

๐๒๘.๘

๒๒๘๑๐

๗.๖

การรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ปริกฏยานิพนธ์

ของ

ประทุมพร แสนกล้า เฮสติงส์

18 S.A. 2534

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริกฏยาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกบรรณารักษศาสตร์

เมษายน 2534

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

175008

คณะกรรมการควบคุมและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาปฏิญานี้พร้อมกันแล้ว เห็นสมควร
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกบรรณารักษศาสตร์
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

คณะกรรมการควบคุม

..... ประธาน

(ผศ.วิชัย ทับเที่ยง)

..... กรรมการ

(ผศ.พวา พันธุ์เมฆา)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(ผศ.วิชัย ทับเที่ยง)

..... กรรมการ

(ผศ.พวา พันธุ์เมฆา)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม

(ผศ.บุญสม ก้านสังวาร์)

บัณฑิตวิทยาลัยอนุมัติให้รับปฏิญานี้พร้อมกันนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกบรรณารักษศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศ.ดร.สมพร บัวทอง)

วันที่...7...เดือน....พฤษภาคม.....พ.ศ.2534

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ผศ.วิชัย ทับเที่ยง ผศ.พวา พันธุ์เมฆา และ ผศ.บุญสม ก้านสังวร ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การวิจัย

ขอขอบพระคุณกลุ่มโรงแรมและนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถาม

ขอขอบพระคุณ Mr. Paul Hastings ที่กรุณาตรวจแก้ไขสำนวนภาษาให้คำแนะนำด้านภาษาอังกฤษที่ใช้ในแบบสอบถาม และบทคัดย่อภาษาอังกฤษของผู้วิจัย อีกทั้งให้ความช่วยเหลือด้านกำลังใจ และกำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีอย่างไม่มีจำกัด รวมทั้งลูก ๆ ที่ช่วยเหลือทางด้านกำลังงาน ช่วยให้เกิดกำลังใจและกำลังใจ ขอขอบคุณ คุณอัษฎาณี แสนกล้า ที่ช่วยแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจนสำเร็จด้วยดี อีกทั้งเพื่อน ๆ วิชาเอกบรรณารักษศาสตร์ที่ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินการวิจัยตลอดมา โดยเฉพาะคุณพิทยา กาบมาลา คุณรัชนิพร ศรีรักษา คุณทิศกร ศิริพันธุ์เมือง คุณเทียมจันทร์ ศิลปจารย์ คุณทรงศนีย์ เอี่ยมสอาด คุณภัทราธร ทับปารุง คุณสุรณี เปี่ยมญาติ คุณสมหมาย อ่องชุ่ม และคุณเยาวลักษณ์ หินเกิด

ท้ายที่สุดนี้คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาแด่คุณพ่อหึง แสนกล้า ผู้ล่วงลับที่ได้มอบมรดกทางปัญญาแก่ผู้วิจัย คุณแม่ประทีป แสนกล้า ผู้ที่คอยห่วงใยดูแลผู้วิจัยตลอดมา อีกทั้งครู-อาจารย์ทุกท่าน

ประทุมพร แสนกล้า เอสดิงส์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	7
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	7
	สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า	8
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	8
	นิยามศัพท์เฉพาะ	9
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
	ความหมายของสารนิเทศ	11
	ความหมายของการท่องเที่ยว	13
	ความหมายของนักท่องเที่ยว	15
	การเผยแพร่สารนิเทศกับการท่องเที่ยว	16
	บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ	17
	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	18
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	21

บทที่	หน้า
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า 26
	การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 26
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า 29
	การเก็บรวบรวมข้อมูล 30
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล 31
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 36
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 36
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 36
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 37
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 82
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า 82
	สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า 82
	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า 83
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า 84
	อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า 91
	ข้อเสนอแนะ 96
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	104
ประวัติย่อของผู้วิจัย	114

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1	รายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ.2523-2532	2
2	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ.2523-2532 ...	3
3	เปรียบเทียบรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับรายได้จากสินค้าออก ของประเทศไทย พ.ศ.2527-2531	4
4	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิสำเนา เพศ และอายุ	28
5	ช่องทางแรกสุดในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	37
6	ความเพียงพอของรายละเอียดของสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว ที่ได้รับครั้งแรก	39
7	การได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ได้รับสารนิเทศครั้งแรกไม่พอเพียง	40
8	แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตามความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	42
9	สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวตามความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยว	43
10	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม จำแนกตามภูมิสำเนา	46

11	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม จำแนกตามภูมิสำเนาที่พบความแตกต่าง	50
12	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิสำเนา	56
13	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิสำเนาที่พบความแตกต่าง	64
14	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสมจำแนกตามเพศ	73
15	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	75
16	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม จำแนกตามอายุ	77
17	เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	79

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้รัฐบาลสามารถแก้ปัญหาในการขาดดุลการค้า และดุลชำระเงินของประเทศ ตลอดจนเป็นอุตสาหกรรมที่จะช่วยสร้างงาน และสร้างอาชีพให้แก่ประชากรของประเทศได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2529 : 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาล ดังจะเห็นได้จากสถิติใน พ.ศ.2532 ปรากฏว่ารายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีมูลค่าถึง 95,160 ล้านบาท มีอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้เมื่อเทียบกับพ.ศ.2531 ถึง 20.7% นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวเพิ่มสูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ซึ่งมีการขยายตัวในอัตราร้อยละ 10.3 เท่านั้น (จรัสรัตน์ คงตระกูล. 2533 : 39 - 40)

ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมากที่สุด และเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการก่อสร้าง การบริการ และการพัฒนาอาชีพ ซึ่งมีความใช้แรงงานมาก กิจกรรมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาการว่างงานที่สำคัญมากทางหนึ่ง (เสรี วังไพจิตร. 2530 : บทนำ) นอกจากนั้นยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ และเป็นการสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคม (ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. 2529 :

ตาราง 1 รายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2523 - 2532

พ.ศ.	ล้านบาท	อัตราการเพิ่ม (%)
2523	17,765	58.2
2524	21,455	20.8
2525	23,878	11.1
2526	25,050	4.9
2527	27,317	9.0
2528	31,768	16.3
2529	37,321	17.5
2530	50,023	34.0
2531	78,859	57.6
2532	95,160	20.7

ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวใน พ.ศ.2532 ก็ได้เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ.2531 เช่นกันถึง 13.7%

(ดังตาราง 2)

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย พ.ศ. 2523 - 2532

พ.ศ.	ล้านคน	%เปลี่ยนแปลง
2523	1.86	16.9
2524	2.02	8.6
2525	2.22	9.9
2526	2.19	-1.4
2527	2.35	7.3
2528	2.44	3.8
2529	2.82	15.6
2530	3.48	23.4
2531	4.23	21.6
2532	4.81	13.7

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในครึ่งรอบปี พ.ศ. 2533 ที่ผ่านมา ตัวเลขของนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ โดยส่วนรวมได้เพิ่มขึ้นเกินอัตราที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งไว้ คือ เพิ่มขึ้นจากเดิม 12% นอกจากนี้ยังมีการทำนายอนาคตการท่องเที่ยวไทยในทศวรรษหน้าจากหนังสือ The Intelligent Economics ว่า ในปี พ.ศ.2534 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนไทยถึงเดือนละ 1 ล้านคน

หรือปีละ 12 ล้านคน (ประชาชาติธุรกิจฉบับพิเศษ. 2533 : 66)

การท่องเที่ยวได้กลายเป็นแหล่งนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาเป็นอันดับหนึ่งสูงกว่าภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม และเป็นรายได้ที่กระจายออกไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบผลของความสำเร็จในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยแล้ว นับว่ามีภาวีกว่าหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิกและนับเป็นอันดับ 1 ในบรรดาประเทศอาเซียน จะเห็นได้ว่า คำว่า Visit Thailand Year เป็นตัวอย่างที่ดีและมีหลายประเทศนำไปเป็นคำขวัญต่อ ๆ มา เช่น Visit Malaysia Year/Visit Indonesia Year, ... จนสุดท้ายในปี 2535 อาเซียนก็นำคำขวัญทำนองนี้ไปใช้คือ Visit Asian Year ทั้งนี้เพราะต้องการผลักดันเศรษฐกิจทั้งนั้น (ธุรกิจท่องเที่ยว. 2532 : 109)

ตาราง 3 เปรียบเทียบรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับรายได้จากสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทย พ.ศ.2527 - 2531

	2527	2528	2529	2530	2531
	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)	(ล้านบาท)
การท่องเที่ยว	27,317	31,768	37,321	50,024	78,859
ผลิตภัณฑ์ส่งออก	19,155	23,578	31,268	48,555	58,627
ข้าว	25,932	22,524	20,315	22,703	34,676
มันสำปะหลัง	16,600	14,969	19,086	20,539	21,844
ยาง	13,004	13,567	15,116	20,539	27,189

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

นอกจากผลทางเศรษฐกิจแล้ว การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญในด้านอื่นด้วย เช่น ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ช่วยเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ และก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน (วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. 2528 : 8)

รัฐอาจพัฒนาการท่องเที่ยวได้โดยไม่ต้องลงทุนอย่างมากมายมหาศาล เพราะประเทศไทยอุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์และทางวัฒนธรรมอยู่แล้ว เพียงแต่ขอให้รู้แหล่งทรัพยากรและบุคลากรที่จะนำทรัพยากรเหล่านั้นมาใช้ และนำเอาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์มาเป็นเครื่องมือโดยวางแผนนโยบายและแผนเกี่ยวกับสิ่งที่สมควรใช้เผยแพร่ข่าวสาร เนื้อหาของข่าวสารที่สมควรส่งออกไปให้แก่ใครบ้างก็สามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ และที่สร้างทำขึ้นมาใหม่อย่างได้ผลบรรลุตามจุดประสงค์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2529 : 22) ดังนั้นรัฐบาลจึงได้บรรจุแผนพัฒนา การท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2520 - 2524) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525 -2529) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2530 - 2534) ซึ่งใจความสำคัญของวัตถุประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวก็คือ เพื่อให้ได้เงินตราต่างประเทศมากขึ้น ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ของประชากรในท้องถิ่นต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น สร้างงานอาชีพให้กับประชาชน ช่วยให้มีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ เสริมสร้างเอกภาพทางความคิด บังเกิดความรักชาติบ้านเมือง ความภูมิใจในความเป็นไทย ส่งเสริมสุขภาพจิต และความเข้าใจอันดีในหมู่ประชาชน และมียุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในอนาคต (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2534 : 21) พอสรุปได้ดังนี้คือ

กลยุทธ์ที่ 1 รักษาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการขยายตัวด้านการตลาดได้ในระยะยาว

กลยุทธ์ที่ 2 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน

กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารราชการและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนา กระจาย และใช้ประโยชน์จากการพัฒนาระบบบริการพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะเครือข่าย

กลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาและยกระดับคุณภาพบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว

จากแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2534 ที่สรุปดังกล่าวข้างต้น จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นแหล่งนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาเป็นอันดับหนึ่งให้กับประเทศไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริมด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้การสนับสนุนส่งเสริม และมีการจัดเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวรู้จักด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การจัดทำจุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพยนตร์ ฯลฯ เพื่อเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวให้แพร่หลาย จึงเป็นงานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลของการรับสารนิเทศด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับว่ามีมาจากแหล่งใดมากที่สุด มีความเห็นในการรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่างไร และเนื้อหาของสารนิเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของการทำงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงการให้บริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ให้เข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามภูมิสำเนา เพศ อายุ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ทำให้ทราบถึงช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจน
 ความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
 จำแนกตามภูมิสำเนา เพศ อายุ ซึ่งผลของการวิจัยสามารถเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของ
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ
 พิจารณาปรับปรุงการให้บริการด้านเผยแพร่สารนิเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
 ต่างประเทศ อีกทั้งสามารถเป็นแนวทางสำหรับบรรณารักษ์ห้องสมุดที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่สารนิเทศ
 เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่สารนิเทศด้านการท่องเที่ยวในการ
 จัดหาสารนิเทศมาบริการประชาชนให้ตรงเป้าหมายและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีภูมิฐานะต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าคือ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2533 จากจุดพักแรม จำนวนประมาณ 8 แสนคน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย ซึ่งสุ่มมาจำนวน 396 คน โดยวิธีการใช้ตารางสุ่มของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970 : 608) จากกลุ่มประชากรในข้อ 1

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ภูมิฐานะ เพศ และอายุ

3.1.1 ภูมิสำเนา

3.1.1.1 เอเชีย - แปซิฟิก

3.1.1.2 ยุโรป

3.1.1.3 อเมริกา

3.1.2 เพศ

3.1.2.1 ชาย

3.1.2.2 หญิง

3.1.3 อายุ

3.1.3.1 20 - 35 ปี

3.1.3.2 36 ปีขึ้นไป

3.2 ตัวแปรตาม

ความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง ผู้ที่มาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน โดยพำนักรั่วคราวในประเทศไทยอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และไม่นานเกินกว่า 90 วัน
2. สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง ข่าว ข้อเท็จจริง ข้อมูล ความรู้ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการบันทึกไว้ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในรูปวัสดุพิมพ์ และวัสดุไมติพิมพ์ เช่น หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ จุลสาร ดนฉบับตัวเขียน ภาพยนตร์ เทปเสียง เป็นต้น ซึ่งจัดเผยแพร่โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทการบิน บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

3. ช่องทางในการรับสารนิเทศ หมายถึง การได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จากบริษัทผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น การรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือท่องเที่ยว วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ

4. ความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีต่อการเผยแพร่สารนิเทศด้านการท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 อย่างคือ

4.1 การตีตประกาศโฆษณาด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

4.2 เนื้อหาของสารนิเทศที่มีประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

ความหมายของสารนิเทศ

ความหมายของการท่องเที่ยว

ความหมายของนักท่องเที่ยว

การเผยแพร่สารนิเทศกับการท่องเที่ยว

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

งานวิจัยในประเทศไทย

งานวิจัยในต่างประเทศ

ความหมายของสารนิเทศ

สารนิเทศ เป็นคำที่ราชบัณฑิตยสถานบัญญัติศัพท์จากคำว่า "Information" ซึ่งมี
ความหมายเช่นเดียวกับคำว่า ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ข้อเสนอแนะ สารสนเทศ เป็นต้น
(ราชบัณฑิตยสถาน. 2530 : 50)

นิรันดร์ จุลทรัพย์ (2531 : 3) กล่าวว่า สารนิเทศ หมายถึง การนำข้อมูลต่าง ๆ หลาย ๆ กลุ่มมาวิเคราะห์แจกแจงรวมกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อความที่ถูกต้องเที่ยงตรง และเชื่อถือได้มากที่สุด และสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจได้

ชุดิมา สัจจานนท์ (2530 : 37) ได้ให้ความหมายของสารนิเทศไว้ว่า คือ ข้อมูล ความรู้ ข้อสนเทศ สารสนเทศ ทั้งในรูปแบบของสิ่งพิมพ์ โสตทัศนวัสดุ และวัสดุย่อยส่วน เพื่อใช้ประโยชน์ทางการสื่อสารและการพัฒนาต่าง ๆ ทั้งส่วนบุคคลและสังคม

แฮร์รอต (Harrod. 1987 : 381) กล่าวว่า สารนิเทศ คือ การรวบรวมข้อมูลในรูปแบบที่กว้างขวาง บันทึกในกระดาษหรือสื่ออื่น ๆ และสามารถทำการสื่อสารได้ พจนานุกรมศัพท์วิทยาศาสตร์ และเทคนิคของแมคกรอว์ ฮิลล์ (McGraw-Hill Dictionary of Scientific and Technical Terms. 1978 : 814) ได้ให้ความหมายว่า สารนิเทศ คือ ข้อมูลที่ได้รับการบันทึก จัดเรียบเรียง รวบรวม โยง หรือแปลความหมายในขอบข่ายของงานหนึ่ง จนได้ความหมายปรากฏออกมา

และจากพจนานุกรมศัพท์เกี่ยวกับห้องสมุดและสารนิเทศของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน (American Library Association. 1983 : 117) ได้นิยามสารนิเทศว่า หมายถึง ความคิด ข้อเท็จจริง ซึ่งมีการสื่อสาร บันทึก และตีพิมพ์ไว้ในรูปแบบต่าง ๆ กัน

จากแนวความคิดของบุคคลต่าง ๆ ดังกล่าว อาจจะสรุปได้ว่า สารนิเทศ หมายถึง ความรู้ เรื่องราว ข้อมูล และข้อสนเทศต่าง ๆ ทุกรูปแบบ ทั้งสิ่งพิมพ์โสตทัศนวัสดุ และวัสดุย่อยส่วนที่มีการบันทึกและจัดการตามหลักวิชาเพื่อเผยแพร่ และเพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาต่าง ๆ ทั้งในส่วนบุคคลและสังคม

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นคำที่มีความหมายหลายประการ และบางครั้งถูกใช้ปะปนไปกับคำอื่น ๆ ในความหมายคล้าย ๆ กัน เช่น การเดินทางหรือการทัศนอาจร เป็นต้น ดังนั้นจึงมีผู้พยายามให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวให้ชัดเจนเฉพาะลงไป โดยกำหนดเป็นหลักเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ ขึ้น เช่น ในพจนานุกรม Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางเพื่อความสราญใจ และในความหมายนี้ นักท่องเที่ยว ก็คือ ผู้ที่เดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อเฝ้าหาสรารมณ์หรือเพื่อความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น (ชัยวัช ไทยยม. 2529 : 1)

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ TUOTO) ได้พิจารณาหาคำจำกัดความของการท่องเที่ยวที่เหมาะสมยิ่งขึ้น โดยสรุปเป็นเงื่อนไขสากลขึ้นเป็น 3 ประการ กล่าวคือ การเดินทางในลักษณะที่จัดว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจะต้อง

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

นอกจากนี้แล้วเนื้อหาของการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนามากขึ้น จนกระทั่งเป็นแนวคิดทางวิชาการ (Smith. 1977 : 13) และได้มีการจัดจำพวักนักท่องเที่ยวตามลักษณะของการท่องเที่ยวโดยยึดเกณฑ์จากสราานุกรมไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถานตอนที่ 285 ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนเกินกว่า 24 ชั่วโมง โดยไปพักแรม ณ ที่ใดที่หนึ่งในชั่วเวลาหนึ่ง แล้วจึงกลับมายังถิ่นที่อยู่ของตน บางประเทศก็เรียกว่า นักท่องเที่ยว (Night Visitor)

2. นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ หรือ กลับมาถึงบ้านภายใน 24 ชั่วโมง โดยไม่พักแรม ณ ที่ใด บางประเทศก็เรียกว่า นักทัศนาจร (Day Visitor)

3. ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง อย่างเดียวกับนักทัศนาจร (Excursionist) แต่เป็นคำซึ่งประเทศหนึ่งใช้เรียกนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นที่เข้ามาในประเทศของตน และบางทีก็เรียกว่า ผู้มาเยือนชาวต่างชาติ (Foreign Visitor) นอกจากนี้ ในประเทศที่ใช้คำว่า ผู้มาเยือน แทนคำว่า นักท่องเที่ยว มักจะใช้คำว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) ให้หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศหนึ่ง แล้วท่องเที่ยวไปเฉพาะภายในประเทศของตนเอง

ยิ่งไปกว่านั้น ม.ล.ต๋อย ชุมสาย (2518 : 49 - 54) ได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวตามมูลเหตุจูงใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยตั้งเป็นเกณฑ์ไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก โดยนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในวันหยุดงาน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์อันสวยงามและสิ่งอื่น ๆ ที่จะมีผลให้เกิดความสนุกสนาน
2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ โดยเลือกสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นที่พักผ่อนอยู่เฉย ๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติต่าง ๆ ทั้งนี้รวมถึงการเข้าร่วมชมงานประเพณีทางศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ด้วย
4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ได้แก่ การเดินทางไปเพื่อแข่งหรือเล่นกีฬา หรือเพื่อเข้าชมกีฬาต่าง ๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา
7. การท่องเที่ยวเพื่อการวิจัยหรือการศึกษาต่อ

ความหมายของนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำหนดนิยามของนักท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่มีได้มีที่พำนักอาศัยถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใด ๆ แต่ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย
2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน
3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน
4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) คือ บุคคลทุกสัญชาติ ซึ่งมีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช้ถิ่นที่อยู่ประจำของเขาเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบกิจการใด ๆ แต่ทั้งนี้ต้องมีได้ค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน (กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2526.ก : 1 - 4)

การเผยแพร่สารนิเทศกับการท่องเที่ยว

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบุคคล หน่วยงานราชการ ธุรกิจเอกชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือประสานงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ไม่น้อย ด้วยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง มีการไหวตัวง่าย ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ตลอดถึงการเผยแพร่สารนิเทศจึงเป็นหัวใจหลักสำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังที่ กันน์ (Gunn. 1979 : 265) กล่าวว่า ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เผยแพร่สารนิเทศเป็นสิ่งที่ขาดเสียไม่ได้ จะต้องหาเทคนิควิธีการโฆษณาหลาย ๆ แบบ และใช้งบประมาณในการลงทุนให้เพียงพอ ถ้าปล่อยตามยถากรรมการท่องเที่ยวจะเจริญก้าวหน้าไปได้อย่างไร สอดคล้องกับคำกล่าวของ สมชาย นิรัญกิจ (2529 : 1) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การเผยแพร่โฆษณาเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว หากมีการโฆษณาไม่ดีไม่ทั่วถึง จะทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย นอกจากนั้น การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญแนวหนึ่งเหมือนกับสินค้าโดยทั่วไปที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (มติชนสัปดาห์วิจารณ์. 2530 : 42) เพื่อเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวให้แพร่หลายจึงเป็นงานสำคัญในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว (ประยูร ดาศรี. 2530 : 14)

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก
2. รายได้จากการท่องเที่ยวมีผลกระทบที่ดีในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว
3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาคนั้น ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค "สิ่งใหม่ ๆ" ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบ ทำให้เกิด การสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชากรอย่างแท้จริง
4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศไทยเฉพาะท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ
5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา สุดแต่แต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย
6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนภายในวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เพื่อให้องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นประโยชน์แก่เศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างสูงสุด จึงได้มีพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 เปลี่ยนฐานะของ "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว" เป็น "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2522 ใช้ชื่อย่อว่า "ททท" และชื่อภาษาอังกฤษว่า "Tourism Authority of Thailand" ชื่อย่อว่า "TAT."

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตามพระราชบัญญัติการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบอาชีพของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เผยแพร่ประเทศไทยในด้านความงามตามธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา และวิวัฒนาการของเทคโนโลยี ตลอดจนกิจการอย่างอื่น อันจะเป็นการชักจูงให้มีการเดินทางท่องเที่ยว
3. อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประชาชน และระหว่างประเทศ โดยอาศัยการท่องเที่ยว

5. ริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

อำนาจหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีอำนาจกระทำการต่าง ๆ ภายในวัตถุประสงค์ที่กำหนดและให้รวมถึงการกระทำดังต่อไปนี้

1. ให้คำปรึกษา แนะนำ ร่วมมือและประสานงานกับส่วนราชการ องค์การสถาบัน นิติบุคคล และเอกชน ทั้งภายในและภายนอกอาณาจักร
2. ส่งเสริม ร่วมมือ หรือดำเนินการในการฝึกอบรมและให้การศึกษาวิชาการต่าง ๆ เพื่อสร้างบุคลากรให้ได้มาตรฐานและเพียงพอในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมทัศนศึกษา
4. สำรวจและรวบรวมหลักฐานต่าง ๆ จากส่วนราชการ องค์การ สถาบัน นิติบุคคล และเอกชนผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการจัดทำสถิติเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. สำรวจ กำหนดพื้นที่ และสถานที่ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ต้องสงวนไว้เป็นของรัฐ และให้อยู่ในความดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยได้จัดทำเป็นพระราชกฤษฎีกา
6. สำรวจ วางแผน และดำเนินการจัดสร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ฟื้นฟู บูรณะ หรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ภายใต้บังคับกฎหมายว่าด้วยการนั้น ๆ
7. ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็น รวมตลอดจนถึงการลงทุน หรือร่วมทุน เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว หรือพัฒนาปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

8. กู้ยืมเงินภายในและภายนอกราชอาณาจักร

9. ให้กู้หรือให้ยืมเงินโดยมีหลักประกันด้วยบุคคลหรือทรัพย์สิน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว

10. ออกพันธบัตร หรือตราสารอื่นใด เพื่อการลงทุนหรือร่วมทุนในกิจการอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว

11. ถือกรรมสิทธิ์หรือมีสิทธิครอบครอง หรือมีทรัพย์สินต่าง ๆ สร้าง ชื่อ จัดหา ขาย

จำหน่าย เช่า ให้เช่า เช่าซื้อ ยืม ให้ยืม รับจำนำ รับจำนอง ทำการแลกเปลี่ยน โอน รับโอน

หรือดำเนินการใด ๆ เกี่ยวกับทรัพย์สินทั้งในและนอกราชอาณาจักร ตลอดจนรับทรัพย์สินที่มีผู้ทูลให้

12. กระทำกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์

ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การบริหารงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อยู่ภายใต้การควบคุมของ

"คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ซึ่งประกอบด้วย

1. นายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีผู้ซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ
2. ปลัดกระทรวงต่างประเทศ หรือผู้แทน
3. ปลัดกระทรวงคมนาคม หรือผู้แทน
4. ปลัดกระทรวงมหาดไทย หรือผู้แทน
5. เลขาธิการคณะกรรมการกฤษฎีกา หรือผู้แทน
6. เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือผู้แทน
7. เลขาธิการคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ หรือผู้แทน
8. กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอีกไม่เกินสามคน ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง

9. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกรรมการและเลขานุการ
(ทองทิพย์ สุธรรมานุกูลณ์. 2533 : 29 - 38)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

งานวิจัยในประเทศไทย

ฝ่ายวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2526 : 104) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ได้วิจัยเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อประชาชน ภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อประชาชนชาวภูเก็ตทั้งในด้านดีและด้านไม่ดี ในด้านดีนั้น ชาวภูเก็ตยอมรับว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชนท้องถิ่น และนำความเจริญมาสู่ท้องถิ่น ส่วนในด้านไม่ดีนั้นคือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหา ค่าครองชีพและอาชญากรรม สำหรับบทบาทในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ของชาตินั้น ชาวภูเก็ต ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความเห็นว่า นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างประเทศ ได้นำเอาวัฒนธรรมที่ขัดกับสังคมไทยมาประพฤติปฏิบัติ ทั้งในด้านการแต่งกาย และความประพฤติ ต่อกันระหว่างชายหญิงในที่สาธารณะ อันเป็นช่องทางให้เยาวชนเลียนแบบได้และเป็นผลร้ายต่อ วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังช่วยให้ชาวภูเก็ตได้ตระหนักถึงความสำคัญ ของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็น หาดทราย เกาะแก่ง หรืออ่าว ด้วยอีกประการหนึ่ง

ฉัตรพร แสงประดับ (2527 : 209 - 219) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปลี่ยนแปลง ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่เป็นผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีหมู่บ้าน บ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบสังคมวิทยา ซึ่งมี การใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือน และเก็บข้อมูลแบบมานุษยวิทยา สรุปได้ ว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน การเพิ่มพูนรายได้ การเปลี่ยนแปลงอาชีพของประชากร

การย้ายถิ่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดินจากเกษตรกรรมไปสู่พาณิชย์กรรมและบริการ รวมทั้งก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีแก่ชาวบ่อสร้าง

วุฒิเทพ อินทนิษฐา และจำลอง อติกุล (2528 : 73 - 75) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์ โดยใช้ตาราง ปัจจัย-ผลผลิต เพื่อแสดงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างมวลรวมผลิตภัณฑ์ภายใน ประเทศ การทวิรายได้ของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อสาขาการผลิตหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการลดการขาดดุลการชำระเงินของประเทศ บทบาทของการท่องเที่ยวที่มีต่อการจ้างงาน และผลของการลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ภาวะการท่องเที่ยวของโลกมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวในอัตราที่ช้าลง กลุ่มประเทศในเอเชีย และแปซิฟิกจะกลับมีความสำคัญมากขึ้น การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยยังไม่เป็นที่นิยมของผู้มีรายได้ระดับสูงเท่าที่ควร แต่ผลทางเศรษฐกิจด้านรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศชาวไทยกลับอยู่ในระดับใกล้เคียงกันกับผลที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีส่วนช่วยลดการขาดดุลการค้าของประเทศไทยในปี 2525 ได้ประมาณร้อยละ 40

सानนท์ ลุขศรี (2532 : 141) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดสงขลา การเก็บข้อมูลทำโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 500 คน และการสังเกตในภาคสนาม สรุปผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุดคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ได้แก่ สถานเริงรมย์ สิ้นค้า และศิลปหัตถกรรม ตามลำดับ การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดสงขลาร้อยละ 80.40 เดินทางมาทางบก และส่วนใหญ่มาโดยรถยนต์ของบริษัทนำเที่ยว ประเภทของสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมซื้อมาก ได้แก่ สินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องหนัง สินค้าหัตถกรรม ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.20 นิยมซื้อเพราะราคาถูก

วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2534 : 64) ได้ศึกษาผลกระทบของสงครามตะวันออกกลาง ต่อการท่องเที่ยวของไทย พบว่า ผลของสงครามทำให้นักท่องเที่ยวลดจำนวนลงนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากยุโรปมากที่สุด รองลงมาคือ เอเชีย-แปซิฟิก และอเมริกาความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสงครามอ่าวเปอร์เซีย ส่วนใหญ่ร้อยละ 61.3 บอกว่าไม่กลัว ร้อยละ 20.4 บอกว่ากลัวบ้าง ร้อยละ 16.1 บอกว่ากลัวเล็กน้อย ร้อยละ 2.2 บอกว่ากลัวมาก เมื่อสงครามอ่าวเปอร์เซียสงบลงได้ภายในเดือนกุมภาพันธ์ คาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยจะเริ่มฟื้นตัวเข้าสู่สภาวะปกติในช่วงปลายปี 2534 อนึ่ง ตลาดอเมริกาอาจจะต้องใช้เวลานานกว่าตลาดอื่น ๆ เนื่องจากเป็นตลาดระยะไกล และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยค่อนข้างไม่ชัดเจน นักท่องเที่ยวอเมริกันค่อนข้างจะอ่อนไหวต่อข่าวสารเกี่ยวกับสงครามและการก่อการร้าย นักท่องเที่ยวจากเยอรมันเดินทางเข้ามามากกว่าประเทศอื่นในยุโรป เนื่องจากเยอรมันมีเศรษฐกิจที่ดีและไม่ได้รับผลกระทบจากสงครามมากนัก นักท่องเที่ยวจากเอเชียจะเดินทางเข้ามามาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถรับรู้ข่าวสารความปลอดภัยในประเทศไทยได้รวดเร็วกว่าตลาดอื่น ประกอบกับการท่องเที่ยวมาประเทศไทยไม่ต้องผ่านดินแดนสงคราม จึงทำให้ตลาดเอเชียฟื้นตัวเร็วกว่าตลาดอื่น ๆ

งานวิจัยในต่างประเทศ

จากการศึกษาของ เชลดอน (Sheldon. 1988 : 105 - 108) เรื่อง ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาของหมู่บ้านในบาห์ลี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบสังคมวิทยา ซึ่งมีการใช้แบบสอบถาม สังเกตการณ์ และเก็บข้อมูลแบบมานุษยวิทยา ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลกระทบด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ การศึกษา การศาสนา สาธารณสุข ศิลปและวัฒนธรรม กล่าวคือ หมู่บ้านได้รับการพัฒนา มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การพัฒนาอาชีพสาขาต่าง ๆ ทั้งการทำฟาร์มไก่ไข่ การประมงและอาชีพหัตถกรรม มีการบูรณะปฏิสังขรณ์โบราณสถาน ตลอดจนการอนุรักษ์ศิลปและวัฒนธรรม ส่วนผลกระทบในด้านไม่ดีคือ การด้อยศึกษาของเยาวชน และการแพร่ของโรคที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศ เป็นต้น

สเตฟเฟ่น (Steffen. 1988 : 285) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในเมืองเก่าบากาว อาฟริกาตะวันตก ผลการวิจัยปรากฏว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไปจากเดิมที่ยึดมั่นในความผูกพันที่มีต่อครอบครัวและระเบียบวินัยทางสังคมมาเป็นความสำคัญของเงินตรามากกว่า อีกทั้งยังมีการรับเอาอิทธิพลด้านการบริโภคมาใช้และปฏิบัติไม่ว่าในเรื่องเครื่องมือ เครื่องใช้ การแต่งกาย ภาษาพูด หรือพฤติกรรมจากคนต่างถิ่น

แฮร์ริแกน (Harrigan. 1988 : 82) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาของภาษาในการท่องเที่ยวพบว่า ภาษาเป็นอุปสรรคสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทางราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงควรร่วมมือกันจัดทำคู่มือนักท่องเที่ยวแจกตามประเทศต่าง ๆ ด้วยภาษาของเจ้าของประเทศ ควรมีศูนย์บริการสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวตามสถานีรถไฟ สนามบิน และสถานีรถประจำทางให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังแนะนำว่า ป้ายบอกชื่อถนน อาคาร ร้านค้า สถานที่ต่าง ๆ ควรมีภาษาสากลกำกับให้มากที่สุด รวมทั้งควรฝึกอบรบบุคลากร และให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษสำหรับบุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานบริการ พนักงานขับรถรับจ้าง

ลอว์เยอร์ (Lawyer. 1989 : 81 - 84) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวใน ซาน คริสโตบาล เม็กซิโก พบว่า การท่องเที่ยวมีประโยชน์ต่อประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ ช่วยสร้างงาน อันส่งผลให้ชาว ซาน คริสโตบาล มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศชาติโดยรวม อย่างไรก็ตามได้ก่อให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อปัญหามลภาวะ และการผันแปรทางด้านวัฒนธรรมที่ตามมาเช่นกัน

สถาบันวิจัยมิตซูย (Mitsui Research Institute. 1989 : 80 - 81) ได้วิจัยเรื่องการขนส่ง ท่องเที่ยวและโทรคมนาคมในแปซิฟิก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวในอาเซียนมีการขยายตัวเพิ่มในปี 1987 ถึง 35.5 ล้านคน มากกว่าปี 1986 ถึง 16.1% โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศสิงคโปร์และประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเข้าประเทศถึง 58.9%

ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาเยือนอาเซียน ทั้งนี้เนื่องมาจากการเติบโตของเศรษฐกิจในโลก ค่าเงินเยนที่สูงขึ้น และการส่งเสริมให้ประชากรญี่ปุ่นไปท่องเที่ยวต่างประเทศ รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกประเทศของอาเซียน

อีไอยู (Economist Intelligence Unit. 1990 : 21) ได้ศึกษาเรื่องท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก ผลการวิจัยพบว่า อัตราการเติบโตทางการท่องเที่ยวในช่วงปี 2533 สูงที่สุดเมื่อเทียบกับส่วนอื่น ๆ ของโลก โดยมีอัตราเพิ่มถึงร้อยละ 7 ต่อปี ทั้งนี้ 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกัน โดยไทยจะเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ควบคู่กับฮาวาย โดยมีปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนดังต่อไปนี้

1. ขนาดของไทยได้รับความนิยมจากชาวยุโรปที่มีรายได้สูง ซึ่งเริ่มหันเหจากแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน
2. ชาวแคนาดาซึ่งมีวันหยุดพักผ่อนประจำปีนานวัน สนใจเมืองไทยเพิ่มขึ้น
3. แม้ชาวนิวซีแลนด์และออสเตรเลียจะลดความนิยมไปเยือนนิวซีแลนด์ แต่ความนิยมด้านขนาดของไทยยังคงขยายตัว แต่มีอัตราต่ำกว่าเดิม
4. นักท่องเที่ยวรู้จักไทยดีขึ้น การเดินทางมายังประเทศไทยสะดวกขึ้น สภาพทางเศรษฐกิจของไทยก้าวหน้า มีสถานการณทางการเมืองมั่นคง
5. แหล่งท่องเที่ยวของไทยมีความหลากหลายครบทุกรูปแบบที่นักท่องเที่ยวนิยม คือ เป็น Shopping Paradise, City Tourism และ Beach Resort Destination ซึ่งในภูมิภาคนี้มีเพียงไทยและออสเตรเลียเท่านั้นที่เป็น Special Interest Travel และ Art Tourism

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แบ่งวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็นขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ... นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทยในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2533 ประมาณ 8 แสนคน ซึ่งได้มาจากสถิติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย ปี 2532 จำนวน 4.81 ล้านคน เฉลี่ยเดือนละประมาณ 4 แสนคน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยวิธีการดังนี้

1. ทำการสุ่มโรงแรมในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย จากโรงแรมทั้ง 4 กลุ่ม คือ โรงแรมชั้นหนึ่ง โรงแรมชั้นสอง โรงแรมชั้นสาม และเกสต์เฮาส์ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ 5 แห่ง รวมทั้งสิ้น 20 แห่ง ดังนี้ คือ

โรงแรมชั้นหนึ่ง

- 1.1 โรงแรมอิมพีเรียล ถนนวิฑู
- 1.2 โรงแรมแอมบาสเดอร์ ถนนสุขุมวิท
- 1.3 โรงแรมมณเฑียร ถนนสุรวงศ์
- 1.4 โรงแรมเซนทรัลพลาซา ถนนลาดพร้าว
- 1.5 โรงแรมดุสิตธานี ถนนสีลม

โรงแรมชั้นสอง

- 1.6 โรงแรมอิมพาล่า ถนนสุขุมวิท
- 1.7 โรงแรมรัตนโกสินทร์ ถนนราชดำเนิน
- 1.8 โรงแรมเฟิร์สท์ ถนนเพชรบุรี
- 1.9 โรงแรมมโนห์รา ถนนสุรวงศ์
- 1.10 โรงแรมฟลอริดา ถนนพญาไท

โรงแรมชั้นสาม

- 1.11 โรงแรมมาเลเซีย ถนนพระราม 4
- 1.12 โรงแรมมิโด ถนนประดิพัทธ์
- 1.13 โรงแรมซูปเปอร์ ถนนพหลโยธิน
- 1.14 โรงแรมคราวน์ ถนนสุขุมวิท
- 1.15 โรงแรมนิวฟิจิ ถนนสุรวงศ์

เกสต์เฮ้าส์ต่าง ๆ

- 1.16 ไว เอ็ม ซี เอ คอลลิเนล อินเตอร์เนชั่นแนลเฮ้าส์ ถนนสารสิน
- 1.17 เอสโตเรีย เกสต์เฮ้าส์ ถนนพระราม 4
- 1.18 เจริญดี เกสต์เฮ้าส์ ถนนข้าวสาร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนตัว ซึ่งประกอบด้วย ภูมิสำเนา
เพศ อายุ และอาชีพ คำถามเป็นแบบเลือกตอบ และแบบเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว
คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเกี่ยวกับการ
เผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ
มีประโยชน์มากที่สุด มีประโยชน์มาก มีประโยชน์ปานกลาง มีประโยชน์น้อย มีประโยชน์ น้อยที่สุด
วิธีการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการรับสารนิเทศและการเผยแพร่
สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อสร้างข้อคำถามในตอนที่ 2 และ 3
2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ประธาน กรรมการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญพิจารณา
รวม 3 ท่าน คือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิญญู ทับเที่ยง อาจารย์ประจำภาควิชาบรรณารักษศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวา พันธุ์เมฆา อาจารย์ประจำภาควิชาบรรณารักษศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

Mr. Paul Hastings นักวิจัย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหาและการใช้ภาษา แล้วผู้วิจัยปรับปรุง
แบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำ

3. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่โรงแรมอินทรา ถนนราชปรารภ จำนวน 10 คน และที่โรงแรมอันนี ถนนสุขุมวิท จำนวน 10 คน โดยให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศตอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในการใช้ภาษา ความเหมาะสมของเนื้อหา และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยอีก 2 คนไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยขอให้บัณฑิตวิทยาลัยออกหนังสือราชการไปยังผู้จัดการโรงแรมต่าง ๆ ที่จะไปเก็บข้อมูล เพื่อขอความร่วมมือในการนำแบบสอบถามไปให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศตอบ และเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ให้ โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยนำหนังสือดังกล่าวไปยังโรงแรมแต่ละแห่งด้วยตนเอง

2. ก่อนออกปฏิบัติการ ผู้วิจัยจะชี้แจงให้ผู้ช่วยวิจัยได้เข้าใจถึงจุดประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และลักษณะของแบบสอบถามที่จะใช้ ตลอดจนการขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถามจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ณ โรงแรมต่าง ๆ เมื่อเข้าใจตรงกันแล้ว จึงแยกกันออกปฏิบัติการ ตามแหล่งที่แบ่งกันรับผิดชอบ

3. นำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ประมาณ 600 ชุด โดยขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องแต่ละแห่งให้ช่วยแจกแบบสอบถาม และช่วยชี้แจงแก่กลุ่มตัวอย่างโรงแรมละ 30 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา กลุ่มละ 10 ชุด พร้อมทั้งนัดหมายการรับแบบสอบถามคืน

4. ผู้วิจัยและผู้ช่วยเริ่มนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตามโรงแรมต่าง ๆ เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2533 เสร็จเรียบร้อยเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2533 เป็นเวลา 2 เดือน ได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด 600 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งโรงแรมทั้งหมดต่างให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี แต่มีโรงแรมแห่งหนึ่งไม่สะดวกที่จะจัดการเรื่องแบบสอบถาม จึงแนะนำให้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่โรงแรมปรีนเซส ถนนหลานหลวง ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในทุกรูปแบบ เพื่อตอบแบบสอบถามจำนวนนั้นแทน

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ถ้าฉบับใดไม่สมบูรณ์คัดออก
2. แยกแบบสอบถามตามตัวแปรที่กำหนดไว้ แบบสอบถามของกลุ่มตัวแปรใด มีจำนวนมาก กว่าที่กำหนดไว้ จะสุ่มออกให้เหลือตามจำนวนที่ต้องการ ซึ่งปรากฏว่าได้ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ รวมกันแล้วจะมีแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 396 ชุด
3. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาศึกษารายละเอียดส่วนตัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยการคำนวณค่าร้อยละ
4. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 เรื่อง ช่องทางการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ มาแจกแจงความถี่ของข้อมูลแต่ละข้อ จากนั้นคำนวณหาค่าร้อยละ
5. ตรวจสอบแบบสอบถามตอนที่ 3 เรื่อง ความคิดเห็นที่มีต่อการบริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเมินค่า การตรวจให้คะแนนถือเกณฑ์ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด มีคะแนนเท่ากับ 5

เห็นด้วยมาก มีคะแนนเท่ากับ 4

เห็นด้วยปานกลาง มีคะแนนเท่ากับ 3

เห็นด้วยน้อย มีคะแนนเท่ากับ 2

เห็นด้วยน้อยที่สุด มีคะแนนเท่ากับ 1

หาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นแต่ละข้อ โดยถือเกณฑ์ในการประเมินค่าตามแบบของ
เบสท์ (Best. 1970 : 204 - 208) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายความว่า มีประโยชน์มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายความว่า มีประโยชน์มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายความว่า มีประโยชน์ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายความว่า มีประโยชน์น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายความว่า มีประโยชน์น้อยที่สุด

6. นำแบบสอบถามแต่ละฉบับมาลงรหัสในแบบรายการ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

SPSS-X (Statistical Package for the Social Sciences - Version X)

คำนวณด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความ
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

7. ทดสอบสมมติฐานดังนี้

7.1 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการข่าวสารด้าน
การท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ตามตัวแปร ภูมิสำเนา โดยใช้ F-test

7.2 เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการข่าวสารด้าน
การท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ตามตัวแปร เพศ และอายุ โดยใช้ t-test

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ คำนวณจากสูตร

$$\text{ร้อยละของรายการใด} = \frac{\text{ความถี่ของรายการนั้น}}{\text{ความถี่ทั้งหมด}} \times 100$$

2. ค่าเฉลี่ย คำนวณจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2525 : 33)

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum fx$ แทน ผลรวมของคะแนนคูณด้วยความถี่

n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คำนวณจากสูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ.

2528 : 64)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X^2$	แทน	ค่าผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ค่าผลรวมทั้งหมดของคะแนนยกกำลังสอง
	N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการบริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามเพศ โดยใช้สูตร t-test (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531 : 171)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S^2_1}{n_1} + \frac{S^2_2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

S_1, S_2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

N_1, N_2 แทน จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2

5. เปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการบริการข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของบริษัทผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำแนกตามภูมิฐานะ และอายุ โดยใช้สูตร F -test (ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2528 : 95)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

6. สถิติทดสอบความแตกต่างรายคู่ ใช้ Newman-Keuls Test โดยใช้สูตร

$$W = q(\alpha; r, df) \frac{MS_e}{N}$$

เมื่อ q แทน ค่าที่ได้จากตาราง Studentized range statistic

MS_e แทน ความคลาดเคลื่อนของความแปรปรวนในตารางการวิเคราะห์

N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายผลของการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- N แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรแต่ละตัว
- $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
- S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
- SS แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum Square)
- MS แทน ค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
- t แทน ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution
- F แทน ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
- แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุปผลตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้าและได้เสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว
2. ความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามภูมิสำเนา เพศ อายุ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวจากช่องทางในการให้บริการสารนิเทศต่าง ๆ กัน และรายละเอียดของสารนิเทศที่ได้รับมีความเพียงพอในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างกัน นักท่องเที่ยวที่ได้รับสารนิเทศครั้งแรกไม่เพียงพอจะรับสารนิเทศเพิ่มเติมด้วยวิธีการต่าง ๆ กัน ซึ่งได้นำเสนอผลไว้ในข้อ 1.1-1.3

1.1 ช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งแรก ปรากฏผลดังตาราง 5

ตาราง 5 ช่องทางแรกสุดในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ช่องทางแรกสุดในการรับสารนิเทศ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. หนังสือพิมพ์	14	3.5	8
2. นิตยสาร	12	3.0	10
3. หนังสือท่องเที่ยว	25	6.3	4
4. โทรทัศน์	24	6.1	6

ตาราง 5 (ต่อ)

ช่องทางแรกสุดในการรับสารนิเทศ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
5. วิทยุ	3	0.8	13
6. สไลด์	3	0.8	13
7. วิทยุ	11	2.8	11
8. การได้รับคำแนะนำชักชวนจากบริษัทน้ำเขียว	25	6.3	4
9. บริษัทสายการบิน	49	12.4	3
10. สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	4	1.0	12
11. นิทรรศการที่จัดโดย ททท. เช่น เทศกาลอาหารไทย	3	0.8	13
12. เอกสารพิเศษเกี่ยวกับประเทศไทย	0	0.0	-
13. การจัดแสดงทางตู้โชว์ หน้าห้างร้านต่าง ๆ	1	0.3	18
14. โฆษณาทางโรงภาพยนตร์	2	0.5	16
15. โฆษณาทาง electronic bulletin board	0	0.0	-
16. โฆษณาตามที่สาธารณะต่าง ๆ	2	0.0	16
17. ได้รับการแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ	100	25.3	1
18. การติดต่อกับบริษัทน้ำเขียวด้วยตนเอง	89	22.3	2
19. การติดต่อกับ ททท. ด้วยตนเอง	16	4.0	7
20. การติดต่อกับโรงแรมโดยตรง	13	3.3	9
รวม	396	100.0	

จากตาราง 5 แสดงว่า ช่องทางการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ได้รับแรกสุดจากการแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา คือ ได้รับจากการติดต่อบริษัทนำเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 22.3 และได้รับการติดต่อกับบริษัทสายการบิน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ ส่วนช่องทางการรับสารนิเทศที่ได้รับน้อยที่สุด คือ การจัดแสดงทางตู้โชว์หน้าห้างร้านต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่านั้น

1.2 ความเพียงพอของรายละเอียดของสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับ
ครั้งแรกปรากฏผลดังตาราง 6

ตาราง 6 ความเพียงพอของรายละเอียดของสารนิเทศเพื่อสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับครั้งแรกที่สุด

ความเพียงพอของรายละเอียดของสารนิเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	239	60.4
ไม่เพียงพอ	157	39.6
รวม	396	100.00

จากตาราง 6 แสดงว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 60.4 เห็นว่า สารนิเทศที่ได้รับครั้งแรกสุดให้รายละเอียดเพียงพอ ส่วนอีกร้อยละ 39.6 เห็นว่า รายละเอียดยังไม่เพียงพอ

1.3 การรับสารนิเทศเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่ได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวครั้งแรกไม่พอเพียง ปรากฏผลดังตาราง 7

ตาราง 7 การได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ได้รับสารนิเทศ
ครั้งแรกไม่พอเพียง

ช่องทางในการรับสารนิเทศ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. หนังสือพิมพ์	8	02.0	7
2. นิตยสาร	10	02.5	6
3. หนังสือท่องเที่ยว	36	09.1	3
4. โทรทัศน์	14	03.5	5
5. วิทยุ	1	00.3	10
6. สไลด์	0	00.0	-
7. วิทยุ	0	00.0	-
8. ได้รับการแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	0	00.0	-
9. บริษัทสายการบิน	51	12.9	2
10. สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0	00.0	-
11. นิทรรศการต่าง ๆ ที่ ททท. จัดขึ้น เช่น เทศกาลอาหารไทย	0	00.0	-
12. เอกสารพิเศษเกี่ยวกับประเทศไทย	0	00.0	-
13. จัดแสดงทางตู้โชว์	0	0.00	-
14. โฆษณาทางโรงภาพยนตร์	0	0.00	-
15. โฆษณาทาง electronic bulletin board	0	0.00	-
16. โฆษณาตามทีสาธารณะต่าง ๆ	0	0.00	-
17. ได้รับการแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ	16	4.00	4

ตาราง 7 (ต่อ)

ช่องทางในการรับสารนิเทศ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
18. ติดต่อกับบริษัทท่องเที่ยวด้วยตนเอง	92	23.2	1
19. ติดต่อกับ ททท. ด้วยตนเอง	2	00.5	9
20. ติดต่อกับโรงแรมด้วยตนเอง	3	00.8	8
รวม	157	39.6	

จากตาราง 7 แสดงว่า นักท่องเที่ยวได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมลำดับ 1 จากการติดต่อกับบริษัทท่องเที่ยวด้วยตนเอง มากที่สุด คือ ร้อยละ 23.2 ลำดับ 2 จากการติดต่อกับบริษัทสายการบินร้อยละ 12.9 และลำดับ 3 จาก หนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ ร้อยละ 9.1

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อ

การท่องเที่ยว ปรากฏผลดังตาราง 8 - 9

2.1 แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ตามความคิดเห็นของ

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตาราง 8 แหล่งตีตประกาศโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ตามความคิดเห็นของ
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ

สื่อ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	2.48	น้อย	13
2. ห้างสรรพสินค้า	2.98	ปานกลาง	10
3. สถานีรถประจำทาง	3.09	ปานกลาง	9
4. สถานีรถไฟ	3.18	ปานกลาง	8
5. สนามบิน	3.68	มาก	4
6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.16	มาก	2
7. บริษัทนำเที่ยว	4.31	มาก	1
8. ป้ายจอดรถประจำทาง	2.21	น้อย	14
9. โรงแรม	3.31	ปานกลาง	5
10. กภัตตาคาร ร้านอาหาร	2.80	ปานกลาง	12
11. วิทยุ และโทรทัศน์	2.94	ปานกลาง	11
12. หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร	3.94	มาก	3
13. บริษัทสายการบิน	3.22	ปานกลาง	6
14. บุคคล เช่น เพื่อน หรือญาติ	3.22	ปานกลาง	6

จากตาราง 8 แสดงว่า แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น
ว่า เหมาะสมในระดับมาก มี 4 แหล่ง คือ บริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สนามบิน (ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.16, 3.96, 3.94 ตามลำดับ) ระดับปานกลาง มี 8 แห่งคือ โรงแรม บริษัทสายการบิน บุคคลเช่นเพื่อนหรือญาติ สถานีรถไฟ สถานีรถประจำทาง ห้างสรรพสินค้า วิทยุและโทรทัศน์ ภัตตาคาร (3.31, 3.22, 3.18, 3.09, 2.98, 2.94, 2.80 ตามลำดับ) ส่วนอีก 2 แห่งคือ โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ป้ายจอดรถประจำทาง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับน้อย (2.48, 2.21 ตามลำดับ)

2.2 สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ต่างประเทศ ปรากฏผลดังแสดงไว้ในตาราง 9

ตาราง 9 สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว
ต่างประเทศ

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
1. ด้านโรงแรมและสถานที่พัก	4.54	มากที่สุด	3
2. ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก	4.15	มาก	6
3. สถานีขนส่ง การคมนาคม	4.07	มาก	7
4. ภัตตาคาร ร้านอาหาร	4.02	มาก	8
5. แหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ	4.56	มากที่สุด	2
6. แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี	4.17	มาก	5
7. ด้านบันเทิง เริงรมย์ เช่น บาร์ โรงภาพยนตร์	3.94	มาก	9
8. งานศิลปกรรม งานประเพณีต่าง ๆ	3.34	ปานกลาง	12
9. ด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ	4.43	มาก	4

ตาราง 9 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	อันดับ
10. ด้านอำนวยความสะดวก เช่น การให้ข่าวสารตารางการบิน แหล่งที่อำนวยความสะดวก เช่น ศูนย์บริการอยู่ที่ไหน สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ	4.57	มากที่สุด	1
11. ขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย	3.06	ปานกลาง	13
12. ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม อาชีพในท้องถิ่น	2.91	ปานกลาง	14
13. ด้านสถาปัตยกรรม รูปทรง สิ่งก่อสร้าง	2.62	ปานกลาง	18
14. ด้านภาษาศาสตร์ เช่น การสอนคำไทยง่ายๆ ที่เป็นจำเป็นต่อการสื่อสาร	2.91	ปานกลาง	14
15. ด้านสถิติศาสตร์ เช่น จำนวนประชากร และขนาดของพื้นที่	2.62	ปานกลาง	18
16. ด้านศาสนา การนับถือ หรือความเชื่อ	2.91	ปานกลาง	14
17. ด้านอุตุนิยมวิทยา ดินฟ้าอากาศแต่ละท้องถิ่น	3.63	มาก	11
18. ชีวิตแบบชนบท หรือพื้นบ้าน	3.89	มาก	10
19. ด้านการศึกษา	2.74	ปานกลาง	17
20. ร้านหนังสือต่าง ๆ	2.54	ปานกลาง	20
21. ด้านกีฬา	0.26	น้อยที่สุด	21

จากตาราง 9 แสดงว่า เนื้อหาสารนิเทศที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีประโยชน์มากที่สุด มี 3 ด้านคือ ด้านอำนวยความสะดวก เช่น การให้ข่าวสารตารางการบิน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านโรงแรมและสถานที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.57, 4.56, 4.54 ตามลำดับ) เนื้อหาสารนิเทศที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีประโยชน์มากมี 8 ด้านคือ ด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แหล่งท่องเที่ยว ด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ห้างสรรพสินค้า สถานีขนส่งการคมนาคม กัดอาคาร ร้านอาหาร ด้านบันเทิงเรีงรมย์ ชีวิตชนบทหรือพื้นบ้าน ด้านอุตุนิยมวิทยา (ค่าเฉลี่ย 4.43, 4.1, 74.15, 4.07, 4.02, 3.94, 3.89, 3.63 ตามลำดับ) เนื้อหาสารนิเทศที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีประโยชน์ในระดับปานกลางมี 9 ด้านคือ งานศิลปหัตถกรรมงานประเพณีต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี เช่น ข้อควรปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้านศาสนาการนับถือ หรือความเชื่อ ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาชีพในท้องถิ่น ด้านภาษาศาสตร์ ด้านการศึกษา ด้านสถาปัตยกรรม ด้านสถิติ ร้านหนังสือต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.34, 3.06, 2.91, 2.91, 2.91, 2.74, 2.62, 2.62, 2.54 ตามลำดับ) และเนื้อหาสารนิเทศที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าให้ประโยชน์ในระดับน้อยที่สุด คือ ด้านการกีฬา (ค่าเฉลี่ย 0.26)

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวตามตัวแปร ภูมิลำเนา เพศ และอายุ

การเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว จำแนกตาม
ภูมิลำเนา เพศ และอายุ แสดงไว้ในตาราง 10 - 17

ตาราง 10 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว
ที่เหมาะสม จำแนกตามภูมิภาคนา

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	df	SS	MS	F
1.1 โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย				
ระหว่างกลุ่ม	2	32.77	16.69	16.01 **
ภายในกลุ่ม	393	402.14	1.02	
รวม	395	434.91		
1.2 ศูนย์การค้า				
ระหว่างกลุ่ม	2	19.68	9.84	18.13 **
ภายในกลุ่ม	393	314.23	0.80	
รวม	395	33.91		
1.3 สถานขนส่ง				
ระหว่างกลุ่ม	2	51.01	25.51	40.47 **
ภายในกลุ่ม	393	247.71	0.63	
รวม	395	298.73		
1.4 สถานีรถไฟ				
ระหว่างกลุ่ม	2	13.66	6.83	14.28 **
ภายในกลุ่ม	393	187.97	0.48	
รวม	395	201.63		

ตาราง 10 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	df	SS	MS	F
1.5 สนามบิน				
ระหว่างกลุ่ม	2	4.25	2.13	3.36 *
ภายในกลุ่ม	393	248.38	0.63	
รวม	395	252.63		
1.6 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย				
ระหว่างกลุ่ม	2	3.58	1.79	3.52 *
ภายในกลุ่ม	393	200.08	0.51	
รวม	395	203.66		
1.7 บริษัทนำเที่ยว				
ระหว่างกลุ่ม	2	34.64	17.32	35.50 **
ภายในกลุ่ม	393	191.77	0.49	
รวม	395	226.41		
1.8 ป้ายรถเมล์				
ระหว่างกลุ่ม	2	2.13	1.06	1.10
ภายในกลุ่ม	393	378.63	0.96	
รวม	395	380.76		

ตาราง 10 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	df	SS	MS	F
1.9 โรงแรม				
ระหว่างกลุ่ม	2	58.85	29.43	37.60 **
ภายในกลุ่ม	393	307.56	0.78	
รวม	395	366.41		
1.10 ภัตตาคาร				
ระหว่างกลุ่ม	2	7.16	3.58	4.14 *
ภายในกลุ่ม	393	340.08	0.87	
รวม	395	347.24		
1.11 วิถี และโทรทัศน์				
ระหว่างกลุ่ม	2	2.47	1.23	1.95
ภายในกลุ่ม	393	248.33	0.63	
รวม	395	250.80		
1.12 หนังสือพิมพ์และนิตยสาร				
ระหว่างกลุ่ม	2	12.36	6.18	52.00 **
ภายในกลุ่ม	393	46.70	0.12	
รวม	395	59.06		

ตาราง 10 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	df	SS	MS	F
1.13 บริษัทสายการบิน				
ระหว่างกลุ่ม	2	16.12	8.06	54.79 **
ภายในกลุ่ม	393	57.83	0.15	
รวม	395	73.95		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจาก เอเชีย-แปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา มีความคิดเห็นต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ตามโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ บริษัทนำเที่ยว โรงแรม หนังสือพิมพ์และนิตยสาร บริษัทสายการบิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนตามสนามบิน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาต่างกัน ดังกล่าวว่าแตกต่างกันที่ระดับใดบ้าง จึงนำมาทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีการของนิวแมนคูลส์ ผลปรากฏดังตาราง 11

ตาราง 11 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว
ที่เหมาะสม ตามภูมิภาคนาที่พบความแตกต่าง

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก	อเมริกา
1.1 โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย		$\bar{X}$	2.33	2.34	2.89
	ยุโรป	2.23	—	0.11	0.66 [*]
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.34		—	0.55 [*]
	อเมริกา	2.89			—
1.2 ศูนย์การค้า	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	2.72	2.97	3.27
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.72	—	0.25 [*]	0.55 [*]
	ยุโรป	2.97		—	0.30 [*]
	อเมริกา	3.27			—

ตาราง 11 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
1.3 สถานีขนส่ง		$\bar{X}$	2.77	2.92	3.59
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.77	—	0.15	0.82 ^a
	ยุโรป	2.92		—	0.67 ^a
	อเมริกา	3.59			—
1.4 สถานีรถไฟ	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	3.05	3.05	3.44
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.05	—	0.00	0.39 ^a
	ยุโรป	3.05		—	0.39 ^a
	อเมริกา	3.44			

ตาราง 11 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก	อเมริกา
1.5 สนามบิน		$\bar{X}$	3.53	3.75	3.75
	ยุโรป	3.53	—	0.22 ^a	0.22 ^a
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.75		—	0.00
	อเมริกา	3.75			—
1.6 การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก	อเมริกา
		$\bar{X}$	4.08	4.11	4.30
	ยุโรป	4.08	—	0.03	0.22 ^a
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.11		—	0.19 ^a
	อเมริกา	4.30			—

ตาราง 11 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
1.7 บริษัทนำเที่ยว		$\bar{X}$	4.04	4.17	4.72
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.04	—	0.13	0.68 *
	ยุโรป	4.17		—	0.55 *
	อเมริกา	4.72			—
1.9 โรงแรม	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก	อเมริกา
		$\bar{X}$	2.89	3.22	3.82
	ยุโรป	2.89	—	3.33 *	0.93 *
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.22		—	0.60 *
	อเมริกา	3.82			—

ตาราง 11 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
1.10 กัฏตาการ ร้านอาหาร		$\bar{X}$	2.65	2.77	2.98
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.65	—	0.12	0.33 *
	ยุโรป	2.77		—	0.21
	อเมริกา	2.98			—
1.12 หนังสือพิมพ์และนิตยสาร	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก	อเมริกา
		$\bar{X}$	2.81	2.82	3.19
	ยุโรป	2.81	—	2.82	0.38 *
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.82		—	0.37 *
	อเมริกา	3.19			—

ตาราง 11 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว ที่เหมาะสม	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก	อเมริกา
1.13 บริษัทสายการบิน		$\bar{X}$	3.08	3.08	3.51
	ยุโรป	3.08	—	0.00	0.43 [*]
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.08		—	0.43 [*]
	อเมริกา	3.51			—

^{*} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกามีความเห็นว่างว่า โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว โรงแรม หนังสือพิมพ์และนิตยสาร และบริษัทสายการบิน มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า กลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา และเอเชียมีความเห็นว่างว่า สนามบินมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกามีความเห็นว่ ภัตตาคาร ร้านอาหาร มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างจากยุโรปมีความเห็นว่ ศูนย์การค้า มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับโรงแรมนั้นกลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก มีความเห็นว่มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามภูมิสำเนา

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.1 ด้านโรงแรมและสถานที่พัก				
ระหว่างกลุ่ม	2	12.67	6.37	14.84 ^{**}
ภายในกลุ่ม	393	167.83	0.43	
รวม	395	180.5		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.2 ห้างสรรพสินค้า ร้านสินค้าพื้นเมือง และร้านขายของที่ระลึก				
ระหว่างกลุ่ม	2	20.49	10.24	13.38**
ภายในกลุ่ม	393	301.02	0.77	
รวม	395	321.51		
2.3 สถานีขนส่ง การคมนาคม				
ระหว่างกลุ่ม	2	25.97	12.99	21.60**
ภายในกลุ่ม	393	236.32	0.60	
รวม	395	262.29		
2.4 กิจตาการ ร้านอาหาร				
ระหว่างกลุ่ม	2	12.87	6.43	9.92**
ภายในกลุ่ม	393	254.97	0.65	
รวม	395	267.84		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.5 แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ				
ระหว่างกลุ่ม	2	23.70	11.85	26.15 ^{***}
ภายในกลุ่ม	393	178.08	0.45	
รวม	395	201.78		
2.6 แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์				
ระหว่างกลุ่ม	2	16.76	8.38	11.87 ^{***}
ภายในกลุ่ม	393	277.56	0.71	
รวม	395	294.32		
2.7 ด้านบันเทิง เริงรมย์				
ระหว่างกลุ่ม	2	5.43	2.71	4.70 ^{***}
ภายในกลุ่ม	393	227.23	0.58	
รวม	395	232.66		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.8 กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น แข่งเรือ				
ระหว่างกลุ่ม	2	2.76	1.38	1.86
ภายในกลุ่ม	393	292.02	0.74	
รวม	395	294.78		
2.9 ด้านสภาพแวดล้อม				
ระหว่างกลุ่ม	2	29.55	14.78	29.73 ^{**}
ภายในกลุ่ม	393	195.33	0.50	
รวม	395	224.88		
2.10 ด้านปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก				
ระหว่างกลุ่ม	2	33.52	16.76	51.59 ^{**}
ภายในกลุ่ม	393	127.64	0.32	
รวม	395	161.16		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.11 ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น				
ระหว่างกลุ่ม	2	3.29	1.65	2.53
ภายในกลุ่ม	393	256.21	0.65	
รวม	395	259.50		
2.12 ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม				
ระหว่างกลุ่ม	2	.67	0.34	.37
ภายในกลุ่ม	393	360.99	0.92	
รวม	395	361.66		
2.13 ด้านสถาปัตยกรรม				
ระหว่างกลุ่ม	2	20.47	10.23	11.30 ^{***}
ภายในกลุ่ม	393	355.96	0.91	
รวม	395	376.43		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.14 ด้านภาษาศาสตร์				
ระหว่างกลุ่ม	2	5.65	2.83	2.88
ภายในกลุ่ม	393	385.08	0.98	
รวม	395	390.73		
2.15 ด้านสถิติ				
ระหว่างกลุ่ม	2	36.10	18.05	24.22**
ภายในกลุ่ม	393	292.84	0.75	
รวม	395	328.94		
2.16 ด้านศาสนา ความเชื่อ				
ระหว่างกลุ่ม	2	3.10	1.55	2.02
ภายในกลุ่ม	393	300.81	0.77	
รวม	395	303.91		
2.17 ด้านอุตุนิยมวิทยา				
ระหว่างกลุ่ม	2	127.22	63.61	81.51**
ภายในกลุ่ม	393	336.69	0.78	
รวม	395	433.91		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.18 ชีวิตชนบท				
ระหว่างกลุ่ม	2	252.54	126.37	260.29 ^{**}
ภายในกลุ่ม	393	190.80	0.49	
รวม	395	443.55		
2.19 ด้านการศึกษา				
ระหว่างกลุ่ม	2	11.58	5.79	7.46 ^{**}
ภายในกลุ่ม	393	305.11	0.78	
รวม	395	316.69		
2.20 ด้านเกษตรกรรม				
ระหว่างกลุ่ม	2	79.4	39.71	57.63 ^{**}
ภายในกลุ่ม	393	270.84	0.69	
รวม	395	350.27		

ตาราง 12 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	df	SS	MS	F
2.21 ด้านการศึกษา				
ระหว่างกลุ่ม	2	15.16	7.58	6.29**
ภายในกลุ่ม	393	473.53	1.20	
รวม	395	488.69		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 แสดงว่า สารนิเทศที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านโรงแรมและสถานที่พัก ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ การคมนาคม ภัตตาคาร ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านปัจจัยสนับสนุนและอำนวยความสะดวก ด้านสถาปัตยกรรม ด้านสถิติศาสตร์ ด้านอุตุนิยมวิทยา ชีวิตชนบท ด้านการศึกษา ด้านเกษตรกรรม ด้านบันเทิงเริงรมย์ และด้านกีฬา

เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีภูมิคำเนาต่างกันว่าแตกต่างกันที่ระดับใดบ้าง จึงนำไปทดลองเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ นิวแมน-คูลส์ ผลปรากฏดังตาราง 13

ตาราง 13 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อ
การท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิสำเนาที่พบความแตกต่าง

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
2.1 ด้านโรงแรมและ สถานที่พัก		$\bar{X}$	4.34	4.50	4.77
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.34	—	0.16	0.43 ^a
	ยุโรป	4.50		—	0.27 ^a
	อเมริกา	4.77			—
2.2 ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า พื้นเมือง	กลุ่มตัวอย่าง		ยุโรป	อเมริกา	เอเชีย- แปซิฟิก
		$\bar{X}$	3.84	4.21	4.39
	ยุโรป	3.84	—	0.37 ^a	0.55 ^a
	อเมริกา	4.21		—	0.27 ^a
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.39			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
2.3 สถานีขนส่ง การคมนาคม		$\bar{X}$	3.71	4.17	4.31
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.71	—	0.46 ^a	0.60 ^a
	ยุโรป	4.17		—	0.14 ^a
	อเมริกา	4.31			—
2.4 ภัตตาคารร้านอาหาร	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	3.77	4.09	4.20
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.77	—	0.32 ^a	0.43 ^a
	ยุโรป	4.09		—	0.11
	อเมริกา	4.20			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
2.5 แหล่งท่องเที่ยว ด้านธรรมชาติ		$\bar{X}$	4.27	4.54	4.86
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.27	—	0.27 ^a	0.59 ^a
	ยุโรป	4.54		—	0.32 ^a
	อเมริกา	4.86			—
2.6 แหล่งท่องเที่ยวด้าน ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	3.87	4.27	4.36
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.87	—	0.40 ^a	0.49 ^a
	ยุโรป	4.27		—	0.09 ^a
	อเมริกา	4.36			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย- แปซิฟิก
2.7 ด้านบันเทิง เริงรมย์		$\bar{X}$	3.17	3.40	3.44
	อเมริกา	3.17	—	0.23 ^a	0.27 ^a
	ยุโรป	3.40		—	0.04 ^a
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.44			—
2.9 ด้านสภาพแวดล้อม	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	4.20	4.27	4.81
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.20	—	0.07 ^a	0.61 ^a
	ยุโรป	4.27		—	0.54 ^a
	อเมริกา	4.81			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
2.10 ด้านปัจจัยสนับสนุนและ สิ่งอำนวยความสะดวก		$\bar{X}$	4.20	4.58	4.92
	เอเชีย-แปซิฟิก	4.20	—	0.38 [*]	0.72 [*]
	ยุโรป	4.58		—	0.34 [*]
	อเมริกา	4.92			—
2.13 ด้านสถาปัตยกรรม	กลุ่มตัวอย่าง		อเมริกา	เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป
		$\bar{X}$	2.67	3.00	3.22
	อเมริกา	2.67	—	0.33 [*]	0.55 [*]
	เอเชีย-แปซิฟิก	3.00		—	0.22 [*]
	ยุโรป	3.22			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		อเมริกา	เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป
2.15 ด้านสถิติ		$\bar{X}$	2.20	2.83	2.85
	อเมริกา	2.20	—	0.63 ^a	0.65 ^a
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.83		—	0.02 ^a
	ยุโรป	4.92			—
2.17 ด้านศาสนาความเชื่อ	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	2.96	3.59	4.35
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.96	—	0.63 ^a	1.39 ^a
	ยุโรป	3.59		—	0.76 ^a
	อเมริกา	4.35			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
2.18 ด้านอุตุนิยมวิทยา		$\bar{X}$	2.86	4.01	4.81
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.86	—	1.15 ^a	1.95 ^a
	ยุโรป	4.01		—	1.80 ^a
	อเมริกา	4.81			—
2.19 ด้านการศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	2.59	2.64	2.98
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.59	—	0.05	0.39 ^a
	ยุโรป	2.64		—	0.34 ^a
	อเมริกา	2.98			—

ตาราง 13 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยว	กลุ่มตัวอย่าง		อเมริกา	เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป
2.20 ด้านเกษตรกรรม		$\bar{X}$	1.92	2.73	2.97
	อเมริกา	1.92	—	0.81 ^a	1.05 ^a
	เอเชีย-แปซิฟิก	2.73		—	0.24 ^a
	ยุโรป	2.97			—
2.21 ด้านกีฬา	กลุ่มตัวอย่าง		เอเชีย- แปซิฟิก	ยุโรป	อเมริกา
		$\bar{X}$	0.07	0.19	0.53
	เอเชีย-แปซิฟิก	0.07	—	0.05	0.46 ^a
	ยุโรป	0.19		—	0.34 ^a
	อเมริกา	0.53			—

^a มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงว่า สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านโรงแรมและสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านศาสนา ด้านอุตุนิยมวิทยา ด้านการศึกษา และด้านกีฬา

สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา และยุโรป มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านภัตตาคารร้านอาหาร สารนิเทศด้านประวัติศาสตร์ และสารนิเทศด้าน ห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

สำหรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านสถาบันวิทยกรรม และด้านสถิติศาสตร์

สารนิเทศด้านเกษตรกรรมกลุ่มตัวอย่างจากยุโรปมีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก และอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สารนิเทศด้านบันเทิง เริงรมย์กลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก และยุโรป มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนสารนิเทศเกี่ยวกับสถานีนขนส่งการคมนาคม กลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก และอเมริกามีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 14 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว
ที่เหมาะสม จำแนกตามเพศ

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	เพศ				t
	ชาย (N=198)		หญิง (N=198)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.1 โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	2.52	1.12	2.45	0.98	0.57
1.2 ศูนย์การค้า	2.72	0.83	3.25	0.93	-6.05*
1.3 สถานีขนส่ง	3.03	0.86	3.16	0.87	-1.50
1.4 สถานีรถไฟ	3.20	0.80	3.15	0.62	0.70
1.5 สนามบิน	3.68	0.85	3.67	0.75	0.13
1.6 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.11	0.74	4.20	0.70	-1.26
1.7 บริษัทนำเที่ยว	4.29	0.82	4.32	0.68	-0.40
1.8 ป้ายจราจรประจำทาง	2.11	0.95	2.32	1.00	-2.11
1.9 โรงแรม	3.23	0.98	3.39	0.94	-1.67
1.10 กัฏตาอาคาร ร้านอาหาร	2.81	0.96	2.79	0.91	0.16

ตาราง 14 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	เพศ				t
	ชาย (N=198)		หญิง (N=198)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.11 วิทยุโทรทัศน์	0.29	1.11	0.00	0.00	0.00
1.12 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	2.91	0.38	2.97	0.40	-1.72
1.13 บริษัทสายการบิน	3.17	0.43	3.27	0.44	-2.36*

^{**} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t_{.01} = 2.58$)

^{*} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t_{.05} = 1.96$)

จากตาราง 14 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความเห็นว่า ศูนย์การค้า มีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนป้ายจอตกรประจำทางกลุ่มตัวอย่างเพศ บริษัทสายการบิน กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความเห็นว่ามีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวแหล่งอื่น ๆ นั้น ทั้งสองเพศมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	เพศ				t
	ชาย (N=198)		หญิง (N=198)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
2.1 ด้านโรงแรมและสถานที่พัก	4.46	0.75	4.61	0.58	-2.24 [*]
2.2 สถานที่ขนส่ง การคมนาคม	3.77	0.93	4.53	0.70	-9.20 ^{***}
2.3 ห้างสรรพสินค้า ของที่ระลึก	4.11	0.87	4.03	0.76	.99
2.4 ภัตตาคาร ร้านอาหาร	4.02	0.84	4.02	0.80	- .12
2.5 แหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ	4.56	0.71	4.55	0.72	.14
2.6 แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์	4.08	0.95	4.27	0.76	-2.22 [*]
2.7 ด้านบันเทิง เริงรมย์	3.43	0.78	3.25	0.75	2.37 [*]
2.8 กิจกรรมท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	4.04	0.89	3.25	0.83	2.10 [*]
2.9 ด้านสภาพแวดล้อม	4.38	0.77	4.47	0.73	-1.27
2.10 ด้านปัจจัยสนับสนุนและอำนวยความสะดวก	4.57	0.61	4.57	0.67	.08
2.11 ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	3.89	0.80	4.04	0.82	-1.74
2.12 ด้านเศรษฐกิจ อุสาหกรรม	3.17	0.94	2.95	0.97	2.27 [*]

ตาราง 15 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	เพศ				t
	ชาย (N=198)		หญิง (N=198)		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
2.13 ด้านสถาปัตยกรรม	2.94	1.06	2.98	0.89	-0.36
2.14 ด้านภาษาศาสตร์	2.77	0.93	3.05	1.04	-2.85**
2.15 ด้านสถิติ	2.53	0.89	2.72	0.92	-2.71**
2.16 ด้านศาสนา ความเชื่อ	2.79	0.80	3.03	0.92	-2.71**
2.17 ด้านอุตุนิยมวิทยา	3.55	1.07	3.72	1.02	-1.59
2.18 ชีวิตชนบท	3.84	1.14	3.94	0.98	-0.85
2.19 ด้านการศึกษา	2.77	0.88	2.70	0.91	0.79
2.20 ด้านเกษตรกรรม	2.51	0.91	2.58	0.98	-0.69
2.21 ด้านกีฬา	0.47	1.46	0.05	0.05	3.86**

^{**} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t_{.01} = 2.58$)

^{*} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t_{.05} = 1.96$)

จากตาราง 15 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความเห็นว่าสารนิเทศด้านการกีฬาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านบันเทิงเรีงมย์ กิจกรรมท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความเห็นว่า สารนิเทศด้านโรงแรมและสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวด้านการขนส่ง คมนาคม ภาษาศาสตร์ ด้านสถิติ ด้านศาสนาความเชื่อ เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศโรงแรมและสถานที่พัก ด้านประวัติศาสตร์ มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 16 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม จำแนกตามอายุ

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	อายุ				t
	20-35 (N=198)		36 ปี ขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.1 โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	2.58	1.07	2.39	1.02	1.83
1.2 ศูนย์การค้า	3.01	0.84	2.95	0.99	0.55
1.3 สถานีขนส่ง	3.02	0.90	3.17	0.82	-1.74

ตาราง 16 (ต่อ)

แหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม	อายุ				t
	20-35 (N=198)		36 ปี ขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1.4 สถานีรถไฟ	3.15	0.70	3.20	0.72	-0.70
1.5 สนามบิน	3.66	0.79	3.70	0.81	-0.50
1.6 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	4.11	0.71	4.21	0.72	-1.40
1.7 บริษัทนำเที่ยว	4.30	0.76	4.31	0.81	-0.13
1.8 ป้ายรถเมล์	2.19	1.04	2.24	0.92	-0.46
1.9 โรงแรม	3.19	0.94	3.42	0.98	-2.41
1.10 ภัตตาคาร ร้านอาหาร	2.72	1.00	2.88	0.87	-1.67
1.11 วิทยุโทรทัศน์	0.18	0.87	0.11	0.72	0.82
1.12 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	2.92	0.41	2.96	0.36	-1.12
1.13 บริษัทสายการบิน	3.19	0.46	3.25	0.41	-1.26

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t_{.05} = 1.96$)

จากตาราง 16 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า โรงแรม เหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 17 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามอายุ

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	อายุ				t
	20-35 (N=198)		36 ปี ขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
2.1 ด้านโรงแรมและสถานที่พัก	4.47	0.73	4.60	0.61	-1.94
2.2 ห้างสรรพสินค้า ของที่ระลึก	4.05	0.94	4.24	0.85	-2.13 [*]
2.3 สถานที่ขนส่ง การคมนาคม	4.08	0.80	4.05	0.83	0.25
2.4 ภัตตาคาร ร้านอาหาร	3.98	0.85	4.05	0.80	-0.85
2.5 แหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ	4.66	0.69	4.55	0.73	2.98 ^{**}
2.6 แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์	3.97	0.97	4.37	0.69	-4.78 ^{**}
2.7 ด้านบันเทิง เริงรมย์	3.24	0.81	3.43	0.71	-2.37 [*]
2.8 กิจกรรมท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น	3.97	0.90	3.91	0.83	0.58
2.9 ด้านสภาพแวดล้อม	4.48	0.69	4.37	0.81	1.40

ตาราง 17 (ต่อ)

สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว	อายุ				t
	20-35 (N=198)		36 ปี ขึ้นไป		
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
2.10 ด้านปัจจัยสนับสนุนและอำนวยความสะดวก	4.52	0.66	4.61	0.61	1.34
2.11 ขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น	3.83	0.82	4.10	0.78	3.39**
2.12 ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม	2.99	0.92	3.12	1.00	1.31
2.13 ด้านสถาปัตยกรรม	2.93	0.95	2.99	1.00	-0.57
2.14 ด้านภาษาศาสตร์	2.89	1.01	2.92	0.98	-0.30
2.15 ด้านสถิติ	2.65	0.93	2.60	0.90	0.50
2.16 ด้านศาสนา ความเชื่อ	2.69	0.84	3.13	0.86	-5.14**
2.17 ด้านอุตุนิยมวิทยา	3.45	1.07	3.81	0.98	-3.45**
2.18 ชีวิตชนบท	3.83	1.08	3.95	1.04	-1.04
2.19 ด้านการศึกษา	2.78	0.87	2.69	0.92	1.01
2.20 ด้านเกษตรกรรม	2.64	0.96	2.44	0.92	2.09*
2.21 ด้านกีฬา	0.12	0.76	0.40	1.37	-2.55*

^{**} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($t_{.01} = 2.58$)

^{*} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t_{.05} = 1.96$)

จากตาราง 17 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20-35 ปี มีความคิดเห็นว่าสารนิเทศด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านเกษตรกรรม มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่าสารนิเทศด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านกีฬา ห้างสรรพสินค้าของที่ระลึก ด้านบันเทิงเริงรมย์ มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาการรับสารนิเทศของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อศึกษาช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามภูมิสำเนา เพศ และอายุ

สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีภูมิสำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร

ประชากรประกอบด้วยนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทยในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม 2533 ประมาณ 8 แสนคน ที่ได้มาจากสถิติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยในปี 2532 จำนวน 4.81 ล้านคน เฉลี่ยเดือนละ 4 แสนคน

2. กลุ่มตัวอย่าง

จำนวนกลุ่มตัวอย่างมี 396 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน จากจำนวนประชากรข้างต้นโดยใช้สัดส่วนตารางการสุ่มของเครจซี่ และมอร์แกน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งมี 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนตัว ซึ่งประกอบด้วยภูมิสำเนา เพศ และอายุ คำถามเป็นแบบเลือกตอบและแบบเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว คำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว คำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ไปแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงแรมต่าง ๆ เป็นเวลา 2 เดือน โดยเริ่มจากวันที่ 1 พฤศจิกายน 2533 จนกระทั่งถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2533

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ

5.2 หาค่าร้อยละของช่องทางการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

5.3 หาค่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเมินค่า แล้วหาค่าเฉลี่ย

5.4 เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มีเพศและอายุต่างกันโดยใช้ $t - test$

5.5 เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่มีภูมิสำเนาต่างกัน โดยใช้ $F - test$ และตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายข้อที่พบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบด้วย Studentized $q - Statistic$ แบบ Newman - Keuls Test

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

1. ช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

1.1 การได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวในครั้งแรก

นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ ได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวแรกสุดจากการแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา คือ ได้รับจากการติดต่อบริษัทนำเที่ยว ด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 22.5 และได้รับจากการติดต่อบริษัทสายการบิน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ ส่วนช่องทางการรับสารนิเทศที่ได้รับน้อยที่สุด คือ สิ่งพิมพ์ของ ททท. คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่านั้น

1.2 ความเพียงพอของสารนิเทศที่ได้รับครั้งแรก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 60.4 เห็นว่าสารนิเทศที่ได้รับครั้งแรกสุดให้รายละเอียดเพียงพอ ส่วนอีกร้อยละ 39.6 เห็นว่ารายละเอียดยังไม่เพียงพอ

1.3 การได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ได้รับสารนิเทศครั้งแรกไม่พอเพียง

นักท่องเที่ยวได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมมากอันดับหนึ่ง จากการติดต่อบริษัทนำเที่ยว ด้วยตนเองร้อยละ 23.2 อันดับสอง จากการติดต่อกับบริษัทสายการบิน ร้อยละ 12.9 และอันดับสาม จากหนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ ร้อยละ 9.1

2. ความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

2.1 ความเหมาะสมของแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมเรียงตามค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้

2.1.1 บริษัทนำเที่ยวโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.31)

2.1.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.16)

- 2.1.3 หนังสือพิมพ์และนิตยสารโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.94)
- 2.1.4 สนามบินโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.68)
- 2.1.5 โรงแรมโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.51)
- 2.1.6 บริษัทสายการบินโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.22)
- 2.1.6 บุคคลเช่นเพื่อนหรือญาติโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.22)
- 2.1.8 สถานีรถไฟโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.18)
- 2.1.9 สถานีรถประจำทางเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.09)
- 2.1.10 ห้างสรรพสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.98)
- 2.1.11 วิทยุและโทรทัศน์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.94)
- 2.1.12 กภัตตาคาร ร้านอาหาร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.80)
- 2.1.13 โรงเรียน วิทยาลัย โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.48)
- 2.1.14 บัณฑิตวิทยาลัยโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.21)

2.2 สารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นค่าเฉลี่ย

ดังต่อไปนี้

- 2.2.1 ด้านอำนวยความสะดวก เช่น การให้ข่าวสาร ตารางการบิน โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.57)
- 2.2.2 แหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.56)
- 2.2.3 ด้านโรงแรมและสถานที่พักโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.54)
- 2.2.4 ด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.45)

2.2.5 แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

(4.17)

2.2.6 ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

(4.15)

2.2.7 สถานบันเทิง การคมนาคม โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.07)

2.2.8 กภัตตาคาร ร้านอาหาร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (4.02)

2.2.9 ด้านบันเทิง เริงรมย์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.94)

2.2.10 ชีวิตชนบท หรือพื้นบ้าน โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.89)

2.2.11 ด้านอุตุนิยมวิทยา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (3.63)

2.2.12 งานศิลปหัตถกรรม งานประเพณีต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ

ปานกลาง (3.34)

2.2.13 ขนบธรรมเนียมประเพณี โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.06)

2.2.14 ด้านภาษาศาสตร์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.91)

2.2.14 ด้านศาสนา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.91)

2.2.14 ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

(2.91)

2.2.17 ด้านการศึกษา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.74)

2.2.18 ด้านสถาปัตยกรรม โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.62)

2.2.18 ด้านสถิติ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.62)

2.2.20 ร้านหนังสือต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.54)

2.2.21 ด้านการกีฬา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (0.26)

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว จำแนกตาม
ภูมิสำเนา เพศ และอายุ สรุปได้ดังต่อไปนี้

3.1 ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

3.1.1 กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา มีความเห็นว่าโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว โรงแรม หนังสือพิมพ์และนิตยสาร บริษัทสายการบินมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่า กลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกาและเอเชีย-แปซิฟิก มีความเห็นว่าสนามบินมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกามีความเห็นว่า ภัตตาคาร ร้านอาหาร มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างจากยุโรปมีความเห็นว่าศูนย์การค้า มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับโรงแรมนั้นกลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิกมีความเห็นว่า มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความเห็นว่า ศูนย์การค้า มีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนป้ายจุดรถประจำทาง และบริษัทสายการบิน กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความเห็นว่า มีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.1.3 กลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า โรงแรมเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20 -35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว

3.2.1 สารนิเทศที่กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านโรงแรมและสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านปัจจัยสนับสนุนและส่งเสริมสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านศาสนา ด้านอุตุนิยมวิทยา ด้านการศึกษา และด้านกีฬา

สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา และยุโรป มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านภัตตาคารร้านอาหาร สารนิเทศด้านประวัติศาสตร์ และสารนิเทศด้านห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

สำหรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านสถาปัตยกรรม และด้านสถิติ

สารนิเทศด้านเกษตรกรรมกลุ่มตัวอย่างจากยุโรป มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก และอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สารนิเทศด้านบันเทิงเรีงรมย์ กลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก และยุโรป มีความเห็นว่า เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนสารนิเทศเกี่ยวกับสถานี่ชนสงการคมนาควม กลุ่มตัวอย่างจากเอเชีย-แปซิฟิก และอเมริกา มีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการทอ้งเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความเห็นว่สารนิเทศด้านกีฬา เป็นประโยชน์ต่อการทอ้งเที่ยว มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านบันเทิงเรีจรมย์ กิจกรรมทอ้งเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2.3 กลุ่มตัวอย่างอายุ 20 - 35 ปี มีความเห็นว่สารนิเทศด้านแหล่งทอ้งเที่ยวทางธรรมชาติ มีประโยชน์ต่อการทอ้งเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านเกษตรกรรม มีประโยชน์ต่อการทอ้งเที่ยว มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่ สารนิเทศเกี่ยวกับชนบธรรมเนียมประเพณี เป็นประโยชน์ต่อการทอ้งเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20 - 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านกีฬา ห้างสรรพสินค้า ด้านบันเทิงเรีจรมย์ มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาค้นคว้าการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบข้อที่สนใจหลายประการ คือ

1. ช่องทางแรกสุดในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

1.1 ช่องทางการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ส่วนใหญ่ได้รับแรกสุดจากการแนะนำจากเพื่อน หรือญาติ รองลงมาจากการติดต่อบริษัทนำเที่ยวด้วยตนเอง และได้รับการติดต่อกับบริษัทสายการบิน เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้วกลับไปก็จะบอกเล่าต่อ ๆ กันไป ทำให้สารนิเทศนี้แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง และสารนิเทศที่ได้จากเพื่อนนักท่องเที่ยว พบว่า เป็นสารนิเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพราะนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นสารนิเทศที่ละเอียด สารนิเทศที่แท้จริงได้ทราบถึงส่วนที่ดี ซึ่งต่างกับสารนิเทศที่ได้จากแหล่งอื่นเพราะส่วนใหญ่มักจะโฆษณาเผยแพร่เฉพาะส่วนที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของแฮกเกอร์สตรันด์ (Hagerstrand. 1987 : 236) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล สารนิเทศที่เล่าต่อ ๆ กันมาระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่ดีที่สุด

1.2 ความเพียงพอของสารนิเทศที่ได้รับครั้งแรก พบว่า สารนิเทศที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับครั้งแรกส่วนใหญ่มีรายละเอียดเพียงพอ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวได้รับสารนิเทศจากบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด สามารถสอบถามรายละเอียดของสารนิเทศที่ต้องการได้ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวต่างประเทศก็สนใจไปสอบถามรายละเอียดจากบริษัทนำเที่ยวด้วยตนเองก็จะได้รับสารนิเทศที่มีรายละเอียดเพียงพอ เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวเป็นแหล่งผลิต เก็บรวบรวม และแจกจ่ายสารนิเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง

1.3 การได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่ได้รับสารนิเทศครั้งแรกไม่พอเพียงพอ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับสารนิเทศเพิ่มเติมจากการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวด้วยตนเอง

มากที่สุด รองลงมาได้รับการติดต่อกับบริษัทสายการบิน และจากหนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว หรือบริษัทสายการบินโดยตรง เนื้อหาของสารนิเทศจะถูกต้อง เป็นปัจจุบัน มีรายละเอียดเพียงพอ อีกทั้งยังมีรูปแบบของการท่องเที่ยวครบวงจรอีกด้วย ส่วน หนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้นสามารถติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตัวกว่า และมีลักษณะที่ผู้สนใจ สามารถศึกษาข้อมูลนั้นได้ด้วยตนเอง (Active Learning) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่จัดทำโดย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่กล่าวไว้ว่า สื่อประเภทสิ่งพิมพ์จะให้ข้อมูลได้มากกว่า และสามารถศึกษา ใหม่ได้อีกถ้ายังไม่เข้าใจ ทำให้สามารถให้ทั้งการรับรู้ และข้อมูลที่จะตัดสินใจได้ (จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. 2529 : 27)

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

2.1 ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม พบว่า บริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สนามบิน มีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่ง โฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก โรงแรม บริษัทสายการบิน บุคคล เช่น เพื่อนหรือญาติ สถานิ รถประจำทาง สถานีรถไฟ ห้างสรรพสินค้า วิทยุและโทรทัศน์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร มีความเหมาะสม ในระดับปานกลาง ส่วนโรงเรียน วิทยาลัย ป้ายจอดรถประจำทางมีความเหมาะสมในระดับน้อย

เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่อยากมาเที่ยวเมืองไทยแล้วมักจะไปหารายละเอียดและสอบถาม ข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนหนังสือพิมพ์และนิตยสารมักเป็น แหล่งโฆษณาที่สามารถจูงใจ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากท่องเที่ยว จึงนับว่าเป็นแหล่งโฆษณาที่มี ความเหมาะสมมากที่สุด เช่นกัน

2.2 เนื้อหาสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวพบว่า ด้านอำนวยความสะดวก เช่น การให้ข่าวสารต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านโรงแรมและสถานที่พัก เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวต้องการรายละเอียดและข่าวสารรอบตัว เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ถ้ามีสิ่งเหล่านี้แล้วก็จะทำให้ตัดสินใจได้ถูกต้องมากขึ้น รองลงมา

ได้แก่ สารนิเทศด้านภูมิประเทศ ภูมิอากาศ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ห้างสรรพสินค้า สถานีขนส่งการคมนาคม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ด้านบันเทิงเริงรมย์ ชีวิตชนบท ด้านอุตุนิยมวิทยา ตามลำดับ ดังที่เพียร์ซ (Pearce, 1982 : 8) กล่าวว่า จุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน แต่ละกลุ่มย่อมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงต้องการสารนิเทศที่แตกต่างกันออกไป

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว

จำแนกตามภูมิลำเนา เพศ และอายุ พบว่า

3.1 ความคิดเห็นที่มีต่อแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

3.1.1 กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา มีความเห็นว่า โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว โรงแรม หนังสือพิมพ์และนิตยสาร บริษัทสายการบิน มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก ทั้งนี้เพราะศูนย์การค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทท่องเที่ยวและแหล่งต่าง ๆ ดังกล่าว มักเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวทราบกันดีว่ามีสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวอยู่เสมอจึงมักไปใช้บริการ ไปขอและสอบถาม รายละเอียดต่าง ๆ จากสถานที่เหล่านั้น จึงมีโอกาสนำพบโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวได้ง่ายกว่า แหล่งอื่น ๆ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความเห็นว่า ศูนย์การค้า บ้ายจอตลอดประจำทาง บริษัทสายการบิน มีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าสตรีส่วนใหญ่มีโอกาสออกไปจับจ่ายซื้อสินค้าในฐานะแม่บ้าน และชอบพบปะเพื่อนฝูงในห้างสรรพสินค้ามากกว่าเพศชายซึ่งต้องออกไปทำงาน และรับผิดชอบหน้าที่ด้านอื่น

3.1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า โรงแรม เหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 - 35 ปี อาจเป็นเพราะ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากขึ้น มีหน้าที่การงาน ฐานะทางเศรษฐกิจที่จะต้องล้มพันธ์และพบปะบุคคลต่าง ๆ ตามโรงแรมมากยิ่งขึ้น จึงมีโอกาสเห็นโฆษณาต่าง ๆ ตามแหล่งประเภทนี้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย

3.2 ความคิดเห็นที่มีต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว

3.2.1 โดยส่วนรวมกลุ่มตัวอย่างที่มาจากภูมิสำเนาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างจากอเมริกามีความเห็นที่สารนิเทศด้านโรงแรมและสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านศาสนา ด้านอุตุนิยมวิทยา และด้านกีฬา มีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะให้ความสนใจ และความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป ดังที่มินทอช (Mintosh, 1977 : 151) ได้กล่าวไว้ว่า จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของคนเรานั้นแบ่งได้เป็น 4 ประเภทด้วยกัน คือ 1) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน 2) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ของประเทศอื่น ๆ 3) การท่องเที่ยวเพื่อการพบกับผู้คนใหม่ ๆ พบเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง 4) การท่องเที่ยวเพื่อสถานภาพ และเกียรติภูมิ ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การประชุม การติดต่อธุรกิจ

3.2.2 โดยส่วนรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน กล่าวคือ

กลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีความเห็นว่า สารนิเทศด้านกีฬา ด้านโรงแรมและสถานที่พัก ด้านบันเทิงเริงรมย์ กิจกรรมท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจจะเป็นเพราะว่าเพศชายชอบการท่องเที่ยวที่โลดโผน ผจญภัยการพักผ่อนหย่อนใจที่ตนเองชอบและปฏิบัติมากกว่าเพศหญิง เช่น การเที่ยวกลางคืน การเล่น และชมกีฬา สารนิเทศที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงาน

เช่น สารนิเทศด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบริทเทน (Brittain. 1970 : 2) ที่ว่า ผู้ใช้มักเกิดความต้องการ หรือเรียกร้องสารนิเทศที่เกี่ยวข้องกับงานของเขา ส่วนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความเห็นว่า สารนิเทศด้านประวัติศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และด้านศาสนา เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย สาเหตุ อาจเป็นเพราะว่า เพศหญิงชอบพบปะบุคคลมากกว่าเพศชาย สารนิเทศดังกล่าวจะทำให้ว่างตัวได้ เหมาะสม ได้รับการต้อนรับ และความสะดวกสบายมากขึ้น เมื่อต้องติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และ สารนิเทศเหล่านี้ยังสัมพันธ์กับงานด้านอาชีพของเพศหญิงมากกว่าเพศชายอีกด้วย

3.2.3 กลุ่มตัวอย่างอายุ 20 - 35 ปี มีความเห็นว่าสารนิเทศด้านเกษตรกรรม ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปี ขึ้นไป ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่าสารนิเทศเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า ด้าน บันเทิงเรีงรมย์ ด้านกีฬา ด้านประวัติศาสตร์ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น ด้านศาสนา ความเชื่อ และด้านอุตุนิยมวิทยา เป็นประโยชน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20 - 35 ปี ทั้งนี้ อาจ เป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20 - 35 ปี ต้องการมาเที่ยวชมแหล่งที่สามารถนำสิ่งที่พบเห็น ไปใช้พัฒนาการงานของตนเองได้ ต้องการเที่ยวในสถานที่มีราคาไม่แพง และสามารถไปได้ทุกแห่ง ที่สนใจ ต่างจากกลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป ที่มักจะคำนึงถึงความสะดวกสบายเป็นอันดับแรก

ดังนั้นในการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว จึงควรจัดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากแต่ละแห่ง เพศ และวัยที่ แตกต่างกันไป เพราะจากการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนา เพศ และอายุ แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว แตกต่างกันไป

ข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะบางประการ ดังนี้

1. ในการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว ควรจัดเผยแพร่ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจากแต่ละแห่งต่างกันดังนี้ คือ

1.1 นักท่องเที่ยวจากเอเชีย-แปซิฟิก มีความต้องการสารนิเทศเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า ร้านค้าพื้นเมือง ร้านขายของที่ระลึกต่าง ๆ ด้านบันเทิงเรีงรมย์ โรงแรมและสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ

1.2 นักท่องเที่ยวจากยุโรปมีความต้องการสารนิเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับสถาปัตยกรรมต่าง ๆ สถิติต่าง ๆ ในประเทศไทย ด้านเกษตรกรรม ด้านการศึกษา ตามลำดับ

1.3 นักท่องเที่ยวจากอเมริกา มีความต้องการสารนิเทศเกี่ยวกับโรงแรมและสถานที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ศูนย์บริการข่าวสาร โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ด้านศาสนา ความเชื่อ ด้านการศึกษา ด้านการขนส่ง โทรคมนาคม ตามลำดับ

2. สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวควรให้รายละเอียดเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ให้มากที่สุด อาทิเช่น สารนิเทศด้านโรงแรมและสถานที่พัก พร้อมราคาค่าบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เท่าที่มีในโรงแรมและสถานที่ตั้ง รายชื่อห้างสรรพสินค้า สถานที่ขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง การขนส่ง โทรคมนาคม ภัตตาคาร ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี ด้านบันเทิงเรีงรมย์ ด้านปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รายชื่อศูนย์บริการสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว โรงพยาบาล สถานีตำรวจ สถานทูต สถิติต่าง ๆ ในประเทศไทย ด้านอุตุนิยมวิทยา ด้านการศึกษา เช่น ที่ตั้งของท้องฟ้าจำลอง หอสมุดต่าง ๆ ด้านการเกษตร เช่น ผักผลไม้ประจำฤดู ศูนย์การเกษตรต่าง ๆ เป็นต้น

3. ควรเน้นการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยผ่านทางนิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงให้มากที่สุด เพราะจากผลการวิจัยพบว่า อัตรานักท่องเที่ยวที่รับสารนิเทศทางด้านนี้มีอยู่ในระดับมาก เพราะนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้ทั้งการรับรู้และข้อมูลเพื่อการตัดสินใจได้ เมื่อสนใจหรือไม่เข้าใจสิ่งใดก็สามารถกลับไปอ่านซ้ำแล้วซ้ำเล่าได้อีก

4. ควรเพิ่มหน่วยงานด้านการให้ข้อมูลสารนิเทศ หรือจัดตั้งศูนย์บริการสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามเมืองสำคัญ ๆ ในเอเชีย-แปซิฟิก ยุโรป และอเมริกาให้มากยิ่งขึ้น เพราะปัจจุบันนักท่องเที่ยวมักจะได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวจากบริษัทและเอกชนต่าง ๆ มากกว่าจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัญหาต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในขณะที่พำนักในประเทศไทย เช่น ปัญหาด้านภาษา การติดต่อสื่อสาร อาหารการกิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บริการที่ได้รับ เป็นต้น

บรรณาธิการ

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. คำศัพท์การท่องเที่ยว เล่ม 1. กรุงเทพฯ : ฝ่ายวิชาการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2526.ก.

----- . แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2534. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2534.

----- . แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 - 2534). กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2531.

----- . ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อประชาชนภูเก็ต. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2526.ข.

----- . รายงานประจำปี 2532. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533.

----- . อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529.

----- . เอกสารรวบรวมข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวรายปี. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2532.

จूरรัตน์ คงตระกูล. "สถานการณ์การท่องเที่ยว," ธุรกิจท่องเที่ยว. 2(12) : 39 - 40 ; พฤษภาคม 2533.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. การศึกษาความเหมาะสมแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงใหม่และภาคเหนือตอนล่าง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

ชัยวิช ไทยยง. การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.

ชุตีมา สัจจานนท์. สารนิเทศวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช, 2530.

ชูศรี วงศ์รัตน์. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, 2525.

ฉัฐพร แสงประดับ. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากการ
การพัฒนาการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีหมู่บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527. อัดสำเนา.

ดุษฎี ชุมสาย, ม.ล. หลักวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : แพร่พิทยา, 2518.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2532. กรุงเทพฯ : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2533.

ทองทิพย์ สุธรรมานุวัฒน์. "30 ปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย," อนุสาร อ.ส.ท.

10(12) : 29 - 38 ; กรกฎาคม 2533.

"ท่องเที่ยวไทยยังสดใส," มติชนสัปดาห์วิจารณ์. 33(29) : 42 ; เมษายน 2530.

"ท่องเที่ยวไทยอนาคตยังสดใส," ประชาชาติธุรกิจ ประจำปี 2533 (ฉบับพิเศษ). มิถุนายน
2533.

ธรรมบุญ ประจวบเหมาะ. รายงานการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวกับความมั่นคงของชาติ.
กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529.

นรินทร์ จุลทรัพย์. การจัดและการให้บริการสารนิเทศ. สงขลา : ภาควิชาการแนะแนว
และจิตวิทยาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา,
2531.

ประยูร ดาศรี. การท่องเที่ยว : กิจกรรมเชิงภูมิศาสตร์สมัยใหม่. กรุงเทพฯ : ภาควิชา
ภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2530.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร,
2531.

ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์บัญญัติ อังกฤษ-ไทย ไทย-อังกฤษ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ :

ราชบัณฑิตยสถาน, 2530.

----- . สารานุกรมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน, 2531.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. หลักการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

วัฒนาพานิช, 2528.

วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. ผลกระทบของสงครามตะวันออกกลางต่อการท่องเที่ยวของไทย.

กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2534.

วสุเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2528.

สมชาย หิรัญกิจ. "ความสำคัญของภัตตาคาร และร้านอาหารต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว,"

จุลสารการท่องเที่ยว. 1(29) : 20 - 22 ; มกราคม 2529.

सानนท์ สุขศรี. ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ในจังหวัดสงขลา. ปริญญาโท กศ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร, 2532. อัดสำเนา.

เสรี วังไพจิตร. "ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีการท่องเที่ยวไทย,"

จุลสารการท่องเที่ยว. 1 : 1 - 13 ; มกราคม 2530.

"หยิบข้าวมาเป็นข้าว," ธุรกิจท่องเที่ยว. 2(12) : 109 ; พฤษภาคม 2533.

- American Library Association. The ALA Glossary of Library and Information Science. Chicago : 1983.
- Best, John W. Research in Education. 4th ed. New Jersey : Prentice-Hall, 1981.
- Brittain, J.M. Information and Its Users : A Review With Special Reference to the Social Science. Claveiton Down : Bath University Press, 1970.
- The Economist Intelligence Unit. Far East and Pacific Travel in the 1990. Hawaii : The Economist Intelligence Unit, 1990.
- Gunn, Clare A. Tourism Planning. New York : Crone Russak, 1979.
- Hagerstrand, Torrtten. Inovation Diffusion as a Spatial Process. Chicago : The University of Chicago Press, 1987.
- Harrigan, Birney Melvene. The Language Problem in Tourism. Pensylvania : University of Pittsburgh, 1989.
- Harrod, Leonard Montague. Harrod's Librarians' Glossary. 6th ed. Growers : Gower Publishing Company Limited, 1987.
- Krejcie, Robert V. and Daryle M. Morgan. "Determining Sample Size for Research Activities," Educational and Psychological Measurement. 3 : 607 - 610 ; Autum, 1970.
- Lawyer, Brook. An Inquiry into Tourism in San Cristobal, Mexico. Colorado.: University of Colorado, 1988.
- McGraw-Hill Dictionary of Scientific and Technical Terms. New York : McGraw-Hill, 1978.
- Mintosh, Robert N. Tourism : Principles, Practices, Philosophies. Ohio : Grid Inc., 1977.
- Mitsui Research Institute. Transportation, Tourism, and Tele-communications in the Pacific. Tokyá : Mitsui Research Institute, 1989.
- Pearce, Philip L. The Social Psychology of Tourist Behaviors. Oxford : Pergamon, 1982.

Sheldon, Pauline Joy. Effect of Tourism on Development of a Village in Bali. Hawaii : University of Hawaii, 1988.

Smith, V. (Ed.) Hosts and Guests. An Anthropology of Tourism. Pennsylvania : University of Pennsylvania Press, 1977.

Steffen, Barbara Diane. Tourism and Culture Change in West Africa Bakau Old Town. Washington D.C. : The George Washington University, 1988.

ภาคผนวก

ครุฑ

ที่ ทม 1007/2523

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

8 ตุลาคม 2533

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์

เรียน ผู้จัดการโรงแรม

บัณฑิตวิทยาลัย ขอรับรองว่า นางประทุมพร แสนกล้า เป็นนิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอก
บรรณารักษศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

นิสิตผู้นี้มีความประสงค์จะมาติดต่อเพื่อขอความสะดวกในการศึกษาค้นคว้า เพื่อทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง การรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
ทั้งนี้อยู่ในความควบคุมดูแลของ

ผศ.วิชัย ทับเที่ยง ประธาน

ผศ.พวา พันธุ์เมฆา กรรมการ

สิ่งที่นิสิตใคร่ขอความอนุเคราะห์ คือ ขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาพักใช้บริการ
ในโรงแรม ตอบแบบสอบถาม ในระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2533 เพื่อเป็นข้อมูลในการทำ
วิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือในครั้งนี้ และขอขอบคุณ
ในความช่วยเหลืออนุเคราะห์ใด ๆ ที่ท่านจะโปรดให้แก่บัณฑิตผู้นี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

เจริญ โกมลนุญย์

(นายเจริญ โกมลนุญย์)

รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 2584119

Srinakharinwirot University

November 1990

Dear Sir, (Madam):

This questionnaire will be used in my thesis for a Masters Degree in Library Science at Srinakharinwirot University Graduate School. Its title is *Access to Tourist Information by Foreign Tourists*. I would appreciate it very much if you would take some time to answer this questionnaire with your opinions. In addition to helping me with my thesis, you will be helping Thailand to improve its tourist information services for you and those that follow.

Thank you in advance.

Sincerely yours

Prathumporn Sankla Hastings

Access to Tourist Information by Foreign Tourists Questionnaire

Part I General Information

Please check appropriate box when true or fill in where applicable.

Nationality/Country of Residence.....

Sex: Male Female
 ☐ ☐

Age 20-35 Years 36 Years Up
 ☐ ☐

Part II Channels of Information Access About Tourism

Please check appropriate box when true or fill in where applicable.

What was your first source of information that you obtained in planning this trip?
 (Choose only one)

- ☐ Newspaper
- ☐ Magazine
- ☐ Tour guide book
- ☐ Television
- ☐ Video
- ☐ Slides
- ☐ Radio
- ☐ Suggested by travel agency
- ☐ Airline company
- ☐ Publicized by Tourist Authority of Thailand (TAT)
- ☐ TAT Exhibition such as Thai Food Festival, Thai Fair, Thai Night etc.
- ☐ Special Supplements on Thailand
- ☐ Window displays

- ☐ Cinema theater advertising
- ☐ Spot advertising on electronic bulletin boards
- ☐ Public advertising
- ☐ Informed by friends or relative
- ☐ Made contact with travel agency by yourself
- ☐ Made contact with TAT by yourself
- ☐ Other (Please specify).....

Was the information you received from 1 enough for you to decide to come to Thailand?

☐ Enough

☐ Not enough

If you answered "Not enough", what other sources of information do you think may have been useful? Please select not more than five and rank each source from most informative (1) to least informative (5) (You check more than one)

- ☐ Newspaper
- ☐ Magazine
- ☐ Tour guide book
- ☐ Television
- ☐ Video
- ☐ Slides
- ☐ Radio
- ☐ Suggested by travel agency
- ☐ Airline company
- ☐ Publicized by Tourist Authority of Thailand (TAT)
- ☐ TAT Exhibition Such as Thai Food Festival, Thai Fair, Thai Night etc.
- ☐ Special Supplements on Thailand
- ☐ Window displays

- ☐ Cinema theater advertising
- ☐ Spot advertising on electronic bulletin boards
- ☐ Public advertising
- ☐ Informed by friends or relative
- ☐ Made contact with travel agency by yourself
- ☐ Made contact with TAT by yourself
- ☐ Other (Please specify).....

Part III Your Opinion on Tourist Information Dissemination

For each question please check how useful you think each category is.

For tourist advertising, how would you rank each of the following in terms of access for tourists?

Items	Most	Very	Moderately	Slightly	Least
1.1 Schools, Colleges, Universities					
1.2 Department store					
1.3 Bus stations					
1.4 Railway stations					
1.5 Airport					
1.6 Tourist Authority of Thailand					
1.7 Travel Agency					
1.8 Bus stop					
1.9 Hotels					
1.10 Restaurants					
1.11 Other (Please specify)					

Please rank each of the following sources of tourist information for its usefulness to you.

Items	Most	Very	Moderately	Slightly	Least
1 Hotel information such as location, price and service charge					
2 Information about department stores, souvenir shops or the type of shopping center					
3 Location of bus stations, transport to tourist sites, infrastructure at tourist sites					
4 Restaurant information, such as location, cuisine prices					
5 Nature sites such as location, transportation, and lodging					
6 Historical and religious sites information					
7 Contemporary human products and activities, such as handicrafts					
8 Entertainment sites such as cinemas, bars, discos, nightclubs, etc.					

(This question is continued on next page)

ase rank each of the following sources of tourist information for its usefulness to you
(continued).

Items	Most	Very	Moderately	Slightly	Least
9 General information about Thailand such as climate, landscape or personal safety					
10 Supporting facilities such as information service flight schedules, etc., etc.					
11 Cultural information, such as do's and dont's in Thailand and cultural heritage					
12 Economics, industrial and professionals in each locale					
13 Architecture and buildings by form and age					
14 Linguistics sites such as sites of teaching Thai					
15 Statistics such as population and area					
16 Religious sites or ideology faith					

(this question is continued on next page)

please rank each of the following sources of tourist information for its usefulness to you
(continued).

Items	Most	Very	Moderately	Slightly	Least
17 Meteorology sites, climate of various places in Thailand					
18 Village or rural lifestyles					
19 Educational sites					
20 Agricultural sites					
21 Sport Activities					
22 Other (Please specify)					

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นางประทุมพร	ชื่อสกุล แสนกล้า เฮสติงส์
เกิดวันที่ 23 มิถุนายน	พุทธศักราช 2499
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 930 หมู่บ้านรามอินทราโนเวศน์ ถนนรามอินทรา เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230
หน้าที่การงานปัจจุบัน	อาจารย์ 1
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนแม่วงก์วิทยาคม อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ 60150

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2514	มัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนสิรินธร จังหวัดสุรินทร์
พ.ศ.2516	ป.กศ. จากวิทยาลัยครูมหาสารคาม
พ.ศ.2524	กศ.บ. (วิชาเอกภาษาอังกฤษ) จากมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม
พ.ศ. 2534	กศ.ม. (บรรณารักษศาสตร์) จากมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

การรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

บทคัดย่อ

ของ

ประทุมพร แสนกล้า เฮสติงส์

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกบรรณารักษศาสตร์

เมษายน 2534

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาช่องทางในการรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยว และเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศตามตัวแปร ภูมิสำเนา เพศ และอายุ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่พักในโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 396 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย t -test และ F -test และตรวจสอบความแตกต่างในรายชื่อที่พบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบด้วย Studentized q -statistic แบบ Newman-Keuls Test

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า

1. นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ได้รับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวแรกสุดจากการแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ และสารนิเทศที่ได้รับมีรายละเอียดเพียงพอ ถ้ารายละเอียดไม่เพียงพอจะรับสารนิเทศเพิ่มเติมจากการติดต่อบริษัทนำเที่ยวด้วยตนเองเป็นอันดับแรกมากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า บริษัทนำเที่ยวเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมมากที่สุด ส่วนสารนิเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สารนิเทศด้านอำนวยความสะดวก เช่น การให้ข่าวสาร ตารางการบิน

3. จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่สารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างตามภูมิสำเนา เพศ และ อายุ พบความแตกต่างที่สำคัญ คือ

กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกา มีความเห็นว่าโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว โรงแรม หนังสือพิมพ์และนิตยสาร บริษัทสายการบิน มีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า

กลุ่มตัวอย่างจากยุโรป และเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สารนิเทศที่กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกามีความเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากยุโรปและเอเชีย-แปซิฟิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ สารนิเทศด้านโรงแรมและสถานที่พักผ่อนท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านศาสนา ด้านอุตุนิยมวิทยา ด้านการศึกษา และด้านกีฬา

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีความเห็นว่า ศูนย์การค้า มีความเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งโฆษณาเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และป้ายจอดรถประจำทางและบริษัทสายการบินมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีความเห็นว่า สารนิเทศด้านกีฬา เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านบันเทิงเรีงรมย์ กิจกรรมท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างอายุ 20-35 ปี มีความเห็นว่าสารนิเทศด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่าง อายุ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสารนิเทศด้านเกษตรกรรม มีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มตัวอย่างอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า สารนิเทศด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากกว่า กลุ่มตัวอย่างอายุ 20-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านกีฬา ห้างสรรพสินค้าของที่ระลึกด้านบันเทิงเรีงรมย์ มากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ACCESS TO TOURIST INFORMATION OF FOREIGN TOURISTS

AN ABSTRACT

BY

PRATHUMPORN SANKLA HASTINGS

**Presented in partial fulfillment of the requirements for
the Master of Education degree in Library Science
at Srinakharinwirot University**

April 1991

The purposes of this investigation were to study the channels in information access about tourism, the opinion on tourist information dissemination and to compare the opinion on tourist information dissemination by residences, sexes and ages.

The sample in this study consisted of 396 tourists from hotels in Bangkok. The questionnaires were employed in gathering data. Statistics employed in data analysis included percentage, t-test and F-test and to check the differences in each item by testing and using Studentized q-statistic, Newman - Keuls Test form.

The results of this study revealed that :

1. Most foreign tourists initially acquired tourist information from their friends or relatives. However, if they found the previous information inadequate, they would contact travel agencies.

2. The sample felt that travel agencies were the most suitable places for travel advertising and the most useful information to tourism was information about supporting facilities such as information services and flight schedules.

3. From comparing opinions on tourist information dissemination of the sample group between residences, sexes and ages, the investigation revealed that;

The sample group from America thought that schools, colleges/ universities, department stores, bus stations, railway stations, tourist authority of Thailand, travel agencies, hotels, magazines and newspapers were useful to disseminate information for tourism more than that of Europe and Asia-Pacific with statistically significance at level .05. The information that the sample group from America thought it was more useful for tourism than the sample group from Europe and Asia-Pacific with statistically significance at the .05 level were the information about hotels, nature sites, general information about Thailand, supporting facilities, religion sites, meteorology sites, education sites and sport activities.

The females felt that department stores were more useful in dissemination for tourism than the males with statistically significance at the .05 level, they also reasoned that bus stops and airline companies were more useful than the males with statistically significance at the .05 level. The males thought that the information about sport activities were more useful than the females with statistically significance at the .01 level and information about entertainments, contemporary human products and activities, economics and industry were more useful than the females with statistically significance at the .01 level.

The 20-35 years-old-sample thought that the information about nature sites were more useful to tourism than the 36 years-up-sample with statistically significance at the .01 level and information about agricultural were more useful for tourism than 36 years-up-sample with statistically significance at the .05 level. The 36 years-up-sample thought that the information about cultural information was more useful for tourism than the 20-35 years-old-sample with the statistically significance at the .01 level and information about sport activities, department stores and entertainment sites were more useful for tourism more than the 20-35 years-old-sample with statistically significance at the .05 level.