

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542 มีเนื้อหาสาระที่สำคัญ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เฉพาะ 5 ประการดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542
4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542
5. เพื่อศึกษาตัวแปรที่ใช้อธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

สมมติฐานที่ 3. ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 จำนวน 212 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 612 คน ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

การศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า เป็นชาย และหญิง จำนวนใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มประเทศยุโรป มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า มีอาชีพรับจ้างอิสระเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ต่ำกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐ จนถึงมากกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐ เป็นผู้ที่สมรสแล้วมากที่สุด ส่วนใหญ่ เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศปีละ 2 – 3 ครั้ง และส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก

ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 มีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 กล่าวคือ เป็นชาย และเป็นหญิง จำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มประเทศยุโรป มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ เทียบเท่ามากที่สุด มีรายได้ เดือนละ 1,000 – 2,000 เหรียญสหรัฐ เป็นผู้ที่สมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ และเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศปีละ 1 ครั้ง

2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 กับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศต่อปี แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลักษณะทางประชากรอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว และจำนวนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทย กับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผลการศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและทัศนคติต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

3.1 การศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า โดยภาพรวมมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อต่าง ๆ ในระดับน้อยมาก เมื่อพิจารณารายชื่อทั้ง 19 สื่อ พบว่าสื่อที่นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับปานกลาง ได้แก่ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน เจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว และวารสารการท่องเที่ยว ส่วนสื่ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับน้อยและน้อยมาก

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ในปี 2542 พบว่า โดยภาพรวมเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อต่าง ๆ ในระดับน้อยมาก เช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณารายชื่อทั้ง 19 สื่อ พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับน้อยและน้อยมาก

3.2 การศึกษาความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่าส่วนใหญ่ มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยในระดับปานกลาง และรองลงมา มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยระดับมาก

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยน้อย และรองลงมา มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยปานกลาง

3.3 การศึกษาทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า โดยภาพรวมมีทัศนคติเป็นกลางต่อประเทศไทย เมื่อพิจารณาเป็นรายการ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีทัศนคติเชิงบวกต่อประเทศไทยใน 2 เรื่อง ได้แก่ คนไทยเป็นมิตร รักความสงบ และประเทศไทยมีประเพณีและวัฒนธรรมมากมาย สิ่งที่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีทัศนคติเชิงลบต่อประเทศไทยใน 4 เรื่อง ได้แก่ ปัญหามลพิษ การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ปัญหาโรคเอดส์ และปัญหาจราจรติดขัด ส่วนเรื่องอื่น ๆ มีทัศนคติเป็นกลาง

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า โดยภาพรวมมีทัศนคติเป็นกลางต่อประเทศไทย สิ่งที่นักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีทัศนคติเชิงบวกมี 1 เรื่อง คือ คนไทยเป็นมิตร รักความสงบ สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีทัศนคติเชิงลบต่อประเทศไทย มี 6 เรื่อง ได้แก่ ค่าครองชีพสูง ปัญหามลพิษ การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ปัญหาโรคเอดส์ การมีเสถียรภาพของรัฐบาลไทย ส่วนเรื่องอื่น ๆ มีทัศนคติเป็นกลาง

4. ผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

4.1 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 โดยที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย

4.2 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่าง

ประเทศที่มาจากท่องเที่ยวประเทศไทยมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย

4.3 การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจากท่องเที่ยวประเทศไทยมีทัศนคติต่อประเทศไทยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจากท่องเที่ยวประเทศไทยมีทัศนคติเชิงบวกต่อประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย

5. ผลการศึกษาตัวแปรระหว่างการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้ธรรมาภิบาลเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2542 พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ร้อยละ 23.19 โดยความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยสามารถอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ดีที่สุด รองลงมาได้แก่ ทัศนคติต่อประเทศไทยและการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สรุปประเด็นการอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ข้อค้นพบจากการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศต่อปีแตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ในส่วนภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ใน

กลุ่มประเทศโอเชียเนีย เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มประเทศยุโรป และอเมริกา ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จัดในกลุ่มประเทศโอเชียเนีย มีกิจกรรมมากกว่าที่จัดในกลุ่มประเทศยุโรปและอเมริกา เท่าที่ได้สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ประจำอยู่ที่กรุงเทพฯ ฯ (สัมภาษณ์ ,15 พฤศจิกายน 2541) ได้อธิบายว่า การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ของสำนักงานการท่องเที่ยวไทย ที่ตั้งอยู่ในแต่ละแห่ง จะจัดกิจกรรมอย่างน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ฉะนั้น หากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมาก อาจจะเป็นผลให้นักท่องเที่ยว ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย มากด้วย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มประเทศโอเชียเนีย คือ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ซึ่งอยู่ใกล้ประเทศไทยมากกว่ากลุ่มประเทศยุโรปและอเมริกา ฉะนั้น ความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทย อาจจะมีมาก จึงมีการเปิดรับข่าวสารมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกลุ่มประเทศอเมริกา ซึ่งอยู่ไกลประเทศไทยมากที่สุด ใช้เวลาเดินทางโดยเครื่องบินประมาณ 20 ชั่วโมง จึงอาจจะทำให้ความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยที่สุด อีกประการหนึ่ง การเปิดรับข่าวสารขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมและประเพณี ฉะนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ในกลุ่มประเทศโอเชียเนีย ยุโรป และอเมริกา ซึ่งมีวัฒนธรรม ประเพณีที่แตกต่างกัน อยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบทางสังคมที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับสื่อต่างกัน จึงมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ คอลิน เชอรี (Colin Cherry ,1978) ที่ว่า ในการเปิดรับข่าวสารนั้น แต่ละบุคคลจะได้รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่บุคคลจะมีการเปิดรับข่าวสาร และเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของข่าวสารที่บุคคลนั้น คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน และสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสื่ออื่นนั้น เกิดจากลักษณะพื้นฐานของผู้รับสารในด้านองค์ประกอบทางสังคม และสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่

ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับระดับการศึกษา จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท และปริญญาตรี ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจจะเนื่องมาจาก ผู้ที่มีคุณวุฒิการศึกษาสูง จะมีลักษณะเป็นผู้ที่ใฝ่รู้อยู่ตลอดเวลา จึงทำให้มีการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศไนย สุนทรวิภาต ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา ที่พบว่า คนที่มีการศึกษาระดับสูง จะเปิดรับสื่อทุกประเภท

ส่วนลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกี่ยวกับ การเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปี จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยครั้ง จะเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวบ่อย ๆ จะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่เสมอ เมื่อมีข่าวสารการท่องเที่ยว ก็พร้อมที่จะเปิดรับ ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมาก สอดคล้องกับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารของชาร์ลส์ อัทกิน (Charles Atkin, 1973) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใด ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ในที่นี้กล่าวคือ ถ้าผลประโยชน์ที่จะได้รับจากข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย สูงกว่า การต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจข่าวสารนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ก็จะแสวงหาข่าวสารนั้น (information seeking)

ส่วนลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในด้านอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้ อาจจะเนื่องจากการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยภาพรวมแล้วมีการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อยมาก ฉะนั้น ไม่ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะเป็นเพศหญิง หรือชาย อายุต่างกัน อาชีพต่างกัน รายได้ต่างกัน สถานภาพทางครอบครัวต่างกัน รวมถึงจำนวนครั้งการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยต่างกัน จึงมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งตัวแปรด้านอาชีพสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิระนันท์ นูระะโสภณ (2537) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วม ในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีอาชีพต่างกัน เปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งไว้ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย สูงกว่า นักท่องเที่ยว

เที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นผู้ที่มีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยอยู่แล้ว จึงมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย โดยเฉพาะในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศต่าง ๆ ได้ผลิตสื่อต่าง ๆ ที่ให้ข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่าปีอื่น ๆ จึงเป็นช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Process) ของเคลปเปอร์ (Klapper ,1960) ข้อหนึ่งที่ว่า การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกรับสื่อและข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการ เพื่อนำมาสนองความต้องการของตนเอง

นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อบุคคล เป็นเพื่อน ญาติ หรือเพื่อนร่วมงาน มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อบุคคลดังกล่าวมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว เมื่อกลับไปยังประเทศของตนแล้ว ก็มักจะมีการเล่าต่อ ๆ กันไป ไม่ว่าจะมีความประทับใจ หรือไม่ประทับใจ เกี่ยวกับสถานที่หรือประเทศนั้น ๆ และการได้รับข่าวสารข้อมูลจากคนใกล้ชิด จะทำให้เกิดความเชื่อถือในข้อมูลนั้น ๆ นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ยังได้รับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจะมีแผนกลยุทธ์การตลาด ที่จะให้ข่าวสาร ข้อมูล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งเป็นลักษณะของการดำเนินธุรกิจ

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลนี้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ โรเจอร์ (Rogers ,1978) แคทซ์และลาซซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld ,1955) ที่ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อคัดค้าน และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสกาพร สุทธิศักดิ์ (2539) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง และจากงานวิจัยของ อรัญญา ม้าลายทอง (2539) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทล็อกซเลย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล คือ เพื่อนร่วมงานมากที่สุด

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย อาจจะไม่มีความสนใจเกี่ยวกับประเทศไทยน้อย และไม่ยอมรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย จึงไม่มีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงมีน้อย ผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารจึงไม่เกิดขึ้น

ข้อค้นพบจากการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งไว้ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยความรู้สูงกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวมากกว่า ก็ส่งผลให้มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยมากกว่า ซึ่งตรงกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers ,1978) ที่กล่าวว่า การสื่อสารได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร และแนวคิดของชาร์ลส์ อัทกิน (Charles K. Atkin ,1973) ที่กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้นมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวารี วงศ์วัฒนา (2535) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ข้อค้นพบจากการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีทัศนคติต่อประเทศไทย แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยตั้งไว้ โดยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยทัศนคติสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทย ย่อมเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย โดยเฉพาะทัศนคติต่อคนไทย ที่เห็นว่าคนไทยเป็นมิตร รักความสงบ และประเทศไทยมีวัฒนธรรมและประเพณีมากมาย ฉะนั้น สองประการดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชอบประเทศไทย และมาท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฮัดแมน (L.E.Hudman ,1980) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด ซึ่งปัจจัยดึงดูด คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่ดึงดูดให้บุคคลออกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ และสิ่งอื่น ๆ ในที่นี้คือ ความมีน้ำใจของคนไทย และวัฒนธรรมที่หลายหลายของประเทศไทยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย มีทัศนคติเชิงบวกกับประเทศไทยเพียงประการเดียว คือ คนไทยมีความเป็นมิตร รักความสงบ ซึ่งอาจจะไม่เพียงพอที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติเชิงลบต่อประเทศไทยหลายประการ ได้แก่ ปัญหามลพิษ ปัญหาการจราจรติดขัด ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ปัญหาโรคเอดส์ และปัญหาการมีเสถียรภาพของรัฐบาลไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ประสงค์ที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถอธิบายการเดินทางมาประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

ข้อค้นพบจากการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถอธิบายการเดินทางมาประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยซึ่งผู้วิจัยตั้งไว้

จากการวิจัยพบว่า ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย เป็นตัวอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้ดีที่สุด รองลงมาคือ ทัศนคติต่อประเทศไทย และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามลำดับ ทั้งหมดนี้อธิบายได้ว่า การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้น เพราะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคนไทยและประเทศไทย ทำให้สนใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และเนื่องจาก การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีน้อยมาก ยกเว้นจากสื่อบุคคล จึงอาจส่งผลให้การวิจัยครั้งนี้พบว่า ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้น้อยที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากผลการวิจัยได้ข้อค้นพบนำมาเป็นข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ดังนี้

1. การแสวงหากลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว

ข้อค้นพบจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีอาชีพรับจ้างอิสระ มีรายได้ตั้งแต่ต่ำกว่า 1,000 เหรียญสหรัฐ จนถึงมากกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐ ต่อเดือน และเป็นผู้ที่สมรสแล้ว ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ยังคงมุ่งไปที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้เป็นหลัก เพื่อเป็นการดึงดูดค่าเช่าเอาไว้นักท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำ กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 1,000 เหรียญสหรัฐต่อเดือน เพราะค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ไม่สูงนัก เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่มีค่าครองชีพสูงกว่า ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่มากนัก ก็สามารถมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ที่มีลักษณะทางประชากรอื่น ๆ ก็เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ควรจรรจงร้งค์ ให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ที่ยังเป็น โสด เพราะคนที่มีอายุระหว่างนี้ อาจจะยังไม่สมรสก็ได้

นอกจากนี้แล้ว การวิจัยยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย ก็มีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย กล่าวคือ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีรายได้เดือนละ 1,001-2,000 เหรียญสหรัฐ และเป็นผู้ที่สมรสแล้ว ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มาท่องเที่ยวประเทศไทย ก็ควรมุ่ง ไปที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วย โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้ไม่สูงนัก ทั้งนี้เพื่อเป็นการแสวงหากลุ่มเป้าหมายใหม่

หากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน แล้วทำการประชาสัมพันธ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย อาจจะทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ทั้งที่เป็นกลุ่มที่มาซ้ำ และมาเป็นครั้งแรก และการประชาสัมพันธ์ทั่ว ๆ ไป โดยไม่มุ่งตรงไปที่กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน อาจทำให้เสียค่าใช้จ่ายมาก แต่ได้ผลน้อย

2. การเลือกใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2.1 ข้อค้นพบจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า สื่อที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงานของนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีโอกาสจะได้รับความรู้ เกี่ยวกับประเทศไทยในด้านต่าง ๆ เช่น อาหารไทย ประเพณีไทย โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปการพ้อนรำไทย การแต่งกายแบบไทย เป็นต้น โดยกระทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดนิทรรศการอาหารไทย และควรมีสถานที่ที่จัดเรื่องนี้โดยเฉพาะ เป็นประจำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เข้าชม และซื้อรับประทานได้ หรือจัดแฟชันโชว์ การแต่งกายชุดไทย การแสดงศิลปไทย การพ้อนรำไทย กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะต้องมีสถานที่ที่จัดเป็นประจำ ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยอย่างแท้จริง เมื่อเขากลับไปจะได้นำไปบอกต่อเพื่อนฝูง หรือญาติ เกี่ยวกับประเทศไทยได้ถูกต้อง

2.2 นอกจากนี้ การวิจัยยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากบริษัทนำเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ในการจัดโปรแกรมการนำเที่ยวในประเทศไทย โดยกำหนดกิจกรรมการนำเที่ยวที่เป็นแกนกลางไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ไปเยี่ยมชม ส่วนกิจกรรมการนำเที่ยวเสริมอื่น ๆ แล้วแต่บริษัทนำเที่ยวแต่ละแห่งจะจัดเอง การจัดให้มีโปรแกรมแกนกลาง จะให้นักท่องเที่ยวได้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

2.3 สำหรับสื่อวารสารการท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไป จากการวิจัยพบว่า เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ฉะนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจะได้ร่วมมือกับภาคเอกชน หรือบริษัทนำเที่ยว บริษัทสายการบิน เพื่อที่จะได้สอดแทรกข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ลงในวารสารที่หน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้นมีอยู่ ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ทำให้ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3. การให้ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และการทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

จากการวิจัยยังพบอีกว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ดังนั้น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจะทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

3.1 กิจกรรมที่ให้ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยจะต้องมีข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทย เช่น การเดินทาง โบราณสถาน โบราณวัตถุ ชายหาด นิสัยใจคอคนไทย วัฒนธรรมไทย เป็นต้น และการจะให้ข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้ต้องเลือกสื่อให้เหมาะสม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล หรือ สื่อกระจายเสียง เป็นต้น สื่อต่าง ๆ ที่ใช้จะต้องมุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

3.2 กิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยเนื่องจากความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย เป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับประเทศไทย การพิมพ์เอกสารเผยแพร่ หรือแทรกความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยในวารสารการท่องเที่ยว ซึ่งสื่อเหล่านี้จัดทำได้ในปริมาณมาก ส่วนสื่อกระจายเสียง เช่น วิทยุโทรทัศน์ อาจทำได้บ้างแต่สื่อประเภทนี้ค่าใช้จ่ายสูง และทำได้ไม่บ่อยครั้ง ทำให้ไม่ได้ผลเท่าที่ควร

3.3 กิจกรรมที่ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย นักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวประเทศไทยจะเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของรัฐและเอกชน จะต้องช่วยกันสร้างกระแสให้เกิดขึ้นกับคนไทยว่า คนไทยทุกคนมีส่วนที่จะทำให้อาชาวต่างประเทศเกิดทัศนคติที่ดีและไม่ดีต่อประเทศไทยได้ และแนะแนวทางการปฏิบัติสำหรับคนไทยที่จะทำให้อาชาวต่างประเทศเกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย และการปฏิบัติเช่นนี้จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง จนเป็นนิสัยของคนไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเน้นวิจัยสื่อที่ทำให้เกิดความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยและเกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย
2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน นักท่องเที่ยวชาวอิตาลี เป็นต้น
3. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย