



บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว  
ในภาคตะวันออกเฉียงใต้ (ในเขตพื้นที่ 3 จังหวัด ระยอง จันทบุรี ตราด) โดยมี  
วัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้คือ

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการ  
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้
2. เพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล  
สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ กับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้
3. เพื่อทราบถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว  
กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือใน  
การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง จันทบุรี  
และตราด ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 210 ราย ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง  
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-39 ปี การศึกษาอยู่ใน  
ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำงานแล้วและมีอาชีพเป็นลูกจ้างบริษัท ร้านค้า รายได้ส่วนใหญ่  
อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท
2. การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับการ  
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้  
ผลการวิจัยพบว่า ก่อนที่จะไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีโอกาสรับข่าวสาร  
เผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน ส่วนสื่อเฉพาะกิจ  
นั้นมีผู้ได้รับน้อยที่สุด

### 3. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

#### 3.1 การเปิดรับสื่อบุคคล ผลการวิจัยปรากฏว่า ในรอบ 1 เดือน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีโอกาสพบปะและสนทนากับเพื่อนและญาติพี่น้องเกือบทุกวัน สำหรับเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว และครู-อาจารย์ นั้น ปรากฏว่าไม่มีโอกาสได้พบปะและสนทนากันเลย ส่วนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท โดยเฉลี่ยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อจากเพื่อนและญาติพี่น้องในระดับปานกลาง สำหรับเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวและครู-อาจารย์ อยู่ในระดับน้อย

#### 3.2 การเปิดรับสื่อมวลชน ผลการวิจัยปรากฏว่า ในรอบ 1 สัปดาห์

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีโอกาสอ่านนิตยสาร อ่านหนังสือพิมพ์ และชมโทรทัศน์ตั้งแต่ 5 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนการฟังวิทยุมีโอกาสฟัง 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภท โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

#### 3.3 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ผลการวิจัยปรากฏว่า ในรอบ 1 เดือน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ 3-4 ครั้ง/เดือน และน้อยกว่า 2 ครั้ง/เดือน ซึ่งมีจำนวนพอ ๆ กัน ส่วนผู้ที่ได้รับตั้งแต่ 5 ครั้ง/เดือน มีน้อยมาก ส่วนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจนั้น นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจโดยเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง

#### 3.4 การติดต่อกับสังคมภายนอก ผลการวิจัยปรากฏว่า ในรอบ 6 เดือน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศเลย และมีโอกาสเดินทางไปต่างจังหวัดนาน ๆ ครั้ง ส่วนโอกาสที่จะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นนั้น มีโอกาสพูดคุยเกือบทุกเดือน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความชอบที่จะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นมาก ส่วนความบ่อยครั้งในการเดินทางไปต่างจังหวัดและมีโอกาสพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น โดยเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการเดินทางไปต่างประเทศ อยู่ในระดับน้อย

#### 3.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ผลการวิจัยปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

คาดว่าจะผลประโยชน์ที่ได้รับจากการไปท่องเที่ยว โดยจัดลำดับคือ 1. การได้พักผ่อนหย่อนใจ และคลายความเครียด 2. การมีโอกาสได้ทัศนศึกษาซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์

3. การได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีขึ้น 4. การได้สมาคมกับผู้อื่นหรือผู้ที่ร่วมกลุ่มท่องเที่ยว ทำให้มีเพื่อนเพิ่มขึ้น 5. การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ส่วนประโยชน์อื่น ๆ นักท่องเที่ยวไม่จัดลำดับให้ เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับแต่ละประการโดยเฉลี่ย พบว่า ประโยชน์ในอันดับที่ 1 และ 2 อยู่ในระดับมาก อันดับ ที่ 3-5 อยู่ในระดับปานกลาง และประโยชน์ในเรื่องอื่น ๆ อยู่ในระดับน้อย

#### 4. การไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง

จากผลการวิจัย ปรากฏว่า หลังจากกรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน ในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว และเห็นด้วยว่าการไปท่องเที่ยวเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง พร้อมทั้งมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้บุคคลอื่นไปท่องเที่ยว และจะกลับไปท่องเที่ยวอีกถ้ามีโอกาส ส่วนระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยพบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเร็ว

#### 5. จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-2 พบว่า

5.1 การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงไม่แตกต่างกัน

5.2 การเปิดรับสื่อบุคคล การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทางลบ กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง การเปิดรับสื่อมวลชน ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง

#### อภิปรายผล

1. จากการสำรวจการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยได้รับทราบจากเพื่อนและญาติพี่น้องมากที่สุด ดังปรากฏในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การเผยแพร่สิ่งใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือสมาชิกในสังคม ซึ่งก็คือ นวัตกรรม สื่อต่าง ๆ จะทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

การเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง คือในจังหวัด ระยะเวลาของ จันทบุรี และคราดนั้น มีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศชท) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่เพื่อบริการด้านการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อยู่ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็น ศูนย์ใหญ่ และมีศูนย์ย่อยประจำภาคตะวันออกเฉียงอยู่ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพียงแห่งเดียว ทำให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดดังกล่าวไม่ได้รับความสะดวกในการสอบถามข้อมูลข่าวสารเท่าที่ควร เพราะการเดินทางไปยังจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียง นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางไปโดยใช้ถนนสายชลบุรี-แกลง ซึ่งจะช่วยย่นระยะเวลาในการเดินทางได้มาก โดยไม่ต้องผ่านเข้าไปในเมืองพัทยา การสอบถามข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในศูนย์ภาคตะวันออกเฉียงนั้นจึงปรากฏว่า เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวที่จังหวัดชลบุรีอยู่แล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางไปยัง ระยะเวลาของ จันทบุรี และคราด ส่วนใหญ่จึงไม่มีโอกาสได้พบปะและสนทนากับเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2530 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2531 ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวชาวไทยไปใช้บริการด้านข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียง (ศูนย์เมืองพัทยา) เพียง 6,573 คน ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไปใช้บริการถึง 20,554 คน (ศรีประชา เจริญจิตต์, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2533) จากผลการวิจัยครั้งนี้จึงปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลคือเพื่อน และญาติพี่น้อง ส่วนการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากสื่อมวลชนน้อยกว่าที่ได้รับจากสื่อบุคคล แม้วักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีโอกาสอ่านนิตยสาร อ่านหนังสือพิมพ์และชมโทรทัศน์ มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ก็ตาม แต่การเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อมวลชนในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและรายละเอียดเกี่ยวกับภาคตะวันออกเฉียงมีเป็นจำนวนมาก ข่าวสารที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนอาจไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงจัดลำดับความสำคัญของสื่อมวลชนว่า สามารถเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้รองจากสื่อบุคคล

ส่วนสื่อเฉพาะกิจนั้น ดังได้กล่าวมาแล้วว่ามีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเพียงแห่งเดียว ซึ่งศูนย์ดังกล่าวจะเป็นที่ซึ่งมี

สื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ และจุลสารไว้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และการเดินทาง จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงปรากฏว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มาใช้บริการด้านข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจกันน้อยมาก และสื่อเฉพาะกิจที่บริษัทท่องเที่ยวผลิตขึ้น เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั้น ก็มีไว้บริการเฉพาะที่บริษัทท่องเที่ยวหรือ เมื่อมีการจัดนิทรรศการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ เพื่อเสนอบริการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งสื่อเฉพาะกิจของบริษัทท่องเที่ยว นั้น มิได้พิมพ์ไว้เพื่อแจกจ่าย ทั่วไปอย่างกว้างขวาง จึงไม่สามารถที่จะเผยแพร่ข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง (ทรงศิลป์ จุลกะ, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2533)

2. จากการทดสอบสมมติฐานที่ว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้แตกต่างกันนั้น ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานคือ การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ว่าผลจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ จะแสดงให้เห็นว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ในทิศทางเดียวกัน แต่การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ก็ตาม เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคลกับการไปท่องเที่ยวอยู่ในระดับค่า (.1145) ดังนั้น เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทกับการไปท่องเที่ยวเป็นรายคู่แล้ว จึงพบว่าไม่แตกต่างกัน

ได้กล่าวมาแล้วว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคลกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ อยู่ในระดับค่า ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่จากสื่อบุคคลอาจไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ประกอบกับสถานที่ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้มีอยู่มากมาย การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งอาจไม่ตรงกับทัศนคติของนักท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัย

ในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว สภามหภูมิอากาศ ระยะเวลาตลอดจนความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ฯลฯ ต่างก็เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจไปท่องเที่ยวทั้งสิ้น จากการสัมภาษณ์ภาคพื้น พบว่า นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะสอบถามในเรื่องระยะทาง, ระยะเวลาในการเดินทาง, ความปลอดภัยในการเดินทางด้วยรถและเรือไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นหมู่เกาะหรือชายฝั่งทะเล ก่อนการตัดสินใจไปท่องเที่ยว (นิคม พะวงค์, สัมภาษณ์, 5 พฤศจิกายน 2533) รวมทั้งนักท่องเที่ยวมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงเดือนตุลาคม ถึง เมษายนนี้ถัดไป มากกว่าในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง กันยายน ซึ่งเป็นฤดูฝน (ทรงศิโรจน์ จุลกะ, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2533) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่บริษัทท่องเที่ยวดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า นอกจากข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแล้ว ลักษณะภูมิอากาศก็เป็นส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ว่า การพิจารณาว่าสื่อใดจะมีอิทธิพลมากกว่ากัน หรือสื่อใดจะมีอิทธิพลมากที่สุดที่จะใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ย่อมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานที่ และ ผู้รับสารด้วย (ประมะ สดะเวทิน, 2531) การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน นับว่าเป็นการเผยแพร่สิ่งใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวซึ่งก็คือ นวัตกรรมดังได้กล่าวมาแล้ว แม้ว่าสื่อมวลชนจะทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารเพื่อชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการตัดสินใจไปท่องเที่ยวแล้ว ยังขึ้นอยู่กับ ความต้องการและคุณลักษณะของผู้รับนวัตกรรม ซึ่งก็คือ นักท่องเที่ยวแต่ละคนด้วย ดังที่ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะแตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน (เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ, 2530)

ฉะนั้น การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยใช้สื่อมวลชน จึงพบว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ส่วนการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงว่าการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยใช้สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจไม่ว่าจะมากหรือน้อย ก็ไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวมากขึ้นหรือน้อยลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเผยแพร่ข่าวสารโดยใช้สื่อมวลชนเป็นการให้ความรู้ และความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการ

เผยแพร่ข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟัง เนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของคน หรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย (Lazarsfeld and Menzel, 1968) ส่วนการใช้สื่อเฉพาะกิจในการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ นั้น เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่างโดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน สื่อเฉพาะกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยทั่วไป ให้ความสำคัญคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อเฉพาะกิจกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จึงปรากฏผลว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้

3. จากการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อบุคคล และการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่นในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติคือเรื่องต่าง ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง (Rogers, 1978) กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น (Bettinghaus, 1968) ฉะนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมากก็จะทำให้มีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวมากขึ้นตามไปด้วย เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเองจึงง่ายต่อการชักจูงใจ (Lazarsfeld and Menzel, 1968) ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ โรเจอร์ส (Rogers) ที่เปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่ากับผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า ในเรื่องของพฤติกรรมการสื่อสารว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าเข้าถึงสื่อบุคคลมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า (Rogers and Shoemaker, 1971)

ส่วนการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกนั้น นับว่า เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมในหมู่ผู้รับสารได้ง่ายขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีความชอบที่จะพบปะพูดคุยกับบุคคลภายนอก และชอบที่จะเดินทางออกนอกภูมิภาคแล้ว โอกาสที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวย่อมมีมากขึ้นด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของโรเจอร์ส ที่ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการ

ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งกล่าวว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มักจะมีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกมากกว่า (Rogers and Shoemaker)

นอกจากการ เปิดรับสื่อบุคคลและการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกแล้ว ผลการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า การ เปิดรับสื่อ เฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ด้วย แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบ ผลการวิจัยสอดคล้องกับความจริงที่ว่าสื่อเฉพาะกิจที่ใช้เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้คือ จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับสื่อเฉพาะกิจที่เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรีคือที่พัทยา และสื่อเฉพาะกิจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนมากพบว่า เป็นภาษาอังกฤษ ที่เป็นภาษาไทยจะเป็นจุลสารและแผ่นพับซึ่งแม้ว่านักท่องเที่ยวได้รับสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้มาก แต่อาจมีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว น้อย รวมทั้งจากการวิเคราะห์สื่อเฉพาะกิจของบริษัทท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้ว พบว่า นอกจากจะมีรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักและการเดินทางแล้ว ยังมีการเสนอรายละเอียดของค่าใช้จ่าย ปรากฏอยู่ด้วย ซึ่งอาจ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ แม้ว่าจะนักท่องเที่ยวจะได้รับสื่อเฉพาะกิจมากแต่ก็จะตัดสินใจไปท่องเที่ยวกันน้อยลง เพราะค่าใช้จ่ายเรื่องที่พักและการไปท่องเที่ยวในสถานที่บางแห่งอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นความสัมพันธ์เชิงลบ

สำหรับการ เปิดรับสื่อมวลชน ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และฐานะทาง เศรษฐกิจนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ทั้งนี้จากการศึกษาของนักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่าง เห็นพ้องกันว่า สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการจูงใจ ข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใด ๆ (Rogers) สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริม ความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิม สื่อมวลชนเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น (Bettinghaus) จากผลการวิจัยจึงสอดคล้องกับแนวความคิดนี้ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจไปเที่ยวนั้น ไม่จำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนในการ



ตัดสินใจไปท่องเที่ยวเลย ส่วนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับนั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยว มักจะเดินทางไปโดยไม่ได้มุ่งหวังว่าจะได้รับผลประโยชน์อันใด จากผลการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ในทางบวกระหว่างสื่อมวลชน และการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก กับการไปท่องเที่ยว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว เมื่อได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน และเมื่อมีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกมาก ก็จะตัดสินใจไปท่องเที่ยว ซึ่งจากปัจจัย 2 ประการดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวโดยอาจไม่ได้คาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเลย

ปัจจัยในเรื่องฐานะทางเศรษฐกิจนั้น จากผลการวิจัยที่พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยว นั้น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอยู่มากมายหลายแห่ง (ภาคผนวก ค) และที่พักก็มีให้เลือกเป็นจำนวนมาก ซึ่งค่าใช้จ่ายก็มีหลายระดับให้เลือก นอกจากนี้ยังมีการบริการด้านที่พักโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอีกด้วย เช่นที่วัดเขาสุกิม จังหวัดจันทบุรี (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม, 2528) ประกอบกับร้านอาหารก็มีให้เลือกมากมาย การเดินทางไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถที่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว หรือ รถโดยสารได้ ฉะนั้นค่าใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงขึ้นอยู่กับความสะดวกและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ว่ามีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับใดก็สามารถเลือกไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการได้ แสดงให้เห็นว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของบุคคลมิได้เป็นคุณสมบัติที่จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมในเรื่องนี้ได้

#### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีบทบาทไม่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ในการชักจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยบางส่วนยังพบว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อนและญาติค่อนข้างจะมีความสำคัญต่อการไปท่องเที่ยวพอสมควร ฉะนั้น ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ควรจะได้มีการพิจารณาความสำคัญของสื่อมวลชนให้มีความบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวซึ่งมีหน้าที่โดยตรงอยู่แล้ว หากแต่ในปัจจุบันไม่ได้ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวไทย เท่ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน การเผยแพร่

ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจก็ควรได้มีการ เพิ่ม เติม เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการไปท่องเที่ยวให้มากขึ้นด้วย เพื่อที่จะได้ใช้สื่อทุกประเภทควบคู่กันไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมให้มีการเผยแพร่ นวัตกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง เพื่อที่จะสามารถให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง จากการศึกษาพบว่า มีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (ศทท.) ที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยมีสื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ช่วยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว และมีสื่อเฉพาะกิจไว้บริการประจำภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพียงแห่งเดียว คือที่เมืองพัทยา ซึ่งแต่ละจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็มีนักท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่มากมาย ถ้าได้มีการขยายบริการ โดยมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวประจำในแต่ละจังหวัด ก็จะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มาก จากการสัมภาษณ์ ศรีประชา เจริญจิตต์ เจ้าหน้าที่ของ ททท.ประจำภาคตะวันออกเฉียงเหนือแล้วพบว่า ในอนาคตจะมีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่จังหวัดระยองอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างได้ ส่วนในจังหวัดจันทบุรี และ ตราดนั้น นับว่ามีแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวก็ให้ความสนใจอยู่มาก สมควรที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะได้พิจารณาจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในจังหวัดดังกล่าวต่อไปในอนาคต

3. จากการศึกษาพบว่า นอกจากข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ระยะเวลา และที่พักแล้ว ข่าวสารในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ก็เป็นข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจไปท่องเที่ยวด้วย เพราะปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคที่สำคัญมากประการหนึ่ง ซึ่งเปรียบเสมือนโรคร้ายที่ทำให้เกิดการบั่นทอนความเจริญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่เสมอ หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องนี้ ได้แก่ ตำรวจท่องเที่ยว ซึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีศูนย์ของตำรวจท่องเที่ยวตั้งอยู่ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทำหน้าที่รองรับและแก้ไขปัญหาค่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและเกิดความปลอดภัยในการเดินทางไปท่องเที่ยว ในปัจจุบันมีอัตราค่าจ้างที่ศูนย์ประจำภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพียง 70 อัตรา แต่รับผิดชอบจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งสิ้น 25 จังหวัด (รายละเอียดในภาคผนวก ง) สมควรที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบจะได้พิจารณาขยายอัตราค่าจ้างของตำรวจท่องเที่ยว เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนช่วยเหลือแก้ไขปัญหาค่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า สื่อบุคคลค่อนข้างมีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการเปิดรับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้นจึงน่าจะได้มีการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ให้ลึกซึ้งขึ้นไปอีก โดยศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ในตัวสื่อบุคคลแต่ละประเภทที่คาดว่าจะมีผลต่อการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้ กับ นักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ต่างกันออกไป เพื่อนำผลที่ได้มา เปรียบเทียบกัน อันจะทำให้การวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, คำรวจท่องเที่ยว, สื่อมวลชน, สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษา ประเภทของเนื้อหาข่าวสารการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเปิดรับ และมีความต้องการในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว เนื่องจากผลการวิจัยยังพบว่า การเปิดรับสื่อบางประเภทมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการไปท่องเที่ยว แสดงว่าเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับอาจไม่ตรงกับความต้องการ หรืออาจไม่เพียงพอต่อการนำไปประกอบการตัดสินใจ ทั้งนี้เพื่อจะได้นำมาประกอบ การวางแผนการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น