งให้ถูกใจคนบริโภค เพราะข่าวสารนั้นบริโภคได้จึงจำเป็นต้องป้อนให้หรือทำให้เกิดความต้องการที่จะบริโภค โดยชี้แนะหรือเสนอให้เมื่อสามารถสื่อสารได้แล้วจะสามารถขยายผลได้ในโอกาสต่อไป

กลยุทธ์และเทคนิคการเลือกสื่อที่เหมาะสมจึงเป็นการปรุงแต่งการตัดสินใจใช้สื่อที่เหมาะสมแก่การบริโภคข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องกระตุ้น ให้สืบเสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้นหรือเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นอิ่ม และหากต้องการบริโภคข่าวส่วนอื่นที่ต้องมีสื่อบางตัวที่เหมาะสมในการใช้งานเสมือนการบริโภคอาหารที่จะต้องมีการชงและเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับทุกอย่าง จึงจะลงตัวหากพิจารณาให้เป็นรูปธรรม ก็คือการเปรียบเทียบกับปรุง การเสิร์ฟให้ชิมก่อน ไล่ไปจนถึงการรับประทานที่มีศิลป์ ซึ่งผู้ปรุงอาหาร พนักงานเสิร์ฟต้องสัมพันธ์กัน หากหว่าที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้อยากและเจริญอาหารที่เหมาะสม น้ำดื่ม เหล้า ภาชนะแก้ว ของหวานที่ต้องได้จังหวะและสิ่งเร้า สภาพแวดล้อมในการบริโภคต้องสัมพันธ์กันจนกระทั่งกลุ่มเป้าหมายรับสารได้สัมฤทธิ์ผลตามที่ต้องการ

การมองภาพในเรื่องแผนการใช้สื่อ จึงไม่ต่างกับการเตรียมอาหารและการปรุงแต่งให้แก่รับประทานด้วยความสุขและเจริญอาหาร ซึ่งเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่ต้องวางกลยุทธ์ จังหวะ เทคนิคในการนำเสนอ

วางแผนปฏิบัติในการใช้สื่อ

ในวงการประชาสัมพันธ์ยึดถือระเบียบแบบแผนว่า การวางแผนนั้น หมายถึง การเตรียมการในการที่จะใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์ในแต่ละเรื่อง ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในการทำงาน ตาม ขั้นตอนของการประชาสัมพันธ์ แสวงหาข้อมูล วางแผน ปฏิบัติการและการประเมินผล 4 ขั้นตอนนี้ ต้องนำมาใช้งานทั้งหมดเพื่อให้สามารถทราบว่าวัตถุประสงค์แท้จริงในการทำงานประชาสัมพันธ์ นั้นมีจุดมุ่งหมายที่ใด

1. ศึกษาการดำเนินงานวัตถุประสงค์

การประชาสัมพันธ์ในแต่ละเรื่องจะต้องมีขอบเขตที่ชัดเจนต้องค้นหาว่าการทำงานขึ้นใด ขึ้นหนึ่ง มุ่งหมายอะไรจะได้หาสื่อที่เหมาะสมใช้งานได้ถูกต้อง นับจากคนรับสาร ระยะเวลางบประมาณ ทัศนคติในการรับสาร สภาพปัญหาในการรับสารของเป้าหมายที่ใช้สื่อสิ่งใด จึงเหมาะสมที่สามารถรับสารได้ตามสภาพและวัตถุประสงค์ องค์การที่จะใช้สื่อสามารถดำเนินการได้ ในขอบเขตไหน

2. ระยะเวลาในการใช้สื่อ

แผนการที่จะลงมือปฏิบัติจำเป็นต้องทราบเงื่อนไขและระยะเวลาในการทำงาน เพราะสื่อแต่ละสื่อนั้นมีเงื่อนไขที่ไม่เหมือนกัน เครื่องมือแต่ละตัวมีเวลาใช้ที่แตกต่างกัน เช่น ใช้เป็นวินาที นาที วัน เดือนหรือปี ต้องคำนึงให้เหมาะสมกับเป้าหมาย

3. วัตถุประสงค์ของแผน

การทำงานที่เป็นระบบใช้สื่ออย่างไร มากน้อยแค่ไหนเป้าหมายชัดเจนเพียงใด

4. สื่อที่ใช้ชัดเจนว่าจะใช้ตัวใด

การมีสื่อหลายอย่างหลายประเภทล้วนเป็นกลไกที่ดี แต่หากไม่มีแผนการใช้จะทำให้สับสน ให้เลือกว่าจะใช้ตัวไหนอย่างไร เมื่อใดเลือกใช้หลายตัวหรือตัวเดียวในจังหวะที่วางไว้

5. กลุ่มเป้าหมาย

สื่อกับกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะการสื่อสารต้องใช้สื่อเพื่อนำสาร ไปให้กลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นว่าสื่อตัวใดที่เป้าหมายได้ชอบ

หรือเกลียด รับผิดชอบไม่ได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องปรับสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ค้ำประกันแล้ว ว่าอยู่ในสภาพและบทบาทใดบ้าง

6. วิธีการและสื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อใดๆ ที่ศึกษามีความแตกต่างกันจำเป็นต้องให้สอดคล้องกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ การใช้สื่อจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมองตัวแปรในการใช้

7. กำหนดกิจกรรมและระยะเวลา

การใช้สื่อที่ต้องเลือกและใช้ความถี่ ความยากง่าย ตัวแปร ระยะเวลา งบประมาณ กำลังคน และขีดความสามารถของอุปกรณ์และผู้รับสารต้องสัมพันธ์กัน การวางระยะเวลา ช่วงที่เหมาะสม ต้องมีการกำหนดแผนงาน และสาระ โดยสรุปกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและบ่งบอกคนใช้สื่อให้ชัดเจน เพื่อรับผิดชอบและคาดหวังว่าเมื่อใช้แล้วจะมีผลอย่างไรด้วย

8. การใช้ทรัพยากร

งบประมาณที่ต้องจัดหาสื่อ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากรเพื่องานประชาสัมพันธ์ ให้ใช้หลักการวางแผน ที่สื่อทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว ขอความร่วมมือจากที่อื่นและที่ต้องหาเพิ่มภายนอกหน้า สื่อที่มีอยู่แล้วสำรวจว่าสามารถใช้งานเหมาะสมกับสารที่จะสื่อหรือไม่ คนที่สัมผัสมีพอใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด เงินงบประมาณที่จะใช้เพื่อการนี้ ส่วนที่มุ่งหวังจะไปขออุปการคุณเพื่อประหยัดหรือทดแทนสิ่งที่มีขาดอยู่ เช่น สื่อที่บังคับไม่ได้ ขอรายการวิทยุ โทรทัศน์ การผลิต การสนับสนุน การฝึกอบรมให้ใช้สื่อร่วมเป็นการค้นคว้า วิจัย ประเมินผลที่ต้องจัดทำให้ครบวงจรและการหาทรัพยากรสื่อเพิ่มเติมเมื่อพบว่างานจำเป็น ต้องทำหาให้เหมาะสมทดแทนกับสิ่งที่ขาดหายไป

9. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ตามแผนการใช้ต้องคาดหวังว่าจะได้ผลดีไม่น้อยเพียงใด หากแผนการใช้ชัดเจน ทุกคนประสานแผน ไม่มีตัวแปรเกิดมากนัก งานจะเดินไปได้สะดวกเพียงใด เชื้อต่อการประเมินผลความสำเร็จหรือไม่

10. การติดตามประเมินผล

สื่อแต่ละอย่างทำงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้เพียงใด สำรวจประเมินความสัมฤทธิ์ผล สามารถออกแบบสำรวจ ชักถาม ให้เป้าหมายตอบและให้ผู้ใช้อ้างอิงตอบเพื่อเป็นข้อมูลในคราวต่อไป

นักประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักว่าสื่อแต่ละสื่อมีความเหมาะสมในแต่ละงาน การยอมรับให้ใช้สื่อในงานหนึ่งๆ มีตัวแปรมากมาย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเกิดการกระตุ้นในการรับรู้ความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนที่เปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว เพื่อนำสิ่งที่เห็นสิ่งแปลกใหม่ วิธีการใหม่ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวกับสื่อที่รับผิดชอบ และคนกลางที่จำหน่ายสื่อสิ่งแปลกใหม่นั้นด้วย เมื่อกระตุ้นแล้วต้องให้เกิดความสนใจมากขึ้นด้วยการตั้งใจว่าสื่อ นั้นจะเหมาะสมในการนำไปใช้อย่างไร และทดลองใช้จนให้การยอมรับในที่สุด กล่าวแล้วว่าสื่อเหมือนเครื่องมือในการปรุงอาหาร ความแปลกใหม่ในภาชนะบางอย่างที่เกิดการเปลี่ยนแปลงยอมรับสื่อที่จะใช้ไม่ว่าจะเป็นของที่มีอยู่หรือกำลังนิยมและที่ล้าสมัยไปแล้วเพราะการใช้สื่อให้เหมาะสมกับสารนั้นขึ้นกับตัวผู้ปรุงแต่งและผู้รับหรือบริโภคนำสาร

ดังนั้นแผนในการใช้สื่อจึงมิได้คำนึงถึงแต่ที่มีอยู่เท่านั้น ต้องมองความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม อาจจะนำของใหม่ เทคโนโลยีเจริญแล้วมาใช้หรือนำของเก่ามาปรับปรุงแก้ไข เพราะที่ล้าสมัยก็ยังมีอยู่ ที่มีก็ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอเป็นต้น การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ บุคลากรต้องใช้เป็นก่อนและควรประสานการใช้สื่อ ไม่ว่าองค์กรที่มีอยู่หรือการขอให้เกิดการประสานให้ร่วมด้วย ผู้มีอุปถัมภ์ร่วมด้วยยิ่งจะบรรลุผลมากขึ้น

2.5 แนวคิดการเป็นนายแบบและนางแบบ

งานทุกอาชีพจะเปิดโอกาสให้กับคนที่มีข้อจำกัดหลากหลายมากมายเพียงใดก็ตามแต่คนรูปร่างหน้าตาดีข้อมีข้อได้เปรียบมากกว่า และแน่นอนสำหรับอาชีพนี้สาวสวยจำนวนมากล้วนปรารถนาจะเข้ามาแข่งขันที่ ดันตัวเองไปอยู่แถวหน้าสุด ซึ่งไม่มีที่ให้ยืนมากมายนักบนถนนแฟชั่น นอกจากรูปร่างหน้าตาของนางแบบแล้ว บุคลิกภาพเฉพาะตัวหรือที่เรียกว่า "Personality" มีส่วนสำคัญไม่น้อยที่จะเพิ่มความโดดเด่นให้ได้เปรียบคนอื่น บุคลิกภาพนี้เองจะแยกแยะตัวนางแบบนายแบบที่มีรูปร่างส่วนสูงคล้ายๆ กันให้แตกต่างจากคนอื่นออกไปอย่างเห็นได้ชัด . และความสูงที่ได้มาตรฐานก็เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อเพื่อต่อความต้องการของตลาด ส่วนสูงของนางแบบนายแบบมีความสำคัญมากค่อนข้างมาก

ลักษณะรูปร่างของนายแบบและนางแบบ

1. นายแบบและนางแบบระดับอินเตอร์ (หมายถึงสามารถรับงานถ่ายแบบได้ทั่วโลก) สำหรับผู้หญิงต้องการความสูงระหว่าง 172 - 180 ซม. สำหรับผู้ชายต้องการความสูง 182 - 190 ซม.
2. นายแบบและนางแบบระดับเอเชีย (ระดับชาติ) ต้องการความสูงของผู้หญิง 168-180 ซม. และสำหรับผู้ชาย 178 - 185 ซม.

ในประเทศไทยมีนางแบบและนายแบบจำนวนมากที่รูปร่างเล็กกว่ามาตรฐานดังกล่าว แต่ก็ยังประสบความสำเร็จมีชื่อเสียงยาวนาน เนื่องจากเขาและเธอลำนำนั้นมีบุคลิกภาพเฉพาะตัวที่โดดเด่น แต่แน่นอนโอกาสของนางแบบนายแบบไซส์เอเชียที่จะก้าวเข้าไปสู่แฟชั่นระดับอินเตอร์ย่อมน้อยกว่าไซส์ที่ได้มาตรฐานคนสวยคนหล่อที่ร่างเล็กก็อย่าเพิ่งท้อถอยเสียก่อน เพราะยังมีองค์ประกอบอื่นอีกที่อาจทำให้คนตัวเล็กดูสวยกว่าสาวร่างสูงที่มีดีแค่ความสูงเท่านั้น เพราะคนตัวเล็กเมื่ออยู่ในเฟรมกล้องแคบๆ มักจะได้เปรียบกว่าคนร่างใหญ่ เวลาถ่ายแบบหรือแสดงหนังและละครโทรทัศน์ อิทธิพลของกล้องภาพยนตร์มักทำให้คนมีรูปร่างใหญ่ทะอะทะกว่าที่เป็นจริง

อายุของนางแบบและนายแบบ

นางแบบหรือนายแบบที่เห็นตามสื่อ แทบทุกคนเวลามาปรากฏตัวให้เห็นตามห้างสรรพสินค้าหรือตามที่สาธารณะจึงมักดูตัวเล็กกว่าที่คาดหมายไว้ในใจอย่างไม่น่าเชื่อ นอกจากนั้นผิวพรรณที่สวยงามใสยังฟ่องคนดูได้ง่าย เวลากล้องจับภาพมุมใกล้จนเห็นริ้วรอยได้ถนัด ไม่ว่าจะกล้องโทรทัศน์หรือกล้องถ่ายภาพนิ่งทั่วไป ดังนั้น อายุ จึงมีความสำคัญต่ออาชีพนี้ไม่น้อย

สำหรับระดับอายุที่เหมาะสมเป็นที่ต้องการนั้น ระดับอินเตอร์ต้องการนางแบบ อายุระหว่าง 14-30 ปี (หรือเฉลี่ยทั่วไปไม่เกิน 25 ปี) ส่วนนายแบบต้องการประมาณ 18-40 ปี ขณะที่นางแบบในแถบเอเชียอาจจะมีอายุสูงกว่ามาตรฐานทั่วไปเหล่านั้นได้เนื่องจากคนเอเชียมีข้อได้เปรียบด้านผิวพรรณที่งามละเอียดกว่าทางแถบยุโรป นางแบบเอเชียบางคนอายุ 30-35 ปี ก็ยังดูไม่แก่ ในเมืองไทยมีตัวอย่างนางแบบอายุมากแต่ยังมีรูปร่างผิวพรรณดีอยู่หลายคน ส่วนนายแบบนั้นเรื่องอายุดูเหมือนจะได้เปรียบกว่าผู้หญิงจึงมีช่วงเวลาของการอยู่ในอาชีพได้นานกว่า

ลักษณะธรรมชาติของอาชีพนี้ในระดับอินเตอร์ โดยทั่วไปผู้ชายหรือนายแบบมักจะได้รับค่าตัวต่ำกว่าผู้หญิง แต่มีระยะเวลาทอดยาวของการประกอบอาชีพได้นานกว่าถือว่าชดเชยกันไป

แต่ตลาดเมืองไทยมีลักษณะเฉพาะต่างออกไป คือไม่ค่อยนิยมใช้นายแบบอายุมากๆ ประเภทหน้าเก่าชวามานเหมือนฝรั่ง ฉะนั้นเราจึงยังไม่เคยมีนายแบบประเภทดาวค้างฟ้าให้กล่าวขวัญถึงกันเลย

โลกแฟชั่นคงสร้างสรรค์มาเป็นพิเศษให้ผู้หญิงกับความงามและแพรวพราวไปด้วยกัน กลมกลืนเป็นโลกเดียวกัน เด็กสาวรุ่นใหม่จึงขายได้และขายดีมาตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา บางคนอาจจะไม่ละเลิกถนอมอายุไป เพียงแต่หันเหไปหาประสบการณ์ด้านการแสดงหรือไม่ก็ไปลงทุนในธุรกิจด้านอื่น

กำเนิดนางแบบ

คนที่ให้กำเนิดการเดินแบบในเมืองไทยจริงๆ นั้นน่าจะเป็นหม่อมเจ้าไกรสิงห์ วุฒิไกร เจ้าของห้องเสื้อ “ไกรสิงห์” ที่ได้รับการยกย่องสมัยเมื่อ 40 กว่าปีก่อนว่าเป็นดีไซเนอร์ไทยที่ทำเสื้อชั้นสูงแบบโออร์ทูกู เพราะตัดชุดวิวาท์โค้งงดงามเร็ดหรูมาก หม่อมเจ้าไกรสิงห์มาโด่งดังระเบิดจริงๆ เพราะเป็นผู้ที่ตัดชุดให้อภิสรา หงสกุล แต่งไปประกวดนางงามจักรวาลจนได้รองตำแหน่งสาวงามที่สวยที่สุดในจักรวาลมาครอบครองและทุกครั้งที่หม่อมเจ้าไกรสิงห์ทำเสื้อผ้าขึ้นมา นั้น จะมีการชักชวนบรรดาสาวๆ ที่มีศรัทธาเป็นถึงนักเรียนนอกมาเดินแบบให้ ซึ่งสเปกของเจ้าของห้องเสื้อผู้นี้ก็ต้องเป็นสาวแต่งตัวเปรี้ยวจี๊ดจ๊าดและมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง และอีกเหตุผลที่สำคัญนอกเหนือจากบุคลิกภาพแล้ว ผู้ที่คลุกคลีอยู่กับวงการแฟชั่นคนหนึ่งบอกเล่าเหตุผลให้ฟังว่า “เมื่อก่อนนั้นเวลาเชิญนางแบบพวกนี้ไปเดินแบบ ท่านไกรสิงห์จะเตรียมเฉพาะเสื้อผ้าที่จะต้องสวมใส่ตอนเดินแบบให้เท่านั้น แอ็กเซสซอรีอื่นๆ นางแบบจะต้องเป็นคนหามาเอง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับพวกเครื่องเพชร รองเท้า กระเป๋า ถุงน่อง เป็นต้น แม้จะเริ่มปรากฏการณ์การนำสาว ๆ มาเดินแบบเสื้อผ้าบนแคตวอลก์ แต่ในยุคนั้นยังไม่ถือว่ายกระดับขึ้นเป็นอาชีพนางแบบ เพราะนางแบบเหล่านั้นจะไม่ได้ “ค่าตัว” เป็นเรื่องเป็นราว จะได้เป็นเสื้อผ้าที่ตัวเองสวมใส่ขณะเดินแบบ ดังนั้นใครที่จะมาเดินแบบจะต้องได้รับเชิญจากเจ้าของห้องเสื้อเท่านั้น ซึ่งโดยมากจะเรียกว่า “นางแบบกิตติมศักดิ์” เพราะส่วนมากจะเป็นลูกหลานของบรรดาผู้มีสกุล

ในยุคนั้นบรรดาสาวๆ ที่จะมีโอกาสได้สวมใส่ชุดของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ขึ้นแคตวอลก์ อาทิ พัฒนศรี บุนนาค, ม.ล.เทพินธุ์ เทวกุล, บุษบา โภคินวงศ์ เป็นต้น ซึ่งหลายครั้งที่หม่อมเจ้าไกรสิงห์ลงทุนพบบรรดาสาวนางแบบกิตติมศักดิ์เหล่านั้นไปเดินแบบโชว์เสื้อผ้ากันถึงเมืองนอกที่เคียว จึงทำให้กลายเป็นกระแสที่บรรดาสาวๆ ในยุคนั้นใฝ่ฝันอยากจะได้สวมชุดของหม่อมเจ้าไกรสิงห์



บนแคตวอลด์บ้างหลังจากที่หม่อมเจ้าไกรสิงห์ ถึงจุดอิมตัวแล้วก็เลิกทำเสื้อผ้า บรรดาห้องเสื้ออย่างพรศรี ก็เริ่มมีการใช้นางแบบมาเดินโชว์เพื่อแสดงชุดของนักเรียน แต่นางแบบที่ใช้ก็เปลี่ยนไป โดยส่วนมากจะใช้นักเรียนที่เรียนอยู่ในสถาบันพรศรีมาช่วยเดิน หรือบางครั้งก็อาจจะมองหาสาวทำงานที่รูปร่างหน้าตาช่วยเดินให้บ้าง

ถือได้ว่าเป็นยุคแรกของ “แมวมอง” ที่หานางแบบก่อนจะก้าวมาเป็นอาชีพแมวมอง ในปัจจุบันนี้ แต่อย่างไรก็ตามการเดินแบบในยุคเมื่อ 30-40 ปีก่อนนั้นไม่ได้เดินกันบ่อยเหมือนในปัจจุบัน จะเดินเฉพาะงานประจำปีหรือเดินการกุศลเท่านั้น แต่เชื่อว่าจะมีเพียงสาวนักเรียนนอกเท่านั้นที่มีสิทธิ์เป็นนางแบบกิตติมศักดิ์ของหม่อมเจ้าไกรสิงห์ ในยุคหลังๆ ถ้าเจ้าของห้องเสื้อผู้นี้ถูกใจสาวไหนก็จะชักชวน ไม่ว่าจะเป็นโฉมฉาย ฉัตรวิไล นางเอกสาวหน้าตาถูกครึ่งในยุคนั้นก็มิโอกาสเดินบทแคตวอลด์เช่นกัน ส่วนนางแบบรุ่นสุดท้ายที่หม่อมเจ้าไกรสิงห์ชักนำมาสัมผัสชีวิตบนแคตวอลด์คือ เจียบ-พิจิตรรา บุณยรัตพันธุ์ ดีไซเนอร์ชื่อดัง ซึ่งตอนนั้นยังเป็นนักเรียนนอกที่ปารีสอยู่

นางแบบอาชีพ

ในยุคหนึ่งที่บรรดาแบรนด์เนมจากเมืองนอกเริ่มเข้ามาทำตลาดในเมืองไทย เนื่องจากมีคนไทยอยู่กลุ่มหนึ่งที่นิยมเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมจากเมืองนอก ดังนั้น บรรดาแบรนด์เนมชื่อดังจากเมืองนอกจึงสนใจที่จะเข้ามาทำตลาดเมืองไทยบ้าง จึงมีการนำแฟชั่นโชว์คอลเลกชันใหม่ๆ มาเดินแบบให้คนไทยดู แบรนด์เนมแรกที่เข้ามาเมืองไทยอย่างเป็นทางการคือ นีน่า ริชชี ซึ่งเปิดโรงแรมโอเรียนเต็ลเพื่อนำนางแบบฝรั่งมาเดินโชว์เสื้อผ้าของนีน่า ริชชี ให้สาวไทยได้ชม และก็ไม่ผิดหวังเพราะได้รับการต้อนรับอย่างเนืองแน่นจากบรรดาสาวไฮโซเมืองไทยจนทำให้แบรนด์เนมรายอื่นๆ ได้เข้ามาบ้าง ด้วยเหตุนี้จึงจุดประกายให้ไข สมชาย แก้วทอง เจ้าของห้องเสื้อ Kai ย่านสยามเซ็นเตอร์ลุกขึ้นมาทำเสื้อผ้าในเชิงธุรกิจ โดยใช้นางแบบคนไทยเดินบนแคตวอลด์อย่างฝรั่งบ้าง แฟชั่นโชว์ชุดแรกนั้นได้แรงบันดาลใจมาจากภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดเรื่อง The Great Gatsby กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในเมืองไทย เสื้อผ้าที่โชว์ขายหมดเกลี้ยงในเวลาอันรวดเร็วส่งให้ชื่อเสียงของไข-สมชาย โด่งดัง จนต้องจัดงานแฟชั่นโชว์ตามมาอีกหลายงาน และถือว่าเป็นยุคเริ่มต้นของการจัดแฟชั่นโชว์แบบมีธีมของงาน เนื่องจากเริ่มมีสปอนเซอร์มาเข้าร่วม อาทิ การบินไทย, เครื่องสำอางดังโคม

ภาพ :
915.9304
๑ ๙ ๘ ๘ ๗
ฉ.ภ.ร. ๘๘๗๗.

วันที่..... 17 เม.ย. 2552
เลขทะเบียน..... 01137๔ ๑๒

ไข่-สมชาย ถือเป็นคนแรกที่เปิดเส้นทางให้เกิดอาชีพนางแบบขึ้นมาอย่างเป็นทางการ เพราะไข่-สมชาย จะจ่ายค่าตัวให้นางแบบทุกคนที่มาเดินแบบเสียให้ รวมถึงเริ่มมีการนำสาว ๆ จากหลากหลายอาชีพมาฝึกเดินแบบอย่างจริงจัง โดยมอบหมายให้ วรชาติ ชาคะโสภณ มาช่วยฝึกนางแบบให้รู้จักวิธีการเดินบนแคทวอล์ก รวมถึงการโพสท่าทางต่างๆ อย่างนางแบบอาชีพฝรั่ง เรียกได้ว่า ไข่-สมชาย ได้ป็นนางแบบอาชีพเข้าสู่วงการแฟชั่นเป็นจำนวนมาก อาทิ เพ็ญพร ไททฤษฎ์, ศิริเอม อุณหรูป, อาภาพรรณ อันเตอร์, ภาวिका สุริยะศักดิ์ เป็นต้น การจ่ายค่าตัวในยุคนั้นก็ให้กันง่ายๆ เพราะหลังจากเดินแบบจบเจ้าของห้องเสียก็จ่ายค่าตัวให้เลย ทำให้เกิดความพอใจทั้งห้องเสื้อและนางแบบ แด้ม - รุ่งนภา กิตติวัฒน์ อดีตนางแบบชื่อดังบอกเล่าถึงชีวิต นางแบบในชุดของเธอเมื่อ 20 กว่าปีก่อน ว่าเธอแจ้งเกิดจากการเป็นนางแบบปกให้กับนิตยสารลลนา จากนั้นจึงได้วนเวียนอยู่กับแคทวอล์กมาตลอด ซึ่งแด้มกล่าวว่า ในยุคนั้นแม้จะมีคำว่า นางแบบอาชีพแล้วก็ตาม แต่วงการก็มีนางแบบจำนวนไม่มากนักแทบจะนับคนได้อย่างปราณี ชัยโรจน์, อาภาศิริ นิติน, กุสุมา ปีเตอร์ เป็นต้น การจัดเดินแบบแฟชั่นในยุคนั้นแม้จะไม่บ่อยเหมือนยุคนี้แต่ก็เรียกได้ว่า สัปดาห์หนึ่ง มีงานให้เดินถึง 2 - 3 งาน

“การจัดงานเดินแฟชั่นในยุคนั้นจะไม่บ่อย ส่วนมากเป็นงานเก็บเงินอย่างงานการกุศลที่เป็นจิตคารวะดินเนอร์หรืองานที่ศิษย์เนอร์จัดขึ้นเอง”

เส้นทางสู่...แคทวอล์ก

การเข้ามาสู่เส้นทางนางแบบนั้นไม่มีกฎตายตัวแน่นอน บางคนบอกว่าขึ้นอยู่กับดวงด้วย บางคนเดินๆ อยู่ก็อาจจะมีความบังเอิญมาชักชวนให้ไปเดินแบบแล้วก็โด่งดังเป็นพลุแตก นางแบบในยุคนั้นจะสงวนสิทธิ์สำหรับลูกหลานคนมีเงินเท่านั้นจึงเรียกว่า “นางแบบกิตติมศักดิ์” แต่พอสาว ๆ ทั้งหลายใฝ่ฝันอยากจะเป็นนางแบบบ้าง ก็เริ่มมีการมองหาเส้นทางลัดเพื่อเข้าสู่วงการนี้ ซึ่งถนนสู่นางแบบมิใช่มีเพียงสายหลักแค่สายเดียว นิตยสารผู้หญิงถือเป็นเส้นทางหลักในการแจ้งเกิดนางแบบบนแคทวอล์กมาไม่น้อย ยิ่งในยุคนั้นที่มีนิตยสารผู้หญิงเพียงไม่กี่ฉบับนั้นถือเป็นสื่อที่ใครต่อใครก็จับตามองสาวที่มาขึ้นปก อย่างนิตยสารสกุลไทยที่มักจะนำสาวสวยลูกผู้ดีมีสกุลมาขึ้นปก แต่คนที่ทำให้พื้นที่หน้าปกของนิตยสารกลายเป็นขอลอดคือ บุรินทร์ วงศ์สงวน ซึ่งตอนนั้นเป็นบรรณาธิการนิตยสารบิวาร์ บุรินทร์มักมองหาสาวนักเรียนนอกที่โก้ๆ มาขึ้นปก และเมื่อต้องคาติไซเนอร์ห้องเสื้อ เธอเหล่านั้นก็จะถูกดึงตัวไปเดินแบบต่อจากนั้น นางแบบและนายแบบที่ได้เกิดจากปกของนิตยสารบิวาร์คือพิสมัย จันทบุรุษ และ โยธิน ณ นคร เป็นต้น

ต่อจากนั้นก็เป็นผู้ของนิคมสารลลนา และดิฉัน ซึ่งจับเคียวกันแข่งขันนางแบบมา ขึ้นปกอย่างไม่มีใครขอมกัน ลลนา ในยุคของสุวรรณี สุคนธา เป็นบรรณาธิการจะให้ความสำคัญกับเรื่องแฟชั่นมาก และกล้าที่จะฉีกแนววงการแฟชั่น ดังนั้น ลลนา จึงสร้างนางแบบที่มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ นางแบบที่แจ้งเกิดบนปกนิคมสารลลนา อาทิ เพ็ญพักตร์ ศิริกุล ซึ่งตอนนั้นยังเป็นคาราเล็ก ๆ อยู่ รุ่งนภา กิตติวัฒน์, อรณภา วรรณตระกูล, เปรมิกา สุจริตกุล เป็นต้น

สำหรับดิฉันเนอร์หลายคนก็มองว่าการใช้นางแบบที่แจ้งเกิดจากปกนิคมสารลลนาจะช่วยคัดเลือกความสามารถในระดับหนึ่งแล้ว แต่อย่างไรก็ตามก็ยังไม่สามารถสร้างความแรงให้กับเสื้อผ้าได้มากเท่ากับการให้นางแบบคนนั้นไปเดินบนแคทวอล์ก เพราะวิธีการเช่นนั้นจะทำให้บรรดาลูกค้าไฮโซแห่ไปดูและรุมกันซื้อเสื้อผ้ากันจนหมดเกลี้ยง

อย่างไรก็ตาม ในยุคก่อนก็มีคนหัวใส เริ่มจัดการประกวดนางแบบ ขึ้นเป็นครั้งแรกของเมืองไทยในชื่อการประกวด 10 ขอดนางแบบ เวทีนี้ก็ได้สร้างนางแบบอาชีพมาประดับวงการในยุคแรกไม่น้อย อาทิ อนุรี เจริญวงศ์, มลนิกา สงวนแก้ว ซึ่งถือเป็นนางแบบยุคแรกของสาวธรรมดาที่ไม่ใช่พวกนามสกุลดัง แต่มพวกนี้จะพยายามฝึกฝนตัวเองทั้งวิธีการเดิน พิศรูปร่าง เพื่อจะเข้ามาสู่อาชีพนางแบบ จนมาถึงยุคปัจจุบันนี้ การหานางแบบจึงมีความหลากหลายขึ้น ทั้งเอเจนซี โมเดลลิ่ง แมวมอง ออแกไนเซอร์ นิคมสาร รวมถึงการจัดประกวดหลากหลายเวที เรียกได้ว่า ความใฝ่ฝันที่จะเข้ามาเดินบนแคทวอล์กของคนยุคนี้ไม่ยากเกินเอื้อมอีกแล้ว

สเปกนางแบบกับยุคสมัย

สำหรับวงการนางแบบเมืองไทยแล้วสนิทสนมในการเลือกนางแบบมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยหลายรอบด้วยกัน ในยุคแรกดิฉันเนอร์ จะมองเพียงแค่สาวเปรี้ยวแต่งตัวโก้ และมีความมั่นใจในตัวเองสูง โดยเธอคนนั้นอาจจะมีรูปร่างไม่สูงมากนัก เพราะเสื้อผ้าที่สวมใส่ตัดชายเฉพาะสาวไทยไม่ใช่ไซส์ฝรั่ง

ยุคเสื้อผ้าแบรนด์เนมบุกเมืองไทย บรรดานางแบบที่จะสวมใส่เสื้อผ้าไซส์ฝรั่งได้จะต้องเป็นสาวหุ่นสูงเพรียว แขนขายาว ตอนนั้นก็ถึงเวลาของผู้หญิงไทยหุ่นสูงเพรียวแขนขายาวได้เกิดบ้างอย่างไปรยา ลุติคานนท์, ปราณิ ชัยโรจน์ เป็นต้น

ต่อมาวงการนางแบบเริ่มเปิดกว้างขึ้น โดย ไข่-สมชาย แก้วทอง ที่สร้างอาชีพนางแบบขึ้นมา คู่กับวงการแฟชั่น ในยุคนั้นถือเป็นยุคทองของดิฉันเนอร์เมืองไทย มีห้องเสื้อชื่อดังเกิดขึ้นมา

มากมาย อาทิ ไข่-สมชาย แก้วทอง, ป้อง-องอาจ นิรมล, เหน่ง-ปริญญา มุสิกมาส, พิจิตรา นุชรัตพันธ์, ธีระพันธ์ วรรณรัตน์, คิ้ว-ดวงใจ บีส เป็นต้น ส่งผลให้วงการนางแบบอาชีพก็ฮิตติด ชาร์จไปด้วย

นางแบบในยุคนี้จึงมีความหลากหลาย มีการคิ่่งนางแบบจากหลายวงการทั้งคาราบางคนก็ กระโดดเข้ามาสู่วงการนางแบบ ขณะเดียวกันนางแบบบนแคตวอลก์ไม่น้อยที่เมื่อโด่งดังแล้ว ก็ถูกจับตัวไปเป็นคาราอย่าง เจ็บบ กาญจนภาพร พลอดกัย, เจ็ม-รุจิรา ช่วยเกื้อ หรือแม้กระทั่งเวที ประกวดนางงามต่างๆ ก็มีโอกาสสร้างนางแบบมาประดับวงการเช่นกัน อย่าง ลูกเกด - เมทินี กิ่งโพยม เป็นต้น

เมื่อเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู คนไทยนิยมแบรนด์เนมกันมากโดยเฉพาะเสื้อผ้าที่ต้องบินไป ซื้อกันถึงเมืองนอก จึงทำให้เสื้อผ้าแบรนด์ดังๆ เข้ามาในเมืองไทยมากขึ้น รวมทั้งมีการเสาะหา นางแบบที่จะต้องมาเดินแบบเสื้อผ้าแบรนด์ฝรั่ง จึงเป็นต้นกำเนิดของนางแบบ “ลูกครึ่ง” เพราะ นอกจากหน้าตาจะสวยแล้วรูปร่างที่สูง โปรงเพริชวงามจะได้เปรียบในการสวมเสื้อผ้าแบรนด์เนม ได้สวยงาม

นางแบบลูกครึ่งที่เดินเรียงแถวขึ้นสูงแคตวอลก์มีมากมาย อาทิ “เฮลหลี” เขอราคีน ลี ริคเคิล, เฮเลน-ปทุมรัตน์ วรรณมาลี, ชินดี้-สิรินยา เบอรับริดจ์, มาริสสา แอนนิต้า, ซาร่า มาลากุล เล่น นางแบบลูกครึ่งครองแคตวอลก์มากกว่า 10 ปี จึงเริ่มเข้าสู่ยุคชอบของแปลกอย่างในตอนนี

ยุคทองของนางแบบ

ปัจจุบันนี้ต้องเรียกว่า เป็นยุคของนางแบบวัยรุ่น เนื่องจากกระแสของแฟชั่นเสื้อผ้าทั้งโลก เปลี่ยนจากแบบหรูหราฟู่ฟ่ามาเป็นแนว Ready to wear หรือตู้ยู่คเสื้อผ้าเรียบง่ายแต่เก๋ นางแบบที่จะ มาแต่งชุดประเภทนี้ได้ส่วนมากจะต้องเป็นนางแบบเด็กๆ วัยสดใส

ดังนั้น จึงเข้าสู่ยุคผลัดเปลี่ยนนางแบบจากยุคลูกครึ่ง มาสู่ยุคนางแบบวัยรุ่น ที่ต้องมีความ แปลกใหม่สดใสในตัวเอง รวมถึงเส้นทางจะแจ้งเกิดเป็นนางแบบบนแคตวอลก์ได้นั้นต้องขึ้นอยู่กับ ออแกไนเซอร์เป็นหลัก

ดีอ-สมบัติร ธิระสาโรจน์ ออแกไนเซอร์ชื่อดังแห่งยุคถือว่าเป็น “เจ้ตัน” ตัวจริงเสียงจริง ของวงการแคตวอลก์ในเวลานี้ เพราะยุคนี้ไม่ว่าจะเปิดตัวสินค้าอะไรก็ตามบรรดาออแกไนเซอร์ จะต้องมีการเดินแบบแทรกเข้าไปด้วยทุกงาน จึงทำให้ต้องค้นหานางแบบหน้าใหม่ๆ เข้าสู่การ

อยู่ตลอดเวลาอย่างนางแบบที่ คือ สมบัษร ช่วยให้แจ้งเกิดในวงการแคทวอล์ก อาทิ จี๊ด-แสงทอง เกตุอุ้มทอง, ลูกหมี รัศมี ทองศิริไพศรี, เดือน นิวัตรา จำแก้ว เป็นต้น ซึ่งนางแบบเหล่านี้ คือ-สมบัษร ออกตัวว่า นางแบบเหล่านี้จะไม่มีสังกัด คือใครก็สามารถว่าจ้างได้

นอกจากนี้ คือ สมบัษร ยังบอกว่า อาชีพนางแบบในยุคนี้หาเงินได้เป็นกอบเป็นกำสามารถสร้างฐานะมีเงินให้พ่อแม่ใช้ได้สบาย เพราะจะมีงานให้นางแบบเดินได้เกือบทุกวัน และนางแบบยุคใหม่ก็ยกระดับขึ้นมาก คือมีทั้งนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี ไปจนถึงกำลังศึกษาปริญญาโทอยู่ก็มี โดยเฉพาะตอนนี้นางแบบที่กำลังฮอตสุด งานซุกที่สุด คือ เอเลี่ยน สุธาสิณี บำรุงพงศ์ ซึ่งเป็นคนหนึ่งที่ คือ สมบัษร ชักชวนเข้ามาวงการเช่นกัน แม้เอเลี่ยนจะมีหน้าตาฉีกแนวจากบรรดานางแบบที่เคยมีอยู่นั้น แต่ก็ไม่ใช่อุปสรรคกับการเดินแบบบนแคทวอล์ก แต่กลับดีกว่าคนอื่นด้วยซ้ำเพราะความแปลกใหม่ของเธอเอง

“เอเลี่ยนเข้ามาในวงการนางแบบในยุคที่วงการกำลังมองหาความแปลกใหม่พิเศษ เอเลี่ยนเป็นลูกครึ่งไทยจีน ตอนแรกเจอก็เรียกมาคุยเพื่อคุนิสัย คุความเรียบร้อย ครอบครั้ว การเรียน เพราะเราตั้งพวกเด็กกลุ่มนี้มาเราก็ต้องรับผิดชอบชีวิตของพวกเขาด้วย งานแรกให้เดินงานเพชรเคอเบียร์เลย ปรากฏว่าโดนทุกคนด่าหมดเพราะความที่หน้าตาแปลก ตอนนั้นใครเดินเพชรยังต้องหน้าตาสวยด้วย แต่เราก็บอกว่าเดี๋ยวก็ส่องประกายเอง เอเลี่ยนมาแจ้งเกิดอย่างเต็มตัวในการเดินแบบแอล แฟชั่นวีคของปีที่ 2649 จากนั้นก็ดังระเบิด”

ยุคทองของนางแบบได้หวนกลับมาอีกครั้ง แต่ขณะเดียวกันก็เป็นยุคของเด็กวัยรุ่นที่สามารถหาเงินได้ง่ายๆ เพราะเดินครั้งหนึ่งรับเงินสด 8,000 บาทถึงหมื่นกว่าบาท จนทำให้นางแบบรุ่นเก่าๆ ต้องอิจฉาทีเดียว แต่ถ้าเปรียบนางแบบยุคนี้กับยุคก่อนแล้ว นางแบบยุคก่อนกล้าฟันธงว่าแม้เงินจะน้อยไปหน่อย แต่ก็มีการติดมากกว่าเพราะงานเดินแฟชั่นยุคนี้ถือเป็นส่วนเสริมของงาน อีเว้นท์ ขณะที่ใครจะเข้าไปดูนางแบบยุคก่อนเดินนั้นต้องซื้อตั๋วเสียเงินเข้าไปดู

2.6 ผลงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น (อ้างอิงจาก website : www.sanook.com)

หลังจากเตรียมการมากกว่า 2 ปี โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นจากความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกาศศักยภาพแฟชั่นของไทย ได้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางเมืองแฟชั่นของเอเชีย โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างรายได้โดยรวมให้กับอุตสาหกรรมแฟชั่นทั้งเครื่องหนัง เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า อัญมณี เครื่องประดับของไทยไม่ต่ำกว่า 6 แสนล้านบาทต่อไป

ซึ่งรัฐบาลได้จัดเตรียมงบประมาณกว่า 1,800 ล้านบาท สำหรับจัดเตรียมเมืองไทยให้เป็นศูนย์กลางเมืองแฟชั่นแห่งหนึ่งของโลก ภายในระยะเวลาประมาณ 18 เดือนหลังจากงานเปิดตัว

ฯพณฯ พ.ศ.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ได้เป็นประธานในพิธีเปิดโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ในงาน Bangkok Fashion City Extravaganza 2004 กล่าวถึงผลที่จะได้รับหลังจากการจัดงานครั้งนี้ว่า จะสามารถสร้างโอกาสด้านการท่องเที่ยว การส่งออก และมั่นใจว่าศักยภาพที่มีอยู่ของประเทศไทยจะทำให้ส่งออกได้เพิ่มขึ้น และเชื่อมั่นว่าศักยภาพที่มีอยู่ของประเทศไทยจะทำให้ส่งออกได้เพิ่มขึ้นและเชื่อว่าคนไทยจะกลับมามีสินค้าไทยมากขึ้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เข้ามาสู่เรื่องแฟชั่นกันมากขึ้น

นายพินิจ จารุสมบัติ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวถึงการจัดงานเปิดตัวโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นว่า เป็นนโยบายของรัฐที่ต้องการมุ่งส่งเสริมให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งจะสร้างโอกาสในการยกระดับให้ผู้ประกอบการในธุรกิจแฟชั่นสาขาต่างๆ และนำออกแบบมีศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศ สินค้ามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค พร้อมทั้งเป็นการส่งเสริมสร้างแบรนด์สินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

โดยกล่าวอีกว่าเป้าหมายเมื่อได้เริ่มเปิดโครงการแล้วในระยะสั้นจะสามารถเพิ่มตัวเลขการส่งออก จาก 300,000 ล้านบาท ในปีที่แล้ว เพิ่มขึ้นเป็น 400,000 ล้านบาทในปีนี้ โดยหลังเสร็จสิ้นการเปิดงานจะมีการประชุมเวิร์กช็อปใหญ่อีกครั้ง เพื่อสรุปงานทั้งหมดรวมทั้งจะมีการตั้งคณะกรรมการโดยให้มีตัวแทนจากภาครัฐ 2 คน และตัวแทนจากภาคเอกชน 10-12 คน เพื่อเป็นศูนย์กลางในการดำเนินโครงการทั้งหมด นายพันเลิศ ไบหยก ผู้ช่วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า คาดหวังและเชื่อว่าเมืองไทยจะสามารถเป็นหนึ่งในศูนย์กลางเมืองแฟชั่นในภูมิภาคได้ในปี 2548

สำหรับโปรแกรมการจัดงานในกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น เริ่มตั้งแต่งาน Bangkok Fashion Opening : Silk Road On The Chao Phraya River ถนนสายอารยะธรรมแห่งตะวันออกสู่ตะวันตก ที่นำออกแบบไทยจะนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ทางแฟชั่น ด้วยการผสมผสานผ้าไหมและผ้าพื้นเมืองอันโดดเด่นของไทย ณ อาคารราชนาวิกสภา กรมยุทธศึกษาทหารเรือ เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2547 ที่ผ่านมา และงาน Bangkok Fashion City Extravaganza 2004 เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2547 ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ครั้งแรกในประวัติศาสตร์วงการแฟชั่นไทย ด้วยขบวนพาเหรดครั้งยิ่งใหญ่ บนถนนสุขุมวิทจากสยามเซ็นเตอร์ถึงดิเอ็มโพเรียมโดยความร่วมมือ ทั้งจากภาครัฐบาลได้แก่กระทรวงอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและภาคเอกชนนำโดย

ศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม ซุปเปอร์คอมเพล็กซ์ สยามดิสคัฟเวอรี เซ็นเตอร์ สยามเซ็นเตอร์ และสยามพารากอน ร่วมกันจัดงานในครั้งนี้

กรมส่งเสริมการส่งออก เดินหน้าผลักดันกรุงเทพฯ ศูนย์กลางแฟชั่น และเครื่องหนังแห่งอาเซียน (สำนักประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมการส่งออก www.biffandbil.com)

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ดอกข้าศึกยภาพในธุรกิจสินค้าแฟชั่นและเครื่องหนังไทย เดินหน้าผลักดันกรุงเทพฯ ศูนย์กลางแฟชั่นแห่งภูมิภาคอาเซียน จัดงาน Bangkok International Fashion Fair and Bangkok International Leather Fair 2008 (BIFF & BIL 2008) ภายใต้แนวคิด “The Asian Fashion Center” ระหว่างวันที่ 27-31 สิงหาคม 2551 ที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

งาน BIFF & BIL 2008 เป็นงานแสดงสินค้าด้านแฟชั่นระดับนานาชาติที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน แสดงถึงศักยภาพของธุรกิจและผู้ประกอบการด้านแฟชั่นและเครื่องหนังแบบครบวงจรของไทยทั้งด้านการออกแบบ การผลิตและการจัดจำหน่าย เน้นกลยุทธ์การเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มในทุกภาคส่วนของธุรกิจแฟชั่นและเครื่องหนังเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสู่ตลาดโลก ทั้งนี้กรมส่งเสริมการส่งออก ได้จัดทำแผนการตลาด เพื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศเข้าร่วมงาน ทั้งในฐานะผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ผลิต ตัวแทนการจัดจำหน่าย โดยจัดแบ่งกิจกรรมออกเป็น

ส่วนจัดแสดงแฟชั่นโชว์และนิทรรศการ เป็นการแสดงผลงานแฟชั่นเสื้อผ้าและเครื่องหนังของนักออกแบบชั้นนำของไทยรวมทั้งนักออกแบบรุ่นใหม่ที่ได้รับการคัดสรรว่าเป็นสุดยอดนักออกแบบที่มีผลงานดีเด่น ทั้งนี้ มีการแบ่งส่วนต่าง ๆ ออกเป็น

นิทรรศการ Designers' Room 2008 เป็นการแสดงผลงานการออกแบบสินค้าแฟชั่นของนักออกแบบรุ่นใหม่ โดยแบ่งกลุ่มตามความพร้อมและศักยภาพด้าน การตลาด เพื่อการเจรจาธุรกิจ ประกอบด้วย

- กลุ่ม NOW ซึ่งเป็นกลุ่มนักออกแบบรุ่นใหม่ที่มีแบรนด์เป็นของตนเองและมีประสบการณ์ไม่เกิน 8 ปี จำนวน 40 ราย

- สำหรับกลุ่มที่ 2 คือ NEXT เป็นกลุ่มนักออกแบบที่มีแบรนด์เป็นของตนเองและมีประสบการณ์มากกว่า 8 ปี อีกทั้งเป็นนักออกแบบที่เคยเข้าร่วมโครงการกับกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์และประสบความสำเร็จ มีผลงานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ จำนวน 10 ราย

- กลุ่มสุดท้ายเรียกว่า **Design Circle** คือกลุ่มนักออกแบบที่ให้บริการด้านการออกแบบในสาขาแฟชั่นและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย นักออกแบบอิสระ นักออกแบบในอุตสาหกรรม บริษัทออกแบบมืออาชีพระดับสากลและหน่วยงาน สถาบันการศึกษาด้านการออกแบบ จำนวน 15 ราย นอกจากนี้ ภายในงานยังมีกิจกรรมพิเศษที่มีลักษณะเฉพาะอีกมากมาย อาทิเช่น

นิทรรศการโครงการเครื่องนุ่งห่มไทยสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา (Gear to US) การจัดแสดงตัวอย่างสินค้าจากการพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญในตลาดอเมริกา โดยมีประเภทสินค้าเสื้อผ้าตามกลุ่มผู้ซื้อ ประกอบด้วย Active Wear, Men Wear, Women Wear และ Children Wear จากผู้ประกอบการ 10 บริษัท

นิทรรศการโครงการพัฒนาสินค้า **Resort Wear** จัดแสดงตัวอย่างสินค้าสำหรับฤดูร้อนและสินค้าสำหรับกลุ่มผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนประกอบด้วย เสื้อผ้าผู้ชาย เสื้อผ้าผู้หญิง เสื้อผ้าเด็ก ชุดว่ายน้ำ รองเท้า กระเป๋า ของประดับตกแต่ง อาทิ แวนดา หมวก รวมถึงสิ่งของเครื่องใช้ในธุรกิจรีสอร์ท

นิทรรศการ **Trend Forum T3 (Thai Tex Trend)** จัดแสดงศักยภาพของสมาชิกกลุ่ม T3 ด้านการออกแบบและการผลิตผ้าผืนตามแนวโน้มแฟชั่นโลกเพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับสินค้าผ้าทอของไทย

BKK SMIT เป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบที่เป็นนักออกแบบรุ่นใหม่ ที่มีความสามารถในการออกแบบเครื่องประดับอัญมณีที่โดดเด่น และมีเอกลักษณ์

ส่วนสุดท้ายสำหรับกิจกรรมพิเศษคือ การสัมมนาทางวิชาการ ด้วยความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจแฟชั่นและพัฒนาขยายตลาดธุรกิจให้กว้างขวางอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเป็นการแลกเปลี่ยนและพัฒนาองค์ความรู้ด้านธุรกิจแฟชั่นและเครื่องนุ่งห่มภูมิภาค โดยมีหัวข้อการสัมมนาอันเป็นประโยชน์หลากหลายทั้งในเรื่อง “Fashion Trend Conference” “Insight of Japanese Fashion Market” “Textile Logistics and Supply Chain Management in USA” “Thai Fabric Innovation Goes Global” เป็นต้น

นอกจากนี้ภายในการจัดงานยังมีการจัดประชุมของกลุ่มสหพันธ์แฟชั่นแห่งเอเชีย (Asia Fashion Federation) ในประเทศไทย หรือที่เรียกว่า ASEAN Fashion Federation Conference ที่มีสมาชิกรวมตัวกัน 5 ประเทศ ซึ่งประกอบด้วย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ และไทย ในหัวข้อ “TODAY ASEAN FASHION LIFESTYLE” เพื่อเป็นเวทีในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจในระหว่าง

ประเทศสมาชิก อีกทั้งเพื่อแสดงศักยภาพและบทบาทของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาคเอเชีย และส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของงาน BIFF & BIL 2008 ให้มีความเป็นสากลมากขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และบุคลากรในอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยจะมีเข้าร่วมเสวนาเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องอุตสาหกรรมแฟชั่นจากประเทศสมาชิกทั้ง 5 ประเทศ และคาดว่าจะมีบุคลากรในอุตสาหกรรมแฟชั่น เข้าร่วมประชุมจากทั้ง 5 ประเทศรวมแล้วประมาณ 200 คน

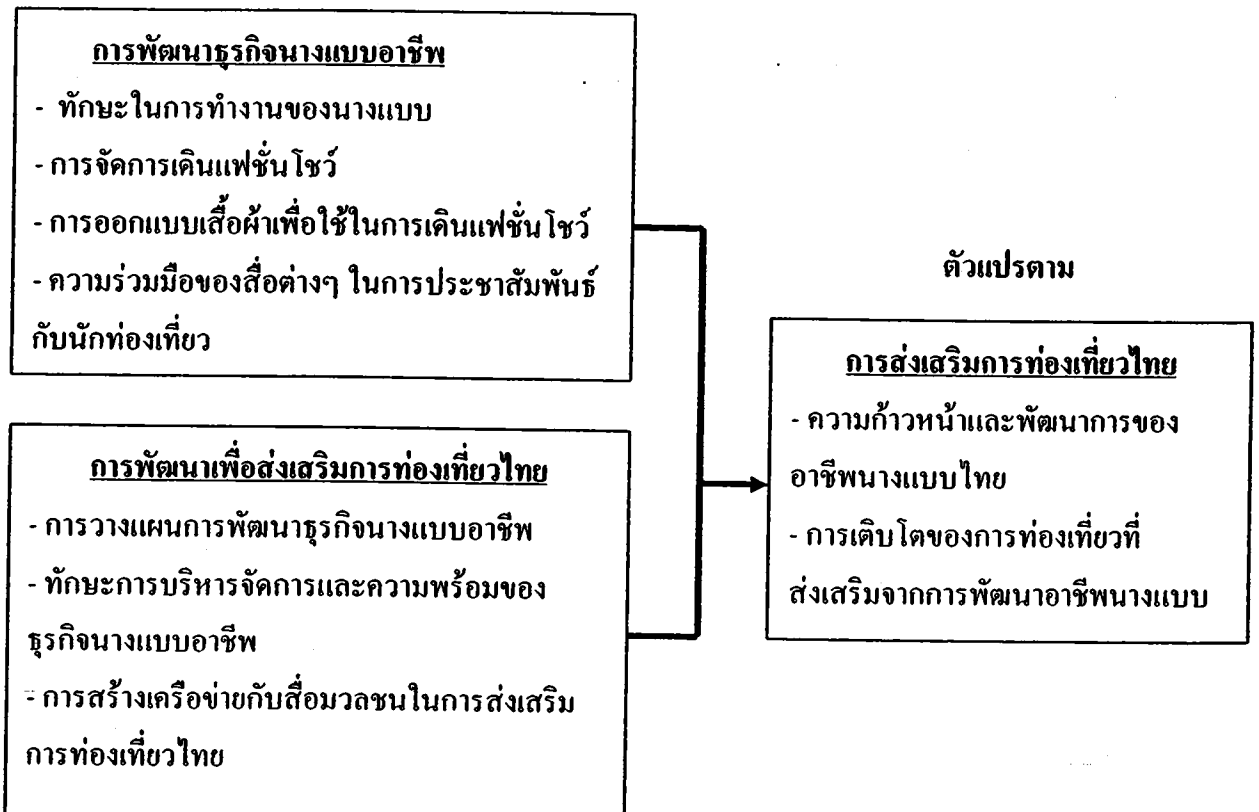
ธุรกิจแฟชั่น (website : www.hunsa.com)

ธุรกิจแฟชั่น หมายถึง ธุรกิจที่โด่งดังเปรี้ยงปร้างให้คนพูดถึงเป็น Talk of the town ในช่วงข้ามคืน ส่งผลให้หลายคนอิจฉาใครอื่น ทำธุรกิจตามกันหรือจะเรียกว่าเลียนแบบ

ในทางเศรษฐศาสตร์ เราเรียกว่าธุรกิจแบบนี้ว่าธุรกิจแฟชั่น เพราะมันเหมือนกับเทรนด์ของแฟชั่น คือ มาไว ไปไว พอหมดช่วงก็หายเรียบ แต่สักพักก็จะกลับมาใหม่ ธุรกิจแบบนี้โดยมากเป็นธุรกิจที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เลียนแบบกันได้ง่าย มีสูตรที่ทำกันได้

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย : การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

ตัวแปรอิสระ



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ ครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาดังนี้

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษา 2 แบบ คือ

1. การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับอาชีพนางแบบ
2. การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์คุณลักษณะของการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยมุ่งที่อาชีพนางแบบ แบบการตั้งคำถามไว้ล่วงหน้าจะทำให้สะดวกในการจัดทำข้อมูลให้เป็นระบบ ผู้ศึกษาจะนำแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) แล้วบันทึกแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ซึ่งวิธีนี้เหมาะสมกับการศึกษาทางสังคมศาสตร์ (เทียนฉาย กิระนันท์, 2541, หน้า 109)

มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากบุคคลที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวไทย ด้วยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้หลักการ ดังต่อไปนี้เป็นเกณฑ์เบื้องต้นในการพิจารณา

- 1) เป็นองค์กร/หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- 2) มีการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย
- 3) มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 2 ปี
- 4) มีผลการดำเนินงานปรากฏอย่างชัดเจน
- 5) สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
- 6) มีโครงการหรือกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง
- 7) เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับโดยทั่วไปในพื้นที่

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทยที่ตรงตามเกณฑ์ข้างต้นมีหลายองค์กร ผู้วิจัยจึงได้ค้นหาข้อมูลและผลการดำเนินงานขององค์กรตลอดจนจุดเด่น และวิธีการปฏิบัติของแต่ละองค์กร

รวบรวมข้อมูล

เพื่อให้มีความหลากหลายและครอบคลุมการทำงานกับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาทุกกลุ่มมากที่สุด โดยใช้วิธีการดังนี้

- 1) การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
- 2) ข้อมูลองค์กรภาคีเครือข่ายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้บริหารเจ้าหน้าที่ และพนักงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
- 3) การโทรศัพท์สอบถามไปยังเครือข่ายแต่ละเครือข่ายและให้เครือข่ายเหล่านั้น แนะนำเครือข่ายอื่นต่อไป (Snowball Technique)

ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยประธานหรือแกนนำองค์กรที่มีส่วนในการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการทำงานด้านการท่องเที่ยว และผู้รู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับการศึกษาในครั้งนี้ได้ โดยศึกษาบุคคลที่ทำงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ โดยพัฒนานางแบบอาชีพให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ หรือมีวิธีปฏิบัติที่สามารถนำมาใช้เป็นตัวอย่างการเก็บข้อมูลในองค์กรแบ่งเป็น 4 กลุ่ม จำนวน 27 คน

- 1) กลุ่มนางแบบ จำนวน 9 ท่าน
- 2) กลุ่มเอเจนซี จำนวน 5 ท่าน
- 3) กลุ่มสถาบันพัฒนาบุคลากรภาพ จำนวน 4 ท่าน
- 4) กลุ่มเจ้าหน้าที่บุคคลที่ทำงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยวไทยต่างๆ จำนวน 9 ท่าน

3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของนางแบบ, เอเจนซี, สถาบันพัฒนาบุคลากรภาพ, บุคคลที่ทำงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยวไทย จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ชื่อ สถานที่ทำงาน ตำแหน่งปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงานการท่องเที่ยวไทย หน้าที่ความรับผิดชอบ และ บทบาทในวิชาชีพ

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนางานแบบอาชีพจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยและการพัฒนา ธุรกิจนางแบบอาชีพ

3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร และดำเนินการ สัมภาษณ์ ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับในการศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

1) การสัมภาษณ์บุคคลที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย

- ผู้วิจัยประสานกับทางมหาวิทยาลัยเพื่อขอหนังสือแนะนำในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- ผู้วิจัยประสานกับผู้บริหารและผู้ประสานงานเพื่อติดต่อขออนุญาตสัมภาษณ์และเก็บ

ข้อมูล

- ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องตามที่ได้นัดหมายไว้โดยใช้แนว

คำถามประกอบการสัมภาษณ์และการบันทึกเสียงขณะทำการสัมภาษณ์

2) ศึกษาเอกสารต่างๆ ของเครือข่าย เช่น รายงานประชุม เอกสารประชาสัมพันธ์ รายงานผลของการปฏิบัติงานต่างๆ

3) การร่วมสังเกตการณ์ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในพื้นที่ การสอบถามเจ้าหน้าที่และนางแบบอาชีพถึงการมีส่วนร่วมดำเนินงานของการส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย

4) การสืบค้นและเก็บข้อมูลของเครือข่ายจากสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกการสัมภาษณ์บุคคลและเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และการพัฒนานางแบบอาชีพมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analysis Induction) โดยนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกข้อมูลอย่างเป็นระบบตีความหมาย เชื่อมโยงความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ” มีผลการศึกษาในส่วนของพัฒนานางแบบอาชีพ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยพัฒนานางแบบอาชีพ ดังนี้

ผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ บุคคลที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวจากธุรกิจต่างๆ กลุ่มนางแบบ กลุ่มเอเจนซี่ และกลุ่มสถาบันพัฒนาบุคลิกภาพ ในการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)

การศึกษาวิเคราะห์ในส่วนนี้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีหน่วยการศึกษาได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่บุคคลที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวจากธุรกิจต่างๆ กลุ่มนางแบบอาชีพ กลุ่มเอเจนซี่ กลุ่มบุคคลภายในสถาบันพัฒนาส่งเสริมบุคลิกภาพนางแบบอาชีพ ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

4.1 ด้านการพัฒนาทัศนียภาพนางแบบอาชีพ

สรุปบทสัมภาษณ์กลุ่มนางแบบอาชีพ

ทักษะในการทำงานของนางแบบ

ส่วนใหญ่มองว่าการพัฒนาทัศนียภาพการทำงานของนางแบบอาชีพมีความสำคัญ การจัด Work Shop ของนางแบบอาชีพ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การจัดคิวของตนเองในการทำงาน คือต้องมีการพูดคุยเจรจารายละเอียดของการทำงานให้ครบถ้วน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตามมาภายหลังเมื่อต้องทำงาน และการพัฒนาเรื่องเวลาเป็นสิ่งสำคัญที่นางแบบอาชีพต้องมีการพัฒนาอย่างมาก

การจัดงานเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นในการพัฒนาการจัดงานเดินแฟชั่นโชว์ของบรรดานางแบบ สรุปได้ว่านางแบบส่วนใหญ่ มองเห็นความสำคัญของการทำงานคือต้องมีความรับผิดชอบต่อน้ำที่การงานในอาชีพของนางแบบ ทำในหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด และความสำคัญของการเดินแฟชั่นโชว์ก็คือการที่นางแบบสวมใส่เสื้อผ้าที่ดีไซน์เนอร์ไทยเป็นคนออกแบบ ทำให้มีผู้ทำธุรกิจสนใจซื้อเสื้อผ้า

เพื่อไปทำธุรกิจต่อไป และยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวในไทยมากขึ้นอีกด้วย
(Economic Stimulus)

การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นของกลุ่มนางแบบ สรุปได้ว่า การออกแบบเสื้อผ้าที่ใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์ สามารถสร้างความแปลกใหม่และดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งจากการนำวัฒนธรรมไทย และผ้าไทย เครื่องประดับไทย เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเดินแฟชั่นโชว์และดีวนางแบบเองก็มีหน้าที่ในการนำเสนอเสื้อผ้าที่สวมใส่ให้ดูสวยงาม โดดเด่น และอีกส่วนหนึ่งคือ การที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการออกแบบสร้างสรรค์เสื้อผ้าก็เป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เหมือนกันถือว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยอย่างหนึ่ง (Modernity)

ความร่วมมือของสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของกลุ่มนางแบบ สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ด้านการจัดงานแฟชั่นโชว์ ควรได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มสื่อมวลชนให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้กลุ่มประชาชนนักท่องเที่ยวได้รับทราบความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ ในธุรกิจนางแบบอาชีพ และทางหน่วยงานบริษัท เอเจนซี ก็ควรจะมียงบประมาณเพื่อใช้สื่อมวลชนในการ โฆษณานางแบบสังกัดของตนเอง เพื่อให้เห็นความสามารถ และผลงานของนางแบบอาชีพในปัจจุบัน

สรุปบทสัมภาษณ์กลุ่มเอเจนซี

ทักษะในการทำงานของนางแบบ

การทำงานของนางแบบในปัจจุบัน น่าจะมีการฝึกอบรมก่อนการเดินแบบทุกครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับเสื้อผ้าที่สวมใส่ คือต้องพยายามให้คนมองเห็นความสวยงามของเสื้อผ้ามากกว่ามองเห็นความสวยงามของนางแบบ

การจัดงานเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นในการพัฒนาการจัดงานแฟชั่นโชว์ ของบรรดาบริษัท เอเจนซี จัดหานางแบบ สรุปได้ว่า การจัดงานแฟชั่นโชว์ ในปัจจุบันเรียกได้ว่า อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี คือมองเห็นการพัฒนาความแปลกใหม่ในเรื่องของเสื้อผ้า การออกแบบของดีไซน์เนอร์ที่มีการพัฒนาในเรื่องของผ้า และ

การตัดเย็บ ทำให้ดูแปลกตาและความสวยงามกับผู้ชมแฟชั่นโชว์ เป็นส่วนหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ส่วนหนึ่ง

การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นของกลุ่มบริษัท เอเจนซี่ จัดหานางแบบ สรุปได้ว่า การออกแบบเสื้อผ้าโดยฝีมือคนไทยในปัจจุบันที่ใช้สำหรับการเดินแบบ เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดี และอาจดีกว่าต่างประเทศด้วยถ้าหากมีการพัฒนาอบรมดิไซเนอร์อย่างต่อเนื่อง และผู้ชมที่สนใจยังได้เสื้อผ้าที่สวยงามแต่มีราคาถูกเหมาะสมกับสภาพอากาศในประเทศไทยอีกด้วย และหากสามารถให้นางแบบได้มีโอกาสในการมีส่วนร่วมในการออกแบบเสื้อผ้าในการเดินแบบก็ยิ่งทำให้นางแบบรู้สึกภูมิใจและทำให้สามารถโชว์เสื้อผ้าได้ดีขึ้น (Activation)

ความร่วมมือของสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของกลุ่มบริษัท เอเจนซี่ จัดหานางแบบ สรุปได้ว่า การใช้สื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากการพัฒนานางแบบอาชีพนั้น ก่อนอื่นน่าจะมาจากมาตรฐานของบริษัทเอเจนซี่ ที่มีความมั่นคง และน่าเชื่อถือ ทำให้นางแบบที่อยู่ในสังกัดได้รับการยอมรับ และสื่อมวลชนให้ความสนับสนุนในการที่ประชาสัมพันธ์ถึงความเคลื่อนไหวการทำงานของนางแบบอาชีพ แต่ในขณะเดียวกัน นางแบบเองต้องมีศักยภาพในการทำงาน และมีจรรยาบรรณในอาชีพของตนเอง ทำตนเองให้เหมาะสมกับอาชีพนี้ เพื่อให้สื่อมวลชนเกิดทัศนคติที่ดีต่ออาชีพนางแบบ

สรุปบทสัมภาษณ์บุคคลในสถาบันพัฒนาบุคลากร

ทักษะในการทำงานของนางแบบ

การทำงานของนางแบบอาชีพ ต้องมีทักษะในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี จึงจะเป็นจุดดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยวให้หันมาสนใจแฟชั่นโชว์มากยิ่งขึ้น และสิ่งที่จะเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวหรือประชาชนได้ น่าจะเป็นมาตรฐานของนางแบบจากต้นสังกัด คือต้นสังกัดมีที่อยู่เป็นหลักแหล่ง มีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อที่น่าเชื่อถือ สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะการพัฒนาางแบบอาชีพ ได้เช่นเดียวกัน

การจัดงานเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นจากกลุ่มผู้บริหารสถาบันพัฒนาบุคลากร สรุปลงได้ว่า การจัดงานเดินแฟชั่นโชว์ ในปัจจุบัน มีการพัฒนาในเรื่องการออกแบบเสื้อผ้าจากดีไซเนอร์ นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป ซึ่งรัฐบาลไทยก็ให้การสนับสนุนแฟชั่นไทย ทำให้แฟชั่นไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามคิดว่า ควรจะมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ถึงกิจกรรมที่จัดขึ้นในการเดินแฟชั่นโชว์ และเจาะลึกถึงกลุ่มเป้าหมายหลายๆ กลุ่มอีกด้วย (International Relation)

การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหารสถาบันพัฒนาบุคลากร สรุปลงได้ว่า การออกแบบเสื้อผ้าจากดีไซเนอร์ในประเทศไทย ปัจจุบันได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่คิดว่าการที่จะให้นางแบบมีส่วนในการออกแบบ ด้วยควรจะมีประสบการณ์ในเรื่องของการออกแบบเสื้อผ้ามานานเพื่อพูดคุยกับดีไซเนอร์และออกแบบเสื้อผ้าได้ตามความเหมาะสมกับตัวนางแบบ และกับการเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วม นั้น ก็เป็นการกระจายโดยไม่จำกัดเฉพาะอาชีพดีไซเนอร์อย่างเดียว ทำให้เสื้อผ้ามีความแปลกใหม่มากยิ่งขึ้น

ความร่วมมือของสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของผู้บริหารสถาบันพัฒนาบุคลากร สรุปลงได้ว่า การพัฒนานางแบบให้มีบุคลิกภาพที่ดี ตั้งแต่เริ่มเข้าวงการนางแบบนั้น เป็นการพัฒนาการทำงานของนางแบบให้มีประสิทธิภาพและเป็นการส่งเสริมให้เสื้อผ้าที่นางแบบสวมใส่นั้นดูดีไปด้วย เมื่อนางแบบมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม ทำให้เสื้อผ้าดูดี สื่อมวลชนก็จะให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับงานเดินแฟชั่นโชว์ ทำให้สื่อมวลชนลงข่าวประชาสัมพันธ์มากขึ้น แต่ก็ยังถือว่าจุดเด่นในการเดินแบบยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีเท่าที่ควร เพราะยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง และขาดการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับฝ่ายที่จะจัดงานแฟชั่นโชว์ ทำให้การเดินแฟชั่นโชว์ยังไม่เป็นจุดขายที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้

สรุปบทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ทักษะในการทำงานของนางแบบ

โดยรวม มองว่านางแบบอาชีพนั้นต้องมีการพัฒนาในเรื่องการทำงาน ที่ต้องมีความรับผิดชอบสูง ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตรงต่อเวลาเพราะเวลาในการจัดงานแฟชั่นโชว์แต่ละครั้งมีเวลาหมยกำหนดการที่แน่นอน จุดแรกคือต้องพัฒนาที่การทำงานของนางแบบ โดยตรงให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวมองเห็นการทำงานที่มีประสิทธิภาพของนางแบบอาชีพ เพราะในปัจจุบันบรรดานางแบบที่ได้รับการยอมรับส่วนใหญ่ยังเป็นนางแบบหน้าเดิมๆ แต่นางแบบหน้าใหม่ๆ ยังไม่มีจุดโดดเด่นให้เป็นที่รู้จักของประชาชนได้เท่าที่ควร

การจัดงานเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวไทยในธุรกิจการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าการเดินแฟชั่นโชว์ในประเทศไทย ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์พอที่จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากกลุ่มที่ชื่นชอบแฟชั่นโชว์อย่างแท้จริง และในส่วนของงานเดินแฟชั่นโชว์ของเหล่าบรรดานางแบบ ดีไซน์เนอร์ของไทยก็มีความสามารถในการออกแบบเสื้อผ้าให้มีความแปลกใหม่ และการตัดเย็บที่มีความประณีตส่วนหนึ่งก็เป็นฝีมือจากคนไทย แต่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้มาก คือรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญและงบประมาณเพื่อสนับสนุนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้มากขึ้นด้วย

การออกแบบเสื้อผ้าเพื่อใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์

ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวไทยในธุรกิจการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า เสื้อผ้าที่ใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์สมัยใหม่นี้ มีความแปลกใหม่และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง คือการออกแบบดีไซน์เก๋ไก๋ สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย แต่ในขณะเดียวกันในเรื่องของความประณีตและการตัดเย็บรวมถึงผ้าที่ใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์ต้องควบคู่กับการออกแบบด้วย เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบทั้งการออกแบบเสื้อผ้า การตัดเย็บ และการพรีเซนต์ของนางแบบ ที่ทำให้ผู้ชมมองเห็นความสวยงามของเสื้อผ้าได้

ความร่วมมือของสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวไทยในธุรกิจการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนานางแบบอาชีพนั้น นอกจากมีการพัฒนาจากด้านต่างๆ ไม่

ว่าจะเป็นทักษะการทำงาน การจัดการของนางแบบ การออกแบบเสื้อผ้าให้มีความแปลกใหม่แล้ว จุดสำคัญที่สุดน่าจะเป็นการร่วมมือของสื่อต่างๆ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์การเดินทางแฟชั่นโชว์ จาก การเดินแบบของนางแบบ ที่อาจจะเป็นการเดินแบบโดยใช้เสื้อผ้าไทย การออกแบบโดยคนไทย การตัดเย็บที่ประณีตเรียบร้อยด้วยฝีมือคนไทย โดยให้สื่อมวลชนมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึง กิจกรรมที่องค์กรหน่วยงาน ที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อาจจะเป็นด้วยวัตถุประสงค์อื่นคือมาพักผ่อน เยี่ยมญาติ ติดต่อบริษัทในประเทศไทย ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเหล่านี้ หันมาสนใจการเดินทางแฟชั่นโชว์ของ ไทย ถ้าหากสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับจุดนี้ มีการประสานงานกับหน่วยงานและผู้บริหาร ย่อมจะ ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวขึ้นมาได้

4.2 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

จากการสัมภาษณ์ได้ผลที่ค่อนข้างสอดคล้องกัน กล่าวคือ ทุกฝ่ายเห็นด้วยในหลักการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ แต่ในทางปฏิบัติยังประสบปัญหา ในอีกหลายๆ ด้าน เช่น ยังขาดการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายอย่างแท้จริง การสื่อสารไปสู่ระดับต่างๆ ยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ การดำเนินงานยังอยู่ในลักษณะของการสั่งการและยังเป็น โครงการอยู่ ยังไม่มีโอกาสที่จะปฏิบัติ

สรุปบทสัมภาษณ์กลุ่มนางแบบอาชีพ

การวางแผนการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

การที่จะวางแผนการพัฒนานางแบบ ทุกกลุ่มมีโอกาสในการที่จะมีส่วนร่วม แต่ก็เป็นส่วนน้อย เนื่องจากฝ่ายบริหารได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาแต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็เพียง รับแนวทางแผนงานนั้นมาเพื่อผลักดันให้สู่การปฏิบัติภายใต้บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หากแผนงานใดเหมาะสม อย่างเช่นการพัฒนานางแบบ ในส่วนของนางแบบก็จะนำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติในบทบาทของตนเอง แต่บางครั้งก็ขาดความร่วมมือจากบรรดาเหล่านางแบบเอง

ทักษะการบริหารจัดการและความพร้อมของธุรกิจนางแบบอาชีพ

นางแบบหน้าใหม่ส่วนใหญ่ยังขาดความพร้อมในการทำงาน คือเมื่อเข้ามาทำงานในอาชีพนี้แล้ว มองอาชีพนี้ว่าเป็นงานสบาย ทำให้ขาดการบริหารจัดการตัวเองให้มีความพร้อมในการทำงาน ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการรักษาเวลาเท่าที่ควร ซึ่งต้องมีการพัฒนาในส่วนนี้มาก

การสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

การทำให้สื่อมวลชนยอมรับในการทำงานของนางแบบบางทีถือว่าเป็นเรื่องยาก ถ้าไม่ใช่งานที่องค์กรหรือหน่วยงานคังเป็นผู้จัด สื่อมวลชนก็จะไม่ให้ความสำคัญเท่าใดนัก ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องประสานงานให้สื่อมวลชนเข้าใจถึงการทำงานและช่วยประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ

สรุปบทสัมภาษณ์กลุ่มเอเจนซี

การวางแผนพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

จะมีส่วนร่วมจากการวางแผนพัฒนาธุรกิจนางแบบในด้านนี้บ้าง จากการพัฒนาตั้งแต่บุคลิกภาพของบรรดาเหล่านางแบบ จนถึงสังกัดของนางแบบเอง แต่ก็ไม่ได้เข้าไปมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นเพื่อการพัฒนาธุรกิจนางแบบเท่าใด

ทักษะการบริหารจัดการและความพร้อมของธุรกิจนางแบบอาชีพ

มองว่าความพร้อมของธุรกิจนางแบบน่าจะมาจากความสามารถของนางแบบในด้านอื่นๆ ด้วย ไม่ใช่จากการเดินแบบอย่างเดียว คือสร้างจุดเด่นของความเป็นตัวเองของนางแบบออกมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และที่สำคัญสื่อเป็นขบวนการสำคัญในการประชาสัมพันธ์ความพร้อมของธุรกิจนางแบบอาชีพ

การสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ที่จัดหานางแบบ ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการที่ทำให้นางแบบในสังกัดของตนเองมีชื่อเสียง และในขณะเดียวกันถ้าหากนางแบบในสังกัดตนเอง ไม่มีความพร้อมทั้งในเรื่องส่วนตัวและการทำงานก็อาจทำให้สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ทำลายอาชีพนางแบบลงได้ ซึ่งทางด้านสังกัด ก็พยายามที่จะพัฒนานางแบบให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นอยู่แล้ว

สรุปบทสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันพัฒนาบุคลากรคุณภาพ

การวางแผนการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

จะมีส่วนร่วมจากการวางแผนพัฒนาธุรกิจนางแบบในด้านนี้บ้าง จากการพัฒนาดังแต่ บุคลิกภาพของบรรดาเหล่านางแบบ จนถึงสังกัดของนางแบบเอง แต่ก็ไม่ได้เข้าไปมีโอกาสในการ แสดงความคิดเห็นเพื่อการพัฒนาธุรกิจนางแบบเท่าใด

ทักษะการบริหารจัดการและความพร้อมของธุรกิจนางแบบอาชีพ

ความพร้อมในธุรกิจนางแบบมีอาชีพ น่าจะเริ่มจากความพร้อมตั้งแต่การเข้าสู่อาชีพ นางแบบ นางแบบแต่ละคนมีบุคลิกต่างกัน การนำเสนอต่างกัน น่าจะสร้างจุดเด่นได้ แต่ปัญหาคือ นางแบบไทยยังไม่พร้อมที่จะพัฒนาตัวเองเลย ทำให้ภาพลักษณ์ของนางแบบไทยยังไม่เป็นจุดสนใจ กับนักท่องเที่ยวได้

การสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

การทำงานของสถาบันเป็นการส่งเสริมบุคลิกภาพของนางแบบให้มีประสิทธิภาพกับอาชีพ นี้ แต่ในขณะเดียวกันการที่จะทำให้นางแบบเป็นจุดเริ่มในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยนั้น สื่อมวลชนเองก็มีบทบาทในการช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของการจัด แฟชั่น โชว์ การเดินแบบในงานอีเวนต์ต่างๆ (Globalization)

สรุปบทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย

การวางแผนการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

การที่จะวางแผนการพัฒนานางแบบ ทุกกลุ่มมี โอกาสในการที่จะมีส่วนร่วม แต่ก็เป็นส่วนน้อย เนื่องจากฝ่ายบริหารได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็เพียง รับแนวทางแผนงานนั้นมาเพื่อผลักดันให้สู่การปฏิบัติภายใต้บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หากแผนงานใดเหมาะสม อย่างเช่นการพัฒนานางแบบ ในส่วนของนางแบบก็จะนำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติในบทบาทของตนเอง แต่บางครั้งก็ขาดความร่วมมือจากบรรดาเหล่านางแบบเอง

ทักษะการบริหารจัดการและความพร้อมของธุรกิจนางแบบอาชีพ

มองเห็นถึงความสำคัญในการจัดการเพื่อเตรียมพร้อมในการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย แต่การที่จะสร้างความพร้อมในการทำธุรกิจนางแบบอาชีพนั้น ต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์อย่างมาก เพราะปัจจุบันยังมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเดินแบบ การเดินแฟชั่น ยังเป็นส่วนน้อยอยู่ ยังขาดการให้ความร่วมมือจากสื่อที่ต้องประชาสัมพันธ์ให้ต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศหันมาให้ความสำคัญกับธุรกิจนางแบบอาชีพให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารและการรับรู้ของประชาชนนักท่องเที่ยวยังมีน้อย

การสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

มองเห็นว่าการสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องแฟชั่นการเดินแบบ ยังเข้าไม่ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ยังไม่มีการลงทุนในเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มากนัก ซึ่งหน่วยงานผู้บริหารทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องหันมาทำการวางแผน เพื่อการพัฒนาด้านสื่อมวลชนให้มากขึ้น มีการประสานงานเกี่ยวกับการเดินแฟชั่นโชว์ การเดินแบบของนางแบบ หรือความสามารถของนางแบบในด้านอื่นๆ โดยให้สื่อมวลชนเข้ามามีส่วนร่วมกับงานกิจกรรมของนางแบบด้วย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ” พบว่า การร่วมมือจากสื่อมวลชน และการพัฒนาศักยภาพนางแบบอาชีพ มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจนางแบบ เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ทั้งปัญหาทางด้านขาดการประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน และ ปัญหาการพัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบอาชีพ ซึ่งต้องมีการร่วมมือกันจากหลายฝ่าย เพื่อ พัฒนาในแต่ละด้าน ทั้งนี้สามารถสรุปการศึกษา ได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

5.1.1 ความร่วมมือจากสื่อมวลชน

จากการศึกษาเอกสารที่ได้มาทำการศึกษาทั้งหมดตลอดจนข้อมูลที่ได้ในการสัมภาษณ์ ที่ นำมาประมวลผลนั้น พบว่าสื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ ไม่ว่าจะเป็นการประสานงานเพื่อสร้างความร่วมมือกับ สื่อมวลชน การพยายามให้สื่อมวลชนลงข่าวประชาสัมพันธ์การเคลื่อนไหวการทำงาน การจัด แฟชั่นโชว์ การเดินแบบของบรรดานางแบบ จากกรณีดังกล่าวเป็นผลให้การพัฒนาธุรกิจนางแบบ อาชีพ ต้องพบกับปัญหาและอุปสรรค เนื่องจากว่าธุรกิจเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนเป็นธุรกิจที่กำลัง เติบโตและได้รับความนิยมในระดับสูง ทำให้การที่ผู้ประกอบการจะลงทุนเพื่อโฆษณาเสื้อผ้าให้กับ ผู้บริโภคต้องใช้การลงทุนสูง นอกจากการจัดงานแฟชั่นโชว์แล้ว ยังต้องมีงบประมาณเพื่อให้ สื่อมวลชนมาโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าที่เป็นเสื้อผ้าที่นางแบบสวมใส่ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ของผู้ประกอบการเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ประกอบการอาจไม่ลงทุนในเรื่อง ของสื่อมวลชนมากนัก คือไม่มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้งานแฟชั่นโชว์ไม่สมบูรณ์นัก และเป็นที่ยอมรับของคนไม่กี่กลุ่มเท่านั้น

ผลจากการให้ความร่วมมือของสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทยโดยพัฒนานางแบบอาชีพนั้น ทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวทราบการ เคลื่อนไหวของธุรกิจนางแบบได้กว้างขึ้น ส่งผลให้เกิดการขยายรากฐานออกไปมากขึ้น ในความ ได้เปรียบ เสียเปรียบของวงการธุรกิจนางแบบอยู่ที่ใครมีการลงทุนมากกว่ากันมีงบประมาณในการ ประชาสัมพันธ์มากกว่ากัน ซึ่งมีผลต่อการดึงดูดประชาชนและนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นด้วย ทั้งนี้

รูปแบบการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปแบบใหม่และทันสมัย จะเป็นที่น่าสนใจกับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า วิสัยทัศน์ของการปรับเปลี่ยนการบริหารการจัดการ ที่จะร่วมมือกับสื่อมวลชนที่ต้องนำเทคโนโลยีใหม่ๆ และเครื่องอำนวยความสะดวกทางด้านการสื่อสารมวลชนมาใช้งานด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบริหาร งานจัดการ งานผลิต งานเทคนิค หรืองานธุรกิจ เช่น ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโฆษณาโดยโทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น นอกจากสื่อมวลชนจะมีบทบาทสำคัญในการดำเนินการต่างๆ แล้วเทคโนโลยีด้านสื่อมวลชนก็ยังสามารถทำรายได้ให้กับการท่องเที่ยวในไทยได้อีกด้วย กล่าวคือ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ หากมีการร่วมมือกับสื่อมวลชน การนำเทคโนโลยีด้านสื่อมวลชนมาใช้จะทำให้ทราบการเคลื่อนไหวการทำงาน กิจกรรมต่างๆ ของวงการธุรกิจนางแบบอาชีพ เป็นไปด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และกว้างไกล โดยสามารถรับได้ทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริง

5.1.2 ด้านการพัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบอาชีพ

จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ ต้องเริ่มจากการ พัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบอาชีพ โดยการปรับเปลี่ยนความรับผิดชอบการทำงานของนางแบบอาชีพให้มีความตรงต่อเวลา รักษาเวลา และเคารพในอาชีพของตนเอง โดยไม่ทำให้ตนเองเสื่อมเสีย เพราะเนื่องจากนางแบบน้องใหม่ที่เข้ามาทำงานในปัจจุบัน ยังมีศักยภาพการทำงานที่ด้อยกว่านางแบบรุ่นพี่ที่ทำงานมานาน มีประสบการณ์มากกว่า ส่วนใหญ่นางแบบรุ่นน้องมองอาชีพนี้เป็นอาชีพที่มีรายได้มากงานสบาย ทำให้ขาดความรับผิดชอบในการทำงาน เกิดปัญหาการทำงานที่ผิดพลาดมาทำงานไม่ตรงต่อเวลาที่นัดหมาย ปัญหาการแย่งงานกัน ปัญหาส่วนตัว ซึ่งนางแบบรุ่นน้องยังไม่สามารถแยกแยะความรับผิดชอบเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวได้

ผลจากการพัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบอาชีพ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นของนางแบบอาชีพ ซึ่งเมื่อได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนงบประมาณค่าใช้จ่าย ในการเข้ามาฝึกอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพให้กับนางแบบทำให้นางแบบมีการพัฒนาด้านบุคลิกภาพ และมีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.3 ทิศทางและแนวโน้มการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

จากการศึกษาพบว่า ทิศทางและแนวโน้มการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพในอนาคต จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน เพื่อให้สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยพิจารณาได้ดังนี้

- ทิศทางและแนวโน้มในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยให้สื่อมวลชนเป็นตัวแทนได้เข้าประเทศไทยจากการประชาสัมพันธ์ ลงข่าวสารการเคลื่อนไหวการทำงานของธุรกิจนางแบบ การจัดแฟชั่นโชว์ในประเทศไทย ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบ

- ทิศทางและแนวโน้มด้านการบริหารจัดการ พัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบ เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบและขั้นตอนการทำงานของนางแบบอาชีพ ให้มีมาตรฐานที่แน่นอน เริ่มจากการคัดเลือกเพื่อทำงานในอาชีพนางแบบ การฝึกอบรมการพัฒนาบุคลิกภาพตั้งแต่เริ่มเข้าวงการนางแบบ เพื่อให้นางแบบมีประสิทธิภาพในการทำงาน

- ทิศทางและแนวโน้มด้านการออกแบบเสื้อผ้าในการเดินแฟชั่นโชว์ เน้นในเรื่องการออกแบบดีไซน์ที่มีความทันสมัย ตามยุคสมัยและมีความแปลกใหม่ ผ่างด้วยวัฒนธรรมความเป็นไทยและความประณีตเรียบร้อยในการตัดเย็บ เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของวงการแฟชั่นในไทย เป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับวงการธุรกิจนางแบบ

- ทิศทางและแนวโน้มด้านแฟชั่นโชว์ การจัดงานแฟชั่นโชว์ในไทย เชื่อว่าในอนาคตจะมีการแข่งขันแฟชั่นเสื้อผ้าในทุกมุมโลก การที่จะใช้กลยุทธ์การสื่อสารมวลชนน่าจะมีความรุนแรงยิ่งขึ้น แต่แฟชั่นโชว์ในประเทศไทยไม่สามารถหยุดนิ่งได้ จึงจำเป็นต้องหาแนวทางที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจแฟชั่นโชว์ ให้มีความแปลกใหม่และโดดเด่นต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการแสวงหาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการพรีเซนต์หรือส่งเสริมธุรกิจแฟชั่นโชว์ ในทุกด้านก็ตาม

5.2 อภิปรายผล

การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ มีผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นว่า การพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ ทั้งในเรื่องด้านการพัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบ ด้านการดีไซน์เสื้อผ้าที่ใช้ในการเดินแบบ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยได้พอสมควร แต่ยังไม่มียุคขายที่เป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ซึ่งควรนำปัญหานี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพต่อไปในอนาคต ให้เห็นการทำงานในด้านของการพัฒนาที่ดีขึ้นของนางแบบให้ชัดเจนมากขึ้นกว่าเดิม

ด้านสื่อมวลชนซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะการประชาสัมพันธ์ที่จะให้ถึงกลุ่มคนจำนวนมาก เมื่อนักท่องเที่ยวได้เห็นกิจกรรมของธุรกิจนางแบบ เช่น การเดินแบบแฟชั่นโชว์ การเดินแบบประกวดชุดที่ดีไซน์จากการออกแบบของประชาชนทั่วไป โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความสนใจ จำนวนนักท่องเที่ยวก็จะเพิ่มมากขึ้น สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ มีการเติบโต อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอเอกลักษณ์ วัฒนธรรมความเป็นไทยผ่านเสื้อผ้าที่นางแบบสวมใส่ และที่สำคัญทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน ในท้องถิ่นต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ

- 1) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจที่จะนำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ลดการขาดดุลการค้าและการชำระหนี้ของประเทศ เป็นการสร้างงาน เกิดการหมุนเวียนกระตุ้นภาคเศรษฐกิจภายในประเทศและการกระจายรายได้ในส่วนภูมิภาค
- 2) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาสังคมในด้านการพักผ่อนหย่อนใจ นันทนาการ (Recreation) ของประชาชน และให้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการเดินทาง เกิดความรักความเข้าใจในความเป็นไทยและวิถีไทย เป็นส่วนในการสร้างงานสร้างอาชีพ ในท้องถิ่น
- 3) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นจิตใจให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูและพัฒนาที่ยั่งยืนต่อทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นและของประเทศชาติ

4) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในพัฒนาชนบท ท้องถิ่น และสนับสนุนภาคเกษตรกรรม (ซึ่งครึ่งหนึ่งของประชากรอยู่ในภาคเกษตร) ทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้เกิดรายได้เสริม และพัฒนาคุณภาพชีวิต โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกประเภทอื่น ๆ ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

2) รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน

3) รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพ

4) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรม พื้นบ้าน การใช้เวลาร่วมมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเข้าทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงที่สุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใด ก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะกับ โรงแรมแต่จะกระจายออกไปยังชาวบ้านที่ทำการผลิตผลผลิตเพื่อป้อนสู่โรงแรม เช่น ผู้เลี้ยงไก่ ผู้ปลูกผัก เป็นต้น

6) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่า Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ

7) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศ เหมือนกับการปลูกข้าว ปลูกพืชอย่างหนึ่ง ถ้าฝนไม่ตกบางทีก็ปลูกไม่ได้ แต่เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น

8) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สักมไทยเป็นสักมของชาติเก่าแก่ สืบเนื่องมาเป็นพันปี

9) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ

10) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

11) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงโลกสร้างสันติภาพแก่โลก

และจากบทความที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาครัฐให้ความสำคัญในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย โดยใช้การจัดงานกิจกรรมเกี่ยวกับแฟชัน โชว์เป็นสื่อในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

จากผลการศึกษาและการอภิปรายผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัยได้ค้นพบแนวความคิดของแบบจำลองที่ได้จากผลการศึกษาวิจัย คือ

แนวคิดแบบจำลอง **IMAGE of Modern Modeling Business** (ภาพลักษณ์ของธุรกิจนางแบบอาชีพยุคใหม่)

I (International Relation) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยจัดให้มีการเดินแฟชันในประเทศต่างๆ โดยแฝงด้วยวัฒนธรรมความเป็นไทยและความประณีตเรียบร้อยในการตัดเย็บ เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของวงการแฟชันไทย

M (Modernity) ความทันสมัย สร้างความโดดเด่นให้กับตัวนางแบบ โดยคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยเอาไว้

A (Activation) สร้างความตื่นตัว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากเกิดความเชี่ยวชาญของนางแบบอาชีพ

G (Globalization) การแพร่หลายไปทั่วโลก การที่ประชาคมโลกไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดสามารถรับรู้ สัมพันธ์ หรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วกว้างขวาง ซึ่งเนื่องมาจากการพัฒนาระบบสารสนเทศ

E (Economic Stimulus) พัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ ทั้งในด้านศักยภาพการทำงานของนางแบบ และด้านดีไซน์เสื้อผ้าที่ใช้ในการเดินแบบให้ทันสมัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอันเป็นผลทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้นด้วย

จากแบบจำลองดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพนั้น จะทำให้งานนางแบบอาชีพมีความตื่นตัวในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน เพื่อให้เกิดศักยภาพในการนำเสนอเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ที่มีความทันสมัย นำเสนอสู่ระดับสากลได้อย่างเต็มภาคภูมิ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการการนำผลวิจัยไปใช้

- 1) ควรมีการวางแผนการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ดังนี้
 - จัดตั้งคณะกรรมการในทุกหน่วยงานของการท่องเที่ยวไทยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยพัฒนาจากธุรกิจนางแบบอาชีพ
 - จัดทำระบบข้อมูลการจัดการและการบริหารการทำงานของนางแบบอาชีพและประชาสัมพันธ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง
 - สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการทำงานของนางแบบอาชีพและประเมินผลในการพัฒนาจากการเข้าร่วมการเดินแฟชั่นโชว์จากนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
- 2) ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและประชาชนในการออกแบบดีไซน์เสื้อผ้า เพื่อใช้ในการเดินแฟชั่นโชว์
- 3) ควรส่งเสริมการพัฒนาความรู้ให้กับนางแบบอาชีพ โดยการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาบุคลิกภาพของนางแบบ เพื่อการสวมใส่เสื้อผ้าได้อย่างสวยงาม โดยเน้นด้านการประชาสัมพันธ์ การจัดการเดินแฟชั่นโชว์ ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยการปรับใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้ความสามารถในการพัฒนาบุคลิกภาพของนางแบบ โดยการฝึกอบรมและมีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง
- 4) ควรเสริมสร้างประสานงานสร้างความร่วมมือกับสื่อมวลชน โดยการจัดการด้านเทคนิคการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไทยโดยการฝึกอบรมและติดตามประเมินผลการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ให้กับสื่อมวลชน และใช้รูปแบบการตรวจสอบและประเมินผลจากการร่วมมือของสื่อมวลชนว่าสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับธุรกิจนางแบบอาชีพมากน้อยเพียงใด

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ
2. ควรทำการวิจัยและพัฒนารูปแบบการพัฒนานุคลิกภาพนางแบบอาชีพที่เหมาะสม
3. ควรศึกษาระบบมาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์สำหรับงานวิจัย
เรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตำแหน่งปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ และบทบาทในวิชาชีพ

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงในวงเล็บหน้าข้อความที่ตรงกับความจริง เพียงข้อเดียว

1. ตำแหน่งงานปัจจุบัน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ผู้บริหาร | <input type="checkbox"/> 2. ผู้จัดการฝ่าย |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานทั่วไป | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานปฏิบัติการ |
| <input type="checkbox"/> 5. นางแบบ | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ..... |

2. ประสบการณ์ทำงาน

- | | | |
|--|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 10 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 11-20 ปี | <input type="checkbox"/> 3. มากกว่า 20 ปี |
|--|--------------------------------------|---|

3. หน้าที่ความรับผิดชอบ

.....
.....

4. บทบาทในวิชาชีพ

.....
.....

ตอนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานภาพนางแบบอาชีพในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าอาชีพนางแบบในปัจจุบันมีปัญหาหลักๆอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในการแก้ปัญหาและพัฒนาศักยภาพการทำงานนางแบบอาชีพ

.....

.....

.....

8. ท่านคิดว่าการออกแบบเสื้อผ้าของดีไซเนอร์ในปัจจุบันที่ใช้สำหรับการเดินแบบ สร้างความแปลกใหม่และเป็นการดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

9. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการพัฒนาให้นางแบบได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการมีส่วนร่วมในการออกแบบเสื้อผ้าในการเดินแบบด้วย

.....

.....

.....

10. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการเปิดโอกาส ให้ประชาชนทั่วไปได้มีส่วนร่วม ในการแสดงความสามารถในการออกแบบเสื้อผ้า สร้างความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

.....

.....

.....

11. ท่านคิดว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่องในเรื่องการเดินแฟชั่นโชว์เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยได้มากน้อย อย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยการพัฒนาธุรกิจนางแบบอาชีพ

12. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนางแบบแต่ละคนสามารถสร้างเป็นจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

13. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับปัจจุบันที่สื่อเปิดกว้างในเรื่องการเดินแฟชั่นโชว์ทั่วโลกมากขึ้น

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
 ประมวลภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัย

งานถ่ายแบบ



มีทั้งในแบบที่ถ่ายแบบแฟชั่น และในแบบที่ถ่ายแบบโฆษณา...
 เป็นสื่อมวลชนที่ทำงานในวงการบันเทิง...
 มีประสบการณ์ในการทำงาน...
 มีความรู้เกี่ยวกับวงการบันเทิง...
 สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่...
 โทร. 02-123-4567



จิริธา กาญจนจงกล
 ภัณฑารักษ์
 "มีประสบการณ์ทำงานในวงการบันเทิง...
 มีความรู้เกี่ยวกับวงการบันเทิง...
 สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่...
 โทร. 02-123-4567"



จุไรพร จิตพิทักษ์
 นักศึกษาปริญญาโท
 "มีประสบการณ์ทำงานในวงการบันเทิง...
 มีความรู้เกี่ยวกับวงการบันเทิง...
 สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่...
 โทร. 02-123-4567"



ปิ่นดาว นวตเกสียง
 Co-Producer
 "มีประสบการณ์ทำงานในวงการบันเทิง...
 มีความรู้เกี่ยวกับวงการบันเทิง...
 สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่...
 โทร. 02-123-4567"



สุนธิ์ จินสอ
 Flight Attendant
 "มีประสบการณ์ทำงานในวงการบันเทิง...
 มีความรู้เกี่ยวกับวงการบันเทิง...
 สามารถติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่...
 โทร. 02-123-4567"



งานถ่ายแบบประกอบนิตยสารต่างประเทศ



งานถ่ายแบบเครื่องเพชร



งานถ่ายแบบรองเท้ายี่ห้อ J-Shoue

งานเดินแบบ



งานเดินแบบเครื่องเพชรกะรัต : สยามพารากอน ธันวาคม พ.ศ. 2549



งานเดินแบบผลิตภัณฑ์แต่งผมเวลล่า : เซ็นทรัลเวิลด์ มกราคม พ.ศ. 2551



งานเดินแบบ L'OREAL : สยามพารากอน มกราคม พ.ศ. 2551

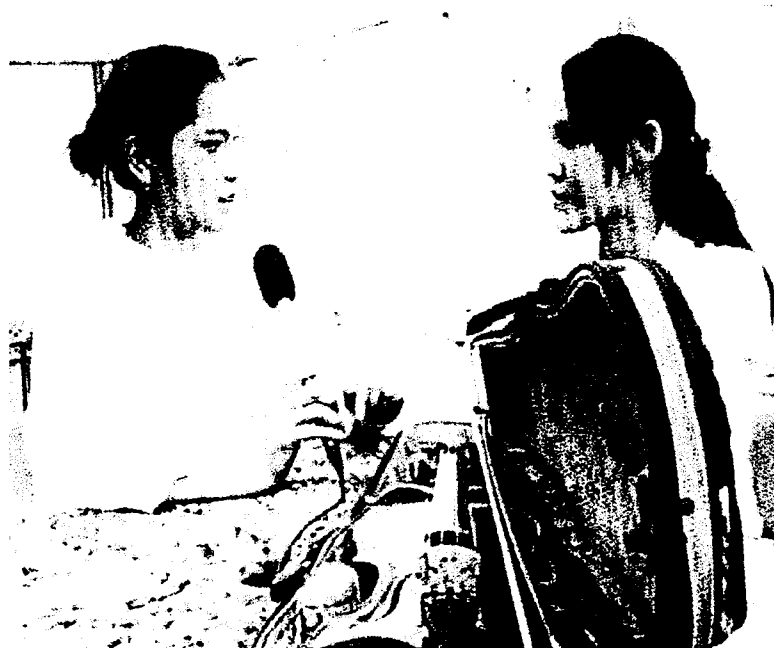


งานเดินแบบ ผลงานนักศึกษา : สิลมเกสอเลีย



งานเดินแบบ Young designer : ห้าง Zen (เซ็นทรัลเวิลด์)

งานพิธีกร



งานพิธีกรภาคสนาม รายการ "Your News" สถานี Nation Channel

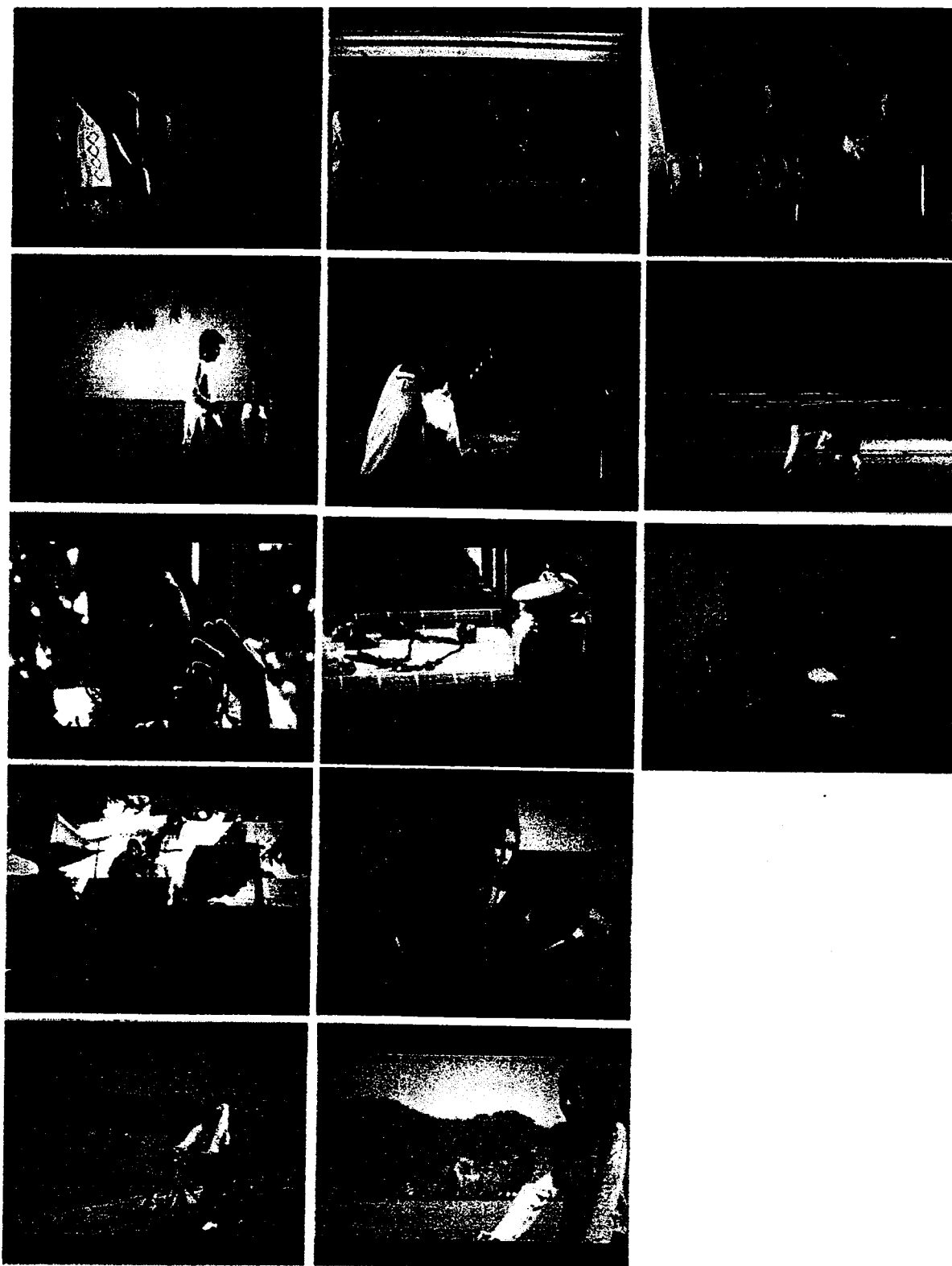


งานพิธีกรในรายการ "Your News" สถานี Nation Channel

พิธีกรรายการ 389 Hi! Society ช่วง Beauty and Personality Secret



งานถ่ายมิวสิกวิดีโอ



ถ่ายมิวสิกวิดีโอ เพลง "เป็นแค่ตัวช่วย" ศิลปิน อ้นดา

งานถ่ายโฆษณา



โฆษณา Falcon ประกันภัยรถยนต์ ปัจจุบัน (2551)



โฆษณา มิชลิน พ.ศ. 2551

Honda Ambassador ตัวแทนประชาสัมพันธ์งานกอล์ฟสตรีระดับโลก **Honda LPGA**
Thailand 2006



Honda Ambassador 7 สาวตัวแทนประชาสัมพันธ์งานกอล์ฟสตรี ระดับโลก Honda LPGA Thailand 2006

บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด จับมือกับ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 จัดกิจกรรมค้นหาสาวรุ่นใหม่ใจรักกอล์ฟ ผ่านการโชว์วงสวิงและบททดสอบไหวพริบ ปฏิภาณในการประกวด Honda Ambassador เวทีคัดเลือกสาววัยใสเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์การแข่งขันกอล์ฟสตรีระดับโลก Honda LPGA Thailand 2006 ซึ่งประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันเป็นครั้งแรก พร้อมกับแฟชั่นโชว์ในชุดของ Honda Collection จัดขึ้นที่พารากอน ซีนีเพล็กซ์ ชั้น 5 สยามพารากอน เมื่อวันที่ 25 สิงหาคมที่ผ่านมา

การประกวด Honda Ambassador เป็นการเฟ้นหาสาวรุ่นใหม่ที่น่าสนใจในกีฬากอล์ฟ เพื่อเป็นตัวแทนประชาสัมพันธ์การแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรีครั้งแรกในประเทศไทยรายการ Honda LPGA Thailand 2006 ณ สนามกอล์ฟอมตะ สปริง คันทรีคลับ ระหว่างวันที่ 20-22 ตุลาคมศกนี้ โดยจะคัดเลือกสาวรุ่นใหม่จากผู้เข้าประกวดทั้งหมดให้เหลือเพียง 7 คน เพื่อรับตำแหน่ง Honda Ambassador พร้อมเงินรางวัลคนละ 50,000 บาท และของรางวัลพิเศษอื่นๆ อาทิเช่น Honda Collection ซึ่งทั้ง 7 สาวจะทำหน้าที่หลักเป็นตัวแทนประชาสัมพันธ์งานเกี่ยวข้องกับการแข่งขันกอล์ฟอาชีพสตรีระดับโลก Honda LPGA Thailand 2006 และหลังจากสิ้นสุดการแข่งขันกอล์ฟรายการนี้ Honda Ambassador ทั้ง 7 คน จะได้เป็นส่วนหนึ่งในทีมประชาสัมพันธ์พิเศษของฮอนด้า เป็นระยะเวลา 1 ปีอีกด้วย

สำหรับขั้นตอนการประกวด Honda Ambassador ในครั้งนี้ได้รับความสนใจจากบรรดาสาวรุ่นใหม่ที่มีใจรักกอล์ฟจำนวนมากกว่า 300 คน โดยทางคณะกรรมการได้ทำการคัดเลือกรอบแรกจากใบสมัครและรูปถ่ายจำนวน 100 คน จากนั้นได้ทำการคัดเลือกผู้เข้าประกวดจาก 100 คนให้เหลือเพียง 20 คนเข้ารอบสุดท้ายต่อไป

การประกวดในรอบสุดท้ายเพื่อคัดเลือกหา 7 สาวรุ่นใหม่ของ Honda Ambassador โดยให้ผู้เข้าประกวดทั้ง 20 คนตอบคำถามทดสอบไหวพริบปฏิภาณรอบๆ ละ 5 คน จนครบทั้งหมด จากนั้นก็เข้าสู่เวลาที่ผู้ชมและผู้เข้าประกวดรอบสุดท้ายต้องลุ้นระทึกตามๆ กัน ก็คือ การประกาศผลผู้ได้รับตำแหน่ง Honda Ambassador 7 คน ได้แก่ โบว์-จิรัชยา ต้นไม้ทอง, ปิงปอง-พิมพ์กมล ศรีสวัสดิ์, น้ำฝน-ไพฑิณี รัตนเจริญ, อรุณ-สิตา ธนัญโชติการ, อุ่ม-อภิญญา อัมพรหพันธ์, ปอ-สุชาดา อินทรวินา และ ไอล่า คาน

นอกจากนี้ภายในงานยังมีการเดินแฟชั่นโชว์ของนางแบบจาก THAI SUPERMODEL รวมทั้งการพูดคุยและชมวงสวิงของ 2 สาวสวย คือ นีต ชนนภรณ์ รตจันทร์ มิสไทยแลนด์ยูนิเวิร์ส ประจำปี 2548 และ ชาม อรวรินทร์ โอสถานนท์ มิสไทยแลนด์ยูนิเวิร์ส ประจำปี 2549 ที่เดินทางมาสร้างสีสันให้กับการประกวดในครั้งนี้ด้วย

สำหรับคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการคัดเลือก Honda Ambassador ได้แก่ คุณพิทักษ์ พุทธิสาริกกร ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด, คุณอัญชลี ชาติจันทร์ ผู้จัดการส่วน ส่วนการสื่อสารองค์กร ส่วนปฏิบัติการสำนักงานใหญ่ประจำภาคพื้นเอเชียและโอเชียเนีย บริษัท เอเชียฮอนด้า มอเตอร์ จำกัด, คุณสุรางค์ เปรมปรีดิ์ กรรมการผู้จัดการ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7, คุณพรณิเพ็ญ พูนวิทย์ นายกสมาคมกอล์ฟสตรีในพระบรมราชินูปถัมภ์ของสมเด็จพระนางเจ้ารำไพพรรณี พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 7 และ คุณพิชญ์ นิลกัตติประธานกรรมการ บริษัท สปอร์ต ทิปส์ จำกัด



GOLF Gang*

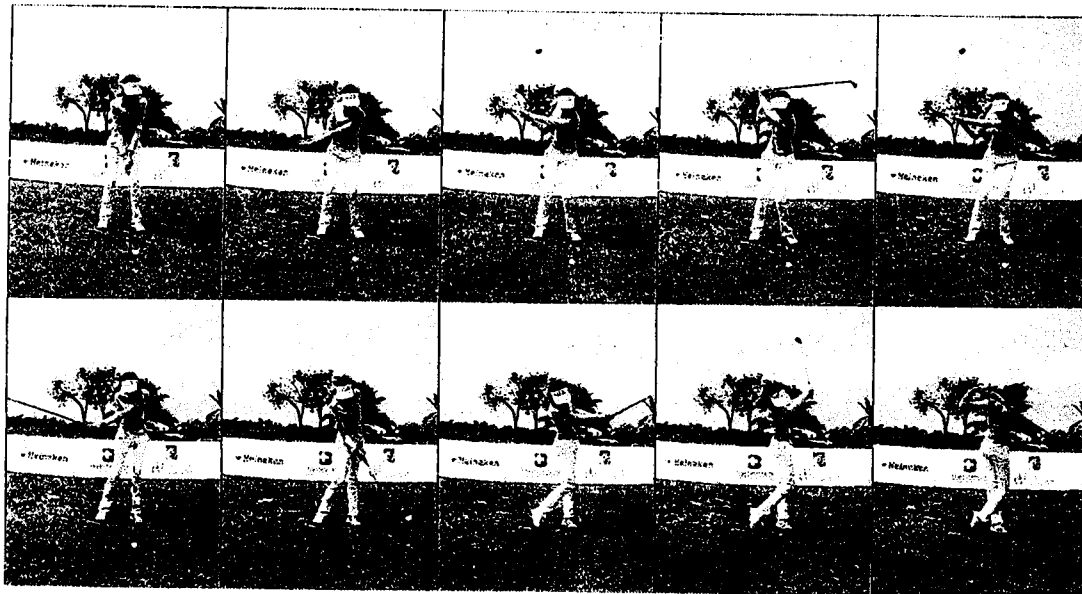


It is our pleasure to provide you with one of the tools that will make you very successful in your journey to better golf. You are now on your way to become an elite women golfer. Your success depends on your ability to stay committed, determined, and most of all your persistence. We encourage you to review your stop-action swing and improve on the areas recommended.

Pink

On behalf of the entire management team of the Grammy Golf Gang project, We want to remind you that you are now on your way to a whole new world.

Congratulations and keep up the fine work!



3114 Presenter



MAN Truck & Bus Asia Pacific November 29 มีนาคม พ.ศ. 2550

Presenter Mercedes-Benz (พ.ศ. 2548)



บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการตลาดการท่องเที่ยว.2547.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายประจำปี 2549.

กิติมา สุรสนธิ. รูปแบบแผนการสื่อสารในงานพัฒนา. รายงานวิจัยเสริมหลักสูตร คณะวารสารศาสตร์ ละสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2544.

เอกสารอื่นๆ

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์.การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว.ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2537.

อารยา วรรณประเสริฐ.ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ."วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

บทสัมภาษณ์นางแบบ

จิรดา โยฮาลา. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2551.

ชลดา เมฆราตรี. อาชีพนางแบบ.. สัมภาษณ์ , 20 เมษายน 2551.

ธัญญลักษณ์ วรรณพรีรัตน์. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551.

ทัศนันท์ น้อยอำ. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2551.

พรวดี พงษ์สถิตย์. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์ , 25 เมษายน 2551.

รัศมี ทองศิริไพโรศรี (ลูกหมี่). อาชีพนางแบบ.สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2551.

วันวิสาข์ ศรีวรพันธุ์. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2551.

ศุภมาส กลัดแพ. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2551.

สมฤทัย อนุกุล. อาชีพนางแบบ..สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2551.

บทสัมภาษณ์เอเจนซี

- จริยา โพธิ์นพรัตน์.เอเจนซี.สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2551.
 ชิชณพงษ์ พีรดาจิราวัฒน์.เอเจนซี.สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2551.
 ธวัชชัย เถลิมนบุญ.เอเจนซี.สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2551.
 นนทพร แก้วทอง.เอเจนซี. สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2551.
 อนุกุล งามเมฆฉาย.เอเจนซี.สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2551.

บทสัมภาษณ์สถาบันพัฒนาบุคลากรศึกษา

- ชาญกิตติ์ ณ ระนอง. สถาบันพัฒนาบุคลากรศึกษา.สัมภาษณ์, 27 เมษายน 2551.
 วทันญ มุ่งหมาย.สถาบันพัฒนาบุคลากรศึกษา.สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2551.
 ศศิวิทย์ สิทธิวรกิตติกุล.สถาบันพัฒนาบุคลากรศึกษา. สัมภาษณ์, 29 เมษายน 2551.
 อาจณรงค์ โพธิราช.สถาบันพัฒนาบุคลากรศึกษา.สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2551.

บทสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

- จตุพร เสรีมาเจริญกิจ...มัคคุเทศน์.สัมภาษณ์, 9 พฤษภาคม 2551.
 ชาริษา วงศ์สุวรรณ.เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงแรมฮอติเคย์ อินน์.สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2551.
 ชีร์วัฒน์ .ฝ่ายกิจกรรมงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสถานีขนส่ง.สัมภาษณ์,6 พฤษภาคม 2551.
 รัชณมัย มุอำหัมค.เจ้าหน้าที่กิจกรรมการจัดแรลลี่เพื่อการท่องเที่ยว.สัมภาษณ์,5 พฤษภาคม 2551.
 นิคม บุญงาม.ฝ่ายการตลาดนิคมसारการท่องเที่ยว.สัมภาษณ์, 9 พฤษภาคม 2551.
 ภาณุ มณีวัฒนกุล. เจ้าหน้าที่กิจกรรมการจัดแรลลี่เพื่อการท่องเที่ยว.สัมภาษณ์,5 พฤษภาคม 2551.
 ชูพา วนวนงษ์. เจ้าของบริษัท แสปปีทัวร์ จำกัด...สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2551.
 วาริชฐา หมักลลodi. ฝ่ายประชาสัมพันธ์โรงแรมฮอติเคย์อินท์..สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2551.
 สุกัญญา ส่งศิริ.เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รีสอร์ททสิดา.สัมภาษณ์, 25 เมษายน 2551.

เว็บไซต์

<http://www.watphraphutthachai.com>

<http://www.moodam.com>

<http://www.bluegy.com>

<http://www.tourism.go.th>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาวไลลา กาน
ภูมิลำเนา เมืองเจดดาห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย

ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ เอกประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ปัจจุบันกำลังศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารท่องเที่ยวและบันเทิง
มหาวิทยาลัยเกริก

ประวัติการทำงาน

เลขานุการ CEO บัตรกรุงไทย ธนาคารกรุงไทย
ตัวแทนประชาสัมพันธ์ Honda LPGA 2006
ประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
ผู้ประกาศ และพิธีกรรายการ “Your TV” สถานี Nation Channel
พิธีกรรายการ 389 Hi! Society / รายการ ฉะ จะ จะ ทาง Amata Channel
อาจารย์สอนวิชาการพัฒนาบุคลิกภาพและการเดินแบบ สถาบันสยามกมลการ
ปัจจุบัน เจ้าของรายการ “กอล์ฟ ฟ้าไรตี้”