



บทที่ 4

การทอองเทียวหน่งประเทศไทยในฐานะที่เป็นองคกรรัฐวิสาหกิจ



จอมพลสุษดี ธนะรัชต์

ผู้ก่อตั้งองคกรสงเสริมการทอองเทียวหน่งประเทศไทย (อสท.)

การทอองเทียวหน่งประเทศไทย (ททท.) ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตอนที่ 74 เล่มที่ 36 ลงวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2502 ในสมัยรัฐบาลจอมพลสุษดี ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ให้เป็นองคกรสงเสริมการทอองเทียวหน่งประเทศไทย ใช้ตัวย่อ อสท. และประกอบพิธีเปิดสำนักงานเป็นทางการ เมื่อวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2503 ต่อมาได้รับการยกฐานะตามมติสภานิติบัญญัติแห่งชาติทำหน้าทีรัฐสภา ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 ลงวันที่ 4 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 ยกฐานะ อสท. ขึ้นเป็น การทอองเทียวหน่งประเทศไทย ใช้ตัวย่อ ททท. ปัจจุบัน ททท. ยังคงทำงานสงเสริมการทอองเทียวของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง 47 ปี โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการสงเสริมและพัฒนาตลาดการทอองเทียว โดยยืนอยู่บนพื้นฐานการทอองเทียวแบบยั่งยืนคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ความสง่างามของความเป็นไทยและมีมาตรฐานระดับสากล เพื่อให้เกิดดุลยภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



4.1. ความหมายของคำว่ารัฐวิสาหกิจ*

ความหมายของคำว่า "รัฐวิสาหกิจ" ที่ใช้เป็นหลักและอ้างอิงอยู่เสมอ คือ ความหมายของรัฐวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2502 ซึ่งสรุปไว้ว่า รัฐวิสาหกิจ คือ องค์การของรัฐบาล หรือหน่วยงานธุรกิจที่รัฐบาลเป็นเจ้าของหรือบริษัท หรือ ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจมีทุนรวมอยู่ด้วยเกินกว่าร้อยละ 50 (เช่นบริษัท ลูกของรัฐวิสาหกิจ)

ดังนั้นรัฐวิสาหกิจจึงเป็นหน่วยงานทางธุรกิจหรือกิจการของรัฐที่มีภารกิจในการให้บริการสาธารณะด้านอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม รวมถึงเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานทางเศรษฐกิจให้แก่รัฐบาลจากภารกิจของรัฐวิสาหกิจข้างต้น จึงทำให้รัฐวิสาหกิจมีลักษณะองค์การและการดำเนินงานที่มีลักษณะผสมระหว่างกิจการเอกชนต้องมีความคล่องตัวในการดำเนินงาน และมีเป้าหมายคือ กำไรในการดำเนินงานอันเป็นเป้าหมายทางเศรษฐกิจกับการเป็นหน่วยงานของรัฐแบบมหาชน ซึ่งเป็นเครื่องมือของรัฐที่ต้องดำเนินการต่าง ๆ ภายใต้ระเบียบกฎเกณฑ์ของกฎหมายและมีเป้าหมายคือผลประโยชน์ต่อส่วนรวมอันเป็นเป้าหมายทางสังคม

กิจการที่รัฐเป็นเจ้าของ หรือถือหุ้นเกินกว่า ร้อยละ 50

รัฐวิสาหกิจในประเทศไทยเริ่มมีการจัดตั้งตั้งแต่หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อ พ.ศ. 2475 ซึ่งรัฐบาลไทยในขณะนั้นและต่อมามีนโยบายให้จัดตั้งรัฐวิสาหกิจดำเนินการทางด้านอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรม เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านอุปโภคบริโภคของประชาชนให้เพียงพอและเพื่อบูรณะฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมให้เจริญก้าวหน้า โดยในขณะนั้นภาคเอกชนยังไม่มีความพร้อมทั้งในด้านเงินทุนและความสามารถ ซึ่งมีผลทำให้มีการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจขึ้นเป็นจำนวนมากถึง 100 กว่าแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการบัญญัติพระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดตั้งองค์การของรัฐบาล พ.ศ. 2496 ที่เปิดโอกาสให้รัฐบาลจัดตั้งรัฐวิสาหกิจตามที่รัฐบาลเห็นสมควร เพื่อเข้าไปแทรกแซงในเศรษฐกิจหลายสาขาได้โดยสะดวกแต่อย่างไรก็ตาม ต่อมาในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2504 ได้เปลี่ยนแปลง

* ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ กระทรวงการคลัง

นโยบายจากการแทรกแซงของรัฐในภาคเศรษฐกิจมาเป็นการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจต่อภาคเอกชน และต่างประเทศโดยรัฐเป็นเพียงผู้คุมกัน ส่งเสริม และสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งนโยบายนี้ได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504- 2509 ขึ้นอีกด้วย ซึ่งเป็นนโยบายการพัฒนาประเทศที่ชัดเจนครั้งแรก ทำให้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ภาคเอกชนมีความสามารถมากขึ้น มีความพร้อมทั้งในด้านเงินทุนและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน แต่รัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นตามนโยบายรัฐบาลส่วนหนึ่งนั้นประสบปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ เช่น ความไม่มีประสิทธิภาพในการผลิต การตลาดและการคลัง ความไม่มีประสิทธิภาพในการบริหารองค์การและบริหารงานบุคคล รวมถึงมีกฎระเบียบต่างๆ ที่รัฐกำหนดขึ้นเพื่อดูแลรัฐวิสาหกิจ ทำให้รัฐวิสาหกิจเหล่านั้นไม่สามารถตอบสนองนโยบายในอันที่จะเป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมตามแผนพัฒนาฯ ได้เท่าที่ควร ในขณะที่เดียวกันที่ภาคเอกชนได้พัฒนากิจการของตนให้มีประสิทธิภาพล้ำหน้า กิจการรัฐวิสาหกิจจึงทำให้รัฐบาลสมัยนั้นต้องทบทวนว่ารัฐวิสาหกิจใดที่รัฐสมควรดำเนินกิจการต่อไป กิจการใดควรคืนให้เอกชนเข้ามาดำเนินการจึงได้ดำเนินการลดจำนวนรัฐวิสาหกิจลงและนโยบายนี้ก็ได้นำมาดำเนินการต่อๆ มาจนกระทั่งในปัจจุบันรัฐวิสาหกิจคงเหลืออยู่จำนวน 66 แห่ง (โดยไม่นับรวมบริษัทลูกของรัฐวิสาหกิจ) จากเดิมที่มี 100 แห่ง

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจต่างๆ นั้นขึ้นอยู่กับแผนงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กร ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามประเภทขององค์กร เพราะวัตถุประสงค์และนโยบายของรัฐวิสาหกิจแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจแต่ละแห่ง คือ

1. วัตถุประสงค์และภาระหน้าที่ของรัฐวิสาหกิจ หมายถึง รัฐวิสาหกิจแต่ละประเภทแต่ละแห่ง จะต้องกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์และภาระหน้าที่ขององค์กรตนเอง เช่น รัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปโภค ก็ต้องเน้นในเรื่องประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชน ประเภทการเงิน ก็ต้องเน้นถึงความมั่นคงทางการเงิน
2. นโยบายของรัฐวิสาหกิจ อาจมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสภาพการณ์อยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงในด้านนโยบายมีส่วนในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์

3. บุคลากร ต้องมีการคำนึงถึงบุคลากรที่จะมาร่วมทำงานโดยคำนึงถึง
 - ความรู้ความสามารถของบุคลากร
บุคลากรควรมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชนและสนใจในความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์
 - ความเหมาะสมในวิชาชีพของบุคลากร
นอกจากจะมีผู้มีความรู้ทางการประชาสัมพันธ์แล้ว บุคคลในวิชาชีพอื่นๆ ก็มีความจำเป็นในการสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องนั้น เช่น นักกฎหมาย วิศวกร นักเศรษฐศาสตร์ ก็ควรมีความรู้ในศาสตร์นั้นๆ ซึ่งมีส่วนในงานประชาสัมพันธ์
 - ความเหมาะสมของบุคลากรที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
เช่น กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ต่างถิ่นต่างภาษา ควรใช้บุคคลที่เข้ากับกลุ่มเหล่านั้นได้
 - ปริมาณของบุคลากรกับปริมาณงานประชาสัมพันธ์
ต้องให้มีความเหมาะสมกัน มีการแบ่งจำแนกหน้าที่กันอย่างชัดเจน

4. ความยืดหยุ่นของแผนการประชาสัมพันธ์
การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับคน เกี่ยวข้องกับทัศนคติ การจะวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงความคิดของคนที่อาจเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางสถานการณ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งจะต้องอาศัยความยืดหยุ่นของแผนงานในการปรับเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

5. กลุ่มเป้าหมาย ของรัฐวิสาหกิจแต่ละประเภทนั้นแตกต่างกันออกไป
เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ กลุ่มเป้าหมาย คือ ชาวไร่ ชาวนา, องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ กลุ่มเป้าหมาย คือ คนกรุงเทพฯ ฉะนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัดจะช่วยในการจัดการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์

6. งบประมาณ
เป็นตัวหนึ่งในการกำหนดขีดความสามารถว่าการประชาสัมพันธ์จะมีขอบข่ายงานเพียงใด

7. เครื่องมืออุปกรณ์

การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมืออุปกรณ์สนับสนุน เช่น อุปกรณ์โสตทัศนอุปกรณ์ การวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ด้วย

ในการอธิบายถึงบทบาทและหน้าที่ของรัฐวิสาหกิจนั้น จะทำให้สามารถมองเห็นบทบาทและหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อย่างชัดเจนว่ามีลักษณะอย่างไร ในการนำนโยบายที่ได้รับจากรัฐบาลไปปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ได้มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว และจะทำให้เราทราบถึงสาเหตุของการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องมีการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและเป็นการดึงดูดเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย และในการกำหนดแผนนโยบายในการประชาสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจนั้น จะต้องสอดคล้องกับแผนงานของรัฐวิสาหกิจในแต่ละประเภทที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถือว่าเป็นรัฐวิสาหกิจภาคบริการ ดังนั้นในแต่ละครั้งของการกำหนดแผนนโยบายนั้น อาจมีปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นส่วนช่วยในการกำหนดแผนทางด้านการประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4.2. ปรีบททางด้านการเมือง สังคมและเศรษฐกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

ในการวิจัยศึกษาถึงการเกิดขึ้นของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จะต้องทำความเข้าใจและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในช่วงระยะเวลาก่อนและหลังของการเกิดของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ว่าเหตุผลของการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว นั้น ก็เพื่อต้องการผลิตสื่อโทรทัศน์ให้เป็นไปตามแนวทางของนโยบายของรัฐบาล รวมทั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลที่ได้มีการวางกรอบแนวนโยบายเกี่ยวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการพัฒนาประเทศ เพราะการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นเป็นส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ข้อมูลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคมและการเมืองนั้น ยังทำให้เราสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุของการเกิดสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ว่าภายใต้การดำเนินงานของคณะรัฐบาลในแต่ละสมัยที่มีนายกรัฐมนตรีดำรงตำแหน่งและมีอำนาจในการบริหารประเทศนั้น มีอิทธิพลและบทบาทมากน้อยเพียงใดในการผลักดันให้เกิดสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมา ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 – 10 (ช่วงปี พ.ศ. 2520 – 2554) มาทำการวิเคราะห์และอธิบาย ดังต่อไปนี้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524)

“การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้เข้าประเทศถึงประมาณปีละ 4 พันล้านบาท ซึ่งสูงเป็นอันดับ 4 เมื่อเทียบกับรายได้จากการส่งออกอื่นๆ”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว - ปัญหาการควบคุมมาตรฐาน และจัดระเบียบธุรกิจท่องเที่ยว - ปัญหาการยกระดับมาตรฐานกำลังคนในธุรกิจโรงแรม - ปัญหาเรื่องความปลอดภัย เกี่ยวกับชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว - ปัญหาน้ำที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐ
นโยบายทางด้านการท่องเที่ยว	<p>“การเร่งรัดการพัฒนาบริการท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เพื่อช่วยลดภาระการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ”</p>
เป้าหมายในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 11 หรือ 2.2 ล้านคน ในปี 2524 - มีจำนวนวันพักเฉลี่ยเพิ่มเป็น 5.5 วัน - รายได้จากการท่องเที่ยวเป็น 11,700 ล้านบาท
แนวทางและมาตรการในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - เผยแพร่และโฆษณาในตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดเก่าและตลาดใหม่ - โฆษณาและชักจูงให้มีการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย - สนับสนุนให้คนไทยนิยมท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น - พัฒนาระบบการขนส่งเพื่อเพิ่มการทัศนศึกษาทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ - ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางบกระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียอาคเนย์

ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529)

“เกิดปัญหาเรื่องความผันผวนของระบบเศรษฐกิจของโลก”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาการบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว - ปัญหาการพัฒนาด้านการบริการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว - ปัญหาขาดกำลังคนด้านบริการที่มีมาตรฐานเพียงพอ
นโยบายทางด้านการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมและชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางสู่ประเทศไทยมากขึ้น และให้มีการเดินทางท่องเที่ยวยาวนานวันและใช้จ่ายมากขึ้น

	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการลงทุนทั้งภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทั้งที่มีอยู่แล้วและพัฒนาใหม่ให้สอดคล้องกัน - สนับสนุนภาคเอกชนลงทุนด้านบริการท่องเที่ยวให้มีต้นทุนไม่สูงและสามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้
เป้าหมายในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 8.5 ต่อปี - ขยายวันพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเฉลี่ยคนละ 5.5 วัน ในปี 2529 - รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 21.5 ต่อปี คิดเป็นรายได้ประมาณ 50,000 ล้านบาท ในปี 2529
แนวทางและมาตรการในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - การบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น - พัฒนาระบบบริการท่องเที่ยวเพื่อทำให้การแข่งขันของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทยดีขึ้น - การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศ และในประเทศเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น

ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534)

“ราคาน้ำมันและอัตราดอกเบี้ยในตลาดโลกที่ลดลง ทำให้ประเทศไทยสามารถคลี่คลายปัญหาทางเศรษฐกิจ”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	“เป็นผลมาจากช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 ที่ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาทางเศรษฐกิจหลายด้านทั้งปัญหาที่สะสมเป็นเวลานาน”
นโยบายทางด้าน การท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศ - ปรับปรุงระบบการผลิต การตลาด และยกระดับคุณภาพปัจจัย - มุ่งกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคและชนบทมากขึ้น
เป้าหมายในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ทางด้านเศรษฐกิจต้องรักษาระดับการขยายตัวให้ได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 โดยเน้นลักษณะการขยายตัวที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจหลายด้าน - มุ่งพัฒนาคุณภาพคนเพื่อให้สามารถพัฒนาสังคมให้ก้าวหน้า มีความสงบสุขเกิดความเป็นธรรม สอดคล้องและสนับสนุนการพัฒนาประเทศส่วนรวม
แนวทางและมาตรการในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ให้ความสำคัญในเรื่องการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการตลาดต่างประเทศ ให้มีการขยายเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ - เน้นการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาค

	<ul style="list-style-type: none"> - สนับสนุนให้มีแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคและระดับจังหวัด - สนับสนุนการจัดให้มีสถานีบริการผู้โดยสารขาออกทางอากาศในเมือง (City Air Terminal)
--	--

ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 – 2539)

“รายได้ร้อยละ 50 ของรายรับทั้งหมดมาจากการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ความเหลื่อมล้ำของรายได้ระหว่างกลุ่มครัวเรือนระดับต่างๆ ตลอดทั้งชนบทกับเมืองมีมากขึ้นอย่างน่าเป็นห่วง - การขาดแคลนบริการพื้นฐานในช่วงแผนพัฒนา ฉบับที่ 6 มีความรุนแรงมากขึ้น - ปัญหาการปรับตัวของสังคมไทยให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น - ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
นโยบายทางด้านการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - รักษาอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เพื่อให้การเจริญเติบโตเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีเสถียรภาพ - การกระจายรายได้และกระจายการพัฒนาไปสู่ภูมิภาคและชนบทให้กว้างขวางยิ่งขึ้น - เร่งรัดพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ
เป้าหมายในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อเป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศ ให้ขยายตัวไม่ต่ำกว่าอัตราเฉลี่ยร้อยละ 13 ต่อปี - จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8 ต่อปี
แนวทางและมาตรการในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ดำเนินการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ - อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว - พัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยว

ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544)

“เน้นการพัฒนาแบบองค์รวมที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	“ด้านคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน”
นโยบายทางด้านการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา เพราะคนเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกเรื่อง - ปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนามาเป็นแบบรวมส่วนหรือบูรณาการ

เป้าหมายในการพัฒนา ทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - การพยายามเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐกับประชาชนให้เกิดขึ้นมากที่สุด - การปรับระบบการบริหารจัดการเพื่อให้มีการแปลงแผนไปสู่ภาคปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ
แนวทางและมาตรการใน การดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - การเพิ่มขีดความสามารถในสาขาบริการ - พัฒนาการขนส่งทางอากาศ ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาค - การเสริมสร้างประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการสร้างรากฐานการผลิตที่เข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน - พัฒนาพื้นที่และชุมชนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจและการสร้างรายได้ - พัฒนารัฐวิสาหกิจ เพื่อลดบทบาทของรัฐในการเป็นเจ้าของรัฐวิสาหกิจ และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ

ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549)

“ธุรกิจบริการที่มีความเชี่ยวชาญ แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย วัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่น รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมเป็นปึกแผ่นและสถาบันหลักยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ซึ่งจะช่วยเป็นภูมิคุ้มกันที่สำคัญในการลดความเสี่ยงจากกระแสโลกาภิวัตน์”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	“แนวโน้มการพัฒนาสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ที่มีเทคโนโลยีและการใช้ความรู้เป็นฐานการพัฒนา ทำให้ต้องเร่งเตรียมพร้อมทั้งการสร้างระบบ กลไก และพัฒนาคนให้สามารถปรับตัวอย่างรู้เท่าทันได้รวดเร็ว”
นโยบายทางด้าน การท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีให้เกิดขึ้นในทุกภาคส่วนของสังคม - การเสริมสร้างฐานรากของสังคมให้เข้มแข็ง - การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่สมดุลและยั่งยืน
เป้าหมายในการพัฒนา ทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มรายได้การท่องเที่ยวโดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7-8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี - ยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มความเข้มแข็งให้ชุมชนและประชาสังคม - สร้างสภาพแวดล้อมที่ดี มีเศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง
แนวทางและมาตรการใน การดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับทุกขั้นตอน โดยยึดหลักร่วมกันคิดร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบในลักษณะเป็นเครือข่ายการพัฒนาต่อเนื่อง - ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ ให้เข้าสู่สังคมที่ยึดหลักทางสายกลาง

	<ul style="list-style-type: none"> - การท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นไปที่เรื่องความยั่งยืน การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ วัฒนธรรม ศิลปกรรม - การสร้างงานให้คนในประเทศ การสร้างความร่วมมือระหว่างท้องถิ่น การให้ท้องถิ่นเป็นเจ้าของดูแลอนุรักษ์เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน - ส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อให้เกิดดุลยภาพระหว่าง การท่องเที่ยวต่างประเทศกับการท่องเที่ยวในประเทศ
--	--

ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554)

“ประเทศไทยยังคงต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ยังคงอัญเชิญ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ซึ่งประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณร้อยละ ๖ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก รองรับส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวประมาณ ร้อยละ 1.4 ของนักท่องเที่ยวรวมของโลก”

ปัญหาที่เกิดขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและแนวโน้มพฤติกรรม การบริโภคของโลกและผลกระทบต่อประเทศไทย - วัฒนธรรม ค่านิยมที่ตึงงามและภูมิปัญญาท้องถิ่นถูกละเลยและมีการ ด่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่มีน้อย - พฤติกรรมการดำรงชีวิตและการปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนปรับเปลี่ยน ไปจากเดิม - มีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ทำให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมและ ผลกระทบในด้านสังคมจากการเคลื่อนไหวของวัฒนธรรม
นโยบายทางด้านการท่องเที่ยว	มุ่งพัฒนาประเทศไทยสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) ภายใต้แนวปฏิบัติของ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และสร้าง ความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
เป้าหมายในการพัฒนาทางการท่องเที่ยว	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาคุณภาพคนและความเข้มแข็งของชุมชน - ด้านเศรษฐกิจและด้านธรรมาภิบาล - การสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
แนวทางและมาตรการในการดำเนินงาน	<ul style="list-style-type: none"> - มุ่งพัฒนาสู่ “สังคมที่มีความสุขอย่างยั่งยืน Green Society” - ยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยคำนึงถึงดำเนินการในทางสายกลาง, ความสมดุลและ ยั่งยืน, ความพอประมาณอย่างมีเหตุผล, การมีภูมิคุ้มกัน รู้เท่าทันโลก - อนุรักษ์ พื้นฟู เสริมสร้างวัฒนธรรมที่ตึงงามและพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญาในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 ได้มีการเน้นปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งสร้างรายได้หลักของประเทศ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาคบนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและความเป็นไทย และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและการตลาดธุรกิจบริการครอบคลุมระดับภูมิภาค บนฐานการสร้าง ความแตกต่างและความชำนาญเฉพาะด้านของบริการที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการสุขภาพและสปา ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจบริการทางการเงิน ธุรกิจบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจการก่อสร้างและธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

1. พัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ๆ แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดท่องเที่ยวโลก

2. ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เพื่อรองรับตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้าน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การทำน้กระยะยาว การจำหน่ายซื้อสินค้า สินค้าโอท็อป และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น

3. พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับ นำเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาดโลก รวมทั้งเพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านการศึกษา บริการด้านสุขภาพ และธุรกิจภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

4. ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ เช่น ตลาดรัสเซียและกลุ่มประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของรัสเซีย ตลาดตะวันออกกลาง และตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

5. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ และการเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชน ในท้องถิ่น เพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ ฉบับที่ 4 - 10 เราจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนรายได้เข้ามาในประเทศและเป็นรายได้หลักที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติและเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่เป็นจุดเด่นในการท่องเที่ยวและถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมหลักที่สำคัญของโลกทางด้านการท่องเที่ยว และจากแผนนโยบายที่รัฐบาลได้มีการกำหนดออกมาจะมีการเน้นให้เกิดการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว และวิธีการในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งรัฐบาลได้มอบหมายหน้าที่หลักให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจเข้ามาทำหน้าที่ในการดูแลและรับผิดชอบทางด้านการทำงานการตลาดทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้แผนนโยบายที่กำหนดออกมานั้นสามารถเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางด้านการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ทำหน้าที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศในสื่อต่างๆ เพื่อให้โครงการหรือกิจกรรมนั้นๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามผลที่ได้จากการเลือกใช้สื่อต่างๆ นั้น พบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะพบว่า ถ้าหากโครงการกิจกรรมนั้นๆ มีงบประมาณที่มากพอ ก็จะมีการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักและระยะเวลาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็จะสามารถทำได้นานมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และเหตุผลในการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ขึ้นมา ก็มีผลมาจาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ช่วงปี พ.ศ. 2540 (ฉบับที่ 8) ที่ประเทศไทยเริ่มประสบ ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ รัฐบาลจึงได้เล็งเห็นช่องทางที่จะฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยใช้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวช่วยดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้มีการค้นหาช่องทางใหม่ในการทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของ ททท. ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจากการเป็นผู้ให้การสนับสนุน รายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวที่มีบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นเจ้าของสัญญาณ โทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีและทรูวิชั่นส์นั้น ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เล็งเห็นว่าจาก คุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีและทรูวิชั่นส์เอง ที่มีความสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ อย่างกว้างขวางทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจะสามารถช่วยเพิ่มจำนวน นักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองต่อ นโยบายทางด้านการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการเปิดสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมา ก็เพราะนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ได้มีการกำหนดนโยบายต่างๆ ออกมาเพื่อผลักดันเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่ง ททท. เมื่อมีการรับนโยบายต่างๆ มา ทางเราก็ต้องพยายามตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ที่เกิดขึ้น และทำให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้”¹

“ในส่วนของ การเปิดช่องทางใหม่ขึ้นมา คือ สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว นั้น เกิดจากปัจจัยเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองเข้ามาผลักดันให้เกิดขึ้น และจากอำนาจใน การตัดสินใจของทางผู้บริหารของ ททท. ที่มีการคิดกลยุทธ์ต่างๆ เพิ่มเติมเข้ามาช่วยใน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้าน การท่องเที่ยว ดังนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการเปิดสถานีโทรทัศน์ นี้ขึ้นมา คือ ต้องตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”²

¹ ประเสริฐ วรพิทักษ์. หัวหน้างานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

² กฤติกา โรจนทรัพย์. เจ้าหน้าที่งานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

4.3. นโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540 – 2546³

1. ส่งเสริมอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดก ของชาติสืบไป
2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามา มีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนา และบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีคุณภาพช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เพิ่มมากขึ้น
3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้ สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูล ข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ
4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาด ท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวก เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ภูมิภาคนี้
5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรักความหวงแหน และ ช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความโอบอ้อมอารี ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป

³ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, "แผนการตลาดของ ททท. ในปี พ.ศ. 2540- 2546," (2547).

6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันมาตรการต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป
8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัวและสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป
9. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากยิ่งขึ้นและเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง
10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้นและเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป
11. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุนร่วมหรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนรวมของชาติและองค์กร

นโยบายของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2547 – 2549⁴

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทยตามนโยบายรัฐบาล
2. ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศไทย (Positioning Thailand) ให้มีความชัดเจน
3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยวและเป็นหนทางก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย
4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการและ เสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด
5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการท่องเที่ยว (E-Tourism) เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องกัน เพื่อเป็นหลักประกันการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น

⁴ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, “แผนการตลาดของ ททท. ในปี พ.ศ. 2547 – 2549,” (2550).

นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2550 – 2554⁵

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ
2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้างเสริมเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง
3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค
5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

⁵ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, “แผนการตลาดของ ททท. ในปี พ.ศ. 2550 – 2554,” (2551).

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการ และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด
7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ
8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

วิสัยทัศน์ :

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศทางด้านการตลาด การท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย จากวิสัยทัศน์ ททท. สามารถจำแนกเป้าหมายที่ต้องบรรลุได้ 2 ประเด็นหลัก คือ

1. ททท. เป็นองค์กรที่มีความเป็นเลิศทางด้านการตลาดการท่องเที่ยว
2. ททท. มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

พันธกิจ :

- สนับสนุนการดำเนินนโยบายและแผนแม่บทการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของรัฐ
- กำหนดและดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดเชิงรุก เพื่อให้เกิดการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย อันจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้ต่ออุตสาหกรรม
- ส่งเสริมและพัฒนาการเดินทางท่องเที่ยวให้คนไทยและผู้พำนักในประเทศไทยให้ท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น
- พัฒนาองค์กรและระบบบริหารจัดการ เพื่อความเป็นเลิศในการบริหารจัดการและการให้บริการ

นโยบายในปี พ.ศ. 2540 – 2546 ได้ส่งผลให้ ททท. มีการจัดการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวที่เฉพาะเจาะจงตามกลุ่มเฉพาะหรือการแบ่งส่วนตลาดการท่องเที่ยว โดยไม่เน้นส่งเสริมแบบโปรยหว่านทั่วไป (Mass Tourism) การดำเนินการที่ให้ความสนใจเรื่องการตลาดเชิงนิเวศน์ (Ecological Marketing) เน้นความร่วมมือประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน และมีการจัดการ/เครือข่ายความร่วมมือ (Key/ Strategic Stakeholder) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

นโยบายทางด้านการท่องเที่ยวในช่วง ปี พ.ศ. 2549 แม้จะมีวิกฤตเกิดขึ้นมากมาย ได้แก่ สถานการณ์การเมือง ราคาน้ำมันและน้ำท่วม แต่ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวม เพราะ ททท. มีการดำเนินงานด้านการตลาดในประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดการหมุนเวียนและกระจายรายได้ไปยังทุกภูมิภาคของประเทศอย่างทั่วถึงตลอดปี เช่น แนวทางการส่งเสริมการตลาดได้นำเสนอภายใต้แนวคิด “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้แก่ ครอบครัว ผู้สูงอายุ เยาวชน คนวัยทำงาน ผู้มีรายได้สูง กลุ่มประชุมสัมมนาควบคู่กับ Campaign Thailand Grand Invitation โดยใช้กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัดและระหว่างภูมิภาคส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดงานเฉลิมฉลองการครองราชย์ครบ 60 ปี ยังเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการขยายตัวของตลาดเช่นเดียวกับรายได้ที่มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ยังมีกระแสการเดินทางท่องเที่ยวจากกิจกรรมอื่นๆ เช่น ตามรอยพระราชอาคันตุกะและเส้นทางถวายพระพรตลอดจนการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกหรือ “ราชพฤกษ์” ช่วยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูกาล เพื่อส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวโดยใช้กิจกรรมเป็นจุดขายและเสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายและเพิ่มช่องทางการตลาดการท่องเที่ยว

“นโยบายวิสัยทัศน์ พันธกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น ส่งผลให้เกิดนโยบายในการเปิดสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมา เพราะ ททท. เห็นว่า สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ จะสามารถมาเป็นส่วนช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการและกิจกรรมต่างๆ ของ ททท. ที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนได้ เพราะช่องสัญญาณของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นช่องทางที่ทำให้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะคนในต่างจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้าน และสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ ยังสามารถทำหน้าที่เป็นแหล่งกระจายข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้อีกด้วย เช่น จังหวัดเพชรบุรี จะมีการจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวขึ้นภายในจังหวัด ก็สามารถที่จะมาใช้ช่องทางนี้ในการออกอากาศเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารงานเทศกาลที่จะจัดขึ้นได้ และสามารถเชิญชวนประชาชนให้เดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดของตน เป็นต้น”⁶

ดังนั้นจากนโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจของ ททท. ที่ต้องการทำหน้าที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศและความต้องการในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงได้มีการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการทำหน้าที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมข่าวสารต่างๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ให้สามารถเกิดการรับรู้และความเข้าใจอันดีต่อประเทศไทย และยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

ซึ่งผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีนโยบายในการตัดสินใจทำการเช่าซื้อสัญญาณโทรทัศน์มาจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งโครงการกิจกรรมต่างๆ ที่ได้จัดขึ้นในแต่ละเดือน เพื่อให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น สำหรับสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว มีบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ฯ และให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำการเช่าซื้อสัญญาณโทรทัศน์ในรูปแบบของสัญญาเช่าซื้อตามระยะเวลาที่ได้ระบุในสัญญา

⁶ ประเสริฐ วรพิทักษ์. หัวหน้างานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีอำนาจในการบริหารจัดการควบคุมดูแลรูปแบบเนื้อหา รายการต่างๆ ทั้งหมดของสถานีโทรทัศน์ฯ และให้บริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นผู้นำเนื้อหารายการ ออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

4.4. ประวัติความเป็นมาและลักษณะของการเป็นเจ้าของของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวของบริษัท ทีเอทีวี จำกัด

ประวัติของบริษัท ทีเอทีวี จำกัด



บริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นบริษัทเอกชนที่มีการผลิตและการเผยแพร่ออกอากาศ เนื้อหารายการทางด้านการท่องเที่ยว โดยบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นเจ้าของสัญญาอนุญาตโทรทัศน์ ระบบเคเบิลทีวีและทรูวิชั่นส์ และในปี พ.ศ. 2543 ได้ทำการออกอากาศเผยแพร่รายการทาง ด้านการท่องเที่ยวผ่านสถานีโทรทัศน์ที่มีชื่อว่า “สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว” และให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้การสนับสนุนรายการของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อ การท่องเที่ยว จนกระทั่งปี พ.ศ. 2549 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการเข้าซื้อสัมปทาน สัญญาอนุญาตโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีและทรูวิชั่นส์จากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เนื่องจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้าน การท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งถือเป็นสื่อหนึ่งที่มี ศักยภาพสูงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายและครอบคลุมพื้นที่ให้มีการรับรู้ได้ อย่างรวดเร็วและกว้างขวางในงบประมาณที่ไม่สูงมากนัก ขณะที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ดีกว่า เมื่อเทียบกับสื่ออื่น โดยจะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวประเทศ ไทยผ่านดาวเทียม เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ก้าวหน้าต่อไป



4.4.1. วัตถุประสงค์

- เพื่อเป็นการเปิดช่องทาง การประชาสัมพันธ์กิจกรรมและนโยบายต่างๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้กว้างขวางและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในการเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ
- ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างกว้างขวางมากขึ้น
- เป็นสื่อกลางในการร้องเรียน, แก้ไขวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวตลอดจนแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ที่กระทบต่อการท่องเที่ยว ฯลฯ
- เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของ อบต.และจังหวัดต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว

4.4.2. กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่
 - นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศ
 - ประชาชนทั่วไป
2. กลุ่มเป้าหมายรอง
 - ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน
 - หน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
 - องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

จากการคาดการณ์จำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึงนั้น จะจำนวนผู้ชมในทุกภูมิภาคซึ่งครอบคลุมทุกพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 10 ล้านคน โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มเป้าหมายที่มาจากการเป็นสมาชิก True Vision ประมาณ 500,000 คริวเรือนหรือประมาณ 2 ล้านคน และสมาชิกเคเบิลท้องถิ่น ประมาณ 350 แห่งๆ ละประมาณ 5,000 - 10,000 รายหรือประมาณ 1.5 - 3.5 ล้านคน รวมทั้งคริวเรือนที่ติดตั้งจานดาวเทียมทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 2 - 3 ล้านคน

4.4.3. เทคนิคการออกอากาศ

สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านดาวเทียมเคเบิลทีวีส่งสัญญาณเผยแพร่รายการออกอากาศผ่านระบบดาวเทียมไทยคม ในระบบ KU-BAND ครอบคลุมทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้ประชาชนได้รับชมรายการต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง

4.4.4. การรับชมรายการ

การเผยแพร่รายการทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านดาวเทียมเคเบิลทีวีในระบบ DIGITAL TRUE VISION 104 เผยแพร่ออกอากาศรายการให้กับประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับชมรายการต่าง ๆ ได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด โดยการเผยแพร่รายการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยนี้ มีพื้นที่ครอบคลุมทั่วประเทศไทย ประชาชนชาวไทยสามารถรับชมรายการต่างๆ ได้โดยทั่วถึงและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่พักอาศัยอยู่ตามโรงแรม รีสอร์ท สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในประเทศไทยสามารถรับชมรายการต่างๆ ได้ ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งอยู่ในประเทศเพื่อนบ้านก็สามารถรับชมรายการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยได้เช่นกัน อาทิ ประชาชนในประเทศมาเลเซีย, สิงคโปร์, เวียดนาม, กัมพูชา, ลาว, พม่า ฯลฯ

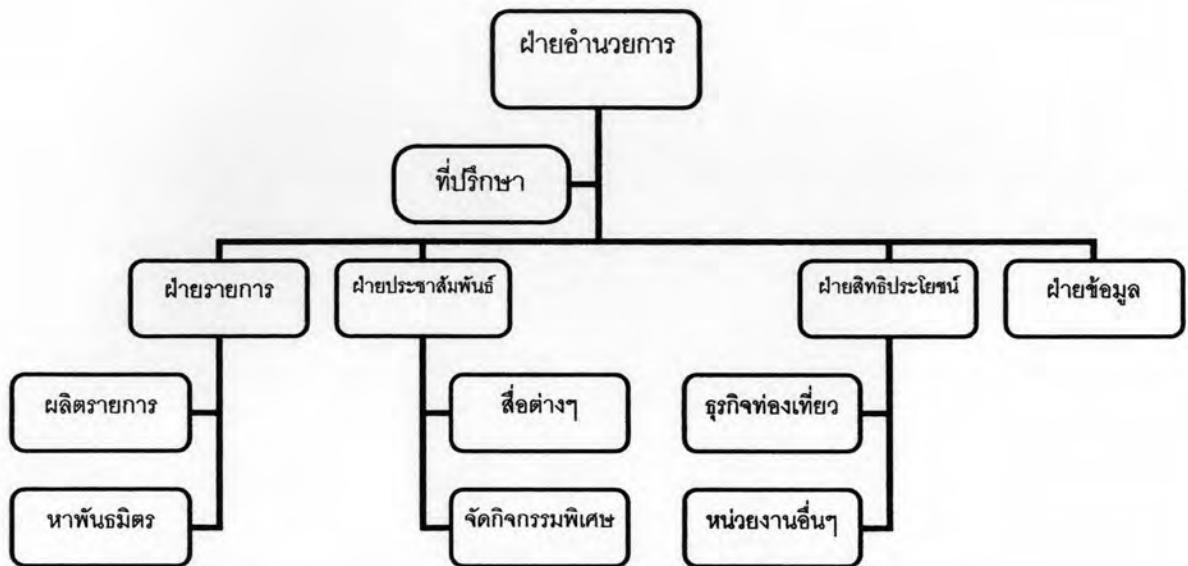
4.5. โครงสร้างในการผลิตและการเผยแพร่กระจายของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ด้านการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภายหลังจากที่ได้มีการเข้าซื้อสัมปทานสัญญาณโทรทัศน์มาจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด นั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการแต่งตั้งให้สำนักงานเลขาธิการเข้ามาทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบในการควบคุมดูแลเนื้อหารายการของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งสำนักงานเลขาธิการนั้นสามารถกำหนดรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวได้ นอกจากนั้นยังมีอำนาจในการตัดสินใจและรับผิดชอบในทุกส่วนของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนั้น จะเป็นสถานีโทรทัศน์ ที่มีระยะเวลาในการออกอากาศ 12 ชั่วโมง ซึ่งเนื้อหารายการทั้งหมดจะเป็นของ ททท. ทั้งในส่วนที่ผลิตเองและว่าจ้างบริษัทอื่น ผลิตรายการ นอกจากนี้ยังมีการนำรายการในช่องโทรทัศน์ฟรีทีวีที่ ททท. ผลิตเองและว่าจ้างบริษัทอื่นผลิตมาออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จึงทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้นและรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวในช่วงแรกจึงไม่มีความหลากหลาย และเน้นการคัดเลือกหรือผลิตรายการที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

และในช่วงกลางปี พ.ศ. 2549 สำนักงานเลขาธิการได้มีการจัดตั้งคณะทำงานสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวขึ้นมาทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและดูแลรับผิดชอบสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว มีจำนวนพนักงานในคณะทำงานนี้ประมาณ 6-10 คน เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถจากหน่วยงานต่างๆ เช่น งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์, งานวางแผนทางการตลาด เป็นต้น และในจำนวนคณะทำงานนี้มีการรับพนักงานใหม่เข้ามาดูแลรับผิดชอบเพิ่มเติมด้วย

* ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 ช่วงเริ่มแรกของการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

คณะกรรมการของททท. ที่มีการจัดตั้งขึ้นมา เมื่อปี พ.ศ. 2549



รูปภาพที่ 8 แผนผังโครงสร้างคณะกรรมการของ ททท.

แนวทางในการดำเนินงานมีการจัดตั้งคณะกรรมการ แบ่งออกได้ดังนี้

- ฝ่ายอำนวยการ ทำหน้าที่ในการดูแลและบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว
- ฝ่ายรายการ ทำหน้าที่ในการจัดรูปแบบเนื้อหารายการ จัดผังรายการและควบคุมการดำเนินงานและการผลิตรายการ หาพันธมิตรร่วมผลิตรายการในการออกอากาศ
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงประชาชนและกลุ่มเป้าหมายของสถานีฯ
- ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ ทำหน้าที่ประสานงานและจัดกิจกรรมพิเศษอื่นๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้ชมของสถานีโทรทัศน์ ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ฝ่ายข้อมูลวิชาการ ทำหน้าที่ในการค้นหาข้อมูลในการผลิตรายการของสถานีฯ และเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ภายหลังจากที่ได้มีการจัดตั้งคณะทำงานเข้ามาบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ก็ได้ส่งผลกระทบต่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบเนื้อหารายการที่เผยแพร่ ออกอากาศ คือ จากรายการที่ผลิตโดย ททท. เองทั้งหมด เริ่มมีการนำเนื้อหารายการของบริษัท อื่นๆ ที่ได้มีการนำรายการเข้ามาเสนอให้กับทาง ททท. เพื่อขอทำการเผยแพร่ ออกอากาศ ในช่วงเวลาต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งทาง ททท. ได้มีหลักเกณฑ์พิจารณาโดย ดูจากเนื้อหารายการว่าตรงกับวัตถุประสงค์ของ ททท. มากน้อยเพียงใด และ ททท. เองก็ได้มีการ ทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทที่ต้องการเผยแพร่เนื้อหา รายการกับ ททท. โดยการขอความร่วมมือจากบริษัทต่างๆ ว่าให้มีการนำโลโก้ของ ททท. ขึ้นปรากฏอยู่ตลอดเวลาและให้มีส่วนช่วย ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผ่านทางรายการ ให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ ททท. ยังได้มีการว่าจ้างบริษัท ทีเอทีวี จำกัด ให้ทำการผลิตรายการบางรายการให้กับ ททท. เป็นจำนวนเงินประมาณ 2 ล้านบาทต่อปี เนื่องจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด มีวัสดุอุปกรณ์ครบครันในการผลิตรายการต่างๆ และ ททท. ก็เคยเห็นผลงานรายการต่างๆ ของบริษัท ทีเอทีวี จำกัด มาก่อนแล้ว ซึ่ง ททท. จะทำหน้าที่ในการ กำหนดและควบคุมรูปแบบเนื้อหา รายการในการผลิต เช่น รายการ Tourism Talk, รายการ เปิดบ้าน อบต. และรายการข่าวท่องเที่ยวภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นต้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการต่อสัญญา สัมปทานเช่าซื้อสัญญาณโทรทัศน์จากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นจำนวนเงินประมาณ 10 ล้านบาท โดยมีการเพิ่มระยะเวลาในการออกอากาศจาก 12 ชั่วโมง เป็น 24 ชั่วโมง และเปลี่ยน ช่องสัญญาณในการเผยแพร่จาก UBC มาเป็น True Vision 9, True Vision 75 และผ่าน ดาวเทียมไทยคม 3 โดยมีรูปแบบเนื้อหาของรายการที่ประกอบไปด้วย ข่าว, สนทนาเชิงข่าว, สารบันเทิง, สารคดี, วาไรตี้, ปกิณกะ, เกมโชว์และเรียลลิตี้ ซึ่งเนื้อหาของรายการของ สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนั้นยังเป็นภารกิจต่างๆ ของ ททท. กิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภาครัฐและเอกชน ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจในท้องถิ่น อาทิ OTOP ภูมิปัญญา ของ อบต. หมู่บ้าน ฯลฯ และธุรกิจท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของเอกชน ได้แก่ รายการข่าวท่องเที่ยว, รายการ Tourism Talks (รายการเชิง สัมภาษณ์ อภิปราย สถานการณ์ท่องเที่ยว), รายการ เปิดบ้าน อบต. (แนะนำแหล่งท่องเที่ยว ของ อบต. ทั่วประเทศ), รายการตามรอย อสท. (ติดตามการเดินทางของนักเขียน อสท.) และจะมีการนำรายการที่เคยเผยแพร่ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์มาแล้ว อาทิ สารคดีเฉลิม

พระเกียรติ, ลินค้าไอทอป, อสท.ท่องเที่ยว, มิสเตอร์ทัวร์, พาทูตเข้าครัวไทย, สยามมีดีโฟกัส ไทยแลนด์, สี่รัฐสโมสร, Y-Channel, Hi-light Thailand เป็นต้น

ระยะเวลาในการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของคณะทำงานที่มาจาก การแต่งตั้งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 ได้มีการปรับเปลี่ยนจาก 12 ชั่วโมงมาเป็น 24 ชั่วโมงนั้น มีสาเหตุมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการขยายเวลาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม และหลังจากที่ได้มีการเปิดสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนั้น พบว่าสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวได้มีส่วนช่วยในการเผยแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่รักและชอบการเดินทางท่องเที่ยวและเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนต่างๆ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นการทำการตลาดกับลูกค้าได้โดยตรงและขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสัญญาณโทรทัศน์ช่องเคเบิลทีวี และ True Vision นั้นได้มีการจัดระดับลูกค้าที่มีกำลังในการซื้อสินค้าและบริการผ่านการบอกรับเป็นสมาชิกของสถานีโทรทัศน์เพราะสมาชิกจะต้องเสียค่าสมาชิกในการรับชมรายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

รูปแบบเนื้อหารายการที่เผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จะมีรูปแบบเนื้อหารายการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ผลิตเองและรายการต่างๆ ที่ผลิตโดยพันธมิตร และมีการแบ่งสัดส่วนช่วงเวลาในการออกอากาศเป็นแบบรายการสดและออกอากาศซ้ำ ซึ่งรายการต่างๆ ที่นำมาออกอากาศนั้น จะเป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวและสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ได้แก่ ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง 11 และ ITV แล้วแต่บริษัทที่ ททท. ทำการว่าจ้างหรือบริษัทที่นำเสนอรายการเข้ามาว่า ได้ทำการตกลงกับสถานีโทรทัศน์ช่องฟรีทีวีไว้อย่างไร เช่น รายการกระตูกหนามเดย์, รายการโมนิก้าพาเที่ยวที่เคยออกอากาศในช่อง ITV ซึ่งรายการบางรายการและโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ได้มีการนำไปออกอากาศเผยแพร่ในช่องอื่นๆ อีกด้วย แต่ระยะเวลาในการออกอากาศและรายละเอียดที่จะนำออกอากาศเผยแพร่นั้น อาจมีความแตกต่างกันออกไปตาม

* รายการที่ผลิตโดยพันธมิตร คือ รายการที่บริษัทต่างๆ มานำเสนอเพื่อนำออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็นรายการที่ rerun และรายการที่มีการ barter กัน

ความเหมาะสมหรืองบประมาณของสื่อที่ได้กำหนดไว้ เพราะถ้านำรายการออกอากาศหรือทำการโฆษณาตามระยะเวลาที่ได้ผลิตจริงออกมานั้น อาจทำให้เสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากเกินกว่างบประมาณที่ได้กำหนดไว้

หลังจากที่ได้มีการอนุญาตให้บริษัทอื่นๆ นำรายการออกอากาศเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวมาได้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง ก็พบว่ารูปแบบเนื้อหาของรายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2550 ไม่ค่อยมีคุณภาพเท่าที่ควรและเป็นการนำเสนอเนื้อหาของรายการที่ไม่สอดคล้องหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบายและพันธกิจของททท. และเมื่อมีการเปิดโอกาสให้บริษัทต่างๆ เข้ามานำเสนอรายการเพื่อออกอากาศ ก็ยังทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาอีกด้วย เพราะบริษัทต่างๆ ก็ต้องการนำรายการของตนเองออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จึงทำให้เนื้อหาของรายการของสถานีโทรทัศน์ฯ มีความหลากหลายมากขึ้นและถูกมองจากสังคมว่าเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อการดำเนินการทางธุรกิจในการหารายได้มากกว่าตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและทำหน้าที่เป็นส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ของ ททท.

ต่อมาช่วงปลายปี พ.ศ. 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวใหม่ โดยยังคงให้คณะทำงานสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวดูแลรับผิดชอบสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเหมือนเดิม และได้มีการแต่งตั้งให้งานสื่อโทรทัศน์เข้ามาทำงานร่วมกับกับคณะทำงานสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจำนวนพนักงานของงานสื่อโทรทัศน์มีจำนวน 5 คน โดยหน้าที่ความรับผิดชอบของงานสื่อโทรทัศน์ คือ เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและควบคุมดูแลรูปแบบเนื้อหาของรายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว และยังถือได้ว่าเป็นการเข้ามาทำหน้าที่ของงานสื่อโทรทัศน์ เปรียบเสมือนเป็นการส่งต่องานทั้งหมดจากคณะทำงานสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวด้วย

และในปี พ.ศ. 2551 นั้น งานสื่อโทรทัศน์ได้เข้ามาบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้นโยบายการบริหารจากฝ่ายบริหารที่ได้กำหนดให้งานสื่อโทรทัศน์เป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมดูแลเนื้อหาของรายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายของ ททท. ภายหลังจากที่งานสื่อโทรทัศน์เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว นั้น ก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหา

รายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์ฯ ก่อนข้างมีความหลากหลายมากจนเกินไป และได้มีการนำรายการเชิงธุรกิจมาออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เช่น รายการโฆษณาบริษัททัวร์ท่องเที่ยว, รายการภาพยนตร์ต่างประเทศและรายการบันเทิงต่างๆ เป็นต้น ซึ่งรายการต่างๆ เหล่านี้เป็นรายการที่บริษัทต่างๆ นำเสนอเข้ามาเพื่อขอทำการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว แต่เนื่องด้วยคณะทำงานนั้นขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการและควบคุมดูแลเนื้อหารายการ เพราะในปีนี้ได้มีบริษัทที่นำเสนอรายการเข้ามาขอเวลาในการออกอากาศผ่านทางสถานีโทรทัศน์ประมาณ 200 กว่ารายการ จึงทำให้ไม่สามารถทำการคัดเลือกเนื้อหา รายการที่สอดคล้องกับนโยบายของ ททท. ได้ทั้งหมดเลยส่งผลให้รูปแบบเนื้อหารายการของ สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวไม่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ รวมทั้งแหล่งชุมชนท้องถิ่นในประเทศได้

ดังนั้นในช่วงปี พ.ศ. 2551 มีเพียงงานสื่อโทรทัศน์เท่านั้นที่เข้ามาทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและควบคุมรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเพียงหน่วยงานเดียว ซึ่งในปีนี้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการต่อสัญญาสัมปทานเข้าซื้อ สัญญาโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวี จากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นจำนวนเงินประมาณ 8 ล้านบาท โดยระยะเวลาในการเช่าสัมปทานปีนี้ จะเป็นการเช่าสัมปทานระยะเวลาเพียง 9 เดือนเท่านั้น เนื่องจากงบประมาณที่จำกัดและรูปแบบเนื้อหารายการในปีที่ผ่านมาที่มีความหลากหลาย มากเกินไป จึงส่งผลให้สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ทำการลดระยะเวลาในการเช่าสัมปทาน สัญญาโทรทัศน์และลดช่วงระยะเวลาในการออกอากาศจากเดิม 24 ชั่วโมง เหลือเพียง 6 ชั่วโมง โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลาคือ 09.00 – 12.00 น. และ 21.00 – 24.00 น. และได้มีการปรับ เนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวใหม่ โดยยึดนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหารายการและในการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อให้ รายการที่ถูกนำเสนอออกไปนั้น สามารถพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนทางการท่องเที่ยวของ ประเทศให้เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้

และการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น ได้มีการมอบหมายให้งานสื่อโทรทัศน์เข้ามาทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและควบคุมรูปแบบเนื้อหารายการของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นงานสื่อโทรทัศน์จึงได้มีการแบ่งรูปแบบของเนื้อหารายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ฯ ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. รายการที่ ททท. ผลิตเอง
 - 1.1. รายการที่ ททท. ผลิตเอง (โดยงานสื่อโทรทัศน์)
 - 1.2. รายการที่ว่าจ้างบริษัทอื่นทำการผลิต
2. รายการที่บริษัทอื่นๆ ผลิตเองและนำเสนอเข้ามาให้กับ ททท.

โดยหลักเกณฑ์ในการคัดสรรและเลือกเนื้อหารายการของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ทางงานสื่อโทรทัศน์จะมอบหมายให้พนักงาน 1 คน เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการคัดสรรและเลือกเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด

“หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหารายการที่จะนำออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนั้น เราจะยึดนโยบายของ ททท. จากวัตถุประสงค์, วิสัยทัศน์และพันธกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และวิธีในการจัดแผนผังรายการนั้น ทางงานสื่อโทรทัศน์จะใช้เกณฑ์เกี่ยวกับโครงการและกิจกรรมของการท่องเที่ยวที่กำหนดออกมาในแต่ละปี ซึ่งถ้าหากช่วงไหนทาง ททท. มีสินค้าตัวใหม่หรือโฆษณาตัวใหม่ที่ต้องการทำการเผยแพร่ออกอากาศ ทางงานสื่อโทรทัศน์ก็จะนำออกอากาศเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว”⁷

ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างผลิตรายการต่างๆ ของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2551 เป็นจำนวนเงินประมาณ 800,000 บาท ซึ่งจะแตกต่างจากค่าจ้างผลิตรายการในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2550 ที่ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างผลิตรายการโทรทัศน์เป็นจำนวนเงิน 2 ล้านบาท เนื่องจากระยะเวลาในการออกอากาศที่ลดลงจึงทำให้ลดค่าใช้จ่าย

⁷ กฤติกา โรจนทรัพย์. เจ้าหน้าที่งานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

ในการว่าจ้างผลิตไปได้มากพอสมควร นอกจากนี้รายการต่างๆ ที่บริษัทอื่นๆ ได้นำเสนอเข้ามาขอเวลาในการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ยังคงมีบริษัทต่างๆ ทำเรื่องเสนอเข้ามาซึ่งทางงานสื่อโทรทัศน์นั้น ก็จะพิจารณาตรวจสอบดูว่าเนื้อหารายการสอดคล้องกับนโยบายของ ททท. และเป็นเนื้อหารายการเกี่ยวกับทางด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ ถ้าหากรายการที่นำเสนอเข้ามานั้นตรงกับหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเนื้อหารายการ ทางงานสื่อโทรทัศน์ก็จะขอความร่วมมือจากบริษัทให้มีการนำเสนอโลโก้ของ ททท. และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับทาง ททท. ด้วย

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2551 งานสื่อโทรทัศน์ได้ทำกิจกรรมชิงรางวัลเพื่อทำการวัดจำนวนผู้ชมของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว โดยให้ผู้ชมสามารถร่วมเล่นเกมส์และร่วมสนุกกับรายการต่างๆ ของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จากการตอบคำถามชิงรางวัลกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลที่ได้รับจากการร่วมทำกิจกรรมในครั้งนี้ พบว่า ไม่มีผู้ร่วมเล่นเกมส์กับทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเลย และหลายครั้งที่งานสื่อโทรทัศน์พยายามทำการวัดจำนวนผู้ชมในลักษณะทางอ้อม เพื่อดูว่าสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว มีจำนวนผู้ชมในปัจจุบันเท่าไร ดังนั้นถ้าหากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการว่าจ้างบริษัทวิจัยมาทำการวิจัยจำนวนผู้ชมของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว อาจจะทำให้ ททท. สามารถเข้าใจและรับทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ว่าต้องการให้มีรูปแบบเนื้อหารายการอย่างไร และต้องการให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขตรงส่วนใดบ้าง เพื่อให้สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จในการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

และในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 นั้น ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ได้มีการต่อสัญญาสัมปทานเช่าซื้อสัญญาณสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นจำนวนเงินประมาณ 5 ล้านบาท แต่ระยะเวลาในการเช่าซื้อสัญญาณลดลงจากเดิม 9 เดือน เหลือเพียง 6 เดือนเท่านั้น และช่วงระยะเวลาในการออกอากาศยังเป็น 6 ชั่วโมงเหมือนเดิมและงานสื่อโทรทัศน์ก็ยังคงมีบทบาทหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบบริหารจัดการและควบคุมรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว โดยที่รูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวก็ยังคงมีการปฏิบัติให้เกิดความสอดคล้องกับนโยบายของ ททท. ซึ่งหลังจากที่ได้มีการลดระยะเวลาในการออกอากาศลงเหลือเพียง 6 ชั่วโมง ได้ส่งผลให้บริษัท ทีเอทีวี จำกัด ทำการขายช่วงเวลาออกอากาศที่เหลือของทาง

สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวให้กับบริษัทอื่นแทน ทำให้มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับพุทธศาสนา ออกอากาศเผยแพร่ในช่วงเวลา 24.00 – 09.00 น. และ 12.00 – 21.00 น. ในสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จึงทำให้รูปแบบเนื้อหารายการของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เพราะกลุ่มผู้ชมเริ่มสงสัยและเกิดความสับสนกับรูปแบบเนื้อหา รายการของทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ต่อมางานสื่อโทรทัศน์จึงขอความร่วมมือให้ทางบริษัท ทีเอทีวี จำกัด นำโลโก้ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวออกในช่วงเวลาที่ไม่ได้เป็นเนื้อหา รายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

และต่อมาในปี พ.ศ. 2552 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคงต่อสัญญา สัมปทานเช่าซื้อสัญญาณสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นจำนวนเงินประมาณ 5 ล้านบาท และระยะเวลาในการออกอากาศ 6 ชั่วโมง มาจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด โดยงานสื่อโทรทัศน์ มีหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบในการบริหารจัดการและควบคุมเนื้อหา รายการของสถานีโทรทัศน์ เพื่อการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ซึ่งรูปแบบเนื้อหา รายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จะเน้นรายการที่ ททท. เป็นผู้ผลิตเองและทำการว่าจ้างบริษัทอื่นผลิต ส่วนเนื้อหา รายการที่บริษัทอื่นนำเสนอเข้ามานั้นก็ยังมีการนำออกอากาศเผยแพร่อยู่ แต่เนื้อหา รายการที่จะนำ ออกอากาศต้องเป็นรายการที่สอดคล้องกับนโยบายของ ททท. และมีเนื้อหา รายการเกี่ยวกับ ด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้งานสื่อโทรทัศน์ยังได้มีการนำเนื้อหา รายการที่ออกอากาศเผยแพร่ ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวไปออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (TPBS)

4.6. งบประมาณและค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย⁸

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นรัฐวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐบาล เพื่อเป็นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานส่วนหนึ่ง และมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อหารายได้ส่วนหนึ่ง การดำเนินงานมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณี พัฒนาการท่องเที่ยว อำนวยความสะดวก ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนกำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครอง กระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคมโดยรวมของประเทศ

ในงานวิจัยครั้งนี้ได้มีการอธิบายถึงรายละเอียดค่าใช้จ่ายก่อนและหลังของการเช่าซื้อสัญญาโทรทัศน์มาจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด โดยในปี พ.ศ. 2543 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เป็นผู้ให้การสนับสนุนรายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นระยะเวลาประมาณ 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 – 2548 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องจ่ายเงินให้การเป็นผู้สนับสนุนรายการให้กับทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นจำนวนเงินประมาณ 12 ล้านบาท (ปีละ 2 ล้านบาท) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการเช่าซื้อสัญญาโทรทัศน์ระบบเคเบิลทีวีและทรูวิชั่นส์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงตัวเลขค่าใช้จ่ายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องจ่ายเงินในการผลิตและการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อท่องเที่ยว

⁸ เอกสารประกอบเรื่องงบประมาณในการซื้อสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์, “กิจกรรมแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”.

แผนผังโครงสร้างในการบริหารจัดการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ภายใต้การดำเนินงานของ ททท.

ช่วงระยะเวลา	หน่วยงานที่เข้ามา ดูแลรับผิดชอบ	ค่าเช่าซื้อ สัญญาณโทรทัศน์	ระยะเวลาใน การเช่าซื้อสัญญาฯ	ค่าจ้างผลิต ในการรายการ	ระยะเวลาใน การออกอากาศ	รูปแบบเนื้อหารายการ
พ.ศ. 2549 (ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2549 ถึงวันที่ 31 ธ.ค. 2549)	สำนักเลขาผู้ว่าการ	10 ล้านบาท	1 ปี	2 ล้านบาท	12 ชั่วโมง	ททท. ผลิตเองและรายการ ของช่องฟรีทีวี
	กลาง ปี พ.ศ. 2549 คณะทำงาน					
พ.ศ. 2550 (ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2550 ถึงวันที่ 31 ธ.ค. 2550)	คณะทำงาน	10 ล้านบาท	1 ปี	2 ล้านบาท	24 ชั่วโมง	ททท. ผลิตเองและพันธมิตร (เกิดความหลากหลาย)
	ปลายปี พ.ศ. 2550 คณะทำงานและ งานสื่อโทรทัศน์					
พ.ศ. 2551 (ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. 2551 ถึงวันที่ 31 ก.ย. 2551)	งานสื่อโทรทัศน์	8 ล้านบาท	9 เดือน	1.5 ล้านบาท	6 ชั่วโมง	ททท. ผลิตเองและพันธมิตร (มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา รายการ)
กลางปี พ.ศ. 2551 (ตั้งแต่วันที่ 1 ต.ค. 2551 ถึงวันที่ 31 มี.ค. 2552)	งานสื่อโทรทัศน์	5 ล้านบาท	6 เดือน	800,000 บาท	6 ชั่วโมง	ททท. ผลิตเองและพันธมิตร (เป็นไปตามนโยบายของ ททท.)
พ.ศ. 2552 (ตั้งแต่วันที่ 1 เม.ย. 2552 ถึงวันที่ 31 ต.ค. 2552)	งานสื่อโทรทัศน์	5 ล้านบาท	6 เดือน	800,000 บาท	6 ชั่วโมง	ททท. ผลิตเองและพันธมิตร (เป็นไปตามนโยบายของ ททท.)

ตารางที่ 4 แผนผังโครงสร้างการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

จากตารางแผนผังโครงสร้างการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ได้แสดงค่าใช้จ่ายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องจ่ายเงินให้กับบริษัท ทีเอทีวี จำกัด ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549 - 2552 พบว่า ททท. ได้ทำการเช่าซื้อสัญญาอนุญาตโทรทัศน์มาจากบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เป็นจำนวนเงินปีละ 10 ล้านบาท นอกจากนั้นในแต่ละปี ททท. จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นจำนวนเงิน 2 ล้านบาท ซึ่งจากตารางนี้แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องสูญเสียเงินในการเช่าซื้อช่องสัญญาอนุญาตโทรทัศน์ในระยะเวลา 4 ปี เป็นเงินจำนวนไม่น้อยกว่า 40 ล้านบาท และค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นจำนวนเงินประมาณ 7 ล้านบาท รวมทั้งสิ้นเป็นจำนวนเงินโดยประมาณ 47,000,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นเงินจำนวนมากพอสมควรที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องจ่ายเงินให้กับบริษัท ทีเอทีวี จำกัด จึงถือได้ว่าเหตุผลที่บริษัท ทีเอทีวี จำกัด ตัดสินใจขายช่องสัญญาอนุญาตโทรทัศน์ให้กับ ททท. เพราะความคุ้มค่าและเงินจำนวนมากที่ทางบริษัท ทีเอทีวี จำกัด ได้รับจากการเปิดช่องสัญญาอนุญาตโทรทัศน์นั่นเอง

4.7. ลักษณะของการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวของงานสื่อโทรทัศน์สามารถอธิบายได้ดังนี้

- งานสื่อโทรทัศน์ มีหน้าที่ในการดำเนินงานตามโครงสร้างการทำงานของ ททท. ดังต่อไปนี้
 1. ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วางแผน/ประสานงาน และควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ที่องค์กรว่าจ้างให้ดำเนินงาน โดยนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับแผนตลาด
 2. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว ข่าวสารการท่องเที่ยว กิจกรรมทางการตลาด และสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อนำมาจัดรายการและเผยแพร่ผ่านสื่อรายการที่จัดจ้าง
 3. จัดทำสโปตโทรทัศน์เผยแพร่กิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งการวางแผนการออกอากาศในรายการที่จัดจ้าง
 4. วิเคราะห์ และติดตามประเมินผลรายการโทรทัศน์ที่องค์กรว่าจ้าง เพื่อนำมาปรับปรุงรายการให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายสูงสุด
 5. ศึกษาและติดตามความก้าวหน้าของสื่อโทรทัศน์ เพื่อนำมาประกอบการดำเนินงาน

6. จัดทำแผนวางนโยบาย ควบคุมการทำงานให้รายการโทรทัศน์ที่องค์กรว่าจ้างผลิต เนื้อหารายการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรกระจายข่าวสาร กรณีที่มีเหตุการณ์ อุกฉิม แรงด่วน เนื่องจากเป็นสื่อที่มีจำนวนกลุ่มเป้าหมายสูงสุด
7. ปฏิบัติงานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

กลุ่มงานบริหารจัดการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการบริหารจัดการ ให้งานสื่อโทรทัศน์ ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของงานด้านการสื่อสารการตลาด ซึ่งมีจำนวน พนักงาน 5 คน มาทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบและควบคุมสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว และงาน สื่อโทรทัศน์จะทำหน้าที่ในการดูแลรูปแบบเนื้อหารายการและควบคุมดูแลสถานีโทรทัศน์เพื่อ การท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายของ ททท. ที่ทำหน้าที่ด้านการบริหารจัดการตลาด การท่องเที่ยวของประเทศไทย ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของ ททท. ให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศไทย ในการชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น

ลักษณะของขั้นตอนในการดำเนินงานของงานสื่อโทรทัศน์ภายหลังจากที่ได้รับ มอบหมายหน้าที่จากฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้น⁹ หัวหน้างานสื่อโทรทัศน์จะเป็นผู้แบ่ง หน้าที่ความรับผิดชอบให้เจ้าหน้าที่จากงานสื่อโทรทัศน์ 1 คน มาทำหน้าที่ในการดูแลและควบคุม สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว โดยมาเป็นผู้กำหนดรูปแบบและควบคุมดูแลเนื้อหารายการ ทั้งหมด รวมทั้งรายการอื่นๆ ที่มีบริษัทต่างๆ นำเสนอเข้ามาซึ่งมีจำนวนรายการที่ถูกนำเสนอเข้ามา ให้คัดเลือกประมาณ 200 กว่ารายการ เพื่อขอทำการเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อ การท่องเที่ยว โดยที่รูปแบบเนื้อหารายการต่างๆ นั้น ต้องสอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เป็นองค์การที่ไม่แสวงหารายได้ และทำหน้าที่ใน การเป็นตัวแทนสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ หลังจากที่ได้มี การกำหนดรูปแบบเนื้อหาของรายการเรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่จะดำเนินการส่งข้อมูลรายละเอียด ในการออกอากาศและเนื้อหารายการทั้งหมดให้กับบริษัท ทีเอทีวี จำกัด เพื่อทำหน้าที่ใน การเผยแพร่ออกอากาศสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งรายการบางรายการที่ได้เผยแพร่

* งานสื่อโทรทัศน์เข้ามาทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบสถานีโทรทัศน์ ช่วงปลายปี พ.ศ. 2550

⁹ ประเสริฐ วรพิทักษ์ และกฤติกา โรจนทรัพย์, สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552

ออกไปนั้น จะมีเนื้อหารายการที่มาจากการผลิตของงานสื่อโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตเอง และทำการจัดจ้างบริษัทอื่นมาทำหน้าที่ในผลิตรายการแทนด้วยงบประมาณในการผลิตประมาณ 8 แสนบาท - 1 ล้านบาทต่อปี เพราะงบประมาณที่จำกัดและอุปสรรคในการผลิตที่ไม่เพียงพอ จึงทำให้มีข้อจำกัดในการผลิตสื่อเอง และจำนวนบุคลากรภายในงานสื่อโทรทัศน์ที่มีเพียง 5 คน เท่านั้นและทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่ในการผลิตสื่อโทรทัศน์ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเจ้าหน้าที่เหล่านี้ยังคงต้องทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบงานหลักที่ได้รับมอบหมายและโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ของ ททท. ในแต่ละปีที่มีค่อนข้างมาก จึงทำให้ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่เท่าที่ควร

“สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนี้ งานสื่อโทรทัศน์ได้รับหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบจากผู้บริหารของ ททท. โดยที่ทางเราเองจะทำหน้าที่ในการควบคุมดูแลเนื้อหารายการและทุกอย่างของสถานีเพื่อการท่องเที่ยวเองทั้งหมด แต่ทางบริษัท ทีเอทีวี จะเป็นผู้นำรายการของเราออกอากาศ ซึ่งในสมัยก่อนที่สถานีเพื่อการท่องเที่ยวนี้จะส่งต่อมาให้ทางเรารับผิดชอบดูแลนั้น ทาง ททท. จะมีการตั้งคณะทำงานขึ้นมา เป็นทีมงาน ซึ่งคนส่วนใหญ่ที่เข้ามาทำงานนั้น จะมาจากเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ มารวมตัวกันและแบ่งหน้าที่รับผิดชอบกันออกไป แต่มันก็ไม่ดีเท่าที่ควร เพราะแผนผังรายการที่ออกมามันไม่เหมาะสม และทำให้คนอื่นมองว่าเราทำการค้าธุรกิจในการขายช่วงเวลาของสถานีฯ ซึ่งจริงๆ แล้ว เราไม่เคยเอาสถานีโทรทัศน์ฯ นี้ มาทำธุรกิจการค้าเลยแม้แต่หน่อย เพราะทุกอย่างที่เราทำมันจะเป็นในลักษณะของการ Barter หรือไม่ก็จ้างบริษัทอื่นๆ ผลิตรายการแทน และการที่จำนวนคนรับผิดชอบเพียง 5 คน ยิ่งทำให้งานสื่อโทรทัศน์ต้องทำงานหลักในส่วนอื่นๆ อีก ทำให้ดูแลได้ไม่ดีพอ แต่ทางงานสื่อโทรทัศน์ก็พยายามทำอย่างเต็มที่ เพราะตั้งแต่งานสื่อโทรทัศน์เข้ามาดูแลรับผิดชอบ ทางงานสื่อโทรทัศน์ก็ปรับเปลี่ยนทุกอย่างหมด ตั้งแต่รูปแบบเนื้อหารายการและแผนผังรายการจากรายการที่มีเนื้อหาหลากหลายมาเป็นการคัดเลือกเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับนโยบายของ ททท. นอกจากนั้นถ้าบริษัทอื่นๆ ต้องการนำรายการออกอากาศ แต่ถ้ารายการนั้น ๆ ไม่สามารถตอบสนองต่อนโยบายของ ททท. ได้ งานสื่อโทรทัศน์ก็จะทำการคัดออก เพราะต้องยอมรับว่าการที่ไม่ได้เริ่มต้นมาตั้งแต่แรกจึงทำได้แค่ทำให้ดีที่สุด และทำให้สถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นการตอบสนองต่อนโยบายของ ททท. ที่ได้กำหนดไว้”¹⁰

¹⁰ ประเสริฐ วรพิทักษ์. หัวหน้างานสื่อโทรทัศน์. สัมภาษณ์, 17 กุมภาพันธ์ 2552.

4.8. รูปแบบเนื้อหารายการและตัวอย่างรายการที่มีการนำเสนอเข้ามาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

4.8.1. รูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

ต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายและข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

1. ภารกิจต่างๆ ของ ททท. และกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน
2. ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจในท้องถิ่นต่างๆ อาทิ OTOP ภูมิปัญญา ของ อบต. หมู่บ้าน ฯลฯ
3. ธุรกิจท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของเอกชน
4. ความรู้ทางการท่องเที่ยว และความบันเทิง

สำหรับรูปแบบเนื้อหารายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จากตัวอย่างรายการที่ได้ทำการยกตัวอย่างมานั้น ก็เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบรายการของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ว่ารูปแบบเนื้อหารายการต่างๆ ที่ได้ผลิตออกมานั้น ล้วนแต่เป็นการตอบสนองต่อนโยบาย วิสัยทัศน์และพันธกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งสิ้น โดยที่วิธีการในการคิดสรรและจัดทำรูปแบบแผนผังของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ทางงานสื่อโทรทัศน์จะนำนโยบายของ ททท. มาเป็นหลักในการบริหารจัดการสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรองได้อย่างเต็มที่ และสามารถสร้างความเข้าใจอันดีทางด้านการท่องเที่ยวได้

ตัวอย่างรูปแบบเนื้อหารายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

1. ข่าว

เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของ ททท. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายหลักและรอง สามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน เช่น Travel News, ทันข่าวท่องเที่ยว เป็นต้น

รายการ Travel News



เป็นการรายงานข่าวทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย โดยมีการนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถเข้าใจและรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว

รายการทันข่าวท่องเที่ยว



เป็นการรายงานข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว โดยเป็นการรายงานภาคภาษาไทย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว สามารถรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทางการท่องเที่ยวของ ททท.

2. สนทนาเชิงข่าว

เป็นการพูดคุยสนทนาเกี่ยวกับประเด็นที่สำคัญต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวในขณะนั้น เช่น กลยุทธ์ทางการตลาด, แนวโน้มและประเภทของนักท่องเที่ยวหรือการพัฒนาธุรกิจเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น Tourism Talk, สนทนาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

รายการ Tourism Talk



เป็นการพูดคุยถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สำคัญทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวและทิศทางทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว

3. สารบันเทิง

การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยเน้นกิจกรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้และเป็นการเพิ่มความสนุกสนานในการท่องเที่ยว เช่น กระตุกหนามเตย, โมนิก้าพาเที่ยว และตะลุยทั่วโลก เป็นต้น

4. สารคดี

รายการเชิงสารคดี ที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและพาไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ และส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ดูแลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ตามรอย อสท., สารคดีท่องเที่ยว, เปิดบ้าน อบต. เป็นต้น

รายการเปิดบ้าน อบต.



เป็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ และอธิบายถึงประวัติศาสตร์ ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในทุกภูมิภาคของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง

รายการ ตามรอย อสท.



เป็นการพาไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยเป็นการพาไปท่องเที่ยวและใช้ชีวิตในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้สามารถรับรู้และสัมผัสถึงความเป็นอยู่และวัฒนธรรมในชุมชนนั้นๆ เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจอันดีทางการท่องเที่ยว

5. วาไรตี้

เนื้อหารายการที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้ความเข้าใจต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น On the Road, The Destination เป็นต้น

รายการ The Destination



รายการแนะนำสถานที่และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในช่วงเทศกาลและกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจในแต่ละช่วงฤดูกาลทางการท่องเที่ยว

ตัวอย่างรายการที่บริษัทอื่นๆ นำเสนอ

ตัวอย่างที่ 1

"Tourism talk" สนทนาประชาสัมพันธ์

เสนอ

"การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย"

ผลิตโดย

บริษัท 108 1900 มีเดีย จำกัด

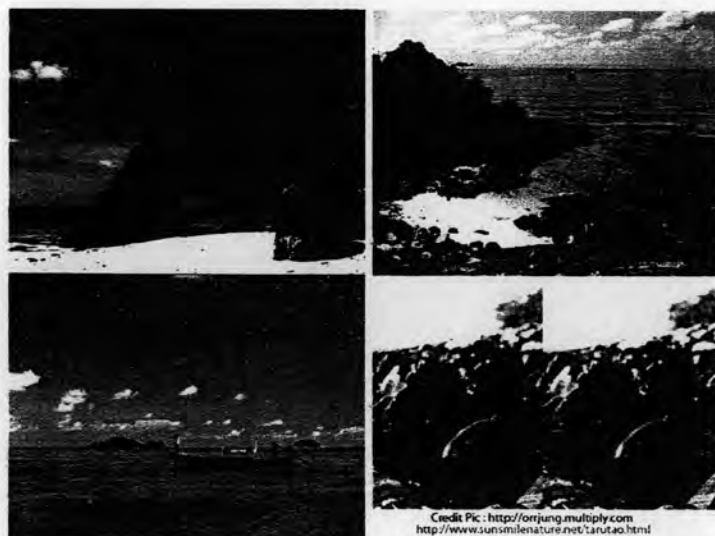
ความเป็นมา

ประเทศไทย...แหล่งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีภูมิประเทศอันสวยงาม ประกอบไปด้วยความหลากหลายทางกายภาพ อาทิ ม่านหมอกแห่งขุนเขาภาคเหนือ ที่ราบสูงภาคอีสานแหล่งประวัติศาสตร์โลกดึกดำบรรพ์ แหล่งวัฒนธรรมวิถีไทยในภาคกลางและน้ำทะเลใสหาดทรายขาวอ่าวไทยอันดามัน จรดด้ามขวานทอง เหล่านี้นับเป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจของคนไทยทั้งประเทศซึ่งมีมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน เส้นที่ดึงดูดความสนใจจากชาวต่างชาติทั่วโลกให้เดินทางมาสัมผัสกับธรรมชาติและวิถีประเพณีไทยกว่า 10 ล้านคน โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยนั้นมีมูลค่าสูงกว่าหลายแสนล้านบาทต่อปีนับได้ว่ารายได้ จากการขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นส่วนสำคัญยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย



ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของภาวะเศรษฐกิจของไทยที่ไม่อาจเติบโตได้ หากปราศจากภาคบริการด้านการท่องเที่ยว นโยบายเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการเพื่อมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มีคุณภาพเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น มีทิศทางการทำงานที่แน่ชัด ภายใต้ภาพลักษณ์ของไทย "Happiness on Earth" ผ่านสินค้าการท่องเที่ยวอันหลากหลาย อาทิ กลุ่มสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ชายทะเล ป่าเขา อุทยาน ประวัติศาสตร์ แหล่ง Shopping อาหาร สปา สนามกอล์ฟ และกลุ่มสินค้าใหม่ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เส้นทางโอทอป เส้นทางมรดกโลก ความสนใจเฉพาะด้าน เช่น Medical Tourism, Eco-tourism & Self Adventure, Agro tourism กิจกรรมการท่องเที่ยวตามเทศกาลงานประเพณี โดยสินค้าท่องเที่ยวที่นำเสนอมีคุณค่าและคุ้มค่าแก่การมาเยือน มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มรายได้เป็นเงินตราเข้าสู่ประเทศกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศและกระจายรายได้สู่ภูมิภาคจากการส่งเสริมให้คนไทยเที่ยวในประเทศมากขึ้น

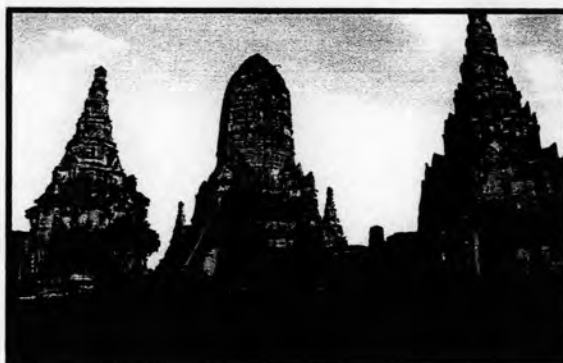
และความจำเป็นอย่างยิ่งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของทั้งภาครัฐและเอกชนที่จัดกิจกรรมและโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบและกระตุ้นความสนใจให้เกิดการท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ก้าวสู่มาตรฐานที่มีคุณภาพและเป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก



Credit Pic: <http://orjung.multiply.com>
<http://www.sunsmilenature.net/tarutao.html>

บริษัท 108 1900 มีเดีย จำกัด พร้อมเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ภารกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้เกิดความรับรู้เป็นอันหนึ่งอันเดียวและสานต่อโครงการท่องเที่ยวในประเทศ โดยนำเสนอผ่านรายการ "Tourism Talk" สันทนาการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์



1. เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนทุกหน่วยงานที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อันเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ภาคบริการชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการพัฒนาตัวเอง ให้ก้าวสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวระดับสากล
3. เพื่อประชาสัมพันธ์นโยบายสำคัญเร่งด่วนหรือแนวทางการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ภารกิจหรือกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้รับทราบและให้เกิดความร่วมมือในการดำเนินโครงการต่างๆ
4. เพื่อเป็นสื่อกลางการประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจกับประชาชนและนักท่องเที่ยว ในกรณีเกิดปัญหาด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ นำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม



รูปแบบและรายละเอียดรายการโทรทัศน์

วิธีการนำเสนอ	วาไรตี้ทอล์ก รายการ "Tourism Talk"
ความยาว	ประมาณ 22 นาที
ผู้ดำเนินรายการ	พิธีกรหญิงมากความสามารถ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีปฏิภาณไหวพริบ มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างดีและเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป
กลุ่มเป้าหมาย	นักท่องเที่ยวภาคราชการ ภาคเอกชน กลุ่มองค์กรเอกชน เยาวชน นักเรียน นิสิตนักศึกษาและประชาชนทั่วไป

เนื้อหารายการ

นำเข้ารายการด้วยไตเติ้ลภาพบรรยากาศที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม อาทิ น้ำตก ภูเขา ทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีพื้นเมืองต่างๆ อาทิ เวียงกุมกาม วัดบริเวณข่วงเมืองน่าน ประเพณีผีตาโชน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเฉพาะด้าน อาทิ แหล่งช้อปปิ้ง สนามกอล์ฟ รีสอร์ทและสปา



เปิดรายการ "Tourism Talk" โดยพิธีกรดำเนินรายการ สนทนากับแขกรับเชิญและนำเข้ารายการด้วยการแนะนำโครงการส่งเสริมท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่จัดขึ้น โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงโครงการหรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเอกชน หรือประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ เพื่อบอกกล่าวและชี้แจงถึงปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงทิศทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมสอดคล้องกับข้อเท็จจริงและปัญหาที่เกิดขึ้น ในสถานการณ์ช่วงเวลานั้นอย่างกระจ่างชัด ซึ่งผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีประสบการณ์และความชำนาญในการดำเนินรายการ อีกทั้งยังมีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอีกด้วย

รายการ "Tourism Talk" มีรูปแบบเป็นรายการสนทนาสด ซึ่งมีเนื้อหาในเชิงประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ที่น่าสนใจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การดำเนินงานตามนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและชาวความเคลื่อนไหวภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงประเด็นปัญหาด้านต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ร้องเรียนเข้ามา ด้วยข้อมูลข้อเท็จจริงและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาที่เกิดขึ้น ในลักษณะการพูดคุยชี้แจงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน บอกกล่าวและเชิญชวนให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้น

เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นอย่างชัดเจน หรือในกรณีเร่งด่วนที่จะต้องชี้แจงประเด็น ข้อเสนอหรือการให้ความกระจ่างแก่ประชาชน ทางรายการ "T o u r i s m T a l k" จึงได้เชิญผู้บริหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องราวที่น่าเสนอในตอนนั้นๆ มาสัมภาษณ์สด ในรายการ เพื่อชี้แจงรายละเอียดของโครงการ อาทิ ที่มา วัตถุประสงค์ รูปแบบงาน ที่จัด กำหนดการจัดงาน สิ่งที่จัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับงานนั้น ๆ รวมถึงประเด็นข้อสงสัยจาก นักท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนที่สนใจเข้าร่วมโครงการที่ทางการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยได้จัดขึ้น ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

ปิดท้ายรายการด้วยการเสนอปฏิทินท่องเที่ยว ให้ประชาชนทราบถึงโครงการ หรือเทศกาลต่างๆ ที่กำลังจะจัดขึ้นในครั้งช่วงเวลานั้นๆ แทรกข้อคิด หรือการปฏิบัติตนที่ถูกต้อง และเหมาะสมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย

ภาพประกอบรายการ

ภาพที่เผยแพร่ออกอากาศจะเป็นภาพการสนทนาสดในห้องจัดรายการผู้ดำเนิน รายการและแขกรับเชิญที่มาให้สัมภาษณ์นั่งพูดคุยกัน ในลักษณะผ่อนคลายในรูปแบบ สาระบันเทิง ซึ่งจะมีทั้งเนื้อหาในส่วนของประชาสัมพันธ์โครงการตามเทศกาลต่างๆ ในฤดูกาลท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละภาคแต่ละจังหวัด ซึ่งนอกจากภาพการพูดคุย กันในรายการแล้ว ทางรายการ "T o u r i s m T a l k" ยังได้แทรกภาพการเตรียมงานของ เจ้าหน้าที่และภาพเหตุการณ์จริงและบรรยากาศที่เกิดขึ้นในเทศกาลหรือโครงการนั้นๆ ในปีที่ผ่านมา ด้วย เพื่อเป็นการตอกย้ำและเชิญชวนให้ผู้สนใจไปร่วมงาน เทศกาลนั้นมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

ในส่วนของการสนทนาสดในห้องจัดรายการทางรายการจะเชิญผู้บริหารหรือ ผู้ที่รับผิดชอบในโครงการต่างๆ ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดขึ้น รวมทั้ง ภาคเอกชน ที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อสัมภาษณ์ถึงที่มาของโครงการ วัตถุประสงค์ ของโครงการกำหนดการต่างๆ ที่จะจัดขึ้นภายในงาน รวมถึงรายละเอียดทั้งหมดที่จะ ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนที่รับชมรายการได้เข้าร่วมกับโครงการของการท่องเที่ยว แห่ง ประเทศไทย



นอกจากนี้ หากมีประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ทางรายการจะเชิญเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมาพูดคุยและชี้แจงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงเสนอแนะวิธีแก้ไขที่ถูกต้องเหมาะสมอย่างกระจ่างชัด

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ชาวไทยและนักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวภายในประเทศ โครงการและกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชนและสามารถนำข้อมูลนั้นมาประกอบการตัดสินใจเพื่อเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้
2. เกิดการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ภาคบริการ ชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการพัฒนาตัวเองให้ก้าวสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวระดับสากล
3. ประชาชนรับทราบถึงนโยบายสำคัญเร่งด่วนและแนวทางการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ภารกิจ กิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและให้ความร่วมมือในการดำเนินโครงการต่างๆ เป็นอย่างดี
4. ปัญหาที่ได้รับการร้องเรียนด้านการท่องเที่ยวได้รับการชี้แจงอย่างกระจ่างชัดและแก้ไขจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นรูปธรรม อย่างถูกต้องเหมาะสม

ตัวอย่างที่ 2

รายการ "ทันข่าวท่องเที่ยว"

หลักการและเหตุผล

นโยบายหลักของรัฐบาลที่กำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้มีอยู่หลายประการด้วยกัน การสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศก็นับเป็นนโยบายหลักที่รัฐบาลจะให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นรายได้หลักที่ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและเอกชน ดังนั้นการนำเสนอนโยบาย แนวคิดและวิธีการในการสนับสนุน โครงการท่องเที่ยวทั่วไทย ให้แก่ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ จึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้โครงการดังกล่าวได้รับการสนับสนุน เกิดการประสานงานระหว่างผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งกำหนดให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นวาระแห่งชาติ โดยทุกหน่วยงานต้องให้ความร่วมมือและสนับสนุน ภารกิจต่างๆ ให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอย่างเต็มที่ด้วย



วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจในด้านข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. สร้างกระแสและการรับรู้ข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อเป็นการนำเสนอนโยบายและกิจกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ประชาชนได้รับทราบ
4. เพื่อให้ประชาชนได้ทราบว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวในประเทศไทยของเราเพิ่มมากขึ้น
5. เป็นสื่อกลางในการประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

รูปแบบและประเด็นการนำเสนอ

- นำเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหว กิจกรรม การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย
- พยากรณ์อากาศ ปฏิทินการท่องเที่ยว
- เกร็ดความรู้ทางการท่องเที่ยว ข้อมูลตัวเลข สถิติ นักท่องเที่ยว ตัวเลข รายได้ ที่เกิดขึ้นจาก EVENT ต่างๆ
- สารคดีเชิงข่าว (SCOOP)



ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รับทราบข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวภายในประเทศ โครงการและกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งจัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และธุรกิจการท่องเที่ยวภาคเอกชน และสามารถนำข้อมูลนั้นมาตัดสินใจ เพื่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้
2. ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ภาคบริการชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการพัฒนาตัวเองให้ก้าวสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวระดับสากล
3. ประชาชนได้ทราบถึงนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว การกิจกรรมพิเศษของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและให้ความร่วมมือในการดำเนินโครงการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี
4. ปัญหาที่ได้รับเรื่องการเรียนรู้ได้รับการชี้แจงอย่างกระจ่างชัดและแก้ไขจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นรูปธรรมอย่างถูกต้องเหมาะสม

4.8.2. เปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหารายการที่ออกอากาศเผยแพร่กับ วัตถุประสงค์ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว

<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเป็นการเปิดช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและนโยบายต่างๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้กว้างขวางและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น 2. ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในการเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ 3. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างกว้างขวางมากขึ้น 4. เป็นสื่อกลางในการร้องเรียน, แก้ไขวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวตลอดจนแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว, การเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ที่กระทบต่อการท่องเที่ยว ฯลฯ 5. เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของ อบต. และจังหวัดต่างๆ แก่ นักท่องเที่ยว 	
ชื่อรายการ	ความสอดคล้องต่อ วัตถุประสงค์ของ TATV
รายการที่ออกอากาศ ปี พ.ศ. 2549	
รายการ 1 นาทีกับ ททท.	ข้อ 1, 2, 3, 4, 5
รายการ Dream Of Paradise	ข้อ 3
รายการ FOCUS THAILAND	ข้อ 1, 4
รายการ MR. TOUR	ข้อ 3
รายการ ON THE ROAD	ข้อ 3
รายการ OTOP	ข้อ 2, 5
รายการ Tourism Talk สนทนาปราสาทท่องเที่ยว	ข้อ 1, 2, 4, 5
รายการ Y - CHANNEL	ไม่สอดคล้อง
รายการ อสท. ท่องไทย	ข้อ 2, 3, 5
รายการ NU-PLACE	ไม่สอดคล้อง
รายการคนรักจักรยาน	ข้อ 3
รายการตะลุยทั่วโลก	ข้อ 3
รายการตามรอย อสท.	ข้อ 3, 5
รายการดีลิ่งจู้ย	ไม่สอดคล้อง
รายการทรัพย์สินแผ่นดิน	ข้อ 3
รายการทันข่าวท่องเที่ยว	ข้อ 1, 2, 4, 5
รายการเที่ยวเมืองไทยในมุมมองใหม่	ข้อ 3
รายการไทยแลนด์ทัวร์	ข้อ 3
รายการนำร่องนำรู้	ไม่สอดคล้อง
รายการเปิดบ้าน อบต.	ข้อ 2, 3, 5
รายการพริตตี้ไกด์ไทยแลนด์	ข้อ 3

รายการพาดหัวข่าวไทยเที่ยวงานเทศกาล	ข้อ 3
รายการโมนิกา พาเที่ยว	ข้อ 3
รายการสยามมีดี	ข้อ 1, 3
รายการสัจจะชีวิตกับเมธีศพร	ไม่สอดคล้อง
รายการสายด่วนโลกกีฬา	ไม่สอดคล้อง
รายการสารคดีท่องเที่ยว	ข้อ 1, 3
รายการสี่รัฐสโมสร	ไม่สอดคล้อง

รายการที่ออกอากาศ ปี พ.ศ. 2550	
รายการ 1 ในไทยแลนด์	ข้อ 3
รายการ 50 ปี วัดไทยพุทธคยา	ไม่สอดคล้อง
รายการ ADVENTURE MEN	ข้อ 3
รายการ Focus Thailand	ข้อ 1, 4
รายการ My Weak Point	ข้อ 3
รายการ On the Road	ข้อ 3
รายการ Social News	ข้อ 1, 3
รายการ Tourism Talk	ข้อ 1, 2, 4, 5
รายการ WonderFul Time	ข้อ 3
รายการ Zoom Zoom Thailand	ข้อ 1, 3
รายการ อสท. ท่องไทย	ข้อ 2, 3, 5
รายการกระต๊อหนามเตย	ไม่สอดคล้อง
รายการก่อนลือหมูน	ข้อ 3
รายการกีฬาลีลาศ	ไม่สอดคล้อง
รายการกุสุมาพาดูเที่ยวไทย	ข้อ 1, 3
รายการคนรักจักรยาน	ข้อ 3
รายการตะลุยทั่วโลก	ข้อ 3
รายการตามรอย อสท.	ข้อ 3, 5
รายการดีลขงจู้	ไม่สอดคล้อง
รายการทันข่าวท่องเที่ยว	ข้อ 1, 2, 4, 5
รายการเที่ยวชิมริมทาง	ข้อ 3
รายการเที่ยวละไมไทยแลนด์เวิร์ด	ข้อ 3
รายการเที่ยวลากสไตส์สบาย อรปรียา	ไม่สอดคล้อง
รายการบ้านคุ้ม	ไม่สอดคล้อง
รายการบินไปกลับขับรถเที่ยว	ข้อ 3
รายการเปิดบ้าน อบต.	ข้อ 2, 3, 5
รายการเปิดม่านโลก	ข้อ 3
รายการฟินงวันหยุด	ไม่สอดคล้อง
รายการภาษาปาร์ตี้	ไม่สอดคล้อง
รายการรู้เรื่องเมืองไทย	ข้อ 2, 3, 5

รายการศูกร์แสนสุข	ไม่สอดคล้อง
รายการสารคดีท่องเที่ยว	ข้อ 2, 3, 5
รายการหัวใจสะพานเป็	ข้อ 3

รายการที่ออกอากาศ ปี พ.ศ. 2551 - 2552	
รายการ 1 ในไทยแลนด์	ข้อ 3
รายการ My Weak Point	ข้อ 3
รายการ Promo Thai long Stay	ข้อ 2, 3, 5
รายการ Social News	ข้อ 1, 3
รายการ Thailand Longstay	ข้อ 2, 3, 5
รายการ WonderFul Time	ข้อ 3
รายการHealth Tip (ออกอากาศ ปี พ.ศ. 2551)	ไม่สอดคล้อง
รายการกระดูกนามเตย (ออกอากาศ ปี พ.ศ. 2551)	ไม่สอดคล้อง
รายการตะลุยทั่วโลก	ข้อ 3
รายการตามรอย อสท.	ข้อ 3, 5
รายการดีลียงจู้ย (ออกอากาศ ปี พ.ศ. 2551)	ไม่สอดคล้อง
รายการทันข่าวท่องเที่ยว	ข้อ 1, 2, 4, 5
รายการเที่ยวชิมริมทาง	ข้อ 3
รายการไทยแลนด์ทัวร์	ข้อ 3
รายการเปิดบ้าน อบต.	ข้อ 2, 3, 5
รายการเปิดโลก	ข้อ 2, 3, 5
รายการสารคดีท่องเที่ยว	ข้อ 2, 3, 5

จากการเปรียบเทียบเนื้อหารายการที่ออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549 - 2552 ว่ามีความสอดคล้องกับนโยบายวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวหรือไม่ ซึ่งผลที่ได้จากการเปรียบเทียบตัวอย่างรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว พบว่า รูปแบบเนื้อหารายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวนั้น ในช่วงปี พ.ศ. 2549 รูปแบบเนื้อหารายการประมาณ 30 % เป็นรายการที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นช่วงแรกของการทำสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว จึงทำให้มีการนำรายการบางรายการจากช่องฟรีทีวีมาออกอากาศเผยแพร่ผ่านสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว เช่น รายการโมนิกาพาเที่ยว, รายการสยามมีดี เป็นต้น ส่วนในปี พ.ศ. 2550 หลังจากที่ได้มีการปรับเปลี่ยนเวลาในการออกอากาศจึงทำให้รูปแบบเนื้อหารายการค่อนข้างมีความหลากหลาย เพราะมีทั้งรายการที่ ททท. ผลิตเองและพันธมิตร ซึ่งจำนวนของรายการที่นำเสนอออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ร้อยละ 40 % เป็นรายการที่ผลิตโดยพันธมิตร โดยที่เนื้อหา

รายการของพันธมิตรส่วนใหญ่เป็นรายการที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2551 - 2552 พบว่า เนื้อหารายการที่ออกอากาศช่วงปี พ.ศ. 2551 ยังคงมีเนื้อหารายการที่ไม่สอดคล้อง แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2552 เนื้อหารายการที่ไม่สอดคล้องกับนโยบายวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยว นั้น ได้ถูกถอดออกไปจากแผนผังของรายการแล้ว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวิธีการคัดเลือกเนื้อหารายการ และหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกนั้น งานสื่อโทรทัศน์ได้ใช้เกณฑ์เรื่องนโยบายของ ททท. มาเป็นหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของสถานีโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว