

## บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง "นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามโครงการ "เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เป็นการศึกษาโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ อันประกอบด้วย การศึกษานโยบายและการวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ การศึกษาองค์ประกอบที่ความสำคัญกับกลยุทธ์การวางแผนประชาสัมพันธ์ การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการวางแผนและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามโครงการ "เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก" ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อันประกอบด้วยการสำรวจเอกสาร สืออิเล็กทรอนิกส์ วัสดุที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากนั้นจึงทำการศึกษาข้อมูลที่ได้

จากผลการศึกษาในด้านนโยบายที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ พบว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นการกำหนดนโยบายร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน ซึ่งรัฐบาลได้มีคำแถลงนโยบายเร่งด่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ คือ เร่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติและเร่งรัดมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวโดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ และปรับแผนงบประมาณของส่วนราชการที่ได้รับงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2552 อยู่แล้ว เพื่อใช้ในการจัดการฝึกอบรมและสัมมนาให้กระจายทั่วประเทศ รวมทั้งลดหย่อนค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ดังนั้นนโยบายของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามโครงการ "เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก" เน้นการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวในมิติใหม่ ที่สามารถช่วยเศรษฐกิจชาติได้และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนำเสนอโครงการท่องเที่ยวหลากหลาย ที่ ททท. ดำเนินการอยู่แล้ว รวบรวมให้อยู่ภายใต้โครงการ "108 1009 ภารกิจเที่ยวจาก ททท." เพื่อให้การสื่อสารชัดเจน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และประชาชนทั่วไปจะได้หาข้อมูลท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเองได้ง่ายขึ้น ตลอดจนสร้างการรับรู้กิจกรรมประกวดภาพถ่าย "เล่าสู่กันฟัง" เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่ง ดังนั้นแล้วทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้วางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามโครงการ "เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก" โดยพิจารณาองค์ประกอบของแผนประชาสัมพันธ์ตามขั้นตอนต่าง ๆ 8 ขั้นตอน ประกอบด้วย

การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การกำหนดและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การกำหนดกิจกรรม การกำหนดสื่อและวิเคราะห์สื่อ การกำหนดระยะเวลา การกำหนดงบประมาณ การติดตามและประเมินผล และพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำรูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) นอกเหนือจากการประชาสัมพันธ์มาผสมผสานกัน เพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรม

นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังพบปัญหาและอุปสรรคหลายประการ ด้วยข้อจำกัดทางด้านงบประมาณและสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ รวมทั้งปัญหาโรคระบาด ทำให้เกิดปัญหาการนำเสนอร้านอาหารของสื่อมวลชนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการศึกษาเพื่อผู้สนใจได้นำไปเป็นกรอบในการศึกษาครั้งต่อไป