

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผล
ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ
คณานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผล

ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

ณัฐจารี ปิ่นประภา

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ฤกษ์กลาง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ฤกษ์กลาง)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

..... คณบดี
(ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

/ /

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณัฐจารี ปิ่นประภา
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2561

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) คือ ผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่ม 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพมหานคร กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงเทพมหานคร กลุ่มกรุงเทพเหนือ รวมทั้งสิ้น 400 ชุด จากนั้นได้ประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและใช้สถิติ t-Test , F-Test และ One – Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสูงอายุส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (57.7%) มีอายุ 60 – 64 ปี (59.5%) สถานภาพการสมรส สมรส มีบุตร (81.3%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (54.8%) มีรายได้เฉลี่ย มากกว่า 25,000 บาท (59.5%) มีระดับสุขภาพกายที่แข็งแรง (92.5%) มีระดับสุขภาพจิตใจที่ดี (96.0%) ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส สุขภาพกายและสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2) ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส สุขภาพกายและสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3) ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส สุขภาพกายที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมทางท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้และสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

4) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว ส่วนด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยว



ABSTRACT

Title of Thesis	Information Seeking and Tourism Information Needs Affecting the Domestic Travel Behavior of Thai Elderly
Author	Nutjaree Pinprapa
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2018

This survey research aims to study tourism information seeking and needs for tourism information that affected the domestic tourism among elder in Bangkok. The data collection was conducted by questionnaire. The samples were 400 elders who lived in Bangkok restrictions in six areas; central Bangkok, northern Bangkok, southern Bangkok, eastern Bangkok, southern Thon Buri, and northern Thon Buri. The data were analyzed by using the SPSS software. Descriptive statistics as Percentage, Mean, Standard Deviation and Inferential statistical analysis such as T-test, F-test, and One-way ANOVA was used to conclude and testing hypothesis. The results showed that the most elder people samples were female (57.7%), in the ages between 60 – 64 (59.5%), married (81.3%), Bachelor degree (54.8%), more than 25,000 Baht in monthly income (59.5%), good physical health (92.5%), and good mental health (96.0%). The research results found that:

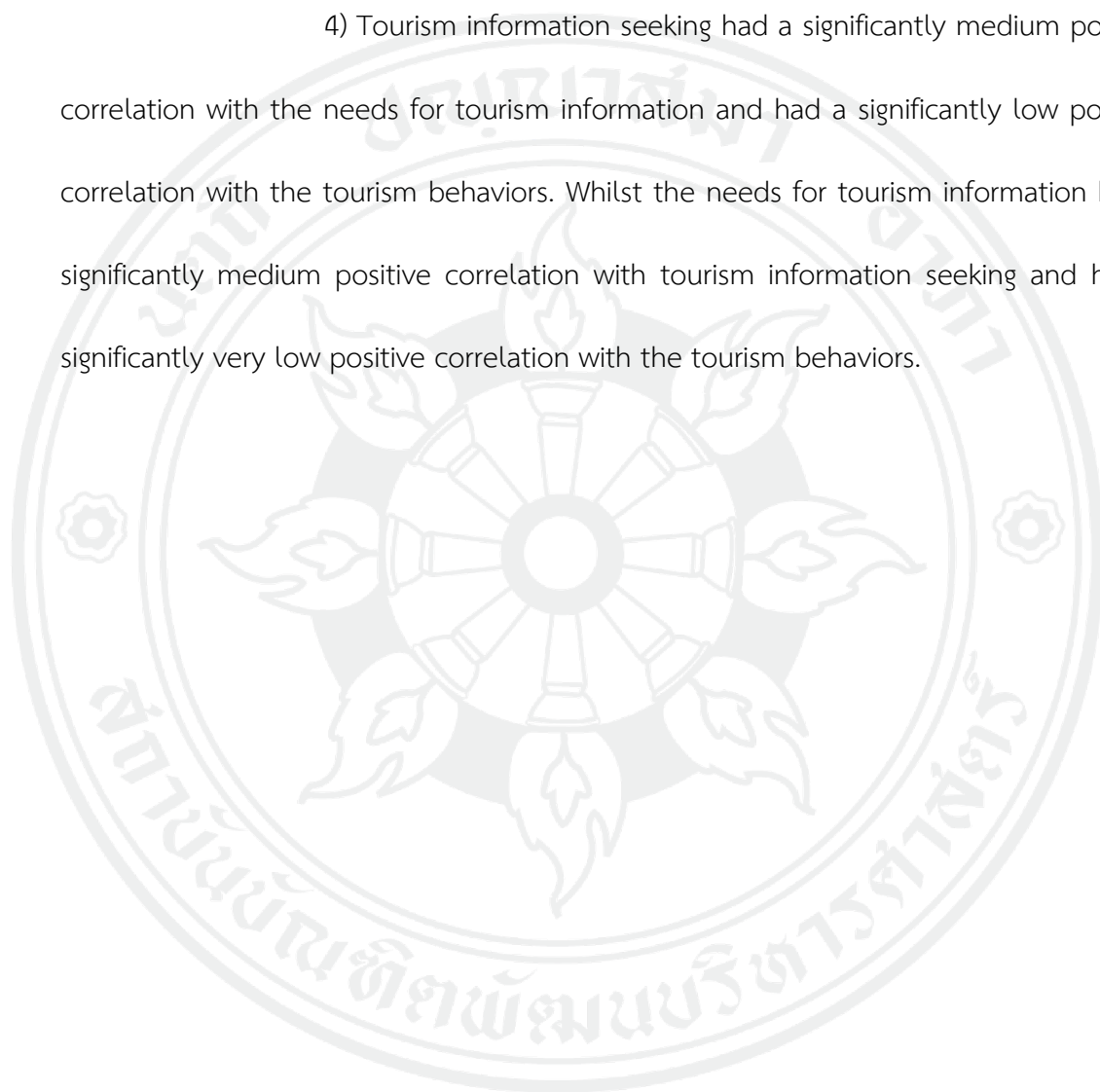
1) The elderly people with different sex, educational background, and income had significantly different in searching methods for tourism information.

2) The elderly people with different sex, educational background,

and income had significantly different in needs for tourism information.

3) The elderly people with different sex, educational background, and income had significantly different tourism behaviors.

4) Tourism information seeking had a significantly medium positive correlation with the needs for tourism information and had a significantly low positive correlation with the tourism behaviors. Whilst the needs for tourism information has a significantly medium positive correlation with tourism information seeking and had a significantly very low positive correlation with the tourism behaviors.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีนั้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ประทุม ฤกษ์กลาง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา พร้อมทั้งช่วยชี้แนะแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยอีกทั้งยังช่วยปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบข้อผิดพลาดต่างๆด้วยความใส่ใจและเมตตาต่อผู้วิจัยด้วยดีเสมอมาจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ประธานกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์และรศ.ดร.กฤติดา ธรรมวิวัฒน์ กรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ รวมทั้งมีข้อเสนอแนะต่างๆอันเป็นประโยชน์เพื่อการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เหมาะสมรวมทั้งมีความถูกต้องและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการที่ได้ให้ความรู้ต่างๆที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้วิจัยด้วยความใส่ใจและมีเมตตาอีกทั้งขอขอบคุณบุคลากรในคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการทุกท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือและตอบข้อสงสัยที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยด้วยความจริงใจและเอาใจใส่เสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาช่วยกรุณาตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลของข้อมูลได้เป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้องและญาติๆทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจและสนับสนุนในทุกๆเรื่องที่ดีเสมอมา รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยให้กำลังใจให้ผ่านพ้นอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปได้ด้วยดี จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ณัฐจารี ปิ่นประภา

พฤศจิกายน 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาในการวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.5 ขอบเขตการวิจัย	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการแสวงหาข้อมูล.....	15
2.3 แนวคิดและทฤษฎีความต้องการข้อมูลข่าวสาร	23
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	28
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	41
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ	53
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	59

3.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	60
3.2	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	61
3.3	สมมติฐานการวิจัย	61
3.4	นิยามเชิงปฏิบัติการ	61
3.5	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	62
3.6	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	66
3.7	การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	68
3.8	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	68
3.9	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
3.10	เกณฑ์การแปรค่าตัวแปร	71
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
4.1	ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
4.2	ตอนที่ 2 ข้อมูลการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
4.3	ตอนที่ 3 ข้อมูลความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	84
4.4	ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	102
4.5	ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	109
4.6	ตอนที่ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	137
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	140
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	140
5.2	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	148
5.3	การอภิปรายผลการวิจัย.....	151
5.4	ข้อจำกัดงานวิจัย.....	156
5.5	ข้อเสนอแนะ.....	156
บรรณานุกรม.....		159



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4. 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	74
ตารางที่ 4. 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	74
ตารางที่ 4. 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	75
ตารางที่ 4. 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	75
ตารางที่ 4. 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	76
ตารางที่ 4. 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับสุขภาพร่างกาย.....	76
ตารางที่ 4. 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับสุขภาพจิตใจ.....	77
ตารางที่ 4. 8 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
ตารางที่ 4. 9 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการ ท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	80
ตารางที่ 4. 10 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของสื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการ ท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	82
ตารางที่ 4. 11 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยโดยรวมของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง.....	83
ตารางที่ 4. 12 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูล บริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	84
ตารางที่ 4. 13 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้าน ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	86
ตารางที่ 4. 14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านสภาพ ภูมิอากาศของกลุ่มตัวอย่าง.....	87

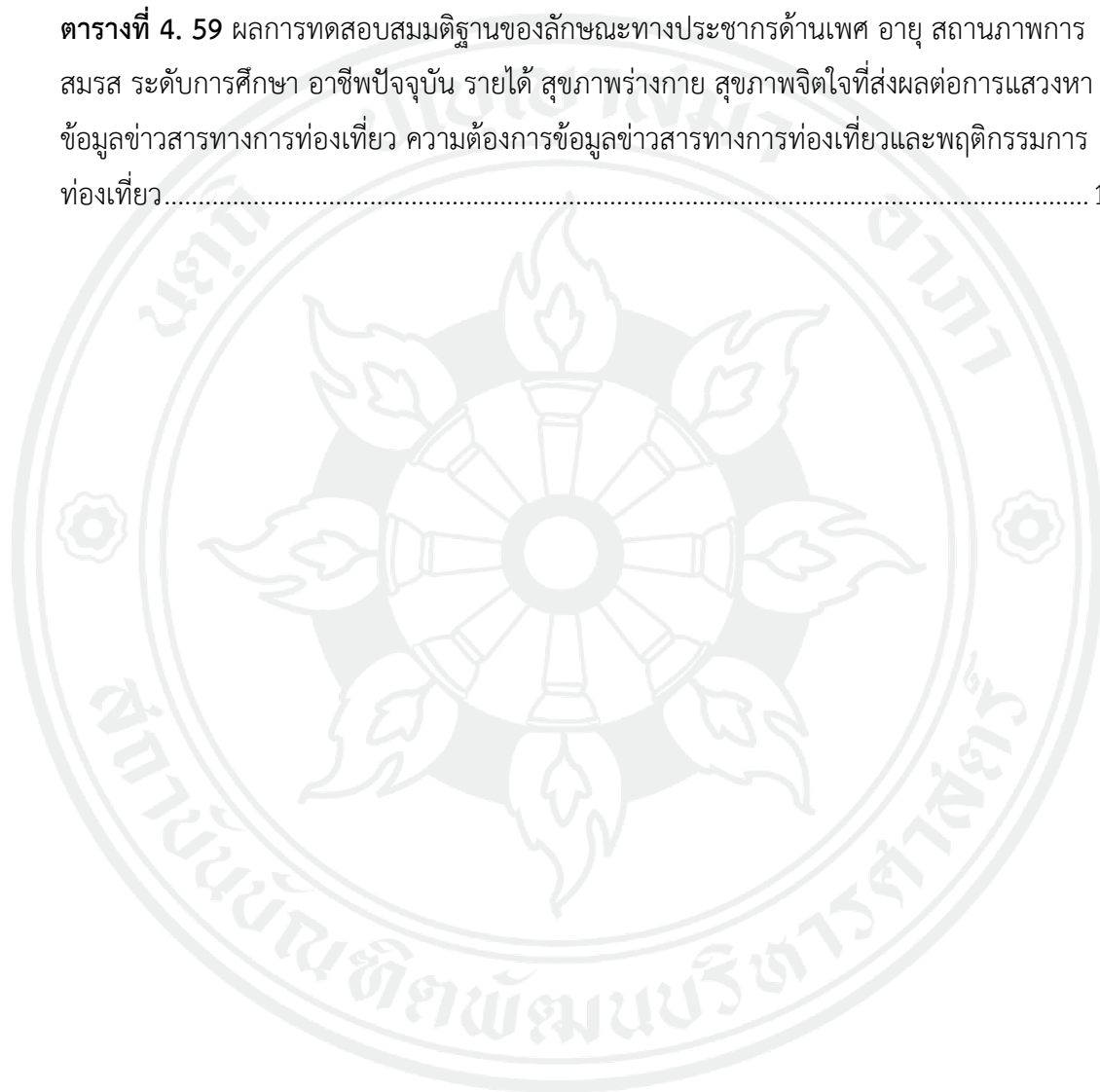
ตารางที่ 4. 15 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	88
ตารางที่ 4. 16 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่าง	90
ตารางที่ 4. 17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	92
ตารางที่ 4. 18 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	94
ตารางที่ 4. 19 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	96
ตารางที่ 4. 20 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	98
ตารางที่ 4. 21 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยโดยรวมของความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	100
ตารางที่ 4. 22 จำนวนและร้อยละ ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลา 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่าง.....	102
ตารางที่ 4. 23 จำนวนและร้อยละ วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	103
ตารางที่ 4. 24 จำนวนและร้อยละ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	104
ตารางที่ 4. 25 จำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง.....	105
ตารางที่ 4. 26 จำนวนและร้อยละ การร่วมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครของกลุ่มตัวอย่าง	106
ตารางที่ 4. 27 จำนวนและร้อยละ จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง.....	106
ตารางที่ 4. 28 จำนวนและร้อยละ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	107
ตารางที่ 4. 29 จำนวนและร้อยละ การค้างคืนเมื่อเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	107
ตารางที่ 4. 30 จำนวนและร้อยละ ระยะเวลาที่ทํานค้างคืนโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง	108

ตารางที่ 4. 31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของเพศที่ต่างกันมีการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	109
ตารางที่ 4. 32 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของอายุที่ต่างกันมีการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	110
ตารางที่ 4. 33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของสถานภาพการสมรสที่ต่างกันมีการ แสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	111
ตารางที่ 4. 34 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการแสวงหา ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน.....	112
ตารางที่ 4. 35 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน	113
ตารางที่ 4. 36 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของรายได้ที่ต่างกันมีการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	114
ตารางที่ 4. 37 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่ต่างกัน.....	115
ตารางที่ 4. 38 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพร่างกายที่ต่างกันมีการแสวงหา ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน.....	116
ตารางที่ 4. 39 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของสุขภาพจิตใจที่ต่างกันมีการแสวงหา ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน.....	117
ตารางที่ 4. 40 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยเพศที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความ ต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	118
ตารางที่ 4. 41 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยอายุที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีความ ต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	119
ตารางที่ 4. 42 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสถานภาพการสมรสที่ต่างกันของกลุ่ม ตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	120
ตารางที่ 4. 43 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกันมี ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน	121

ตารางที่ 4. 57 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพจิตใจของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมี
 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน..... 135

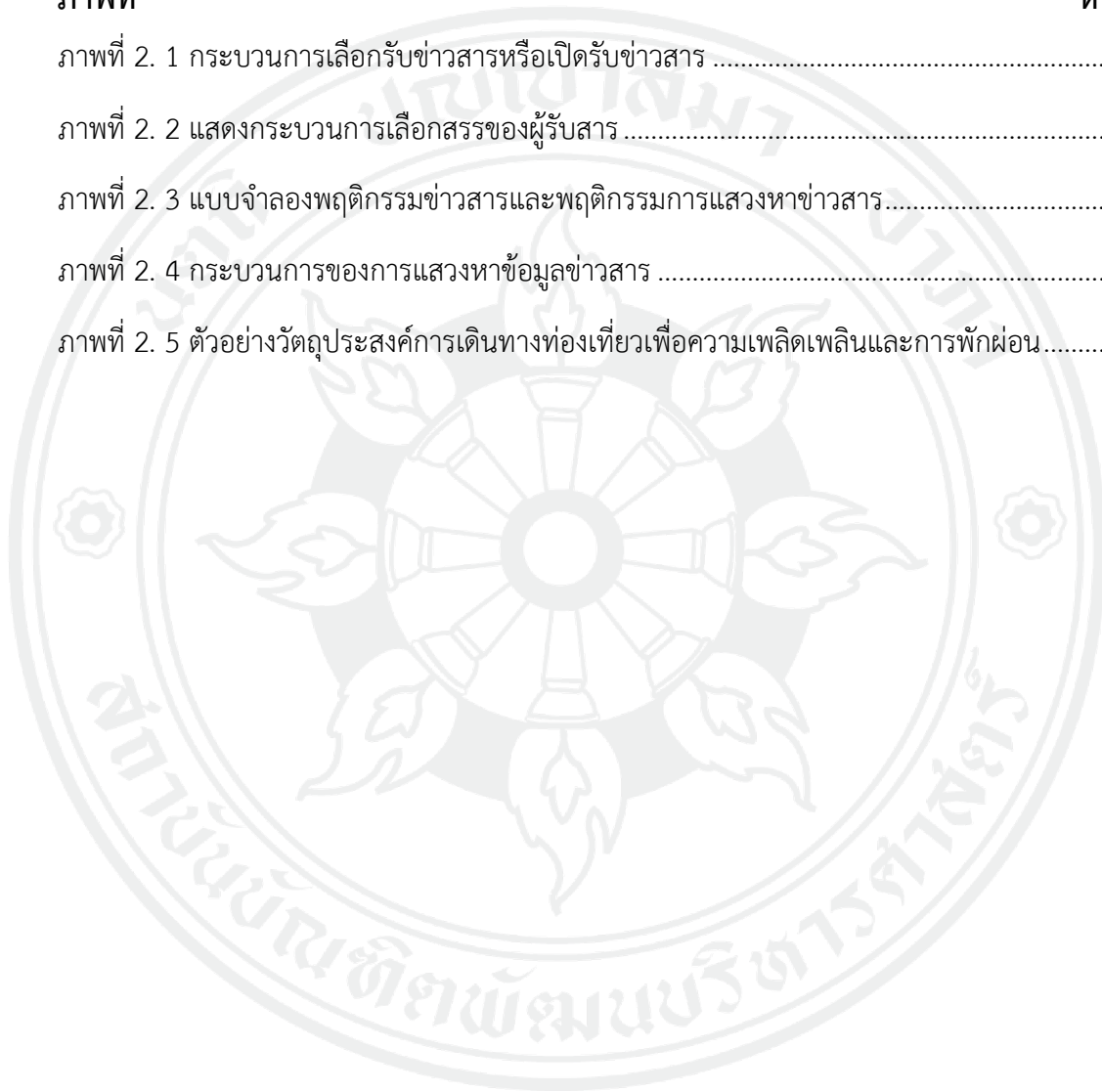
ตารางที่ 4. 58 การทดสอบความสัมพันธ์ของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความ
 ต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว..... 136

ตารางที่ 4. 59 ผลการทดสอบสมมติฐานของลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ สถานภาพการ
 สมรส ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจที่ส่งผลต่อการแสวงหา
 ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการ
 ท่องเที่ยว..... 137



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2. 1 กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร	9
ภาพที่ 2. 2 แสดงกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร	11
ภาพที่ 2. 3 แบบจำลองพฤติกรรมข่าวสารและพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร.....	18
ภาพที่ 2. 4 กระบวนการของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	19
ภาพที่ 2. 5 ตัวอย่างวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน.....	36



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมอีกอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญมากในประเทศไทยโดยมีการขยายตัวอยู่ในระดับสูงซึ่งส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมากและยังเป็นแหล่งการสร้างรายได้ให้กับการพัฒนาประเทศอีกด้วยและในสภาวะวิกฤติของประเทศการท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการช่วยฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วเพราะสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศได้ในระดับสูงและในปัจจุบันนี้การแข่งขันกันในเรื่องการท่องเที่ยวมีเพิ่มมากขึ้นเพราะผู้คนให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมากขึ้นเพราะการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจอีกกิจกรรมหนึ่งและในเวลาที่มีคนเกิดความตึงเครียดในชีวิตประจำวันเมื่อมีโอกาสอยากจะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่น่าสนใจและผู้คนนิยมทำกิจกรรมโดยการเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งหากจะให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจหรือเป็นกิจกรรมนันทนาการยามว่างจากการทำงานอีกอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่มีเรื่องของการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยโดยเป็นการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งหมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยหนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยไม่มีการคำนึงถึงระยะทางและมีการพักผ่อนค้างคืนหรือไม่ทั้งนี้เพื่อเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการการพักผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวันและยังเป็นการตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นและยังเป็นกระบวนการเพื่อการพัฒนาความรู้สร้างสมประสบการณ์จากการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งด้วย (สุรติ ชิตชอบ, 2548)

อีกประเด็นหนึ่งที่เป็นประเด็นที่กำลังเป็นที่น่าสนใจของประเทศไทยในปัจจุบันนอกจากการท่องเที่ยวคือปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุซึ่งจะสมบูรณ์ในอีก 7 - 8 ปี ข้างหน้าโดยจะเริ่มนับตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นไป โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้ระบุค่านิยามของการเป็นประเทศแห่งผู้สูงอายุไว้ว่า “ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนเกิน 10% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคม

ผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากร อายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 20% และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 14%” โดยประเทศไทยได้ให้คำนิยามของ “ผู้สูงอายุ” ไว้ใน พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ว่าผู้สูงอายุนั้นหมายถึง “บุคคลที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป” โดยการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนั้นกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากทั้งในระดับประเทศ ระดับชาติและระดับโลกเพราะเมื่อทุกประเทศนั้นเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วจะเกิดผลกระทบในวงกว้างและเกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางมากขึ้นด้วย เช่น ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ส่งผลต่อรายได้หรือรายรับต่อหัวของประชากร ส่งผลต่อการออมและการลงทุน ส่งผลต่องบประมาณในการจัดสรรสิ่งต่างๆของรัฐบาล ส่งผลต่อการจ้างงานและผลิตภาพของแรงงาน ส่งผลต่อตลาดผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ โดยเฉพาะการบริการด้านการเงินและการบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น ดังนั้น การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556) ซึ่งจากข้อมูลประชากรของประเทศไทยปี 2556 ประชากรไทยมีจำนวน 64.6 ล้านคน เป็นผู้สูงอายุมากถึง 9.6 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 15 ของประชากรทั้งประเทศ (มติชนออนไลน์, 2560) ผู้สูงอายุในประเทศไทยเมื่อมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอยู่ตลอดนั้นอาจทำให้หลายๆบุคคลมองว่าจะสร้างปัญหาในสังคมเศรษฐกิจหรือปัญหาต่างๆให้กับประเทศซึ่งประชาชนในประเทศจะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหาคือในความเป็นจริงแล้วหากมองว่าจากอัตราผู้สูงอายุที่จะมีเพิ่มมากขึ้นในสังคมประเทศไทยเป็นปัญหาที่จะเป็นปัญหาแต่หากมองในอีกทิศทางหนึ่งก็จะพบว่าจากอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของผู้สูงอายุนี้นี้สามารถแก้ปัญหาในการฟื้นฟูเศรษฐกิจได้

ผู้คนที่เมื่อเริ่มมีอายุมากขึ้นและเริ่มเข้าสู่วัยสูงอายุนั้นก็จะเริ่มเข้าสู่วัยแห่งการเกษียณจากการทำงานซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุนั้นมีความสำคัญเพราะบุคคลผู้เข้าสู่วัยนี้นั้นบุคคลในวัยนี้ก็จะเริ่มจัดทากิจกรรมเพื่อพักผ่อนหรือผ่อนคลายจากการทำงานมาตลอดหลายปีซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวนั้นก็เป็อีกกิจกรรมหนึ่งที่ผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยเกษียณนี้นิยมจัดขึ้นซึ่งการออกเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุนั้นผู้สูงอายุมักจะออกเดินทางกันเป็นกลุ่มใหญ่ๆและนักท่องเที่ยวในวัยสูงอายุนี้นี้จะมีกำลังจ่ายมากและพร้อมจะจ่ายหากเป็นเรื่องการท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่าประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุเป็นประชากรที่ต้องตระหนักถึงเพราะ กำลังจะเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศที่สามารถสร้างความท้าทายต่ออุตสาหกรรมบริการต่างๆ ได้อย่างมากเพราะเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์การใช้ชีวิตสูงอีกทั้งยังเป็นกลุ่มประชากรที่มีความเชื่อมั่น ในตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดและประชากรสูงอายุส่วนใหญ่เก็บสะสมเงินเป็นจำนวนมากและยังเป็นประชากรที่มีพฤติกรรมการใช้จ่ายการเดินทางและมีความต้องการใช้เงินในเรื่องการเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากซึ่งประชากรวัยสูงอายุนี้นั้นเป็นกลุ่มที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ

ไทยไม่ควรมองข้ามเพราะนักท่องเที่ยวในประชากรผู้สูงอายุนี้จะช่วยสร้างการฟื้นฟูเศรษฐกิจและ พัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศชาติได้(พงษ์ ชัยชนะวิจิตรและคณะ, 2552)

การเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทยนั้นผู้สูงอายุไทยอาจมีการแสวงหาข้อมูลโดยการสืบ ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยการแสวงหาข้อมูล ของผู้สูงอายุไทยนั้นอาจมีการใช้สื่อต่างๆเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูล ดังนั้นสื่อจึงอาจมีอิทธิพลต่อ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไทยอยู่ไม่มากนักน้อย ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การ ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านสื่อรูปแบบต่างๆนั้น จะทำให้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไทยได้รับข้อมูลข่าวสารสื่อต่างๆและนอกจากการแสวงหาข้อมูลของผู้สูงอายุแล้ว นั้นผู้สูงอายุยังมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจหรือเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมถึงสิ่ง ที่น่าสนใจของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้สูงอายุนั้นต้องการจะเดินทางไปท่องเที่ยว ดังนั้น การ จัดทำข้อมูลในด้านต่างๆ เช่น แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ข้อมูลการบริการต่างๆ ข้อมูล ด้านความปลอดภัย ข้อมูลด้านความสะดวกสบาย เป็นต้น จึงเป็นสิ่งที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐ และภาคเอกชนไม่ควรมองข้าม อีกทั้งควรให้ความสนใจในประเด็นความต้องการข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทยอีกด้วย

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตยังไม่มีผู้วิจัยคนใดศึกษาและทำการวิจัยเรื่องการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึง ได้จัดทำงานวิจัยนี้ขึ้นเพื่อศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อการ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยผู้วิจัยหวังว่าการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่ เกี่ยวข้องกับการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศไทยในส่วนของนักท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งใน ภาครัฐและเอกชนให้สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับใช้สร้างกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวต่างๆใน สื่อที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุต่อไปในภายภาคหน้า

1.2 ปัญหาการวิจัย

1.2.1 ผู้สูงอายุไทยมีการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านสื่อ ความถี่ และเนื้อหาอย่างไร

1.2.2 ผู้สูงอายุไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างไร

1.2.3 ผู้สูงอายุไทยมีความต้องการข้อมูลทางการท่องเที่ยวหรือไม่อย่างไร

1.2.4 การแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยวภายในประเทศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยมี ความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวภายในประเทศในด้านสื่อ ความถี่และเนื้อหาของผู้สูงอายุไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

1.3.3 เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

1.3.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวภายในประเทศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ประโยชน์ด้านวิชาการ

1.4.1.1 ผลการวิจัยทำให้ได้หลักฐานเชิงวิชาการเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย

1.4.1.2 ผลการวิจัยทำให้ได้หลักฐานเชิงวิชาการเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

1.4.1.3 ผลการวิจัยทำให้ได้หลักฐานเชิงวิชาการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวภายในประเทศและพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

1.4.2 ประโยชน์ด้านนโยบาย

1.4.2.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยนี้ไปปรับปรุงเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างการสื่อสารทางสื่อต่างๆเพื่อเป็นการผลักดันการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในกลุ่มผู้สูงอายุ

1.4.2.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยไปสร้างเนื้อหาสาระให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

1.4.2.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางการเผยแพร่เนื้อหาสาระให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

1.4.3 ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ

1.4.3.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยไปพัฒนาเพื่อนำไปปรับใช้กับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในด้านการท่องเที่ยว

1.4.3.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาผลการวิจัยไปเพื่อปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในด้านการสร้างรายได้ให้กับประชาชนผู้อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

1.4.4 ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้

1.4.4.1 เพื่อเป็นประโยชน์กับสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆภายในประเทศที่กำลังศึกษาวิจัยเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

1.4.4.2 เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่มีความสนใจทำการศึกษาหรือมีความต้องการจะทราบข้อมูลเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทย

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย โดยมีขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1.5.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เท่านั้น

1.5.2 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปโดยเป็นประชากรของประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

1.5.3 ศึกษาเฉพาะการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

1.5.4 ระยะเวลาในการทำวิจัยในครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2561

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการแสวงหาข้อมูล
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีความต้องการข้อมูลข่าวสาร
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

2.1.1 ความหมายของการเปิดรับสื่อ

Atkin. & Charles K. (1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

กิติมา สุรสนธิ (2533) ได้อธิบายว่า การเปิดรับข่าวสารของบุคคล บุคคลจะเลือกรับรู้ข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้นจะไม่รับข่าวสารทั้งหมดที่ผ่านเข้ามา ดังนั้น ข่าวสารที่ผ่านเข้ามาเพื่อส่งผ่านไปยังบุคคลจากช่องทางใดๆ มักจะถูกคัดเลือกลดเวลาข่าวสารที่มีประโยชน์มีความน่าสนใจ และมีความเหมาะสมกับความคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

Becker (1987) จากการที่ผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไปตามสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการ ความรู้สึก ความเชื่อหรือประสบการณ์ต่างๆ เป็นต้นซึ่งสามารถจะสรุปความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ได้ดังนี้

1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ ผู้รับสารมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเองในเรื่องที่มีความเหมือนหรือคล้ายกันกับผู้รับสารคนอื่นๆ ในเรื่องทั่วไปหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความสนใจร่วมกัน

2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการที่จะทราบข้อมูลในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ตนเองสนใจหรืออยากรู้ เช่น เปิดโทรทัศน์ดูเฉพาะรายการหรือละครที่ตนเองชอบหรือรู้สึกสนใจหรือเปิดดูโทรทัศน์เพื่อดูรายการที่มีเพื่อนหรือผู้รับสารอื่นแนะนำมา

3) เปิดประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้อง การกระทำการบางอย่างหรือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อความบันเทิงใจหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

2.1.2 พฤติกรรมในการเปิดรับ

พีระ จิระโสภณ (2538) ได้อธิบายว่า ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสาร (Selective Processes) ด้วยสาเหตุต่างๆ ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น บุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ อันได้แก่

1) ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อนจึงไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังต้องหาทางสื่อสารกับบุคคลอื่น ความอยากรู้อยากเห็นเพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2) ประโยชน์ใช้สอย (Self-Agrandizement) มนุษย์ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เช่น ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

3) สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้นชี้แนะให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้นๆ

ปรมะ สตะเวทิน (2541)สรุปแนวความคิดการเปิดรับสื่อของผู้รับสารไว้ว่าการส่งข่าวสารของผู้ส่งสารผ่านสื่อที่ปัจเจกด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการจะทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารแตกต่างกันได้แก่

1) ความต้องการของผู้รับสาร ในการรับสารของบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลดังนี้

- (1) ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง
- (2) ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมของตนเอง
- (3) ต้องการประสบการณ์ใหม่
- (4) ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

2) ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

3) ความตั้งใจและประสบการณ์ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้รับสารมีความตั้งใจจะช่วยให้ตนเองรับรู้ข่าวสารได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4) ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการส่วนความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับเพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้นผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วงไป

2.1.3 กระบวนการเลือกเปิดรับ

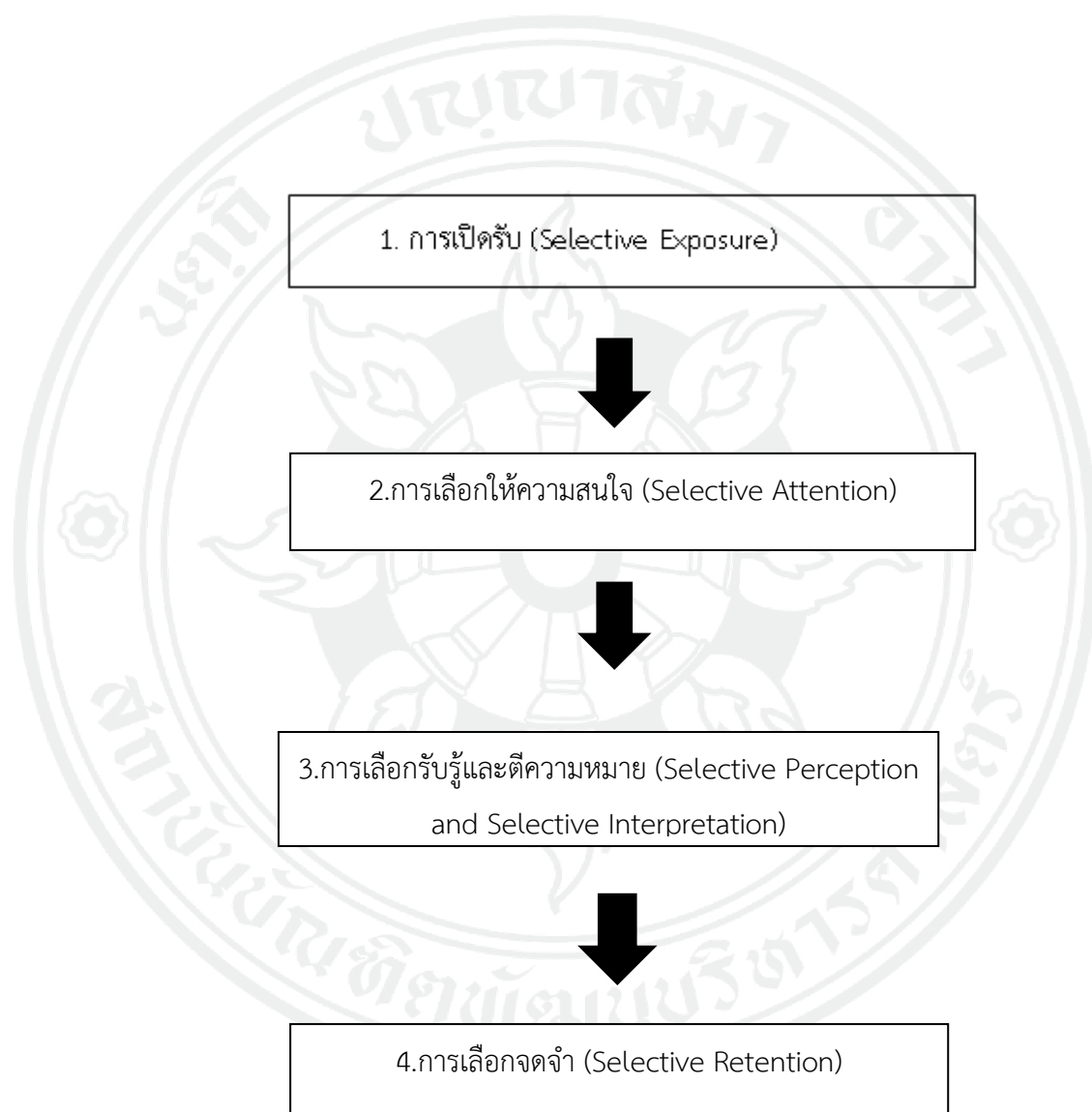
Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารประกอบด้วยกระบวนการ 4 ขั้น ดังต่อไปนี้

1) การเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางในการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งของสารที่มีหลากหลายตามความสนใจเพื่อนำมาเลือกใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตนเอง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลมักมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจสารจากแหล่งหนึ่งโดยมักเลือกตามความสนใจความคิดเห็นของตนเพื่อสนับสนุนความเชื่อดั้งเดิมที่ตนเคยมีและทัศนคติของบุคคลนั้นๆ โดยจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมหรือความรู้ความเข้าใจเดิมที่มีอยู่และมีแนวโน้มจะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับสิ่งที่กระทำลงไป

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่างๆ แล้วบุคคลอาจมีการเลือกรับรู้สารและเลือกตีความสารที่ได้รับมาตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคลโดยบุคคลผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับจากทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความเข้าใจ แรงจูงใจและความต้องการของตนในขณะที่ประสบกับเหตุการณ์นั้น

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อผ่านขั้นตอนของการเลือกเปิดรับสารเลือกสนใจและเลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์และมักจะไม่จดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความคิดทัศนคติของตนเอง



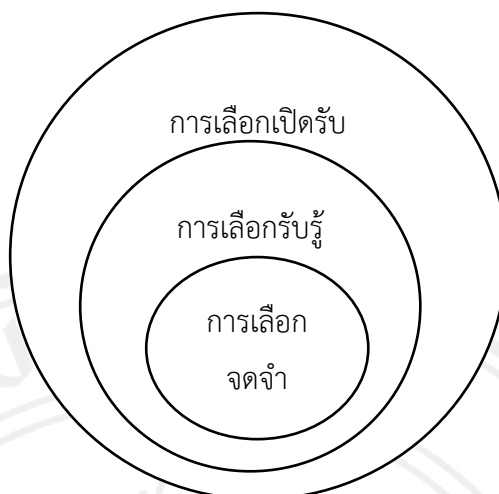
ภาพที่ 2. 1 กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร

ภากิตต์ ตรีสกุล (2547) ได้อธิบายถึงกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดประสิทธิผลและความล้มเหลวของการสื่อสารเนื่องจากผู้รับสารแต่ละบุคคลจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารข้อมูลที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม วัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งจะมีความแตกต่างกันโดยกระบวนการเลือกสรรทำหน้าที่เสมือนเครื่องกรอง (filters) ในกระบวนการรับรู้ของมนุษย์หรือบุคคลผู้รับสารโดยกระบวนการเลือกสรรของบุคคลผู้รับสารประกอบไปด้วย 3 กระบวนการ ดังนี้

1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or selective attention) กระบวนการนี้ หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนชนิดหนึ่งชนิดใดจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ทัศนคติของบุคคลผู้รับสารซึ่งโดยปกติบุคคลผู้รับสารมักแสวงหาข่าวสารที่มีความคล้ายคลึงหรือสอดคล้องสนับสนุนทัศนคติเดิมที่บุคคลผู้รับสารนั้นมีอยู่และมักหลีกเลี่ยงการรับรู้ข่าวสารข้อมูลซึ่งไม่สอดคล้องคล้ายคลึงหรือสนับสนุนกับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติเดิมที่บุคคลผู้รับสารนั้นมีอยู่นอกจากปัจจัยด้านทัศนคติแล้วนั้นยังมีปัจจัยอื่น เช่น ประสบการณ์ ความเชื่อ ศาสนา ค่านิยม ภูมิหลัง ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น

2) การเลือกรับรู้หรือการเลือกแปลความหมาย (Selective perception or selective interpretation) เมื่อบุคคลผู้รับสารเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามที่สนใจแล้วข้อมูลข่าวสารนั้นก็จะผ่านตัวกรองขั้นที่สอง คือ การเลือกแปลความหมายของสารที่บุคคลผู้รับสารได้รับเพื่อให้บุคคลผู้รับสารเข้าใจในเนื้อหาของสาระของข่าวสารข้อมูลที่ได้รับมาในกระบวนการแปลความหมายนี้บุคคลผู้รับสารจะใช้ประสบการณ์ ความคาดหวัง ค่านิยม ความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ สภาพอารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความหมายที่เหมาะสมสำหรับบุคคลผู้รับสารนั่นเอง ดังนั้นความหมายของเนื้อหาสารจากการรับรู้หรือการแปลความหมายของบุคคลผู้รับสารอาจเหมือนคล้ายคลึงหรือแตกต่างจากความหมายของบุคคลผู้ส่งสารก็ได้

3) การเลือกจดจำ (Selective retention) หมายถึง แนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่มีความเหมือนสอดคล้องหรือคล้ายคลึงกับความสนใจ ทัศนคติ ความคาดหวัง ความต้องการ ฯลฯ ของบุคคลผู้รับสาร ดังนั้นสารที่บุคคลผู้ส่งสารส่งมาจึงไม่ได้อยู่ในส่วนความทรงจำของบุคคลผู้เปิดรับสารนั้นๆทั้งหมด



ภาพที่ 2. 2 แสดงกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร

2.1.4 องค์ประกอบของการเลือกสรรสาร

Schramm (1973) อธิบายว่าองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรสารของมนุษย์ ได้แก่

- 1) ประสบการณ์ การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารจึงมีความแตกต่างกันเนื่องจากมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน
- 2) การประเมินสาร ผู้รับสารจะเลือกดูประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
- 3) ภูมิหลังต่างกัน ทำให้ความสนใจที่มีต่อสารแตกต่างกัน
- 4) การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสารมีความแตกต่างกัน
- 5) ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจส่งผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
- 6) บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
- 7) สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารเข้าใจหรือเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
- 8) ทัศนคติเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับข่าวสารและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

2.3.5 ประเภทของสื่อ

สุกัญญา บุรณเดชาชัย (2550) ได้แบ่งเครื่องมือที่เชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารไว้เป็น 3 ประเภท คือ

1) สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารซึ่งจะต้องมีจำนวนของผู้รับสารในจำนวนมากใช้เวลาในการส่งสารรวดเร็วในช่วงเวลาใกล้เคียงหรือในช่วงเวลาเดียวกัน ปัจจุบันสื่อมวลชนที่มีอยู่ในสังคมตามการพิจารณาลักษณะเด่นของตัวสื่อสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

(1.1) สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เป็นสื่อมวลชนที่นำตัวหนังสือพิมพ์ลงไปในบนแผ่นกระดาษเป็นสื่อที่นำความรู้และศิลปะถ่ายทอดไปสู่กลุ่มบุคคลจำนวนมาก ได้แก่ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

(1.2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงมวลชนได้จำนวนมากใช้ไฟฟ้าในการทำงานกระจายคลื่นความถี่ได้อย่างทั่วถึงแต่มีข้อจำกัดคือบนพื้นที่ที่ไม่มีกระแสไฟฟ้าจะไม่สามารถเข้าถึงได้และราคาแพง สื่อมวลชนประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ เป็นต้น

สื่อมวลชนแต่ละประเภทนั้นมีความสำคัญและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันซึ่งแต่ละประเภทของสื่อมวลชนนั้นมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

(1) หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอข่าวสารและแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยข่าวสารที่นำเสนอจะเป็นเรื่องราวใหม่ๆ ทันต่อเหตุการณ์ซึ่งหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีราคาถูกเผยแพร่ได้ทั่วไปสามารถหาซื้อได้ง่ายอ่านได้หลายครั้งอ่านเวลาใดก็ได้ให้ข้อมูลข่าวสารที่มีรายละเอียดมากกว่าสื่อวิทยุหรือสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอข่าวสารเดียวกันติดต่อกันหลายวันได้รวมทั้งเสนอรายละเอียดเพิ่มเติมที่จะช่วยกระตุ้นมวลชนให้เกิดความรู้สึกร่วมและช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ดี

(2) นิตยสาร นิตยสารเป็นสื่อมวลชนที่มี การนำเอาเรื่องราวต่างๆมารวมเอาไว้ในที่เดียวกันและจะออกมาในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์โดยมีการออกเผยแพร่เป็นประจำมีการกำหนดระยะเวลาในการออกเผยแพร่ที่แน่นอนชัดเจนแต่ไม่ใช่ในรายวันแบบหนังสือพิมพ์ นิตยสารในที่นี้จึงหมายความรวมถึง ปรัชญา วารสารและจุลสาร ซึ่งนิตยสารจะมุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านมากกว่าการนำเสนอข่าวสาร รูปแบบของการจัดหน้า ภาพประกอบ มีสีสันสดใส น่าสนใจและปริมาณของหน้ากระดาษจะมีมากกว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีเจาะจงหรือเฉพาะกลุ่มตามความสนใจของผู้รับสารที่มีลักษณะความสนใจเฉพาะ เช่น นิตยสาร ท่องเที่ยว นิตยสารกีฬา นิตยสารสุขภาพ นิตยสารบ้านและสวน เป็นต้น และนิตยสารยังเป็นสื่อที่เหมือนกับสื่อหนังสือพิมพ์ที่สามารถอ่านในเวลาใดก็ได้และเก็บไว้อ่านได้เป็นเวลานาน

(3) โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่มีการนำเสนอทั้งความบันเทิง ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารในรูปแบบภาพและเสียงจึงสามารถดึงดูดผู้รับสารได้มากกว่าวิทยุเพราะการนำเสนอในรูปแบบทั้งภาพและเสียงนั้นทำให้เกิดสีสันทำให้เกิดความรู้สึกว่าผู้รับสารได้อยู่ในเหตุการณ์หรือสถานที่สถานที่นั้นจริงอีกทั้งสามารถสร้างความเข้าใจเกิดการจินตนาการตามได้อย่างถูกต้องและผู้รับสารจากสื่อโทรทัศน์นั้นไม่ต้องเป็นคนที่ยืนดูก็สามารถเข้าใจได้จึงทำให้สื่อโทรทัศน์มีความสำคัญต่อการศึกษาและความบันเทิงกับประชาชนผู้รับสารอย่างมากแต่สื่อโทรทัศน์นั้นมีข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าและมีราคาสูงจึงทำให้ไม่สามารถเผยแพร่ได้ในบางพื้นที่ที่ไม่มีไฟฟ้าเข้าถึง

(4) วิทยุ วิทยุเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงและใกล้ชิดกับผู้รับสารหรือผู้ฟังมากที่สุดซึ่งสามารถเข้าถึงเป้าหมายผู้รับสารได้ในทุกระดับและยังเข้าถึงผู้รับสารบางกลุ่มที่สื่อบางประเภทเข้าไม่ถึงผู้รับสารเมื่อได้ฟังวิทยุนั้นจะมีความสุขเพลิดเพลินเหมือนกันเป็นส่วนหนึ่งในรายการรวมทั้งสื่อวิทยุมีราคาถูก สะดวก มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์และผู้รับสารเมื่อฟังวิทยุนั้นสามารถทำกิจกรรมอื่นๆร่วมไปด้วยได้

(5) ภาพยนตร์ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีการผลิตสื่อด้วยกล้องถ่ายภาพยนตร์ซึ่งเรื่องราวของสารนั้นเป็นเรื่องที่ติดต่อกันเมื่อนำไปเผยแพร่ต้องเผยแพร่ด้วยเครื่องฉายโดยภาพที่ปรากฏบนจอจะเคลื่อนไหวเหมือนธรรมชาติผู้รับสารที่รับชมภาพยนตร์สามารถเห็นได้ยินและผู้รับสารจะเข้าใจได้แม้จะไม่รู้หนังสือเหมือนกับสื่อโทรทัศน์แต่สื่อภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่น้อยแต่จะให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้ที่ช่วยเรื่องการเสริมสติปัญญา ให้ความบันเทิง เพลิดเพลินและมีอิทธิพลในการเสริมสร้างทัศนคติในเรื่องความประพฤติของผู้รับสารในสังคม นอกจากนี้ยังสามารถบันทึกรักษาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ไว้ให้คนรุ่นหลังได้รับรู้ถึงเหตุการณ์ในอดีตอีกด้วย

(6) อินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมวลชนใหม่ที่เป็นการผลิตผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีของการคมนาคมปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคม เป็นแหล่งให้ความรู้ที่กว้างเก็บข้อมูลไว้ได้ในจำนวนที่มากกว่ารวมทั้งส่งสัญญาณได้อย่างมีประสิทธิภาพมีการบริการที่หลากหลายรูปแบบอีกทั้งยังสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสังคมได้อย่างรวดเร็วเพราะผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจะเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารข้อมูลที่ถูกส่งต่อกันนั้นส่งต่อได้อย่างกว้างไกลส่งได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วโดยไม่ถูกควบคุมแต่จะมีข้อจำกัดว่าผู้ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นจะจำกัดอยู่เพียงผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเพียงเท่านั้นสื่อมวลชนแต่ละประเภทยังมีความสำคัญและวัตถุประสงค์ที่ดีซึ่งโดยสรุปนั้นข้อดีของสื่อมวลชนเหล่านี้ คือ

- ข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่หลายไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลารวดเร็ว
- สามารถให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี
- สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงแน่นได้

2) สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ได้ถูกผลิตจัดทำขึ้นมาโดยองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เป็นการเฉพาะเจาะจงมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจงที่ตรงกับความเกี่ยวข้องจำเป็นและตามความสนใจของผู้รับสารและมีการแนบนำการเข้าถึงผู้รับสารหรือผู้แสวงหาข่าวสารให้เกิดความกระตือรือร้น เช่น จุลสาร แผ่นพับ หนังสือคู่มือ โปสเตอร์ นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งสื่อเฉพาะกิจ นั้นมีวัตถุประสงค์ที่ดี คือ สามารถส่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อมูลเฉพาะอย่างได้สอดคล้องและมีความเหมาะสมกับบุคคลผู้รับสารในกลุ่มเป้าหมายนั้นๆได้และสามารถทำให้ผู้รับสารได้ข้อมูลข่าวสารที่มีรายละเอียดครบถ้วนถูกต้องได้ดี

3) สื่อบุคคล หมายถึง การที่บุคคลนั้นเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารโดยการสนทนานั้นเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่สามารถทำการตอบโต้กันได้ทันทีซึ่ง Rogers & Shoemaker กล่าวว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมยหรือต่อต้านได้ดีกว่าสื่อมวลชนเพราะสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและมีการตอบสนองกันได้ให้ความเข้าใจกระจ่างชัดจึงสามารถจูงใจให้บุคคลเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังลึกได้” ซึ่ง การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

(3.1) การติดต่อโดยตรง เป็นการเผยแพร่ข่าวสารโน้มน้าวประชาชนโดยตรงแต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้บุคคลเป็นจำนวนมากสิ้นเปลืองเวลาค่าใช้จ่ายและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

(3.2) การติดต่อโดยกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลรวมโดยที่กลุ่มต่างๆจะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุม สัมมนา คือการจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิริยาโต้ตอบกันซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้ซึ่งการใช้สื่อบุคคลนั้นมีคุณสมบัติที่ดี คือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องเผยแพร่ไปสู่ประชาชนผู้รับสารได้โดยตรงสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยในรูปแบบที่เป็นกันเองทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่นสามารถปรับให้เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละคนแต่ละสถานการณ์ได้ทำให้ได้ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ดี

ดังนั้นจากการศึกษา ทฤษฎีการเปิดรับสื่อทำให้ทราบว่าผู้รับสารมีกระบวนการในการเลือกรับสารอย่างไรและมีการเลือกรับสารที่แตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งจะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายๆอย่างเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงก่อนที่จะผลิตการส่งไปยังผู้รับสารหากผู้ส่งสารเข้าใจถึงกระบวนการเปิดรับสื่อแล้วก็จะทำให้สามารถส่งผ่านสื่อต่างๆที่ผู้รับสารสามารถเปิดรับได้และบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารนั้นๆและมีประเภทของสื่อได้แก่ สื่อดิจิทัลและสื่อสังคม สื่อมวลชน และสื่อบุคคล

สำหรับแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานเพื่อศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของ

ผู้สูงอายุไทยและผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดตัวแปรด้านช่องทางการแสวงหาข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการแสวงหาข้อมูล

2.2.1 คำจำกัดความและความหมายของการแสวงหาข้อมูล

Wilson (1999) กล่าวถึงพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข้อมูลอย่างกว้างๆว่าเป็นกิจกรรมที่บุคคลส่วนร่วมในการระบุความต้องการของตัวเองเมื่อต้องการข้อมูลโดยจะค้นหาข้อมูลดังกล่าวในรูปแบบใดๆและอาจใช้หรือถ่ายโอนข้อมูลเหล่านี้ให้กับบุคคลอื่นอีกด้วย

Case (2007) ได้กล่าวว่า การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลมีความใส่ใจหรือความต้องการในการได้รับข้อมูลเพื่อการตอบสนองความต้องการหรือลดช่องว่างทางความรู้โดยสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการแสวงหาข้อมูลอาจเป็นสถานการณ์ที่บุคคลเกิดความต้องการข้อมูลแนวคิดคำตอบเพื่อการวางแผนแก้ปัญหาหรือเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้องในวิกฤติที่เผชิญอยู่หรืออาจเป็นเพียงสถานการณ์ที่ต้องการคำตอบเพื่อความอยากรู้คลายข้อสงสัยของตนเองได้

Blackwell and Engel (2006) ได้กล่าวว่า เมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกิดความไม่รู้และยอมรับปัญหาในความไม่รู้ของตนเองจะยอมนำไปสู่ความพยายามในการแสวงหาข้อมูลโดยข้อมูลนั้นจะเป็นคำตอบที่บุคคลนั้นพอใจโดยอาจมีการเริ่มค้นหาข้อมูลหรือคำตอบภายในตัวเองซึ่งการค้นหาภายในตัวเองนั้นจะได้มาจากประสบการณ์หรือการเก็บสะสมความรู้ของตนเองซึ่งหากประสบการณ์หรือความรู้ที่เก็บสะสมมามีไม่เพียงพอก็ต้องอาศัยการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งค้นหาข้อมูลภายนอก โดยแหล่งค้นหาข้อมูลภายนอกจะมีทั้งจากแหล่งบุคคลแหล่งธุรกิจและแหล่งสาธารณะซึ่งช่องทางการแสวงหาข้อมูลบุคคลนั้นย่อมมีพฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูลผ่านกระบวนการและช่องทางที่ต่างกัน กล่าวคือ ย่อมเลือกแหล่งที่เข้าถึงสะดวกและเป็นแหล่งข้อมูลที่คุ้นเคยหรือใช้งานอยู่เป็นประจำ

Atkin. & Charles K. (1973) ได้ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของผู้รับสารที่เป็นปัจเจกบุคคลนั้น คือ ความต้องการจะได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจในข้อมูลข่าวสารนั้นของปัจเจกบุคคลซึ่งมาจากสิ่งต่างๆดังต่อไปนี้

- 1) การเห็นถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ของปัจเจกบุคคลในเวลานั้นกับความต้องการในข้อมูลที่ยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ซึ่งหากสิ่งที่ปัจเจกบุคคลต้องการจะรู้นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญต่อตนเองก็ยิ่งเพิ่มความอยากรู้เพื่อความแน่ใจ

2) การเห็นถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อมูลความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลในเวลานั้นกับข้อมูลความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นของอารมณ์แห่งการต้องการความรื่นเริงบันเทิงใจที่เกิดจากการเห็นถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างสภาวะที่ปัจเจกบุคคลนั้นกำลังเผชิญอยู่กับระดับความสนุกสนานบันเทิงใจที่คาดหวังไว้และในส่วนของการข่าวสารที่จะช่วยลดความไม่แน่ใจหรือความไม่รู้ที่สอดคล้องเกี่ยวข้องกับความสนใจภายในของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) นั้นเรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจ ทันทีในเชิง การบริโภค” (Immediate Consummators Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ช่วยลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนั้น เรียกว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความคิด ความรู้ และแก้ปัญหาต่างๆ” (Instrumental Utilities) ซึ่งข่าวสารบางอย่างในชีวิตประจำวันนั้นอาจสามารถเป็นประโยชน์ได้ทั้งการนำไปใช้และการให้ความบันเทิงได้ในขณะเดียว

Donohew and Tipton (1973) ได้เสนอแนวคิดและแบบจำลองในการแสวงหาหลักเลียงและการจัดการข่าวสารมีสาระสำคัญ คือ การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนั้น เกิดจากปัจจัยด้านจิตวิทยาสังคมตามแนวคิดเรื่อง “ ความลงรอยกันของทัศนคติ (Attitude congruence)” ที่ว่าบุคคลจะทิ้งข่าวสารที่เป็นอันตรายหรือไม่สอดคล้องกับทัศนคติที่ตนมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและจะเลือกรับข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติที่ตนมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.2.2 พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

Donohew, Tipton, and Haney (1978) ได้แบ่งลักษณะของพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

- 1) การรอรับข้อมูลข่าวสาร (Passive Strategy) เป็นการกระทำเชิงรับโดยสังเกตสิ่งที่มีอยู่เป็นอยู่ไม่ได้ใช้ความพยายามอื่นใดในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
- 2) การเฝ้าหาข้อมูลข่าวสาร (Active Strategy) คือ การกระทำเชิงรุกต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารโดยการถามจากบุคคลอื่นหรือเสาะแสวงหาจากแหล่งต่างๆ
- 3) การมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสาร (Interactive Strategy) คือ การได้ข้อมูลข่าวสารโดยการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับบุคคลนั้นซึ่งการเปิดเผยตนเองจะเป็นส่วนช่วยที่สำคัญ

Becker (1978) ได้ทำการแบ่งพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของมนุษย์ออกเป็น 3 ลักษณะ

1) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสังคมแบบไม่เปิดเผย (Passive social information - seeking) เป็นการสืบค้นหาข้อมูลข่าวสารแบบการสังเกตการณ์ที่ไม่เปิดเผยตัวตนและไม่มีการปฏิสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่บุคคลนั้นต้องการสืบค้นหรือถ้ามีก็จะเป็นกระบวนการสืบค้นแบบลับเฉพาะ

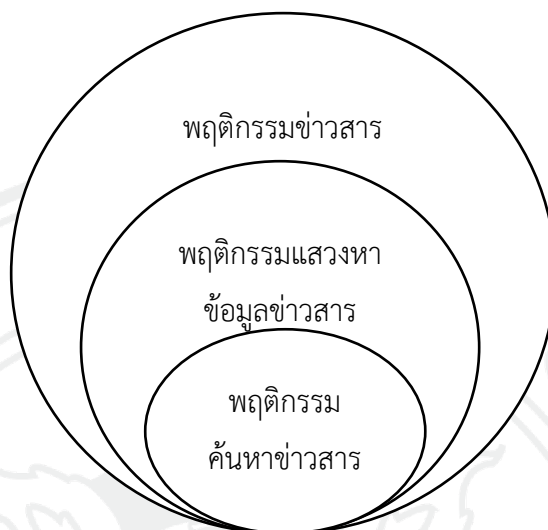
2) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสังคมแบบเปิดเผย (Active social information - seeking) เป็นการสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่ผู้สืบค้นข้อมูลข่าวสารต้องทำกิจกรรมบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูลข่าวสารนั้นอาจจะเป็นการกระทำที่ทำโดยตรงหรืออาจทำอ้อมๆ เช่น การเข้าไปสืบค้นในระบบฐานข้อมูล การเข้าไปสอบถามหรือการสัมภาษณ์จากบุคคลที่สาม (third party) ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งข้อมูลนั้นๆ เป็นต้น

3) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสังคมแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive social information - seeking) เป็นการสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่กระทำโดยตรงกับแหล่งข้อมูล เช่น การเข้าไปพูดคุยหรือสัมภาษณ์โดยตรงการเข้าไปร่วมกิจกรรมกับแหล่งข้อมูลต่างๆ เป็นต้น

Wilson (2000, อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556) พฤติกรรมแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking Behavior) เป็นการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างมีเป้าหมายอันสืบเนื่องมาจากความต้องการ (Need) สร้างความพึงพอใจ (Satisfy) หรือตอบสนองเป้าหมายบางประการของบุคคลในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารบุคคลจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับระบบข้อมูลข่าวสาร เช่น หนังสือพิมพ์ ห้องสมุด ระบบคอมพิวเตอร์

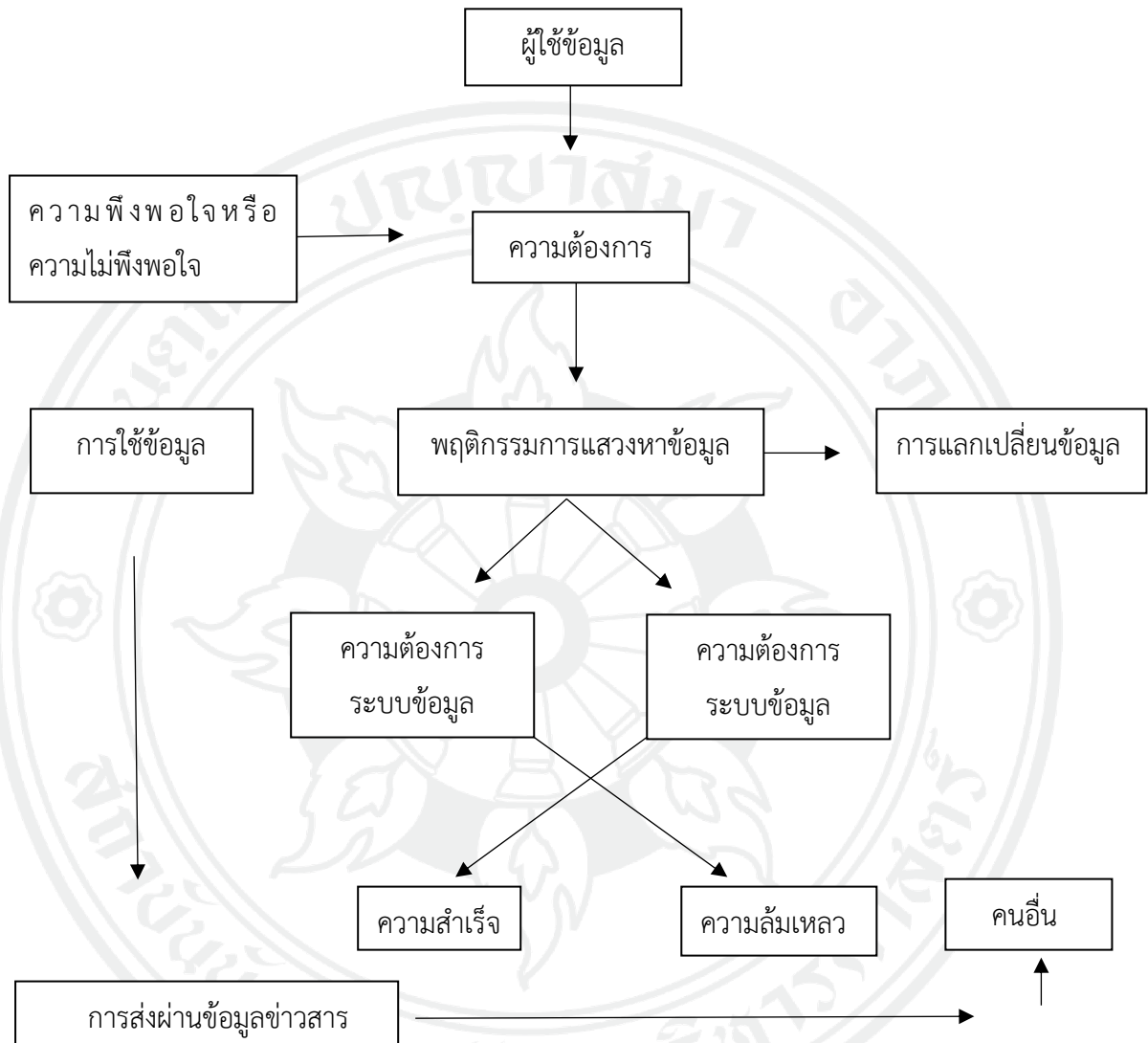
Wilson (2012, อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556) พฤติกรรมข่าวสาร (Information Seeking) หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมของความเพียรพยายามเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศจากแหล่งข้อมูลข่าวสารหรือบริบทแวดล้อมทั้งจากบุคคลและเทคโนโลยี

Wilson (1999, อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556) ได้เสนอแบบจำลองพฤติกรรม
ข่าวสาร และพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร ดังนี้



ภาพที่ 2. 3 แบบจำลองพฤติกรรมข่าวสารและพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร

Wilson (1981, อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2556) พฤติกรรมแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
ดังกล่าวมีกระบวนการ สามารถแสดงได้ดังแบบจำลอง ต่อไปนี้



ภาพที่ 2. 4 กระบวนการของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

Wilson T.D. (1981) ได้พัฒนาตัวแบบพฤติกรรมข้อมูลข่าวสารโดยมีแนวคิดสำคัญดังนี้

1) พฤติกรรมข้อมูลข่าวสารครอบคลุมพฤติกรรมหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง 2 ด้าน คือ พฤติกรรมแสวงหาข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร

2) พฤติกรรมข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้นั้นมีจุดผลักดันมาจากความต้องการข้อมูลข่าวสาร (Information need) ซึ่งในตัวแบบเรียกออย่างย่อว่า “ความต้องการ”

3) เมื่อเกิดความต้องการ ผู้ใช้จึงต้องแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยใช้ระบบหรือบริการข้อมูลข่าวสารต่างๆไม่ว่าจะเป็นระบบอย่างเป็นทางการหรือแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นทางการ

4) ในกระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสารนอกจากระบบหรือบริการข้อมูลข่าวสารแล้วผู้ใช้ หรือผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารยังอาจได้ข้อมูลข่าวสารด้วยการแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น (Information exchange) และยังสามารถส่งหรือถ่ายโอนข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปให้ผู้อื่นด้วยเช่นกัน (Information transfer)

5) ผลที่ได้จากการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากระบบหรือบริการข้อมูลข่าวสารอาจเป็นความสำเร็จหรือความล้มเหลว นั่นคือ สามารถหาข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการของตนเองหรือหาไม่พบหากหาไม่พบอาจต้องย้อนกลับไปค้นหาข้อมูลข่าวสารอีกครั้ง

6) หลังจากนั้นเมื่อได้ข้อมูลข่าวสารแล้วจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปใช้ตามวัตถุประสงค์ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสารที่ได้จากระบบบริการหรือแหล่งข้อมูลข่าวสารใดก็ตาม

2.2.3 สาเหตุของความต้อการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

Clarke P. (1973) ได้อธิบายสาเหตุของความต้อการแสวงหาข่าวสารของปัจเจกบุคคลที่เกิดขึ้นเพราะต้องการการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 4 ประการ ดังนี้

1) ต้อการตรวจสอบข้อมูล (Need for Surveillance Information) ถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจในเรื่องหนึ่งก็จะพยายามหาข้อมูลของเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องและทำความเข้าใจกับความรูสึกภายในของตนเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆบุคคลจะตรวจสอบข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงต่อไปเรื่อยๆและสร้างทิศทางของกระบวนการทางความคิดขึ้น เช่น ความเข้าใจ การคาดหวัง

2) ต้อการข้อมูลเพื่อเป็นคำแนะนำ (Need for Guidance Information) เมื่อเกิดความไม่แน่นอนด้านทัศนคติและการตัดสินใจของปัจเจกบุคคลความต้อการในการแสวงหาข้อมูลเพื่อเป็นคำแนะนำจึงเกิดขึ้นทั้งนี้ความเสี่ยงที่บุคคลอาจจะได้รับก็เป็นตัวกำหนดแหล่งข้อมูลรูปแบบและจำนวนของข้อมูลที่ต้องการด้วย

3) ต้อการใช้ข้อมูลในการสื่อสาร (Need for Performance Information) เมื่อผู้บริหารไม่มั่นใจว่าตนจะจัดการกับความเสี่ยภายนอกอย่างไรหรือในกรณีที่ผลตอบกลับไม่สามารถสร้างความพึงพอใจของตนได้เพราะไม่มีความเข้าใจในเรื่องของสินค้าและคุณสมบัติเพียงพอเขาจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเนื่องจากข้อมูลบางประการที่ผู้บริหารได้รับจากแหล่งทางสื่อมวลชนอาจจะเป็น

ประโยชน์ในการสื่อสารตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น การพบปะกับคนที่รู้จักโดยเป็นการบังเอิญในโอกาสสำคัญหรือการมีปฏิสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการกับญาติ คนสนิทหรือเพื่อน เช่น งานสังคม งานประชุมงานอบรมต่างๆ เป็นต้น

4) ต้องการเสริมสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง (Need for Reinforcement Information) บุคคลอาจเกิดข้อสงสัยว่าการรับรู้ของตนเองนั้นถูกต้องหรือไม่จึงต้องการการยืนยันและทำให้ตนเองมั่นใจในความเชื่อและทัศนคตินั้นๆมากกว่าการประเมินความถูกต้องของข้อมูลอย่างไร้อคติโดยการต้องการข้อมูลในลักษณะนี้เป็นการต้องการสร้างความสม่ำเสมอของข้อมูลที่จะช่วยเสริมพฤติกรรมหรืออุปนิสัยที่ไม่มีความมั่นใจของข้อมูลก่อนหน้านี้เพราะบุคคลมีความต้องการเสริมสร้างความมั่นใจในสิ่งที่บุคคลนั้นคิดรู้สึกหรือความต้องการจะกระทำการในสิ่งที่ถูกต้อง

Mccombs and Becker (1979) กล่าวไว้ว่า บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1) บุคคลต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ซึ่งบุคคลจะรู้เหตุการณ์ได้ด้วยการติดตามการเคลื่อนไหวของสถานการณ์หรือเหตุการณ์ต่างๆจากสื่อมวลชนเพื่อให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของสถานการณ์หรือเหตุการณ์ในปัจจุบันที่อยู่รอบตัว

2) บุคคลต้องการข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) ซึ่งข้อมูลที่บุคคลต้องการเพื่อช่วยในการตัดสินใจนั้นจะเป็นข้อมูลที่ใช่ตัดสินใจโดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันโดยจะมีการเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อให้บุคคลนั้นสามารถกำหนดความคิดเห็นต่อเหตุการณ์หรือสภาพสถานการณ์ที่อยู่รอบตัวของบุคคลนั้น

3) บุคคลต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) ซึ่งบุคคลจะได้รับข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวันจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อนำข้อมูลที่ได้นั้นไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่นๆ

4) บุคคลต้องการมีส่วนร่วม (Participating) โดยบุคคลจะต้องการการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์สถานการณ์หรือความเป็นไปในสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัวของบุคคลนั้นเอง

5) บุคคลต้องการข่าวสารเพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6) บุคคลต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) โดยบุคคลต้องการความบันเทิงเพื่อสร้างความเพลิดเพลินหรือผ่อนคลายอารมณ์ให้กับตนเอง

2.2.4 แหล่งสารเพื่อการแสวงหาข้อมูล

ประกาวัตี สืบสนธิ์ (2530) ได้อธิบายว่า การแสวงหาข้อมูลเป็นกระบวนการที่บุคคลค้นหา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตนต้องการโดยขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลจะเริ่มเมื่อบุคคลรู้ความต้องการของข้อมูลของตนเมื่อบุคคลตระหนักถึงความต้องการข้อมูลของตนแล้วบุคคลจะแสวงหาข้อมูลนั้นจากแหล่งข้อมูลโดยสามารถจำแนกแหล่งข้อมูลไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลภายในตัวบุคคล ซึ่งหมายถึง ข้อมูลอันเกิดจากการประมวลผลความคิด ความรู้ ใช้ความจำประสบการณ์ตลอดจนข้อมูลที่คุณคณนั้นได้เก็บรวบรวมไว้

2) แหล่งข้อมูลภายนอก ประกอบด้วย

(1) แหล่งข้อมูลสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

(2) แหล่งข้อมูลสถาบัน ซึ่งเป็นแหล่งจัดและให้บริการข้อมูลอย่างเป็นทางการ ได้แก่ ห้องสมุดศูนย์สารสนเทศ โรงเรียน ครูและบรรณารักษ์

(3) แหล่งข้อมูลบุคคล ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เช่น เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมอาชีพเดียวกัน สมาชิกในครอบครัวและผู้รู้ เป็นต้น

Chen and Hemon (1982) ในการแสวงหาข่าวสารของบุคคล สิ่งที่เป็นจำเป็นของการค้นหาข่าวสารก็คือ แหล่งของข่าวสาร โดยสามารถจัดแบ่งประเภทของแหล่งข่าวสารไว้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ หรือบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิเกิดขึ้นจากความคิดและประสบการณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคล

2) กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ห้องสมุด ศาสนา บริษัท ห้างร้านในวงธุรกิจ หรือรัฐบาล

3) สื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือรูปแบบสื่ออื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้น จากการศึกษาดังกล่าวทำให้สามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีการแสวงหาข้อมูล ได้ว่าการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งแสวงหาข้อมูลก็เพื่อต้องการลดช่องว่างทางความรู้หรือเพื่อหาความสอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลนั้นเคยพบเจอมาตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ต่างๆโดยบุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลนั้นมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลอันสืบเนื่องมาจากความต้องการและความพึงพอใจซึ่งจะมีแหล่งที่ใช้แสวงหาข้อมูล คือ บุคคล สถาบันและสื่อ โดยการแสวงหาข้อมูลนี้เป็นกระบวนการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สำหรับแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานเพื่อศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยและผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดตัวแปรด้านช่องทางและความถี่ของการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความต้องการข้อมูลข่าวสาร

2.3.1 ความหมายของความต้องการข้อมูล

Wilson T.D. (2000) กล่าวว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารไม่ใช่ความต้องการข้อมูลพื้นฐานเหมือนความต้องการที่อยู่อาศัยหรือปัจจัยเพื่อยังชีพแต่เป็นความต้องการในระดับถัดมาของมนุษย์เมื่อความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจความต้องการดังกล่าวมีลักษณะที่เป็นนามธรรมไม่สามารถระบุความต้องการได้อย่างชัดเจน

Case (2007) ได้กล่าวถึง ความต้องการข้อมูล (Information need) ไว้ว่าความต้องการข้อมูล (Information need) คือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งรับรู้ถึงความไม่เพียงพอในข้อมูลที่เป็นความรู้ของตนเองในการที่จะตอบสนองเป้าหมายซึ่งแนวคิดความต้องการข้อมูล (Information need) นี้เป็นแนวคิดที่มีความเป็นนามธรรมโดยสามารถสังเกตได้จากว่าทำไมบุคคลจึงต้องแสวงหาและใช้ข้อมูลซึ่งความต้องการข้อมูลนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลค้นพบว่าตนเองตกอยู่ในเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ตนเองจะต้องตัดสินใจหาข้อเท็จจริงแก้ปัญหาหรือต้องการหาคำตอบในสถานการณ์นั้นๆหรือบุคคลต้องการทำความเข้าใจกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความต้องการข้อมูลจะเกิดขึ้นได้ในทุกๆเรื่องในชีวิตประจำวันหรือแม้แต่เพียงความอยากรู้อยากเห็นเป็นความต้องการข้อมูลอีกเช่นกัน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2556) เนื่องจากข่าวสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตให้เป็นไปได้อย่างราบรื่น ดังนั้น หากคนเราต้องเปลี่ยนสภาวะแวดล้อมหรือต้องตกอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ในช่วงเวลาดังกล่าวเราจะต้องข่าวสารมากกว่าปกติ เช่น ในช่วงรอยต่อของชีวิตเมื่อจะต้องไปสอบเข้ามหาวิทยาลัยเมื่อจบการศึกษาและต้องการหางานทำเมื่อต้องเดินทางไปต่างประเทศ เป็นต้น

2.3.2 องค์ประกอบหรือปัจจัยความต้องการข้อมูล

Frohmann (2004) ได้กล่าวถึงปัจจัยความต้องการข้อมูลข่าวสารไว้ว่า “ความต้องการข้อมูลนั้นมีหลากหลายปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการข้อมูลนั้นๆ เช่น เป็นเรื่องที่คุณคนนั้นสนใจมีมูลเหตุจูงใจเกิดความต้องการที่จะต้องตัดสินใจหน้าที่การทำงานสิ่งอำนวยความสะดวกที่คุณคนนั้นมีอยู่ การแสวงหาข้อมูลความรู้ใหม่ๆความต้องการสนับสนุนเรื่องที่ถูกต้องการที่ต้องการที่จะสนับสนุนความคิดของตัวเองความต้องการมีส่วนร่วมในเรื่องหรือเหตุการณ์ต่างๆความต้องการจัดลำดับสิ่งที่ค้นพบปริมาณของแหล่งข้อมูลที่มีอยู่พื้นฐานชีวิตของแต่ละบุคคลความรู้และประสบการณ์ ระบบสังคมและการเมืองระบบเศรษฐกิจ กฎหมาย ประโยชน์จากการใช้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นต้น โดยที่ความต้องการข้อมูลของแต่ละบุคคลอาจมีผลมาจากสภาวะทางสังคมและสภาวะจิตใจที่แตกต่างกัน

Devadason (1996) ได้อธิบายว่า ความต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลง

อยู่ตลอดเวลาและความต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันไปโดยผลสืบเนื่องมาจากองค์การและสภาพแวดล้อมและส่วนที่เกี่ยวกับตัวบุคคลหรือผู้ใช้ นอกจากนี้การพิจารณาความต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สามารถพิจารณาได้จากลักษณะของข้อมูลข่าวสารและแหล่งข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เข้าใจความต้องการใช้ของผู้ใช้อย่างชัดเจนซึ่งจำแนกปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ปัจจัยที่เกี่ยวกับองค์การและสภาพแวดล้อม

- (1) ภูมิหลัง โครงสร้าง วัตถุประสงค์ขององค์การ
- (2) ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่องค์การผลิตรวมทั้งประเภทกิจการ
- (3) แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในหน่วยงานมีทั้งแหล่งข้อมูลข่าวสารภายใน

และแหล่งข้อมูลข่าวสารภายนอกและรูปแบบข้อมูลข่าวสาร เช่น รายงานการประชุม รายงานประจำปี เป็นต้น

(4) สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการทำงาน เช่น กฎหมาย สังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี

2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคลหรือผู้ใช้ โดยศึกษา 2 ลักษณะได้แก่

(1) ลักษณะเฉพาะของผู้ใช้ ซึ่งแบ่งได้เป็น

(1.1) ประเภทของผู้ใช้ ซึ่งแบ่งเป็นผู้ใช้ปัจจุบันหรือผู้ที่เคยใช้และกำลังใช้ข้อมูลข่าวสารผู้ใช้กลุ่มนี้จะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารและมีลักษณะการใช้ข้อมูลข่าวสารเป็นประจำสม่ำเสมอทั้งนี้ขึ้นกับหน้าที่การงานหรือภารกิจของผู้ใช้และผู้ใช้ในอนาคตหรือผู้ที่ยังไม่เคยใช้ข้อมูลข่าวสาร

(1.2) ประเภทของผู้ใช้ตามหน้าที่การปฏิบัติงาน

1.2.2 เกี่ยวกับผู้ใช้ มี 2 ด้าน คือ

1.2.3 ลักษณะของผู้ใช้ โดยวัตถุประสงค์การใช้ข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องที่ผู้ใช้สนใจ ภูมิหลังทางการศึกษา หน้าที่ในองค์การ การอบรมและความสามารถทางภาษาต่างประเทศ

1.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสารหรือบริการข้อมูลข่าวสารที่ใช้ โดยศึกษาประเภทของแหล่งหรือบริการข้อมูลข่าวสารความถี่ในการใช้ความสะดวกในการเข้าถึง แหล่งข้อมูลข่าวสารหรือบริการข้อมูลข่าว

3) ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของข้อมูลข่าวสารโดยลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ใช้ต้องการ ได้แก่ เนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ลักษณะของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบข้อมูลข่าวสารและความทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร

2.3.3 วัตถุประสงค์แห่งการแสดงความต้องการข้อมูล

ปรมะ สตะเวทิน (2528) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ที่แสดงความต้องการว่าจะเห็นได้ว่าทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ของตนเองมีความต้องการของตนเองเมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้งสองฝ่ายสอดคล้องต้องกันการสื่อสารก็ประสบผลสำเร็จทั้งสองฝ่ายได้สิ่งที่ต้องการในทางตรงกันข้ามเมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้งสองฝ่ายไม่สอดคล้องกันหรือขัดแย้งกันการสื่อสารก็ประสบความล้มเหลวในตอนต้นของเรื่องวัตถุประสงค์ “ที่แสดงความต้องการ” นี้ได้ยกย่องของความล้มเหลวของการสื่อสารอันเนื่องมาจากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์แตกต่างกันแล้วต่อไปนี้จะยกตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของการสื่อสารที่วัตถุประสงค์แต่ละวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารสอดคล้องต้องกันโดยจะขอยกสถานการณ์การสื่อสาร (Communication situation) ซึ่งแสดงถึงวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและวัตถุประสงค์ของผู้รับสารมาอธิบายประกอบเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร คือ เพื่อแจ้งให้ทราบ วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร คือ เพื่อทราบ ตัวอย่างได้แก่ การที่กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์รายวันในฐานะผู้ส่งสารตีพิมพ์ หนังสือพิมพ์ออกมาเป็นรายวัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานข่าวและเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นเพื่อให้ประชาชนได้ทราบผู้อ่านในฐานะผู้รับสารอ่านหนังสือพิมพ์ก็เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของบุคคลและเหตุการณ์ต่างๆ

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร คือ เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร คือ เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ ตัวอย่างได้แก่ การโฆษณาสินค้าทางหนังสือพิมพ์ วิทยูกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

ผู้โฆษณาในฐานะผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะเสนอแนะสินค้าของตนและชักจูงใจให้ประชาชนซื้อสินค้าของตน

จันทิมา เขียวแก้วและนฤมล รุจิพร (2545) ได้อธิบายถึงวัตถุประสงค์ของความต้องการข้อมูลข่าวสารไว้ ดังนี้ สารสนเทศทุกรูปแบบตั้งแต่ ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข่าวสาร เรื่องราวความคิด ตลอดจนจนถึงวิชาความรู้ในสาขาวิชาต่างๆเป็นสิ่งจำเป็นแก่มนุษย์ทุกเพศทุกวัยตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์จนถึงปัจจุบันการใช้สารสนเทศยุคทุกสมัยแม้จะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันตามความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมและสังคมแต่ก็จะไม่แตกต่างกันมากนักในด้านที่เป็นแก่นสำคัญของชีวิตซึ่งสามารถจำแนกวัตถุประสงค์ของความต้องการสารสนเทศได้ ดังนี้

1) เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นเป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งและยังอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ๆตลอดเวลาสารสนเทศทำให้เป็นคนทันสมัยไม่ล้าหลังและก้าวทันโลก

2) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ บุคคลต้องตัดสินใจในการที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งต่างๆ ทุกวันตลอดเวลาไม่ว่าเรื่องเล็กน้อยที่ไม่เกิดผลกระทบมากนักจนถึงเรื่องใหญ่สำคัญที่มีผลกระทบต่อบุคคลและสังคมอย่างกว้างขวางการตัดสินใจที่ต้องการให้เกิดผลดังประสงค์นั้นจำเป็นต้องใช้ ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้ เรื่องราวตลอดจนวิชาการที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องประกอบที่สำคัญ มิฉะนั้น แล้วอาจเกิดการผิดพลาดได้ เช่น จะรับประทานยาจำนวนกี่เม็ด เวลาไหน ต้องอ่านสลากก่อนการจะปรับปรุงบุคลิกภาพตนให้เด่นชัดก็ต้องมีสารสนเทศ เกี่ยวกับการแต่งกาย การปรับปรุง วิธีการพูด การแต่งหน้า เป็นต้น หรือในการตัดสินใจทาง ธุรกิจ เช่น การตัดสินใจในการลงทุนผลิต สินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งต้องศึกษาสารสนเทศเกี่ยวกับสินค้านั้นให้ครบถ้วน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับ การตลาดความรู้ เกี่ยวกับวัตถุดิบ ชนิด และแหล่งวัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิตและอุปกรณ์การผลิต แหล่งเงินทุนและวิธีกู้ยืม บุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญระดับต่างๆในการจัดการผลิตและ จำหน่าย ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น เมื่อได้สารสนเทศต่างๆครบถ้วนแล้วจึงนำมาศึกษาวิเคราะห์ประมวลผลจนสามารถคาดคะเนผลได้ผลเสียปัญหาจะเกิดขึ้นตลอดจนวิธีแก้ปัญหาได้ถี่ถ้วนแล้วจึงตัดสินใจว่าจะผลิตหรือไม่ผลิตสินค้านั้นๆ

3) เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตส่วนตัวและการทำงานโดยปัญหาคือเหตุขัดข้องหรือกีดขวางไม่ให้ความตั้งใจหรือการกระทำบรรลุผลดังวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในชีวิตส่วนตัวและการทำงาน ปัญหาเกิดขึ้นได้เสมอเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะมีผลเสียหายแก่งานและจิตใจงานไม่เสร็จหรือเสร็จแต่ไม่เรียบร้อยบริบูรณ์ จิตใจก็หดหู่ ท้อแท้ โกรธ เกลียด ความรู้สึกเช่นนี้เป็นผลร้ายแก่ตนและไม่ช่วยแก้ปัญหา ความรู้ความเข้าใจในทางศาสนาเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยให้จิตใจสงบยอมรับความจริงสามารถมองเห็นลักษณะและต้นเหตุของปัญหาได้แต่สารสนเทศ ดังกล่าวก็ยังไม่เพียงพอต่อความอยู่รอดจึงจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลใหม่ เทคนิคใหม่ ความรู้ใหม่ หรือเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องที่ยังบกพร่องและเป็นสาเหตุของความล้มเหลวสารสนเทศที่จำเป็นเหล่านี้จะได้จากการอ่านการวิจัยการศึกษาเพิ่มเติม การดูงาน ฟังการบรรยาย อภิปรายและไต่ถามผู้รู้แล้วนำความรู้ที่ได้รวบรวมมาวิเคราะห์ปัญหา และแก้ไขปัญหาคือไปตามแต่สถานการณ์ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น ปัญหาด้านโภชนาการ การเดินทาง การเงิน เพื่อความอยู่รอดเมื่อเผชิญภาวะวิกฤต เช่น ในเวลาเจ็บป่วย ตกงาน ปัญหาครอบครัวหรือเพื่อการสร้างความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด เป็นต้น

4) เพื่อการศึกษาและพัฒนาทั้งในส่วนตัวและสังคมการที่บุคคลจะสามารถต่อสู้และใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนและสังคมได้นั้นจำเป็นต้องมีความรู้เฉลียวฉลาด มีสติปัญญา คุณธรรม รวมทั้งความรู้สึกที่สงบและมั่นคงการศึกษาเป็นหัวใจของการพัฒนาในทุกๆด้านสารสนเทศในรูปแบบและเนื้อหาต่างๆมีส่วนกระตุ้นให้สมองทำงานตลอดเวลา เช่น รับรู้สิ่งที่เห็นหรือตีความหมายเทียบเคียงกับสิ่งที่ได้เห็น ได้ฟัง ได้มีประสบการณ์ มาก่อนสรุป ความคิดและจำไว้เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป สติปัญญา ความรู้ ความเฉลียวฉลาดและคุณธรรมของบุคคลเกิดจากการได้

เข้าถึงสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอตามความสามารถในการเรียนรู้ซึ่งจะต้องพัฒนาขึ้นไปตามระดับอายุ และระดับการศึกษาการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตไม่มีวันจบสิ้นความรู้ใหม่ๆเกิดขึ้นเสมอจำเป็นต้องเพิ่มพูนความรู้ให้ทันสมัยสารสนเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นตลอดไป

5) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานหรือบริหารงานความแตกต่างระหว่างบุคคลหน่วยงานและสังคมที่พัฒนาแล้วกับที่ยังไม่พัฒนานั้นเห็นได้ชัดจากคุณภาพของผลิตผลและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานหรือบริหารงานให้ได้ดังวัตถุประสงค์ในหน่วยงานที่พัฒนาแล้วผลิตผลมีคุณภาพและปริมาณตามต้องการภายในเวลาที่กำหนด ไม่สิ้นเปลืองแรงงานเวลาและค่าใช้จ่ายที่เกินจำเป็นบุคลากรในหน่วยงานมีความสามารถและความสุขในการทำงานตรงกันข้ามกับในหน่วยงานที่ไม่พัฒนาสาเหตุของความแตกต่าง คือ การเห็นและไม่เห็นความจำเป็นของการใช้สารสนเทศความรู้เกี่ยวกับเทคนิคใหม่ๆในการผลิต ความรู้ทางด้านบริหารและการจัดการด้านการเงิน บุคลากร สถานที่ อุปกรณ์ เหล่านี้จำเป็น อย่างยิ่งในการปรับปรุงงาน

6) เพื่อสนับสนุนการค้นคว้าวิจัย ในการดำเนินการวิจัยให้มีประสิทธิภาพนักวิจัยต้องใช้สารสนเทศหลายรูปแบบเพื่อการค้นคว้าวิจัยให้รู้เรื่องหนึ่งเรื่องใดให้ถ่องแท้หรือเพื่อนำผลมาใช้ในการพัฒนางานหรือสร้างงานใหม่ๆ

ดังนั้น จากการศึกษาดังกล่าวทำให้สามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีความต้องการข้อมูล ข่าวสารได้ว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารไม่ใช่เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์โดยความต้องการข้อมูลข่าวสารนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งรู้สึกว่าคุณสมบัติที่บุคคลนั้นมีอยู่มีเพียงพอต่อการตัดสินใจหรือไม่เพียงพอต่อการจะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลนั้นจึงเกิดความต้องการของข้อมูล

สำหรับแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานเพื่อศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยและผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดตัวแปรด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยวในซึ่งได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย สภาพภูมิอากาศ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม การคมนาคม ความปลอดภัย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้อธิบายถึงความหมายของการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน ท่องเที่ยวชม เพลิดเพลินหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพ

อนันต์ วัฒนกุลจรัส (2555) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ การท่องเที่ยว (Tourism) คือ กิจกรรมที่บุคคลพำนักเดินทางออกจากสภาพแวดล้อมโดยปกติของตนเองไปยัง สถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์หลักใดๆก็ตามที่ไม่ใช่การ ประกอบอาชีพหรือหารายได้ในสถานที่ที่เดินทางไปเยี่ยมเยือน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การเดินทาง (Travel) ของบุคคลซึ่งหากบุคคลไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยวแต่ การเดินทางของบุคคลนั้นต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวและเป็นการเดินทางด้วยความสมัคร ใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้างแต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนความ สนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น

นิตา ชัชกุล (2557) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทาง จะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกิน อาหาร นอกบ้าน

Goeldner and Ritchie (2006) ได้สรุปความหมายตามที่สหพันธ์องค์การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวจะต้องมีเงื่อนไขของ การเดินทางท่องเที่ยวตามหลักของสากลดังต่อไปนี้

- 1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) ต้องเป็นความต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ
- 3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ให้แก่บุคคลนั้นในการนั้นเอง

2.4.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) ได้จัดแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อมได้ 12 ประเภท ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์โดยเฉพาะของแต่ละท้องถิ่นซึ่งอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศซึ่งมีการเกี่ยวข้องกันโดยการจัดการของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นการจัดการของการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศตามแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีระบบนิเวศนั้นอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้ผู้เดินทางมาท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่โดยแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเกิดขึ้นเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัยซึ่งสามารถเกิดขึ้นเพิ่มเติมจากที่มีอยู่แล้วนั้นเมื่อมีการระบุดังว่ากิจกรรมนั้นๆสามารถสร้างให้เกิดความรู้และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายแห่ง ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทางต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรม เทคโนโลยีและ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาและรวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญๆเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดเป็นสถานที่เพื่อการท่องเที่ยวโดยสถานที่นั้นมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นสัญลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติด้วยเช่นกัน

5) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพให้มีความสุข สนุกสนาน รื่นเริง บันเทิงใจและเพื่อการศึกษาหาความรู้แม้แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้นจะไม่มี ความสำคัญในเรื่องของประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่แหล่งหรือสถานที่ ท่องเที่ยวนั้น มีลักษณะเป็นแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถาน บันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะต่างๆและรวมถึงสนาม กีฬา เป็นต้น

6) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มี คุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษของท้องถิ่นนั้นๆได้สร้างสมและถ่ายทอด เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถี ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางวัฒนธรรมของประเทศไทยในประเภทนี้ ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงช้างที่สุรินทร์ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น

7) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติได้มีการ จัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางใน การจัดการกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติอย่างชัดเจนโดยมีการเน้นในด้านการกำหนด มาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้ ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเนื่องจากน้ำพุร้อนจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประเภทหนึ่งและหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนตามธรรมชาติได้ นอกจากนี้ การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่ง ท่องเที่ยวได้นำไปใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตนและยังสามารถใช้ เป็นข้อมูลที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของน้ำพุร้อนทางธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งใน ประเทศไทยและต่างประเทศมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

8) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้ ทางการท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูด ใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนโดยการท่องเที่ยวประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและ นันทนาการในรูปแบบที่มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจมีการเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหา ความรู้เข้าไปด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นกีฬาทางน้ำ การ เล่นน้ำ การอาบแดด การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหารริมทะเล เป็นต้น

9) แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีน้ำตก เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและมีการเสริมกิจกรรมเพื่อเป็นการสร้างการเรียนรู้เข้าไปเป็นกิจกรรมเสริมด้วยซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การดูนก การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อนบนโขดหินและการตกปลา เป็นต้น

10) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยสถานที่นั้นมีถ้ำเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่ช่วยดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจมีการเสริมกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอีกด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆที่เคยอาศัยอยู่ภายในบริเวณถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูปภายในถ้ำ การให้อาหารสัตว์ที่ พบเจอขณะเดินทางท่องเที่ยวภายในหรือภายนอกถ้ำ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะมีการประเมินมาตรฐานซึ่งสามารถแบ่งองค์ประกอบของเกาะได้ 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านคุณค่าด้านการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการและองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านคุณค่าทางการท่องเที่ยวมากที่สุดเพราะแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้เสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุดเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มากที่สุด

12) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อนและการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาทางธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

ซิดจันท์ หังสสุต (2532) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามประสบการณ์การสถานที่และปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวได้ 7 ประเภท ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน โดยการท่องเที่ยวนั้นจะใช้เวลาหยุดจากการทำงานประจำเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อพบเห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อชมวิิวทิวทัศน์เพื่อพบขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกทีก ครึกโครมและกิจกรรมที่ทำให้รู้สึกสนุกสนาน

2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจะใช้เวลาในช่วงวันหยุดต่างๆเพื่อหยุดพักโดยบางบุคคลนั้นจะใช้ช่วงเวลานี้เดินทางท่องเที่ยวไปพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วยต่างๆโดยการท่องเที่ยวประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับสภาวะอากาศในช่วงนั้นเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวในสถานที่ไหน

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ปรารถนาที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของชาติต่างๆที่น่าสนใจ เพื่อชมโบราณสถาน เพื่อชมศิลปกรรม เพื่อร่วมชมในงานการแสดงศิลปะ ฯลฯ

4) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

(1) การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์

(2) การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาชนิดนั้นๆ การท่องเที่ยวเพื่อกีฬาจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลและภูมิประเทศที่เหมาะสม เช่น กีฬาฤดูหนาวซึ่งจะต้องไปประเทศที่มีหิมะตกในฤดูหนาวหรือการเดินทางไปดำน้ำที่จะต้องมีการเดินทางท่องเที่ยวไปในประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสม

5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีข้อเท็จจริงอยู่ว่านักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจนั้นมักจะจัดเวลาว่างจากการทำธุรกิจไว้สำหรับท่องเที่ยวด้วยซึ่งอาจจะเป็นเวลาที่ว่างจากการทำธุรกิจหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน

6) การท่องเที่ยวเพื่อประชุม การท่องเที่ยวเพื่อประชุมนี้มีความคล้ายกันกับการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจที่ผู้เข้าร่วมประชุมจะมีเวลาว่างจากการประชุมหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่อเมื่อเสร็จสิ้นการประชุม

7) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องมีการพำนักอยู่ในสถานที่นั้นๆเป็นเวลานาน เช่น นักเรียนที่ไปศึกษาต่อต่างประเทศ นักเรียนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ

2.4.4 ปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2548) ได้อธิบายปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการท่องเที่ยวโดยประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอก ดังต่อไปนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

(1) สุขภาพ สุขภาพเป็นสิ่งแรกที่จะบอกได้ว่าความต้องการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่สุขภาพที่กล่าวถึงนี้หมายถึงทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตมนุษย์มีการดูแลตนเองที่ดีขึ้นมีอาหารดีการแพทย์ก้าวหน้าทำให้เราสามารถต่อสู้กับโรคได้มากกว่าอดีตแต่ในขณะเดียวกันการทำงานที่เคร่งเครียดก็เป็นสิ่งบั่นทอนสุขภาพรวมถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปมลพิษที่เพิ่มสูงขึ้นโรคร้ายที่เกิดขึ้นใหม่เป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพอย่างไรก็ดีปัจจัยด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทางทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพไม่ดี ตัวอย่างของการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือการไปในสถานที่ที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

(2) รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญเริ่มตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่จนกระทั่งถึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวในการศึกษาการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมักใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว Davies และ Mangan พิสูจน์จากการใช้ข้อมูลการสำรวจรายจ่ายของครอบครัวในสหราชอาณาจักรว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับรายได้ในทุกกลุ่มรายได้ของประชากรโดยความยืดหยุ่นในการใช้จ่ายแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มรายได้ประจำเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการคาดการณ์การท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

(3) ทักษะและการรับรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีความแตกต่างอย่างมากในแต่ละบุคคล ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในยุคของการก่อการร้ายความชอบและความกลัวเป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ เช่น สายการบินใช้ความเข้าใจในเรื่องการกลัวการขึ้นเครื่องบินจัดอบรมการเอาชีวะชนความกลัวนั้นหาก คนเล็กกลัวการขึ้น เครื่องบินหมายถึงการเพิ่มกลุ่มตลาดรวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยเครื่องบิน

(4) ประสบการณ์ สามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทักษะและการรับรู้ได้ประสบการณ์การซื้อแบบมีส่วนลดอาจทำให้เกิดพฤติกรรมพยายามหาซื้อส่วนลดในครั้งต่อไปอย่างไรก็ดีแต่ละบุคคลให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละตัวไม่เท่ากันบางปัจจัยสำคัญกว่าปัจจัยตัวอื่นตามทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ของบุคคลนั้นและในบุคคลเดียวกันนี้เองการให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป

2) ปัจจัยภายนอก

(1) การเมือง เกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับคนเข้าเมือง การขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้าย นโยบายภาษีโดยเฉพาะ ภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยวแล้วแต่เป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์กำหนดการเดินทางท่องเที่ยว

(2) เศรษฐกิจ เป็นอีกปัจจัยภายนอกที่สำคัญจะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยว มากในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู เกาหลีใต้เป็นประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลีในปีค.ศ. 1950-1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออกซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้และกลายเป็นประเทศในเอเชียที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอันดับต้นในกลุ่มประเทศเอเชีย (Tourist generating countries, WTO)

(3) สังคม ในที่นี้รวมถึงวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชนชั้นหรือแบบแผนชีวิตในสังคมเมืองการท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นในชีวิตเปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย

2.4.4 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

Crompton (1979) ได้อธิบายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ได้ดังนี้ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว นั้น มี 7 ประการได้แก่

- 1) เพื่อต้องการหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมเดิมที่มีความจำเจ
- 2) ต้องการสำรวจและประเมินตนเอง
- 3) ต้องการพักผ่อน
- 4) ต้องการเกียรติภูมิ
- 5) ต้องการที่จะย้อนกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม
- 6) ต้องการกระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติ
- 7) ความต้องการทางด้านสังคม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้สรุปมูลเหตุหรือปัจจัยที่จูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้บุคคลเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการในวาระโอกาสต่างๆซึ่งมูลเหตุหรือปัจจัยจูงใจนี้สามารถสรุปได้ 8 ประการ ดังต่อไปนี้

1) ความต้องการผจญภัย เมื่อเกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆไม่ว่าจะเป็นการขี่ช้าง ปีนเขา ล่องแพ เป็นต้น ย่อมต้องมีการประชาสัมพันธ์จากเจ้าหน้าที่หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆทำให้บุคคลอยากลองผจญภัยกับกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆเหล่านี้เป็นต้น

2) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆในตัวเอง การท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวันโดยการออกเดินทางถือเป็นการค้นพบสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิตโดยเฉพาะหากยังเป็นวัยที่มีความต้องการค้นพบสิ่งแปลกใหม่อ่างวัยรุ่นก็จะมีคามอยากรู้อยากเห็นอยากพบเจอสิ่งแปลก

ใหม่มากกว่าวัยอื่นๆ ตัวอย่างเช่น การเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน เป็นต้น

3) ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว คุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว นั้นเป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากบุคคลเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือเกิดความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่ละครั้งซึ่งโดยปกติแล้วนั้นผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องการได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้น ประทับใจจากการเดินทางเท่ากับคัมค่าในการเดินทางหรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการเดินทางท่องเที่ยวไปตามแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

4) ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจะเป็นการเรียนรู้ วัฒนธรรมของประเทศที่บุคคลนั้นได้เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น เทศกาล พิธีการ ต่างๆ ประเพณีหรือศาสนาของท้องถิ่นนั้นๆซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีความแตกต่างกันทำให้บุคคลที่เดินทางไปท่องเที่ยวเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆนอกจากนี้หากเดินทางไปท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือต่างประเทศก็ยังสามารถเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

5) ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนร่วมโลก บุคคลทั่วไปจะมีความต้องการเห็น สภาพความเป็นอยู่ของบุคคลจากต่างถิ่นว่าคุณคนนั้นมีความเป็นอยู่อย่างไร เช่น บุคคลที่อาศัยอยู่ในประเทศที่มีความร่ำรวยจะอยากเห็นบุคคลที่อยู่ในประเทศที่ยากจนว่ามีความเป็นอยู่อย่างไรมีความแตกต่างจากตนเองอย่างไรหรือบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตอากาศหนาวกับบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตอากาศร้อนก็จะอยากทราบว่ามีความเป็นอยู่แตกต่างจากตนเองอย่างไร เป็นต้น

6) ความต้องการในการยอมรับของสังคม บุคคลผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมากหากบุคคลที่บุคคลผู้เดินทางท่องเที่ยวนั้นกำลังติดต่อหรือที่กำลังทำความรู้จักยอมรับนิสัยบางอย่างของบุคคลนั้นบ่อยครั้งบุคคลผู้เดินทางท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้าทำให้บุคคลนั้นต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่บุคคลนั้นรู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับในตัวของคุณคนนั้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham H.Maslow ที่ว่ามนุษย์ มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่

7) ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่บุคคลนั้นต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆเนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองได้ไปท่องเที่ยวยังสถานที่แปลกๆแตกต่างจากบุคคลอื่นยิ่งหากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ญาติมิตรของบุคคลนั้นยังไม่เคยไปก็จะเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นก่อนญาติมิตรซึ่งถือว่าเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยวญาติมิตรอาจจะมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่บุคคลนั้นได้ไปมา

8) ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่บุคคลนั้นได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อการทำธุรกิจ เข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา ประกอบ

ศาสนกิจ เยี่ยม ญาติมิตร เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคมอันเป็นการยกฐานะและเกียรติภูมิของบุคคลนั้นให้สูงขึ้นด้วย

2.4.5 วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว

Douglas Foster (1985) อธิบายว่า การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราวโดยมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพซึ่งจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 9 ลักษณะคือ

1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยจะไม่มีภาระทำการอันอื่นนอกจากการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นการกำจัดความเหนื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไปและเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างพลังกำลังให้กลับคืนมาเพื่อพร้อมสำหรับการเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ซึ่งบางคนอาจจะเป็นการไปพักผ่อนจากอาการป่วยใช้การท่องเที่ยวในลักษณะนี้มักจะใช้ภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวในสถานที่ใด เช่น สถานที่ที่มีลมทะเลอยู่ตลอดเวลา สถานที่บนภูเขา ที่มีอากาศหนาวเย็นหรือไปสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นบ่อน้ำร้อนเพื่อรักษาโรคผิวหนังต่างๆ

วัตถุประสงค์	ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว
1. ต้องการหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวัน	- สวนสาธารณะ - อุทยานแห่งชาติ - น้ำตก - สปา - ชายทะเล
2. ต้องการหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่	- กิจกรรมกลางแจ้ง - ทัศนศึกษาหมู่บ้านชาวเขา - สวนสนุกเฉพาะทาง
3. หลีกหนีอากาศหนาว	- ชายทะเล - กิจกรรมดำน้ำ

ภาพที่ 2. 5 ตัวอย่างวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ต้องการจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่างๆที่ตนเองสนใจ เช่น การศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะประติมากรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่างๆที่ตนเองสนใจ เดินทางไปกราบไหว้ศูนย์กลางทางศาสนาที่สำคัญเพื่อเข้าร่วมการปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยสอนหนังสือเข้าศึกษาหรือดูงานในประเทศเพื่อพัฒนาซึ่งมักจะพักอาศัยอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ต้องการจะไปรับชมการแข่งขันกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันกีฬานั้นๆหรือเป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬาในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การเดินทางไปชมกีฬาโอลิมปิก การเดินทางไปเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาเขต การเดินทางไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น การเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การเดินทางไปชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การเดินทางไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงโขน เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการเดินทางที่ต้องการจะไปรับชมโบราณสถานโบราณวัตถุหรือหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น

6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น เดินทางไปวาดรูปบนภูเขา เดินทางไปขี่ม้าที่ชายหาด เดินทางไปเล่นสกี เป็นต้น

7) การท่องเที่ยวเพื่อการไปเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/ Relation) เป็นการเดินทางเพื่อต้องการไปเยี่ยมเยือนญาติหรือมิตรซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้น เช่น การเดินทางไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ การเดินทางไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส

8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) ส่วนใหญ่ในประเทศที่พัฒนาแล้วนั้น โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอเมริกา แคนาดาและสหราชอาณาจักร ประชากรในประเทศต่างๆเหล่านี้มักเดินทางเพื่อการทำธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลักจึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางเป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นพร้อมกันอยู่เสมอซึ่งถึงแม้ว่าการเดินทางที่ข้องเกี่ยวกับการทำธุรกิจจะมีวัตถุประสงค์หลักเป็นการไปทำงานแต่ก็ยังสามารถจัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งเนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือนแต่นักธุรกิจนั้นไม่ได้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อไปอยู่อาศัยแต่เป็นเพียงการเดินทางเพื่อการไปทำงานเท่านั้น หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักโรงแรม การใช้บริการห้องประชุม ซื้อของฝากของที่ระลึกต่างๆโดยการ

เดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจนั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

(1) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางเพื่อไปติดต่อประสานงานหรือเซ็นสัญญาทางธุรกิจซึ่งอาจมีระยะเวลาในการหยุดเพื่อพักผ่อนเป็นเวลา 2 -3 วัน อยู่ในระหว่างการเดินทางไปทำธุรกิจนั้นๆ เช่น นักธุรกิจชาวต่างชาติเดินทางมาเซ็นสัญญาทางธุรกิจที่โรงแรมในประเทศไทย เป็นต้น

(2) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference /Convention /Congress and Exhibition : MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังเป็นที่สนใจให้กับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั่วโลกซึ่งมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจังเนื่องจากเห็นความสำคัญถึงภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะยาวและระยะสั้นโดยผู้เดินทางที่เดินทางมาในลักษณะนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปนอกจากนี้ถึงแม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่ข้องเกี่ยวกับธุรกิจเป็นหลักแต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์กับการเดินทางมาเยือนในพื้นที่ต่างๆที่ดีก็อาจเดินทางกลับไปท่องเที่ยวยังสถานที่หรือพื้นที่ทางการท่องเที่ยวอื่นๆอีกใน รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่นๆรวมถึงกลุ่มประชากรเหล่านี้ที่มีการเดินทางเพื่อการทำธุรกิจจะเป็นประชากรที่มีการศึกษาในระดับสูงและมีความเป็นผู้นำทางความคิดซึ่งหาก เลือกที่จะมายังสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใดๆนั้นก็ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สถานที่ที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวนั้นๆได้และสิ่งสำคัญที่นักธุรกิจแต่ละกลุ่มมีความต้องการเหมือนกันคือความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางเพราะบางครั้งอาจมีเวลาที่จำกัดในการเดินทางติดต่อธุรกิจหรืออาจต้องเดินทางไปติดต่อทางธุรกิจในหลายๆแห่งในเวลาเดียวกันรวมถึงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการติดต่อทาง ธุรกิจ เช่น โรงแรมต่างๆมักมีห้องติดต่อทางธุรกิจ (Business center) ซึ่งจะมีบริการการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ เช่น โทรสาร โทรศัพท์ เครื่องถ่ายเอกสารหรือโรงแรมบางแห่งจะจัดผู้ช่วยส่วนตัวไว้รองรับกลุ่มลูกค้าในกลุ่มผู้ทำธุรกิจโดยเฉพาะด้วย

9) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนาซึ่งโดยปกติแล้วนั้นการจัดรายการการประชุมสัมมนาผู้จัดการประชุมสัมมนามักจะจัดรายการสำหรับการท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้ที่เข้าร่วมการประชุมสัมมนา เป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบและเมืองใดที่เป็นเมืองแห่งสถานที่ท่องเที่ยวมักจะได้รับเลือกให้เป็น สถานที่ทำการประชุมสัมมนา เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ เป็นต้น

2.4.6 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ภราเดช พัทธ์วิเชียร (2524) และอภิชาติ วงศ์แก้ว (2525) ได้สรุปความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อมกับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่นจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ดังต่อไปนี้

1) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกประเภทอื่นๆไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ

2) รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกิดดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขจากการขาดดุลในด้านอื่นเป็นอย่างมาก

3) รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพโดยเฉพาะประเทศไทยเป็น ประเทศเกษตรกรรม คนทำไร่ทำนาปีละประมาณ 5 - 6 เดือน ยังมีเวลาว่างแม้แต่ฤดูทำนาทำไร่ ก็มีวันว่างกันอยู่ไม่น้อย อาชีพที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านหรือการ ผลิตอาหารไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดีหรือในเมือง ท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยว ถ้ามีเรือก็อาจนำมาดัดแปลงเป็นเรือนำเที่ยว เป็นต้น

4) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากและ กว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น จากการวิจัยการสร้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 1 คนจะมีส่วนสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมเฉลี่ยประมาณ 1 คน เช่นกัน

5) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงที่สุดเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปทีใดก็ต้องใช้จ่ายเป็นค่าอาหารซื้อ ผลิตผลพื้นเมืองและหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พักเงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะ โรงแรมแต่จะกระจายออกไปยังผู้เลี้ยงไก่ ผู้ปลูกผัก ฯลฯ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ ก็จะมีการนำวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้ว่าจะเป็นการขายได้เล็กน้อยแต่เมื่อรวมกันเป็น ปริมาณมากก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตหรือ Multiplier Effect ของการ ท่องเที่ยวที่เคยสำรวจในประเทศไทยมีค่าทวีประมาณ 2.06 เท่าตัว กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวเอาเงิน

มาใช้ 100 เหรียญ เงินนั้นจะกระจายไปกระตุ้นให้เกิดการผลิตในสาขาต่างๆ 2.06 เท่าตัวนั่นคือเงิน 100 เหรียญจะหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 2.06 เหรียญ

6) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกได้ว่า Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ.2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคนและได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนในปี พ.ศ. 2527 นักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่าปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้นเพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลาในขณะที่วิวัฒนาการทางการขนส่งที่สามารถบรรจุโดยสารได้จำนวนมากทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลงการเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้นดังแต่ก่อนและการท่องเที่ยวเป็นเรื่องความพอใจของแต่ละบุคคลและแม้องค์การสหประชาชาติก็ถือว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

7) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนกับการปลูกข้าว ปลูกพืชอย่างอื่น ถ้าฝนไม่ตกบางทีก็ปลูกไม่ได้แต่เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว คือ ความสวยงามธรรมชาติ หาดทรายชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมความยั่งยืนไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศดังเช่น การผลิตด้านเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมอื่นไม่ต้องการลงทุนและเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้นจากองค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจังที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาได้สนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิมนับเป็นความได้เปรียบอย่างมากของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

8) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสิ่งของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปีจึงมีวัฒนธรรม ระเบียบประเพณีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสิ่งของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ระหว่างคนไทยด้วยกันเองและอวดชาวโลกเมื่อมีการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมดังกล่าว เจ้าของท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในแง่ของการเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวและช่วยกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นๆ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

10) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเที่ยวจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอรัฐจะได้ตระหนักดีในเรื่องนี้คงจะเห็นว่าทางกระทรวงมหาดไทยเองก็ได้มีคำสั่งให้มีการจัดตั้งหน่วยตำรวจเฉพาะกิจให้ดูแลนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคือ หน่วยตำรวจท่องเที่ยวเป็นกองกำกับการ 8 ในกองบังคับการกองปราบปรามเพื่อให้ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว สำคัญๆ

11) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพสัมพันธ์มิตรและความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักและเข้าใจกันเมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยการเดินทางไปมาหาสู่กันผลก็คือความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสันติภาพมิตรให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

สำหรับแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานเพื่อศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยและผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดตัวแปรด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทยได้แก่ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยว

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว

2.5.1 ความหมายของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ (2557) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ พฤติกรรมกรการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมกรบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการสินค้าและบริการกรการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันไปและได้รับความพึงพอใจสูงสุด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้สรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมกรนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำของบุคคลผู้เป็นนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะ

รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามเพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัสส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกายของตนเองรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันและพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวทำให้สามารถค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยวซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมความรู้สึกนึกคิดและความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือจะกล่าวอีกอย่างหนึ่ง คือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์และประเมินสินค้าหรือการบริการท่องเที่ยว ที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการได้โดยนักท่องเที่ยวมีเงินทรัพยากรที่สามารถใช้แลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่บุคคลนั้นต้องการ ได้แก่ เงิน เวลาและความพยายาม

2.5.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2551) อธิบายองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ไว้ดังนี้ องค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่สำคัญนั้นมีด้วยกัน 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1) เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกอย่างจะต้องกำหนดเป้าหมายของการกระทำของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการแสดงความมีเกียรติยศโดยจะมีการแสดงให้บุคคลอื่นได้เห็นว่าคุณเองนั้นเดินทางท่องเที่ยวแล้วยังสามารถทำให้สภาพแวดล้อมที่ตนเองได้เดินทางไปท่องเที่ยวยังคงความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง การมีความสามารถและมีวุฒิภาวะในการจะกระทำกิจกรรมสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รัก การผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาจะต้องมีความพร้อมทั้งสภาพทางร่างกายและสภาพทางจิตใจ ซึ่งความพร้อมนี้สามารถทำให้ตนเองทำกิจกรรมที่ตนเองชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง โอกาสหรือเหตุการณ์ที่สะดวกเอื้ออำนวยต่อการที่จะเลือกทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นเอง เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรทำกิจกรรมในยามที่คลื่นในทะเลมีความสงบและไม่ควรทำกิจกรรมในขณะที่มีพายุคะนอง เป็นต้น

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเองที่ตนเองรู้สึกพอใจมากที่สุด สถานการณ์หรือเหตุการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาเที่ยงควรเป็นเวลาที่น่าท่องเที่ยวจะต้องหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน เป็นต้น

5) การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนเองได้เลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดพักผ่อนดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เป็นต้น

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่งๆอาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้กำหนดการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุดปรากฏว่าในเวลาอันนั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่นักท่องเที่ยวคาดหมายไว้ เป็นต้น

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ตนเองนั้นต้องการจึงต้องกลับมาแปลความหมายและไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆมาตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นหรืออาจจะเลิกความต้องการนั้นๆไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถของตนเอง เช่น การเกิดการจราจรในแหล่งท่องเที่ยวจะทำให้เกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลเรื่องความปลอดภัยและอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทางหรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่าเมืองนั้นๆ เป็นต้น

2.5.3 ปัจจัยการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Page (2015) ปัจจัยการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ เป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยภายใน (Internal Factors)

(1.1) รายได้ รายได้เป็นปัจจัยปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญซึ่งมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเพราะการท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายอย่างมากมาเริ่มตั้งแต่การเดินทางไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและบริการตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆโดยส่วนมากการใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวมักจะเป็นส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายด้านอื่นๆดังนั้นคนมีรายได้สูงมักจะมีโอกาสท่องเที่ยวมากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อย

(2.1) อายุ อายุมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพราะความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวจะลดลงเมื่อมีอายุที่เพิ่มมากขึ้นเพราะการมีภาระความรับผิดชอบและหน้าที่ทั้งในการทำงานและครอบครัวแต่ละกลับมาเพิ่มมากขึ้นอีกครั้งหลังจากการเกษียณอายุเพราะจะมีเวลาว่างและภาระทางด้านครอบครัวน้อยลง

วัลย์พร รวีตระกูลไพบูลย์ (2557) อธิบายการแบ่งช่วงอายุที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวไว้ดังนี้ โดยการแบ่งช่วงอายุที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 5 ช่วงวัย ได้แก่

1) วัยเด็ก (Childhood) เป็นวัยที่เดินทางท่องเที่ยวตามบิดามารดาครอบครัวหรือโรงเรียนซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

2) วัยรุ่น (Adolescence) เป็นวัยที่รักอิสระในการเดินทางมีความอยากรู้ อยากเห็นต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ชอบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ และยังเป็นวัยที่มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวมากเพราะมีเวลามากแต่จะมีข้อจำกัดในเรื่องค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

3) วัยครอบครัว (Marriage) เป็นช่วงเวลาที่เพิ่มเริ่มต้นการแต่งงานถ้ายังไม่มีบุตรก็จะเดินทางท่องเที่ยวบ่อยและอาจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศซึ่งหากมีบุตรแล้วและบุตรยังเล็กอยู่มักจะเดินทางในระยะใกล้ๆ เท่านั้นโดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็กเล็กมีการเน้นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ทุกคนในครอบครัวสามารถทำร่วมกันได้

4) วัยที่บุตรโตและเริ่มรับผิดชอบตนเองได้ (Empty Nest) เป็นช่วงเวลาที่หมดภาระเกี่ยวกับบุตรจึงเป็นช่วงเวลาที่สามารถเดินทางในระยะไกลได้โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมเชิงรับมากกว่ากิจกรรมเชิงรุก

5) วัยสูงอายุ (Old Age) เป็นช่วงวัยเกษียณอีกทั้งยังมีความพร้อมด้านเวลาและการเงินซึ่งมักจะเน้นเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่และเส้นทางที่สะดวกในการเคลื่อนที่หรือเดินทางอีกทั้งยังมีความพร้อมที่จะเดินทางระยะทางไกลไกลอย่างบ่อยครั้ง

(3.1) การศึกษา การศึกษามีผลทำให้บุคคลมีความต้องการในการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ของบุคคลนั่นเองและเพื่อเป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ที่แตกต่างแปลกใหม่คนที่มีการศึกษาสูงย่อมมีความต้องการการท่องเที่ยวมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาน้อยเพราะบุคคลที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มในการติดตามข่าวสาร มีความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับโอกาสในการท่องเที่ยวค่อนข้าง มาก เช่น การจองที่พัก การจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น

(4.1) จำนวนวันหยุดพักผ่อน การมีจำนวนวันหยุดที่ยาวนานจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Country) จะมีจำนวนวันหยุดให้แก่ประชากรในแต่ละปีค่อนข้างมากกว่าประเทศกำลังพัฒนา (Developing Country) จึงเป็นข้อสังเกตว่าประชากรในประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีการเดินทางออกนอกประเทศมากกว่าประเทศกำลังพัฒนา

2) ปัจจัยภายนอก (External Factors)

นิตา ชัชกุล (2557) ได้อธิบายปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ไว้ ดังนี้ ปัจจัยภายนอกที่มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีรายละเอียด ดังนี้

(1) การคมนาคม เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเพราะจะทำให้การท่องเที่ยวมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาถนนสายหลัก การเพิ่มเส้นทางการบิน ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวควรพัฒนาการคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มความรวดเร็วเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

(2) เทคโนโลยี กล่าวคือ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้ทั่วโลกนอกจากนี้ยังทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจองตั๋วใน การเดินทางที่พักรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้นซึ่งหากแหล่งท่องเที่ยวใดให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศก็จะได้เปรียบกว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

(3) การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความคุ้นชินและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนยังแหล่งท่องเที่ยวโดยคิดค้นกิจกรรมทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อช่วยกระตุ้นความต้องการจะท่องเที่ยวและตอบสนองพฤติกรรมในการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

(4) ความร่วมมือระหว่างประเทศ ความร่วมมือระหว่างประเทศเป็นปัจจัยที่เป็นการเอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าและออกประเทศนั้นๆ ได้สะดวกส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย เช่น สหภาพยุโรป (European Union) มีการรวมตัวกันใช้วีซ่า (Visa) และสกุลเงินเดียวกันส่งผลให้เกิดความคล่องตัวในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเหล่านั้น เป็นต้น

(5) เศรษฐกิจของประเทศ หมายถึง สภาพเศรษฐกิจของประเทศมีการซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในช่วงที่มีสภาวะเศรษฐกิจดีจะเอื้อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้มากในทางกลับกันถ้าสภาวะเศรษฐกิจไม่ดีรัฐบาลอาจจะมีแนวทางหรือมาตรการในการกระตุ้นการท่องเที่ยวหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางออกนอกประเทศ นอกจากนี้หากเกิดภาวะเงินอ่อนค่าจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศสูงขึ้นส่งผลให้คนเดินทางออกนอกประเทศลดน้อยลง

(6) สภาพทางภูมิศาสตร์ หมายถึง สภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศ สภาพทางภูมิศาสตร์มีผลต่อความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวอีกทั้งยังเป็นตัวที่กำหนดแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะไปเยือน เช่น ผู้ที่อาศัยอยู่ในแถบภูเขาที่มีความต้องการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเมืองหรือชายทะเลส่วนผู้ที่อาศัยอยู่บริเวณอากาศหนาวเย็นจะมีความต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความอบอุ่นหรือต้องการอาบแดดบริเวณชายทะเล เป็นต้น

สุเทพ พันประสิทธิ์ (2552) ได้อธิบายปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ พฤติกรรมต่างๆของกลุ่มนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับสภาพสังคมที่นักท่องเที่ยวอยู่อาศัย การคมนาคม รสนิยม ค่านิยม รวมถึงปัจจัยที่ควบคุมได้และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้โดยมีปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) เศรษฐกิจนับว่าเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวและยังบ่งบอกได้ถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติได้ดีอีกด้วย หากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจดี การแสดงออกทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการใช้จ่ายก็จะดีด้วย เช่น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักจะเป็นที่ต้องการของเกือบทุกประเทศด้วยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดี ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปในแต่ละประเทศจะใช้จ่ายใช้สอยไปในทุกๆด้านอย่างเต็มที่ เช่น ด้านที่พักจะใช้บริการพักอยู่ในโรงแรมหรือแหล่งท่องเที่ยวในระดับห้าดาวใช้บริการร้านอาหารหรือภัตตาคารที่มีอยู่ในโรงแรม ด้านการท่องเที่ยวจะใช้บริการการท่องเที่ยวกับบริษัทตัวแทนทางการท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวและซื้อของที่ระลึกที่มีอยู่ในโรงแรมซึ่งจะตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ไม่ดีการแสดงออกของพฤติกรรมในด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะถูกจำกัดในการใช้จ่ายแต่ละครั้งในการท่องเที่ยวจึงมักมีปริมาณที่น้อยและมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับกลางถึงต่ำ เช่น ด้านที่พักจะเลือกใช้บริการที่พักในระดับกลางไม่ต้องการ ความหรูหรา เช่น เกสต์เฮ้า (Guest House) ด้านอาหารจะเลือกใช้ร้านอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น ด้านการท่องเที่ยวนั้นจะเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายน้อยจะไม่ใช้บริการกับบริษัทตัวแทนทางการท่องเที่ยวแต่จะใช้วิธีเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือใช้บริการจากรถสาธารณะและจะไม่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะถูกจัดอยู่ในอันดับท้ายๆของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะได้รับการสนับสนุนให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ

2) ปัจจัยทางด้านจำนวนประชากร (Demographic Factor) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์นั้นมีความสำคัญซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกของกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก เช่น ประเทศจีน ผู้ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ย่อมเป็นผู้ที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีที่เพียงพอ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับกลางถึงระดับสูง การแสดงออกของพฤติกรรมย่อมแตกต่างกันกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีจำนวนประชากรน้อย เช่น สิงคโปร์ อีกทั้งยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าทางการท่องเที่ยวเพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศนั้นเป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวก็ย่อมที่จะปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆ

3) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์มีผลต่อการแสดงออกของนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนอีกเช่นกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศแถบยุโรปหรือสแกนดิเนเวียซึ่งจะมีภูมิอากาศที่หนาวเป็นเวลานานมักนิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีสภาพภูมิอากาศที่ร้อนและมักชอบที่จะเลือกทำกิจกรรมตรงกลางแจ้ง เช่น การอาบแดดบริเวณชายหาดเป็นเวลานานๆเนื่องจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเองนั้นเป็นเขตสภาพภูมิอากาศหนาวและมีแสงแดดน้อยมากซึ่งจะตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีภูมิอากาศร้อนเหมือนในประเทศไทย เช่น ประเทศมาเลเซียหรือนักท่องเที่ยวแถบตะวันออกกลางมักชอบใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่ร่ม เช่น ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิงแต่ไม่ชอบหรือนิยมที่จะร่วมกิจกรรมกลางแจ้งมากนัก ดังนั้น หากต้องการวางแผนทางการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากเขตที่มีภูมิอากาศร้อนนั้นควรจัดกิจกรรมที่อยู่ตรงกลางแจ้งในช่วงเช้าระหว่างเวลา 08:00 – 11:00 น. จะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มากที่สุดซึ่งนอกจากสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างกันแล้วประเทศที่มีภูมิประเทศติดกัน เช่น ประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียมีชายแดนที่ติดกันจึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับต้นๆและนักท่องเที่ยวชาวไทยก็เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศมาเลเซียเป็นจำนวนมากเช่นเดียวกันในทุกๆปี

4) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio – Culture Factor) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมนั้นมีผลกระทบต่อการแสดงออกของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเพราะนักท่องเที่ยวจะถูกปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมหล่อหลอมมาตลอดเวลาและจะถ่ายทอดออกมาเป็นวิถีคิดหรือทัศนคติของกลุ่มคนเหล่านั้น เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากแหล่งอารยธรรมโบราณ เช่น ประเทศอินเดีย นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศนี้ที่เป็นนักท่องเที่ยวสตรีจากอินเดียยังนิยมสวมชุดประจำชาติที่เรียกว่า “紗หรี” นอกจากนี้พฤติกรรมการท่องเที่ยวบางอย่างของนักท่องเที่ยว บางประเทศก็สามารถบ่งบอกได้ถึงสภาพสังคมและวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวนั้นอาศัยอยู่ได้ เช่น การใช้จ่ายเงินอย่างประหยัด การต่อรองราคาของสินค้าที่สูงที่สุดบ่งบอกได้ถึงสังคมแห่งการเอารัดเอาเปรียบ เป็นต้น

5) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหลักคือการพักผ่อนจิตใจ ดังนั้นนักท่องเที่ยวย่อมจะไม่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดปัญหาทางด้านการเมืองซึ่งส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นๆ เช่น ประเทศอิสราเอล ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและยังมีศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาคริสต์อีกด้วยแต่ก็เกิดปัญหาทางด้านการเมืองอยู่ตลอดเวลาทำให้เกิดความวิตกกังวลต่อนักท่องเที่ยวหากต้องเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากเกรงว่าจะเกิดปัญหาการก่อการร้ายหรือก่อวินาศกรรมโดยที่ตัวนักท่องเที่ยวเองไม่รู้ตัวหรือประเทศอินโดนีเซีย

ซึ่งเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเนื่องจากภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็น หมู่เกาะแต่เนื่องจากสภาวะทางการเมืองภายในประเทศอินโดนีเซียค่อนข้างมีปัญหาบ่อยครั้ง โดยเฉพาะในช่วงของการเปลี่ยนแปลงผู้นำ ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความวิตกและเกิดความ เกิดความหวาดกลัวว่าจะได้ รับอันตรายจากการเดินทางท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าสถานที่หรือแหล่ง ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้นั้นต้องการเดินทางไปอยู่ห่างไกลจากพื้นที่ที่เกิดปัญหาก็ตามแต่โดย ภาพลักษณ์แล้วทำให้นักท่องเที่ยวมองภาพ รวมของประเทศนั้นทันที

6) ปัจจัยทางสื่อมวลชน (Media Factor) ปัจจัยทางสื่อมวลชนเข้ามามี บทบาทใน การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากว่าในปัจจุบันนี้ วิวัฒนาการ ทางการสื่อสารก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆได้จาก ทั่วทุกมุมโลกซึ่งสามารถรับรู้ได้โดยเวลาอันรวดเร็วอีกด้วยซึ่งการสื่อสารผ่านอิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรา รู้จักกันดี คือ “อินเทอร์เน็ต” และอินเทอร์เน็ตยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้อง พึ่งพาอุปกรณ์สื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวหรือข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยวต่อบุคคลอื่นทั่วโลก ดังนั้น หากข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอออกไปเป็นสิ่งที่ดีเยี่ยมที่จะ กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้รวดเร็วขึ้นแต่ในทางตรงกันข้ามหากข้อมูลข่าวสารที่ นำเสนอออกไปนั้นมีความผิดพลาดหรือไม่ตรงกับข้อเท็จจริงก็ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจ ในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวได้ ยกตัวอย่างเช่น กรณีนักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงแจ้งความเท็จต่อ เจ้าหน้าที่ตำรวจ ไทยโดยกล่าวหาว่าถูกพนักงานขับรถโดยสารจำนวน 4 คน รุมข่มขืนและกลายเป็น ประเด็นดังไปทั่ว โลกเนื่องจากผู้เสียหายเป็นชาวต่างชาติและประเทศไทยกำลังต้องการรายได้จาก การท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศให้ดีขึ้นแต่จากการสืบสวนสอบสวนเจ้าหน้าที่ ตำรวจได้ความว่าผู้เสียหายคนดังกล่าวแจ้งความเท็จโดยมีเจตนาให้ประเทศไทยเสื่อมเสียชื่อเสียง ทางการท่องเที่ยว ดังนั้น สื่อมวลชนควรที่จะพิจารณาไตร่ตรอง สืบเสาะหาข้อเท็จจริงก่อนที่จะ นำเสนอข่าวสารออกไปเนื่องจากว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นสามารถทำลายการท่องเที่ยวได้ทั้งใน ทางตรงและในทางอ้อม

7) ปัจจัยทางเวลาและสุขภาพ (Factor of Timing and Healthy) ปัจจัย ทางด้านนี้มี ผลกระทบต่อช่วงเวลาในการเดินทางและจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการ เดินทางไปเช่นกันเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่ตนเองมี เวลาว่างซึ่งเวลาของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน นอกจากนี้หากนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่ม ครอบครัวจะต้องมีเวลาว่างที่ตรงกันกับสมาชิกคนอื่นๆในครอบครัวส่วนปัจจัยทางด้านสุขภาพนั้นจะ กำหนดในเรื่องของจุดหมายปลายทางและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้นั้นสามารถกระทำได้ในแหล่ง

ท่องเที่ยววันนั้น เช่น หากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุก็อาจจะต้องจัดรายการนำเที่ยวที่ไม่เน้นกิจกรรมมากจนเกินไป

8) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factor) เป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทำได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้นโดยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในการบริการได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ความก้าวหน้าของระบบสำรองที่นั่งบนเครื่องบินซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถที่จะสำรองห้องพักหรือจองรายการนำเที่ยว จองรถเช่าได้โดยผ่านทางระบบสำรองที่นั่งเพียงระบบเดียวช่วยลดปัญหาในเรื่องของการสื่อสารและยังสามารถจองได้ในราคาที่ถูกลงกว่าด้วย นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการบินก็ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้นถึงแม้ว่าจะมีระยะเวลาจำกัดก็ตามเนื่องจากว่าเครื่องบินสามารถบินได้ในระยะทางที่ไกลมากขึ้นโดยไม่ต้องจอดพักซึ่งจะส่งผลต่อราคาค่าโดยสารเพราะจะถูกกลงตามไปด้วย

2.5.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้ง ขบวนการต่างๆในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ

1) ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว บริษัทการบิน ญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ฯลฯ ซึ่งการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถทำได้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

2) ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทั้งนี้นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่ายอยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ๆเพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

3) ขั้นตอนที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยวและ Pull Factor เป็นสภาวะเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

(1) สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

(2) สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ ฯลฯ

(3) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น เดินทางไปเยี่ยมญาติ การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

(4) สิ่งจูงใจและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

4) ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากเมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุดโดยคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจปรากฏทั้งในลักษณะทางบวกหรือลักษณะทางลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูงแต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วยประเทศสังคมนิยมเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- (1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- (2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไร
- (3) จะไปท่องเที่ยวทางใด (บก เรือ อากาศ)
- (4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- (5) จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- (6) จะไปท่องเที่ยวนานเท่าไร

(7) จะไปพักแรมที่สถานที่ประเภทไหน

(8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

5) ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใดก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากก็จะต้องเตรียมเก็บเงินไว้จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้เราอาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังต้องมีการเตรียมวางแผนเรื่องภาษาและฝากคนดูแลบ้านด้วย

6) ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้วในขั้นนี้ผู้ที่ทำการเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วพาหนะที่เดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

7) ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับบ้านโดยจะมีการประเมินผลการออกท่องเที่ยวเป็นระยะๆ สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเดินทางท่องเที่ยวในครั้งต่อไปหรืออาจจะบอกต่อให้กับบุคคลอื่นให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นหรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

8) ขั้นตอนที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการท่องเที่ยวในครั้งนั้นแล้วโดยอาจมีการประเมินผล สถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

(1) มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ ผู้คน สภาพแวดล้อม การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และมีผลการประเมินการท่องเที่ยวในครั้งนั้นว่ามีความพึงพอใจ

(2) ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสต่างๆในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ผู้คน สภาพแวดล้อม การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ทำให้ปรากฏผลการประเมินการท่องเที่ยวในครั้งนั้นออกมาเป็นความไม่พึงพอใจ

9) ขั้นตอนที่ 9 ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้วนั้นก็เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนั้น ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในครั้งนั้นซึ่งอาจส่งผลให้เดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกต่อเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวแต่หากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ต่อการท่องเที่ยวครั้งนั้น อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่ต้องเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้น

ดังนั้น แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่านักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวโดยมีองค์ประกอบของพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา ปฏิกริยาต่อความผิดหวังและมีปัจจัยการเกิดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

สำหรับแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานเพื่อศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยและผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดตัวแปรด้านพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทยได้แก่ ความบ่อยครั้งในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

2.6.1 ความหมายของผู้สูงอายุ

องค์การอนามัยโลก (1995) ให้ความหมายของผู้สูงอายุว่าหมายถึง ประชาชนผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

กรมประชาสงเคราะห์ (2523) ให้ความหมายคำว่าผู้สูงอายุว่า หมายถึงการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายในช่วงอายุของมนุษย์ ความสูงอายุนี้เริ่มตั้งแต่เกิดมาและดำเนินต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นอายุขัยของสิ่งมีชีวิตนั้น

ศรีธรรม ธนภูมิ (2535) กล่าวว่า ผู้สูงอายุหรือวัยชรา เริ่มตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไปภาวะชรา มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับ การบำรุงรักษาพันธุกรรมและการพัฒนาในอดีต วัยชรา เป็นระยะสุดท้ายของชีวิตอาจยาวนาน 10–20 ปีหรือมากกว่านั้นซึ่งจะแตกต่างกันถ้ามีการเตรียมตัวเตรียมใจก่อนเข้าสู่วัยนี้ล่วงหน้ามาตั้งแต่วัยกลางคนจะสามารถปรับตัวรับบทบาทของวัยชราได้ตามสมควรแก่ฐานะ วัยสูงอายุเป็นวัยของการพักผ่อนอย่างสงบมีการพัฒนาจิตใจสามารถปรับตัวต่อสภาพต่างๆในชีวิตได้อย่างภาคภูมิใจ

Hall (1976) อธิบายถึงบุคคลผู้สูงอายุซึ่งสามารถจัดแบ่งการสูงอายุของบุคคลออกเป็น 4 ประเภท คือ

1) การสูงอายุตามวัย (chronological aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทิน โดยการนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไปและบอกได้ทันทีว่าใครมีอายุนาน้อยเพียงใด

2) การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (biological aging) เป็นการพิจารณาการสูงอายุจากสภาพร่างกายและสรีระของบุคคลที่เปลี่ยนไปเมื่อมีอายุเพิ่มขึ้นเนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานของอวัยวะต่างๆในร่างกายลดน้อยลงเป็นผลมาจากความเสื่อมโทรมตามกระบวนการสูงอายุซึ่งเป็นไปตามอายุขัยของแต่ละบุคคล

3) การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (psychological aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ การรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เชาวน์ปัญญา และลักษณะบุคลิกภาพที่ปรากฏใน ระยะต่างๆของชีวิตแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น

4) การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological aging) เป็นการเปลี่ยนแปลงในบทบาทหน้าที่สถานภาพของบุคคลในระบบสังคมรวมทั้งความคาดหวังของสังคมต่อบุคคลนั้นซึ่งเกี่ยวข้องกับอายุ การแสดงออกตามคุณค่าและความต้องการของสังคม

2.6.2 การแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2540) ได้จัดแบ่งกลุ่มของผู้สูงอายุตามลักษณะของจิตสังคมและชีววิทยาโดยแบ่งช่วงสูงอายุออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

1) ช่วงไม่ค่อยแก่ (The Young-old) ช่วงนี้อายุประมาณ 60-69 ปีเป็นช่วงที่คนต้องประสบกับความเปลี่ยนแปลงของชีวิตที่เป็นภาวะวิกฤตหลายด้าน เช่น การเกษียณอายุการจากไปของมิตรสนิท คู่ครอง รายได้ลดลง การสูญเสียตำแหน่งทางสังคมโดยทั่วไปช่วงนี้บุคคลยังเป็นคนที่แข็งแรงแต่อาจต้องพึ่งพิงผู้อื่นบ้างอย่างไรก็ดีสำหรับบุคคลที่มีการศึกษาสูงรู้จักปรับตัวช่วงนี้ยังเป็นช่วงที่เราจะมีสมรรถภาพด้านต่างๆใกล้เคียงกับคนหนุ่มสาวมากการปรับตัวในช่วงนี้มีข้อเสนอแนะว่าควรใช้แบบ engagement คือ ยังเข้าร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ทางสังคมทั้งในครอบครัวและนอกครอบครัว

2) ช่วงแก่ปานกลาง (The Middle-aged Old) อายุประมาณตั้งแต่ 70-79 ปีเป็นช่วงที่คนเริ่มเจ็บป่วยเพื่อนและสมาชิกในครอบครัวที่อายุใกล้เคียงกันอาจเริ่มล้มหายตายจากมากขึ้นเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมน้อยลง การปรับตัวในระยะนี้มักเป็นไปในรูปแบบ “Disengagement” คือ ไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมของครอบครัวและสังคมนักอีกต่อไป

3) ช่วงแก่จริง (The Old-old) อายุประมาณ 80-90 ปี ผู้มีอายุยืนถึงระดับนี้ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมยากขึ้นเพราะสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับคนอายุถึงขั้นนี้ต้องมีความเป็นส่วนตัวมากขึ้นไม่ว่าจะแต่ก็ต้องอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ยังกระตุ้นความมีสมรรถภาพในแง่ต่างๆตามวัย ผู้สูงอายุนี้อาจต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นมากกว่าในวัยที่ผ่านมามีย้อนนึกถึงอดีตมากยิ่งขึ้น

4) ช่วงแก่จริง ๆ (The Very Old-old) อายุประมาณ 90-99 ปีผู้มีอายุยืนถึงระดับนี้มีจำนวนค่อนข้างน้อยความรู้ต่างๆด้านชีววิทยาสังคมและจิตใจของคนวัยนี้ยังไม่มีการศึกษามากนักแต่อาจกล่าวได้ว่าเป็นระยะที่มีปัญหาทางสุขภาพผู้สูงอายุในวัยนี้ควรทำกิจกรรมที่ไม่ต้องมีการแข่งขันไม่ต้องมีการบีบคั้นเรื่องเวลาที่ต้องทำให้เสร็จควรทำกิจกรรมอะไรที่พอออกพอใจและอยากทำในชีวิตสำหรับผู้สูงอายุนี้นี้ที่ได้พบผ่านวิกฤตต่างๆของชีวิตมาแล้วด้วยดีมากมายจะเป็นคาบระยะแห่งความสุขสงบพอใจในตนเองประชากรในกลุ่มผู้สูงอายุทุกช่วงวัยนี้มีตั้งแต่ผู้ยังมีสมรรถภาพเต็มไปด้วยความรู้ความคิด ความเชี่ยวชาญ ความมีชีวิตชีวาเรื่อยไปถึงผู้ที่มีปัญหาทาง อารมณ์จิตใจ สุขภาพสังคม ไปจนถึงผู้แก่หง่อมที่ช่วยตนเองไม่ได้และผู้ทีเลอะเลือน

2.6.3 ความต้องการของผู้สูงอายุ

บ็องอ ธรรมศิริ (2549) กล่าวว่า ความต้องการของผู้สูงอายุแต่ละคนอาจแตกต่างกันไปบ้าง ดังนั้นควรที่จะทำความเข้าใจพื้นฐานชีวิตของผู้สูงอายุที่อยู่ในความดูแลซึ่งครอบครัวจะมีบทบาทสำคัญยิ่งในเรื่องดังกล่าวนี้โดยทั่วไปความต้องการของผู้สูงอายุซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ความต้องการทางด้านร่างกาย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการอาหาร การขับถ่าย การพักผ่อนนอนหลับ การมีที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย การมีเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่เหมาะสมตามฤดูกาล และต้องการการรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย

2) ความต้องการทางด้านจิตใจ ผู้สูงอายุต้องการความรัก การดูแลเอาใจใส่ การยอมรับนับถือ การเข้าใจ การเห็นอกเห็นใจและการให้อภัย

3) ความต้องการทางด้านสังคม ผู้สูงอายุยังต้องการมีกิจกรรมทางสังคม เช่น การพบปะเพื่อน การร่วมกิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น

4) ความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุจำเป็นต้องใช้เงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับ ตนเอง ช่วยเหลือกิจกรรมทางสังคมและทำบุญ รวมทั้งเป็นค่ารักษาพยาบาลเมื่อยามเจ็บป่วย

2.6.4 รูปแบบพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD) (2557) ได้อธิบายถึงรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุณค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ไหวความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลักพักผ่อนใจหายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูงเนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิตจึงมีศักยภาพสูงในการบริโภคขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นคงความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดีเลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพอีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวล ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบ ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆมากยิ่งขึ้นและผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยรุ่น

สุดาพร วรพล (2543) อธิบายถึงข้อมูลความต้องการทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุกับการท่องเที่ยวที่มีความต้องการบริการดังนี้

1) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีสภาพร่างกายที่อาจจะไม่เอื้ออำนวยต่อกิจกรรมบางอย่าง ดังนั้น กิจกรรมที่จัดไว้จะต้องแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น

2) ต้องมีการดูแลเป็นพิเศษ บางครั้งจำเป็นจะต้องลดจำนวนลูกค้ายาลง

3) ต้องดูแลด้านอาหารการกินเป็นพิเศษเพราะลูกค้าแต่ละคนอาจจะม่ข้อจำกัดบางประการเกี่ยวกับอาหารที่จะรับประทาน

4) ระมัดระวังในการจัดเตรียมห้องพักในโรงแรม

5) อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเวลาเข้าพักในโรงแรมไม่ใช่ทำตามความสะดวกของผู้ประกอบการ

6) ควรจัดการอัฟเกรดให้ได้ห้องพักที่ดีขึ้นหากเป็นไปได้เพราะลูกค้ากลุ่มนี้เป็นลูกค้าที่ดีที่สุดกลุ่มหนึ่ง

สำหรับแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานเพื่อศึกษาเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยและผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นตัวกำหนดตัวแปรด้านลักษณะประชากรและนำมากำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงศ์เสวก เอนกจางค์พร (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครโดยผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 51 - 55 ปี มีสถานภาพสมรสและส่วนใหญ่ไม่มีบุตร มีภาระครอบครัว ระดับการศึกษาปริญญาตรีและส่วนมากมีอาชีพรับจ้าง รายได้ส่วนใหญ่สูงกว่า 30,000 บาทสุขภาพโดยทั่วไปแข็งแรงและอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มากกว่า 5 ปี ส่วนปัจจัยด้านจิตวิทยาและปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับมากและผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่า

1) ประชากรรุ่นเบบี้บูมใน กรุงเทพมหานคร นิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติเดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะมีการจัดการเดินทางด้วย ตนเอง มีครอบครัวหรือญาติเป็นผู้ ร่วมเดินทางและตัดสินใจในการเดินทาง เดินทางท่องเที่ยว 2-3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยว ภายในประเทศ โดยท่องเที่ยวในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และใช้เวลา ท่องเที่ยว 1-2 วัน

2) ประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวน บุตร ภาระครอบครัว อาชีพ ระดับการศึกษา สุขภาพและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คุณลักษณะ ด้านระดับ รายได้และมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กุลวดี แก้วกล้า (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ ผลการ วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีสถานภาพสมรสอาศัยอยู่กับ

คู่สมรสและบุตรหลานจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีภาวะสุขภาพอยู่ในระดับค่อนข้างดีไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่เกษียณอายุในตำแหน่งระดับ 7 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวขึ้นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นิยมท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนนิยมเดินทางกับครอบครัวด้วยรถส่วนตัว ส่วนใหญ่พักค้างคืนจำนวน 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แต่ละคร้งเป็น ค่าพาหนะมากที่สุดและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นจำนวน เงินระหว่าง 2,501- 5,000 บาท ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านความสวยงามของ สถานที่ท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในการพักผ่อนใน ระดับมากที่สุดและพึงพอใจด้านความเหมาะสมของราคา สถานที่พักในระดับมาก

Ijiekhuamhen, Edewor, Emeka-Ukwu, and Egreajena (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ผู้สูงอายุและความต้องการข้อมูลข่าวสารผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 63% เป็นเพศชายและ 37% เป็นเพศหญิง และจากการศึกษาแหล่งข้อมูลที่ผู้สูงอายุที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว (98%) ตามด้วยวิทยุ / โทรทัศน์ (92%) โดยผลจากการศึกษายังพบว่าผู้สูงอายุได้นำข้อมูลไปใช้เพื่อแก้ปัญหาสุขภาพ (92%) และผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของผู้สูงอายุ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับความเสมอภาคในข้อมูลข่าวสาร (97%) กองทุนไม่เพียงพอ (91%) ขาดการเข้าถึงข้อมูล (35%) และขาดการอ่านเนื้อหาที่เหมาะสม (80%) และกลุ่มตัวอย่างยังได้ให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้ ผู้เผยแพร่โฆษณา ควรคำนึงถึงประชากรผู้สูงอายุในหมู่พวกเราด้วยเหตุนี้จึงได้เผยแพร่เนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับการอ่าน (พิมพ์ตัวหนา)

สุคี ศิริวงศ์พากร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับผู้สูงอายุส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงนานๆครั้งเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์นานๆครั้งเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตนานๆเปิดรับสื่อกิจกรรมนานๆครั้งละเปิดรับสื่อบุคคลบ่อยครั้ง

Pratoom rerklang (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ภาพลักษณ์และพฤติกรรมของประชากรในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งผลการวิจัยพบว่า

1) ด้านการเปิดรับสื่อ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยคนส่วนใหญ่แสดงหรือรับข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยในการเดินทางไปยังที่ต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Line, Facebook, Instagram, YouTube, โทรทัศน์และสื่อบุคคล เช่น ดาราเพื่อนฝูงและญาติ

2) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชาวไทยโดยส่วนใหญ่การแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับสูงจากช่องทางเดียวกับการเปิดรับข่าวสารที่เป็นข้อมูลทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย

3) ด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยพบว่า คนไทยส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับมากและมีความไม่แน่นอนแต่ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการโรงแรม ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางของโรงแรมและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว

4) ด้านภาพลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยภาพคนไทยส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์ที่ดีในการท่องเที่ยวไทย พวกเขามีภาพที่ดีที่สุดของผลประโยชน์ระดับชาติ, โฮสตติ้ง, โรงแรม, ความปลอดภัย ความสะดวกค่าใช้จ่ายและของที่ระลึก

5) ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศประมาณ 4-6 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่าย 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง โดยมีการเดินทาง 3-4 วัน โดยเดินทางกันเป็นหมู่คณะ 3-5 คน และชอบที่จะเดินทางไปกับครอบครัวและเพื่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์วันหยุดยาวและช่วงหยุดพักช่วงเรียน คนไทยชอบพักผ่อนในโรงแรมและรีสอร์ทเมื่อเดินทาง คนไทยส่วนใหญ่ชอบที่จะเดินทางไปยังชายหาด แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ น้ำตกและเกาะต่างๆ

ภูพฤทธิ์ กัณณะและจอมภักดิ์ คลังระหัด (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสูงอายุมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ พักผ่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง คือ 1 - 2 วัน มีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ มีผู้ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัวหรือญาติ จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง คือ 4 - 7 คน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ น้อยกว่า 10,000 บาท ได้รับข้อมูลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมาจากโทรทัศน์

Patterson and Pegg (2009) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตลาดเชิงประสบการณ์ในประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์และนักท่องเที่ยวสูงอายุ พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนโดยเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และมักนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติซึ่งจะมีครอบครัวหรือคู่รักร่วมตัดสินใจและร่วมเดินทางและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายในค่าเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหาร มีการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 - 3 ครั้งต่อปี ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 - 5 วัน

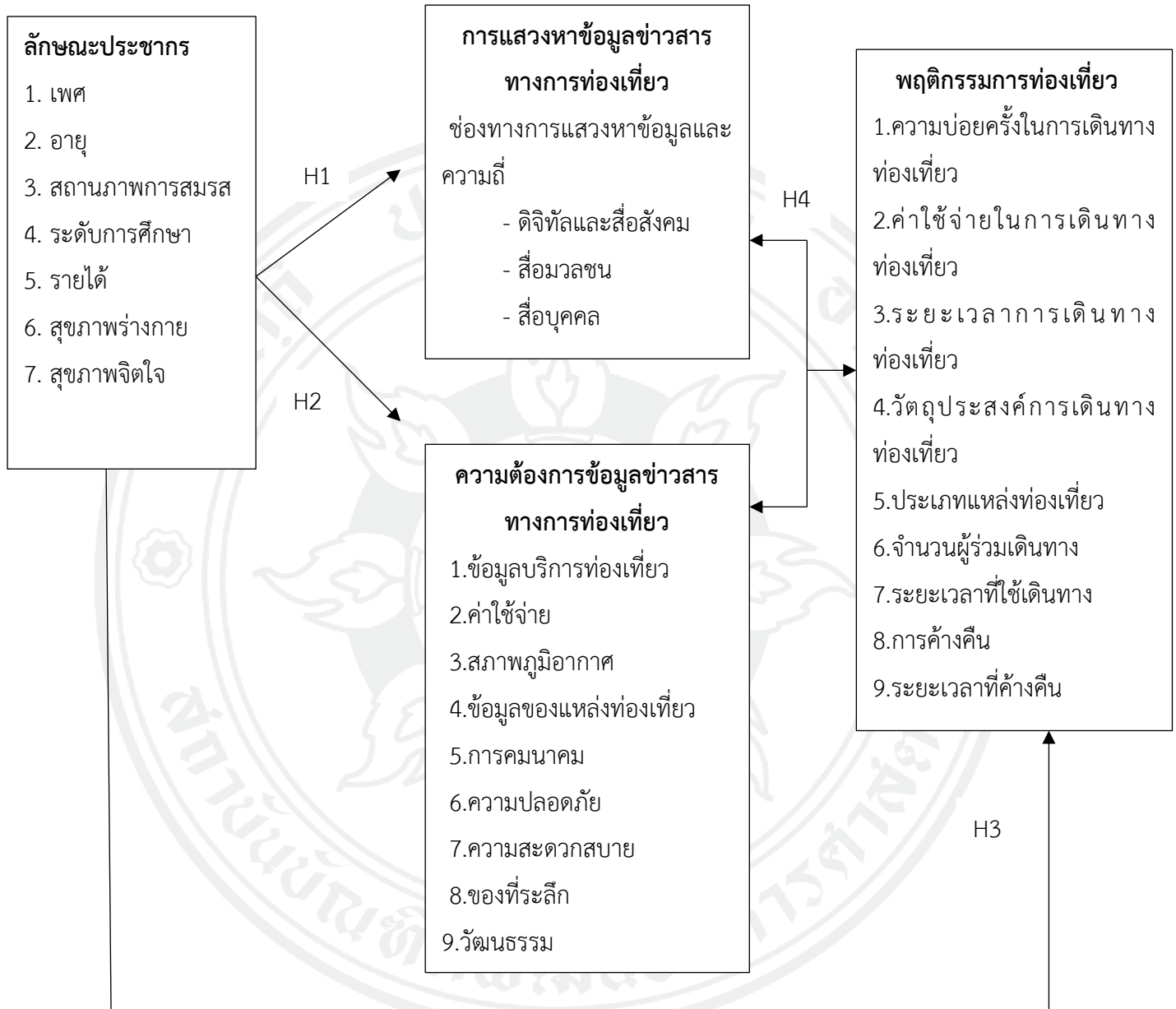
บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุไทยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยโดยระเบียบวิธี การวิจัยจะมีเนื้อหาต่างๆดังต่อไปนี้

- 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 สมมติฐานการวิจัย
- 3.4 นิยามเชิงปฏิบัติการ
- 3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.7 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.8 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.9 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.10 เกณฑ์การแปลค่าตัวแปร

3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยตัวแปรที่ทางผู้วิจัยเลือกในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.2.1 ตัวแปรอิสระ ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ

3.2.2 ตัวแปรตาม การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว

3.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

3.4 นิยามเชิงปฏิบัติการ

1)) ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปโดยเป็นประชากรของประเทศไทยอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

2) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว หมายถึง ช่องทางหรือแหล่งต่างๆที่ผู้สูงอายุใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ผู้สูงอายุใช้ สื่อมวลชนที่ผู้สูงอายุใช้ สื่อบุคคลและวิธีการที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินเป็น Likert Scale 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ

3) ความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลในด้านต่างๆที่ผู้สูงอายุต้องการจะทราบเมื่อต้องเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย ซึ่งจะ

ประกอบไปด้วย ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย สภาพภูมิอากาศ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม การคมนาคม ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ของที่ระลึก วัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินเป็น Likert Scale 5 ระดับ จำนวน 34 ข้อ

4) พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเดินทาง วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้เดินทาง การค้างคืน ระยะเวลาที่ค้างคืน โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินเป็น Check list จำนวน 9 ข้อ

5) ระดับสุขภาพร่างกาย หมายถึง การประเมินตนเองระดับสุขภาพร่างกายตนเองของกลุ่มผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยจะมีระดับสุขภาพร่างกายให้ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ทำการประเมินตนเองตั้งแต่ระดับ 1 - 10

6) ระดับสุขภาพจิตใจ หมายถึง การประเมินตนเองระดับสุขภาพจิตใจตนเองของกลุ่มผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยจะมีระดับสุขภาพจิตใจให้ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้ทำการประเมินตนเองตั้งแต่ระดับ 1 - 10

3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ผู้สูงอายุที่เป็นประชากรของประเทศไทยในกรุงเทพมหานครโดยมีประชากรของผู้สูงอายุชายจำนวน 391,177 คน และมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุหญิงจำนวน 545,688 คน ดังนั้นจะมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุรวม 936,865 คน (กรมการปกครอง, 2559)

ตารางที่ 3.2 สถิติจำนวนผู้สูงอายุของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประจำปี 2559 (ม.ค.59 - ธ.ค.59)

หน่วย : คน

จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป			ร้อยละ (%)
ชาย	หญิง	รวม	
391,177	545,688	936,865	16.47

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุที่เป็นประชากรของประเทศไทยในกรุงเทพมหานครซึ่งได้หากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธี การใช้สุตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ในความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ในการคำนวณดังนี้

$$\text{กำหนดให้ } n = \frac{N}{1+N\alpha\zeta}$$

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของตัวอย่าง

α = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } n &= \frac{936,865}{1 + \{(936,865)(0.05)\zeta\}} \\ &\cong 399.98 \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้จึงมีจำนวน 399 ตัวอย่าง แต่ในการวิจัยในครั้งนี้นั้นผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและจะมีการตัดเศษของจำนวนให้เป็นจำนวนเต็มจึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัยในครั้งนี้อยู่ทั้งสิ้น 400 คน จากจำนวนของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

3.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างตรงตามความต้องการของผู้จัดทำวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งเขตในกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต เป็น 6 กลุ่ม ตามการแบ่งพื้นที่รับผิดชอบประจำกลุ่มปฏิบัติงานของสำนักงานเขต ในการตรวจสอบติดตามและศึกษาในพื้นที่ต่างๆของกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะจัดแบ่งเป็นกลุ่มๆได้ดังนี้

1.กลุ่มกรุงเทพกลาง จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตวังทองหลาง เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตพญาไท

2.กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตสายไหม เขตหลักสี่ เขตบางเขนและเขตดอนเมือง

3.กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ได้แก่ เขตบางรัก เขตบางนา เขตพระโขนง เขตปทุมวัน เขตสวนหลวง เขตคลองเตย เขตยานนาวา เขตวัฒนา และเขตบางคอแหลม

4.กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตประเวศ เขตบางกะปิ เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตสะพานสูงและเขตคลองสามวา

5.กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 7 เขต ได้แก่ เขตบางแค เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ เขตบางบอน เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขมและเขตบางขุนเทียน

6.กลุ่มชนเหนือ จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตคลองสาน เขตทวีวัฒนา เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตธนบุรี เขตบางพลัด เขตตลิ่งชันและเขตจอมทอง

ขั้นตอนที่ 2 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของทั้ง 50 เขตโดยสุ่มจาก 6 กลุ่มที่ได้มีการจัดแบ่งไว้ในขั้นตอนที่ 1 โดยการจับฉลากเลือกเขตตามรายชื่อเขตของแต่ละกลุ่มทั้ง 6 กลุ่ม โดยเลือกเขตในกลุ่มจำนวน 2 เขต ซึ่งได้ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.กลุ่มกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 เขต ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 เขต คือ เขตดินแดงและเขตพญาไท

2.กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 7 เขต ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 เขต คือ เขตลาดพร้าวและเขตบางเขน

3.กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 10 เขต ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 เขต คือ เขตบางนาและเขตปทุมวัน

4.กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 9 เขต ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 เขต คือ เขตมีนบุรีและเขตบางกะปิ

5.กลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 7 เขต ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 เขต คือ เขตบางขุนเทียนและเขตบางแค

6.กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 8 เขต ผลจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 เขต คือ เขตบางกอกน้อยและเขตตลิ่งชัน

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละเขตให้ เป็นไปตามสัดส่วนของประชากรสูงอายุในเขตนั้นๆโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามโควต้า (Quota sampling) โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนตัวอย่าง}}{\text{จำนวนประชากร}} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม}$$

$$\text{แทนค่าได้ดังต่อไปนี้} \quad \frac{400}{241,113} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่ม}$$

ตารางที่ 3.2 จำนวนประชากรจำแนกตามเขตที่สุ่มเพื่อเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างและจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่ม/เขต	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
1.กลุ่มกรุงเทพมหานคร - เขตดินแดง - เขตพญาไท	35,359	59
2.กลุ่มกรุงเทพเหนือ - เขตลาดพร้าว - เขตบางเขน	49,224	82
3.กลุ่มกรุงเทพใต้ - เขตบางนา - เขตปทุมวัน	24,212	71
4.กลุ่มกรุงเทพตะวันออก - เขตมีนบุรี - เขตบางกะปิ	38,157	71
5.กลุ่มกรุงธนใต้ - เขตบางขุนเทียน - เขตบางแค	50,431	84
6.กลุ่มกรุงธนเหนือ - เขตบางกอกน้อย - เขตตลิ่งชัน	43,730	73
รวม	241,113	409

ดังนั้น จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้จึงมีจำนวน 409 ตัวอย่าง แต่ในการวิจัยในครั้งนั้นผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างเท่านั้น จึงทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 400 คน จากจำนวนของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครจากเขตต่างๆที่ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างออกมา

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตจากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ซึ่งจะส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปตามกลุ่มโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่างๆ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการ เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบ สอบถามชนิดปลายปิด (Close - Ended Questions) แบบมีตัวเลือกโดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบ แบบสอบถามเองซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ (Check list) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความถี่ที่ใช้แสวงหาข้อมูลข่าวสารมีลักษณะเป็นแบบ สอบถามแบบมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยให้ค่าของคำตอบเป็น 5 ช่วงเพื่อให้ผู้ตอบแบบ สอบถามตอบโดยประเมินค่า 1 - 5 ในระดับความคิดเห็นที่ใกล้เคียงของตนเองมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว จำนวน 20 ข้อ

ระดับความบ่อยครั้ง	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ดังนี้

$$\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} = 5 - 1 = 0.8$$

จำนวนชั้น

5

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งในระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งในระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความบ่อยครั้งในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมีลักษณะแบบสอบถาม แบบมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยให้ค่าของคำตอบเป็น 5 ช่วง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบโดยประเมินค่า 1 - 5 ในระดับความคิดเห็นที่ใกล้เคียงของตนเองมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว จำนวน 34 ข้อ

ระดับความต้องการ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

จำนวนชั้น 5

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ยผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การค้างคืน ระยะเวลาการค้างคืน (Check list) จำนวน 9 ข้อ

3.7 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือโดยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดทำเสร็จแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ นั่นก็คือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของการใช้ภาษาเพื่อขอคำแนะนำและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคำแนะนำและแก้ไขปรับปรุงจากผู้ทรงคุณวุฒิในข้อที่ 1 ไปทำการทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริง (Pre - test) กับประชากรที่มีลักษณะตามกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 50 คน จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3. ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pre - test) ไปทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยการใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) เพื่อทดสอบความสม่ำเสมอของมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ .893
ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ .953

โดยสรุปแล้วนั้นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ .893 หมายถึง แบบสอบถามนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ในระดับดี

ทางด้านค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ที่ .953 หมายถึง แบบสอบถามนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ในระดับดี

3.8 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” ในเชิงปริมาณมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา

ทางผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ตัวอย่างจากประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยตามเขตการปกครองต่างๆที่ได้จัดแบ่งไว้โดยผู้วิจัยจะเก็บ

แบบสอบถามโดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตจากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ซึ่งจะส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปตามกลุ่มในโซเชียลมีเดีย (Social Media) ต่างๆ เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ซึ่งระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนั้นจะอยู่ในระหว่างเดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม 2561

3.9 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

1.1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.2 การวิเคราะห์การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ช่องทางหรือแหล่งต่างๆและความถี่ที่ผู้สูงอายุใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สื่อดิจิทัลและสื่อสังคม สื่อมวลชน สื่อบุคคล โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 การวิเคราะห์ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย สภาพภูมิอากาศ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการคมนาคม ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ของที่ระลึก วัฒนธรรม โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการเดินทาง วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้เดินทาง การค้างคืน ระยะเวลาที่ค้างคืน โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

2.1 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ t - test และ One - Way ANOVA

2.2 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ t - test และ One - Way ANOVA

2.3 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ t - test และ One - Way ANOVA

2.4 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว สถิติที่ใช้ทดสอบ ได้แก่ Pearson Product Moment Correlation

3.10 เกณฑ์การแปลค่าตัวแปร

เกณฑ์ในการแปลค่าระดับสุขภาพร่างกายดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นการแปลค่าคือ

สุขภาพร่างกายไม่แข็งแรงอยู่ในระดับที่ 1 – 5 คะแนน

สุขภาพร่างกายที่แข็งแรงอยู่ในระดับที่ 6 – 10 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลค่าระดับสุขภาพจิตใจดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นการแปลค่าคือ

สุขภาพจิตใจที่ไม่ดีอยู่ในระดับที่ 1 – 5 คะแนน

สุขภาพจิตใจที่ดีอยู่ในระดับที่ 6 – 10 คะแนน

เกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปรผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ดังต่อไปนี้

แสวงหาข้อมูลบ่อยครั้ง ที่สุด (ทุกวัน/สัปดาห์) ให้ 5 คะแนน

แสวงหาข้อมูลบ่อยครั้ง (5-6 วัน/สัปดาห์) ให้ 4 คะแนน

แสวงหาข้อมูลปานกลาง (3-4 วัน/สัปดาห์) ให้ 3 คะแนน

แสวงหาข้อมูลน้อย (1-2 วัน/สัปดาห์) ให้ 2 คะแนน

แสวงหาข้อมูลน้อย (1 วันหรือน้อยกว่า/สัปดาห์) ให้ 1 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลค่าความบ่อยครั้งดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นการแปลค่า คือ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง บ่อย

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง บ่อยที่สุด

เกณฑ์ในการแปลค่าความต้องการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นการแปลค่า คือ

ความต้องการมากที่สุด ให้ 5 คะแนน

ความต้องการมาก ให้ 4 คะแนน

ความต้องการปานกลาง ให้ 3 คะแนน

ความต้องการน้อย ให้ 2 คะแนน

ความต้องการน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลค่าความต้องการดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นการแปลค่า คือ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง บ่อย

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง บ่อยที่สุด

การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในตารางเพื่อพิสูจน์ว่าตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หากค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเข้าใกล้ - 1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงแต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับ การพิจารณาค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยทั่วไปใช้เกณฑ์ของฮินเคิลและคณะ (Hinkle, William , & Stephen G. J., 1998)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.9 - 1.0	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
0.8 - 0.7	มีความสัมพันธ์กันในระดัสูง
0.6 - 0.5	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.4 - 0.3	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.2 - 0.1	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ที่มุ่งศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆซึ่งประกอบด้วยลักษณะประชากรที่ส่งผลต่อ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว และการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน จากกลุ่มตัวอย่างสูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ตอนที่ 3 ข้อมูลความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.4 ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
- 4.6 ตอนที่ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4. 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	170	42.5
หญิง	230	57.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นเพศหญิงร้อยละ 57.5 และเพศชาย ร้อยละ 42.5

ตารางที่ 4. 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
60 – 64 ปี	238	59.5
65 – 69 ปี	140	35.0
70 ปี ขึ้นไป	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 60 – 64 ปี มีจำนวนมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 59.5 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุ 65 – 69 ปี มีจำนวนร้อยละ 35.0 และผู้ที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดซึ่งมีจำนวนร้อยละที่ 5.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	51	12.8
สมรส มีบุตร	325	81.3
สมรส ไม่มีบุตร	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแบบที่เป็นการสมรส มีบุตรมีจำนวนมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 81.3 รองลงมา คือ สถานภาพโสดมีจำนวนร้อยละ 12.8 และสถานภาพการสมรสที่เป็นการสมรส ไม่มีบุตรมีจำนวนน้อยที่สุดซึ่งมีจำนวนร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปปลาย	39	9.8
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	32	8.0
ปริญญาตรี	219	54.8
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	110	27.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 54.8 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโทมีจำนวนร้อยละ 27.5 และระดับการศึกษาปวช. ปวส. อนุปริญญา มีจำนวนน้อยที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4. 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	37	9.3
10,001 – 15,000 บาท	27	6.8
15,001 – 20,000 บาท	37	9.3
20,001 – 25,000 บาท	61	15.3
มากกว่า 25,000 บาท	238	59.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 59.5 รองลงมาคือรายได้ 20,001 – 25,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 15.3 และรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4. 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับสุขภาพร่างกาย

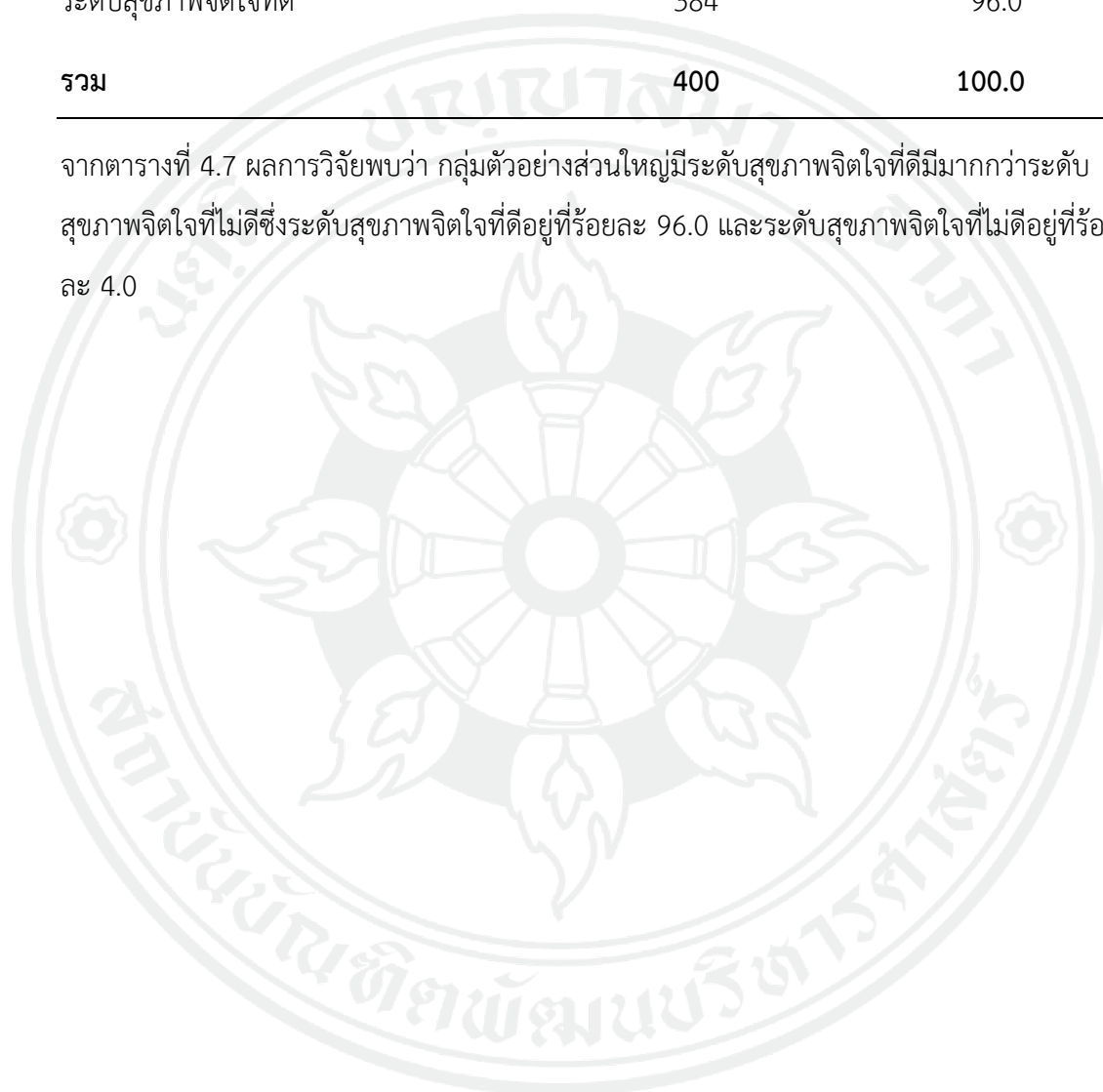
ระดับสุขภาพกาย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง	30	7.5
ระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง	370	92.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงมากกว่าระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง ซึ่งระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงอยู่ที่ร้อยละ 92.5 และระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรงอยู่ที่ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4. 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับสุขภาพจิตใจ

ระดับสุขภาพจิตใจ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี	16	4.0
ระดับสุขภาพจิตใจที่ดี	384	96.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ดีมีมากกว่าระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดีซึ่งระดับสุขภาพจิตใจที่ดีอยู่ที่ร้อยละ 96.0 และระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดีอยู่ที่ร้อยละ 4.0



4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4. 8 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ดิจิทัลและสื่อสังคม	ระดับความบ่อยครั้ง					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.เว็บไซต์หน่วยงานราชการ เช่น ททท.	21 (5.3)	47 (11.8)	109 (27.3)	100 (25.0)	123 (30.8)	2.3575	1.18245	น้อย
2.เว็บไซต์ของเอกชน เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม	29 (7.2)	83 (20.8)	108 (27.0)	77 (19.3)	103 (25.8)	2.6450	1.26411	ปานกลาง
3.เว็บไซต์รีวิวการท่องเที่ยว เช่น readme.me chillpainai.com Pantip	32 (8)	74 (18.5)	102 (25.5)	71 (17.8)	121 (30.3)	2.5625	1.30589	น้อย
4.เว็บบล็อกรีวิว	12 (3.0)	46 (11.5)	82 (20.5)	82 (20.5)	178 (44.5)	2.0800	1.17347	น้อย
5.ไลน์	56 (14.0)	103 (25.8)	112 (28.0)	57 (14.2)	72 (18.0)	3.0350	1.29730	ปานกลาง
6.เฟซบุ๊ก	45 (11.3)	116 (29.0)	101 (25.3)	53 (13.3)	85 (21.3)	2.9575	1.31339	ปานกลาง

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ดิจิทัลและสื่อสังคม	ระดับความบ่อยครั้ง					ค่าเฉลี่ย	ส่วน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
7. อินสตาแกรม	2 (0.5)	13 (3.3)	57 (14.2)	88 (22.0)	240 (60.0)	1.6225	.88144	น้อยที่สุด
8. ทวิตเตอร์	4 (1.0)	5 (1.3)	31 (7.8)	64 (16.0)	296 (74.0)	1.3925	.76806	น้อยที่สุด
9. ยูทูบ	50 (12.5)	97 (24.3)	104 (26.0)	59 (14.8)	90 (22.5)	2.8950	1.33545	ปานกลาง
รวม						2.3942	.76545	น้อย

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิจัยพบว่า ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เว็บไซต์เอกชน เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม ไลน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบอยู่ในระดับปานกลาง เว็บไซต์หน่วยงานราชการ เช่น ททท. เว็บไซต์รีวิวการท่องเที่ยว เช่น readme.me chillpainai.com pantip เว็บไซต์บล็อกรีวิว อยู่ในระดับที่น้อย อินสตาแกรม ทวิตเตอร์อยู่ในระดับน้อยที่สุดซึ่งดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3942)

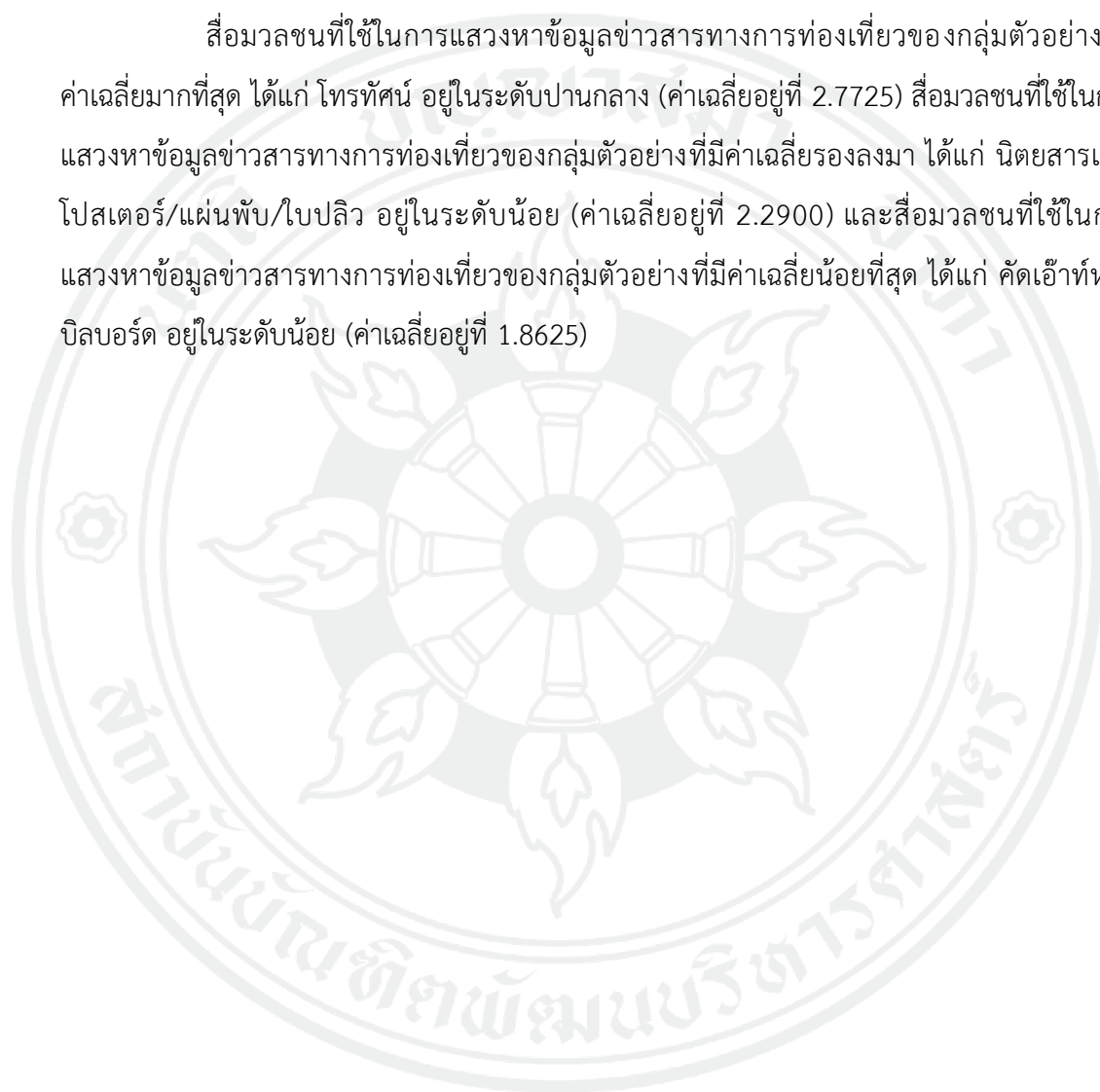
ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0350) ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างรองลงมาได้แก่ เฟซบุ๊ก อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.9575) และดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ ทวิตเตอร์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.3925)

ตารางที่ 4. 9 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

สื่อมวลชน	ระดับความบ่อยครั้ง					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.โทรทัศน์	33 (8.3)	76 (19.0)	126 (31.5)	97 (24.3)	68 (17.0)	2.7725	1.18077	ปานกลาง
2.นิตยสาร	15 (3.8)	39 (9.8)	113 (28.2)	113 (28.2)	120 (30.0)	2.2900	1.10859	น้อย
3.หนังสือพิมพ์	20 (5.0)	40 (10.0)	79 (19.8)	96 (24.0)	165 (41.3)	2.1350	1.20224	น้อย
4.โปสเตอร์/ แผ่นพับ/ใบปลิว	11 (2.8)	51 (12.8)	107 (26.8)	105 (26.3)	126 (31.5)	2.2900	1.12207	น้อย
5.คัตเอาต์ หรือบิลบอร์ด	5 (1.3)	22 (5.5)	76 (19.0)	107 (26.8)	190 (47.5)	1.8625	.99048	น้อย
6.ภาพยนตร์	10 (2.5)	23 (5.8)	85 (21.3)	88 (22.0)	194 (48.5)	1.9175	1.07171	น้อย
รวม						2.2113	.85614	น้อย

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว คัดเอาท์หรือบิลบอร์ด ภาพยนตร์ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งโดยรวมสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2113)

สื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.7725) สื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ นิตยสารและไปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2900) และสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ คัดเอาท์หรือบิลบอร์ด อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.8625)



ตารางที่ 4. 10 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของสื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

สื่อบุคคล	ระดับความบ่อยครั้ง					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มาก	มาก	ปาน	น้อย	น้อย			
	ที่สุด		กลาง		ที่สุด			
1.ครอบครัวหรือญาติ	45 (11.3)	109 (27.3)	133 (33.3)	79 (19.8)	34 (8.5)	3.1300	1.11634	ปานกลาง
2.เพื่อน	64 (16.0)	149 (37.3)	130 (32.5)	38 (9.5)	19 (4.8)	3.5025	1.02353	มาก
3.บริษัททัวร์	20 (5.0)	78 (19.5)	118 (29.5)	86 (21.5)	98 (24.5)	2.5900	1.19393	น้อย
4.เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	11 (2.8)	30 (7.5)	86 (21.5)	97 (24.3)	176 (44.0)	2.0075	1.09793	น้อย
5.ไกด์	6 (1.5)	23 (5.8)	81 (20.3)	83 (20.8)	207 (51.7)	1.8450	1.03133	น้อย
รวม						2.6150	.77166	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อน อยู่ในระดับมาก ครอบครัวหรือญาติอยู่ในระดับปานกลางและบริษัททัวร์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ไกด์ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งโดยรวมสื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.6150)

สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เพื่อน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5025) สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ครอบครัวหรือญาติ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1300) สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ โกดุ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.8450)

ตารางที่ 4. 11 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยโดยรวมของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ช่องทาง/แหล่งข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
1. ดิจิทัลและสังคม	2.3942	.76545	น้อย
2. สื่อมวลชน	2.2113	.85614	น้อย
3. สื่อบุคคล	2.6150	.77166	ปานกลาง
รวม	2.4068	.067101	น้อย

จากตารางที่ 4.11 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสาร ดิจิทัลและสังคมอยู่ในระดับน้อย สื่อมวลชนอยู่ในระดับน้อย และสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4068)

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สื่อบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.6150) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ดิจิทัลและสังคม อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3942) และการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อมวลชน อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2113)

4.3 ตอนที่ 3 ข้อมูลความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4. 12 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลบริการ ทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของผู้นำเที่ยว	38 (9.5)	78 (19.5)	120 (30.0)	66 (16.5)	98 (24.5)	2.7300	1.28500	ปานกลาง
2.ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลของหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ รับผิดชอบ	45 (11.3)	86 (21.5)	92 (23.0)	74 (18.5)	103 (25.8)	2.7400	1.34794	ปานกลาง
3.การบริการยาน พาหนะที่สามารถ ไปยังแหล่งหรือสถาน ที่ท่องเที่ยว	60 (15.0)	92 (23.0)	125 (31.3)	53 (13.3)	70 (17.5)	3.0475	1.29012	ปานกลาง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ข้อมูลบริการ ทางการท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
4.การบริการอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก ของแหล่ง หรือสถานที่ท่องเที่ยว	94 (23.5)	119 (29.8)	109 (27.3)	44 (11.0)	34 (8.5)	3.4875	1.20560	มาก
รวม						3.0013	1.09582	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง การบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของผู้นำเที่ยว ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลของหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ การบริการยานพาหนะที่สามารถไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางซึ่งโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0013)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.4875) รองลงมา ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการยานพาหนะที่สามารถไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0475) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวด้านที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของผู้นำเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.7300)

ตารางที่ 4. 13 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้าน
ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่าย ทางการ ท่องเที่ยว	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มาก	มาก	ปาน	น้อย	น้อย			
	ที่สุด	กลาง	ที่สุด	ที่สุด	ที่สุด			
1.ค่าใช้จ่ายในการ เดินทางท่องเที่ยว ด้วยพาหนะต่างๆ ไปยังแหล่งท่องเที่ยว	90	121	138	32	29	3.5275	1.13907	มาก
	(22.5)	(30.3)	(32.0)	(8.0)	(7.2)			
2.ค่าใช้จ่ายของ สถานที่พักใน แหล่งหรือสถาน ที่ท่องเที่ยว	102	141	114	28	15	3.7175	1.03942	มาก
	(25.5)	(35.3)	(28.5)	(7.0)	(3.8)			
3.ค่าใช้จ่ายของ อาหารในแหล่ง หรือสถานที่ท่องเที่ยว	77	148	126	29	20	3.5825	1.03725	มาก
	(19.3)	(37.0)	(31.5)	(7.2)	(5.0)			
รวม						3.6092	.98768	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้าน
ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยพาหนะต่างๆไปยัง
แหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของสถานที่พักในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของอาหารในแหล่ง
หรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับเดียวกันคือระดับมากซึ่งโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่
3.6092)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายของสถานที่พักในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7175) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายของอาหารในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5825) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยพาหนะต่างๆ ไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5275)

ตารางที่ 4. 14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านสภาพภูมิอากาศของกลุ่มตัวอย่าง

สภาพภูมิอากาศ	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.สภาพภูมิอากาศของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว	116 (29.0)	159 (39.8)	97 (24.3)	19 (4.8)	9 (2.3)	3.8850	.95606	มาก
รวม						3.8850	.95606	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านสภาพภูมิอากาศของกลุ่มตัวอย่าง สภาพภูมิอากาศของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8850)

ตารางที่ 4. 15 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.แหล่งหรือสถานที่ ท่องเที่ยวทั่ว ประเทศไทย	136 (34.0)	162 (40.5)	77 (19.3)	16 (4.0)	9 (2.3)	4.0000	.94723	มาก
2.เทศกาลหรือ กิจกรรมของแหล่ง หรือสถานที่ท่องเที่ยว	121 (30.3)	140 (35.0)	97 (24.3)	28 (7.0)	14 (3.5)	3.8150	1.05288	มาก
3.สิ่งที่ควรจัดเตรียมใน การเดินทางไปยัง แหล่งหรือสถานที่ท่อง เที่ยว เช่น เสื้อผ้า	95 (23.8)	146 (36.5)	127 (31.8)	21 (5.3)	11 (2.8)	3.7325	.97124	มาก
4.แผนที่การเดินทาง ไปยังแหล่งหรือ สถานที่ท่องเที่ยว	124 (31.0)	141 (35.3)	103 (25.8)	19 (4.8)	13 (3.3)	3.8600	1.01636	มาก

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
5.ความคิดเห็นของ ผู้ที่เคยไปเที่ยวยัง แหล่งหรือสถานที่ ท่องเที่ยว	77 (19.3)	162 (40.5)	130 (32.5)	19 (4.8)	12 (3.0)	3.6825	.93749	มาก
รวม						3.8180	.78026	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย เทศกาลหรือกิจกรรมของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องจัดเตรียมในการเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เสื้อผ้า แผนที่การเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากซึ่งโดยรวมแล้วความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8180)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0000) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8600) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6825)

ตารางที่ 4. 16 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่าง

การคมนาคม	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย ที่สุด	น้อย			
1.วิธีการเดินทางด้วย ยานพาหนะต่างๆไป ยังแหล่งหรือสถานที่ ท่องเที่ยว	133 (33.0)	164 (41.0)	81 (20.3)	15 (3.8)	8 (2.0)	3.9925	.92984	มาก
2.สภาพการจราจรของ แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น รถติด การ จราจรไม่คล่องตัว	164 (41.0)	124 (31.0)	90 (22.5)	14 (3.5)	8 (2.0)	4.0550	.97691	มาก
รวม						4.0238	.87792	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเดินทางด้วยยานพาหนะต่างๆไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว สภาพการจราจรของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น รถติด การจราจรไม่คล่องตัวอยู่ในระดับมาก และโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0238)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านสภาพการจราจรของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น รถติด การจราจรไม่คล่องตัว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0550) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาได้แก่ ข้อมูลด้านวิธีการเดินทางด้วยยานพาหนะต่างๆไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.9925)

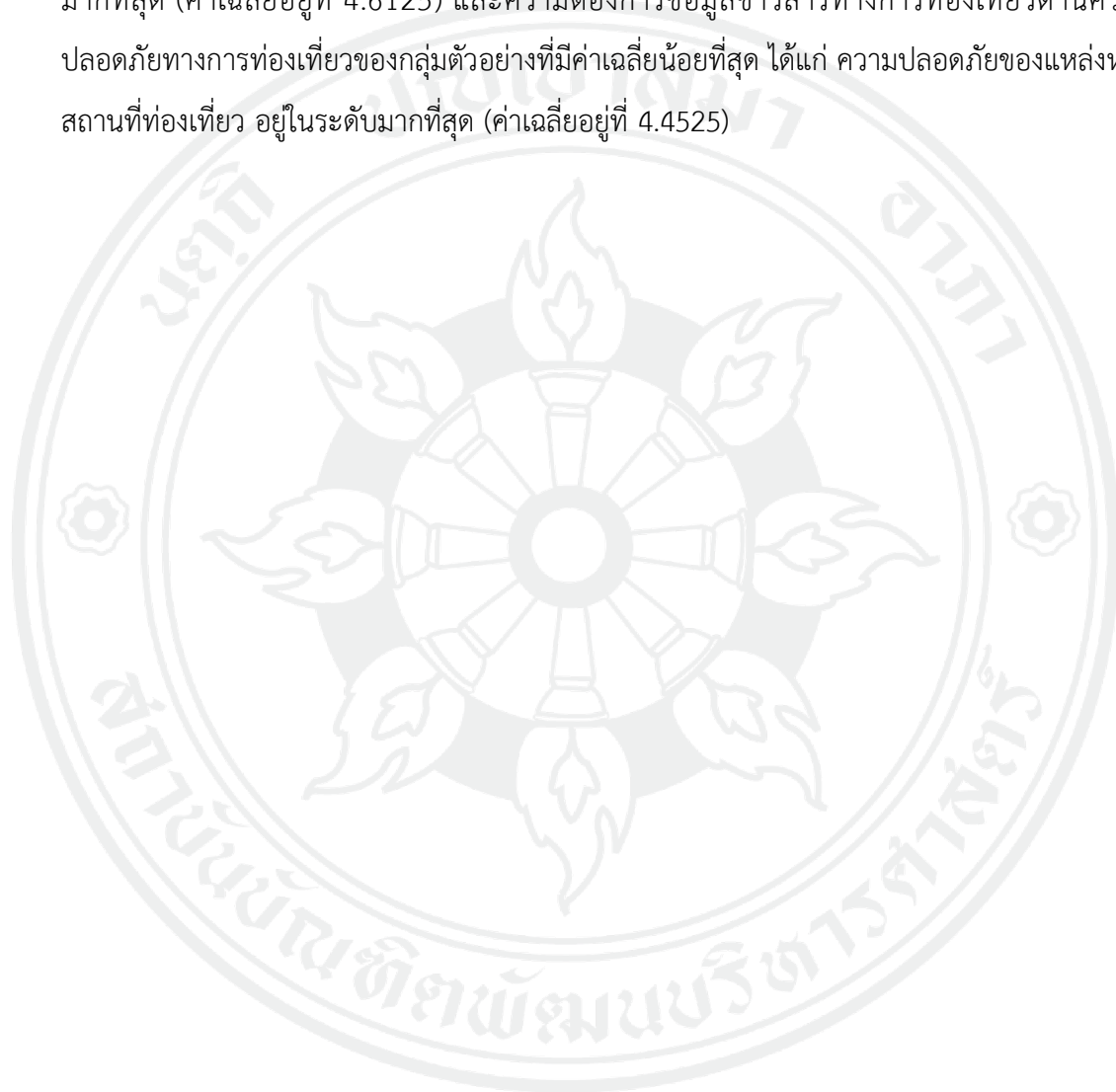


ตารางที่ 4. 17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ความปลอดภัย	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ความปลอดภัยของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว	243 (60.8)	106 (26.5)	43 (10.8)	5 (1.3)	3 (0.8)	4.4525	.79330	มากที่สุด
2.ความปลอดภัยของที่พักร	283 (70.8)	83 (20.8)	31 (7.8)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.6125	.67341	มากที่สุด
3.ความปลอดภัยของการคมนาคม	274 (68.5)	87 (21.8)	34 (8.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.5725	.71134	มากที่สุด
4.ความปลอดภัยของทรัพย์สิน	290 (72.5)	75 (18.8)	31 (7.8)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.6250	.68230	มากที่สุด
5.ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ	264 (66.0)	92 (23.0)	37 (9.3)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.5300	.74531	มากที่สุด
รวม						4.5585	.63418	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ความปลอดภัยด้านแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่พัก การคมนาคม ทรัพย์สิน ภัยธรรมชาติอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5585)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านความปลอดภัยของทรัพย์สิน อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6250) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านความปลอดภัยของที่พักร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6125) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4525)



ตารางที่ 4. 18 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความ สะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ความสะดวกสบาย	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.ความสะดวกสบาย ของแหล่งหรือสถาน ที่ท่องเที่ยว	202 (50.5)	154 (38.5)	39 (9.8)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.3800	.72243	มากที่สุด
2.ความสะดวกสบาย ของที่พัก	216 (54.0)	147 (36.8)	31 (7.8)	5 (1.3)	1 (0.3)	4.4300	.71159	มากที่สุด
3.ความสะดวกสบาย ของการบริการด้าน อาหาร	188 (47.0)	151 (37.8)	51 (12.8)	8 (2.0)	2 (0.5)	4.2875	.80090	มากที่สุด
4.ความสะดวกสบาย ของห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอ	236 (59.0)	106 (26.5)	53 (13.3)	3 (0.8)	2 (0.5)	4.4275	.78504	มากที่สุด
5.ความสะดวกสบาย ของการเดินทาง	216 (54.0)	134 (33.5)	46 (11.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.4000	.74927	มากที่สุด

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความสะดวกสบาย	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
6.ความสะดวกสบาย ของสิ่งอำนวยความสะดวก ของแหล่งหรือ สถานที่ท่องเที่ยวหรือภายในที่พัก	198 (49.5)	151 (37.8)	39 (9.8)	9 (2.3)	3 (0.8)	4.3300	.64555	มากที่สุด
รวม						4.3758	.64555	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ความสะดวกสบายของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การบริการด้านอาหาร ห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอ การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุด และโดยรวมพบว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3758)

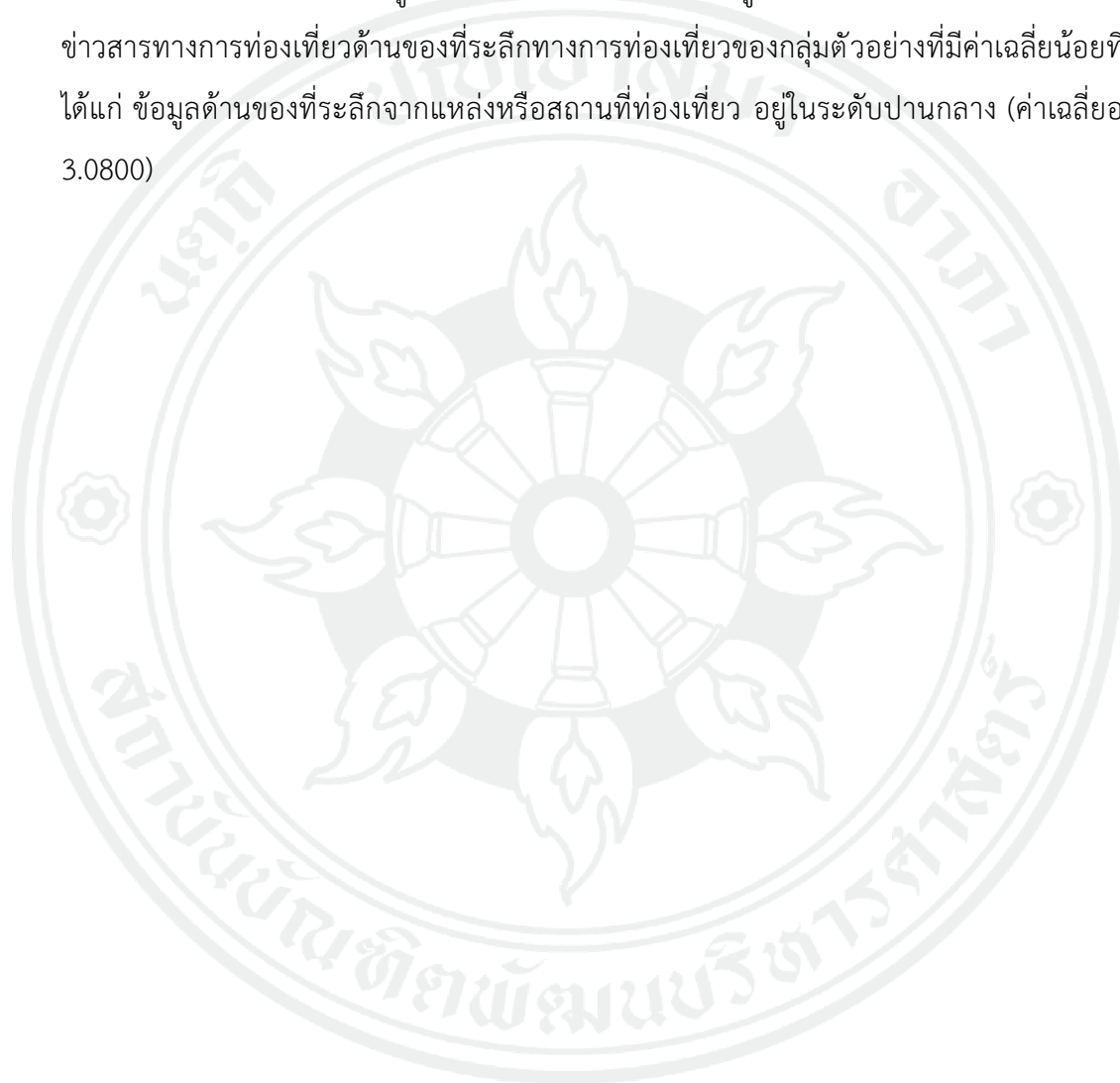
ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านความสะดวกสบายของที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4300) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านความสะดวกสบายของห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4275) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านความสะดวกสบายของการบริการด้านอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2875)

ตารางที่ 4. 19 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่
ระลึกรทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ของที่ระลึก	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.แหล่งหรือสถานที่ที่ ขายของที่ระลึกตาม แหล่งหรือสถานที่ที่ได้เดิน ทางท่องเที่ยว	50 (12.5)	105 (26.3)	149 (37.3)	70 (17.5)	26 (6.5)	3.2075	1.07580	ปานกลาง
2.ราคาของของที่ระลึก	42 (10.5)	96 (24.0)	167 (41.8)	60 (15.0)	35 (8.8)	3.1250	1.07109	ปานกลาง
3.ของที่ระลึกจากแหล่ง หรือสถานที่ท่องเที่ยว	44 (11.0)	88 (22.0)	163 (40.8)	66 (16.5)	39 (9.8)	3.0800	1.10074	ปานกลาง
รวม						3.1375	.99943	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึก
ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งหรือสถานที่ที่ขายของที่ระลึกตามแหล่งหรือสถานที่ที่ได้
เดินทางท่องเที่ยว ราคาของของที่ระลึก ของที่ระลึกจากแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปาน
กลางและโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของ
กลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1375)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านแหล่งหรือสถานที่ที่ขายของที่ระลึกตามแหล่งหรือสถานที่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.2075) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ราคาของของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1250) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านของที่ระลึกจากแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0800)



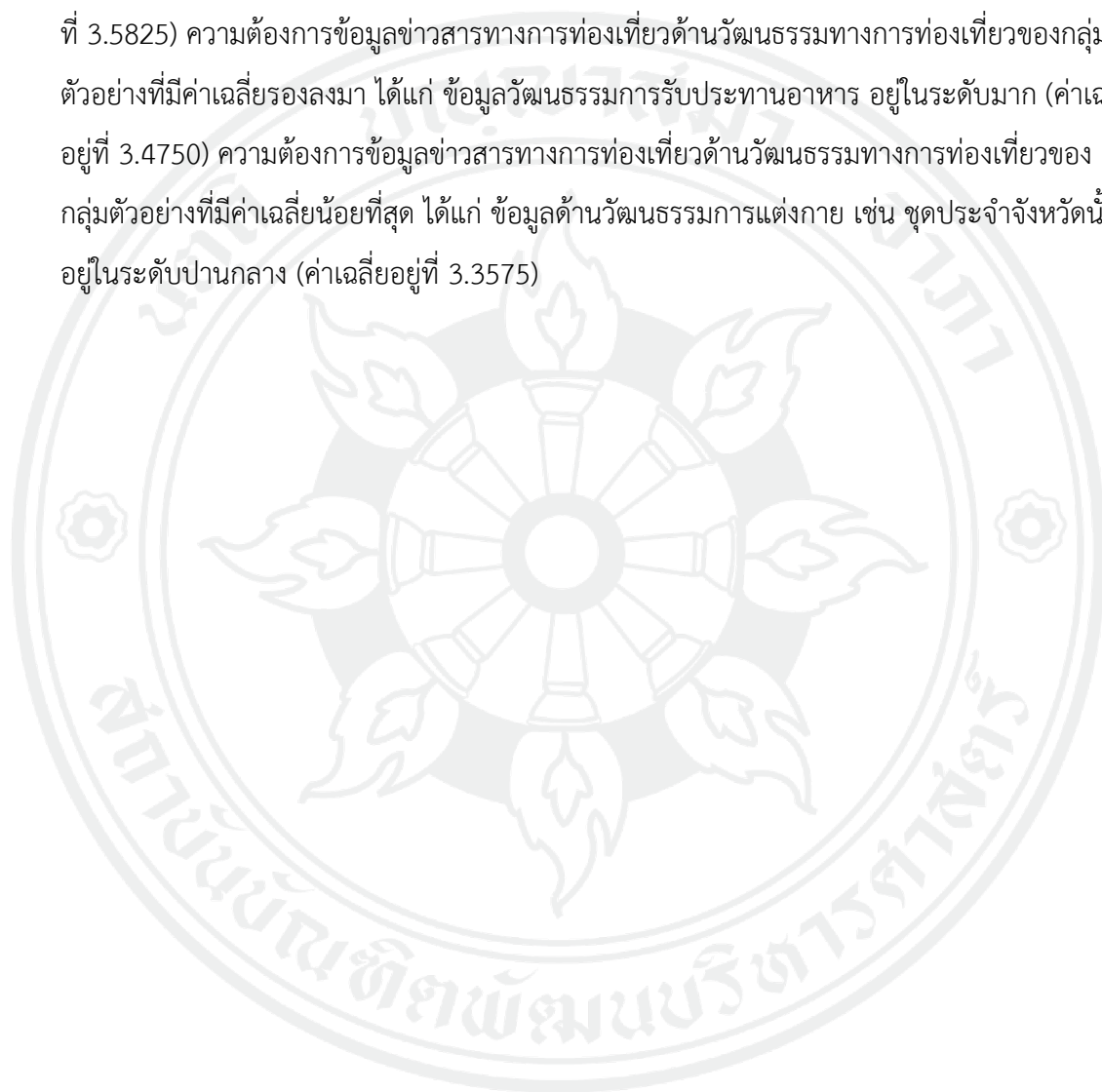
ตารางที่ 4. 20 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้าน
วัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

วัฒนธรรม	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. วัฒนธรรมการพูด และการพูดทักทาย เช่น ภาษาท้องถิ่น การพูดทักทายด้วยภาษาถิ่นนั้นๆ	65 (16.3)	133 (33.3)	131 (32.8)	51 (12.8)	20 (5.0)	3.4300	1.06204	มาก
2. วัฒนธรรมการ แต่งกาย เช่น ชุดประจำจังหวัดนั้นๆ	59 (14.8)	118 (29.5)	150 (37.5)	53 (13.3)	20 (5.0)	3.3575	1.04519	ปานกลาง
3. วัฒนธรรมการรับ ประทานอาหาร	64 (16.0)	133 (33.3)	146 (36.5)	43 (10.8)	14 (3.5)	3.4750	.99843	มาก
4. วัฒนธรรมทางด้าน ศาสนา	87 (21.8)	128 (32.0)	130 (32.5)	41 (10.3)	14 (3.5)	3.5825	1.04687	มาก
รวม						3.4612	.92025	มาก

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้าน
วัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง วัฒนธรรมการพูดและการพูดทักทาย เช่น ภาษา
ท้องถิ่น การพูดทักทายด้วยภาษาถิ่นนั้นๆ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร วัฒนธรรมทางด้าน
ศาสนาอยู่ในระดับมาก ส่วนวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น ชุดประจำจังหวัดนั้นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

โดยรวมแล้วพบว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.4612

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านวัฒนธรรมทางด้านศาสนา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5825) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.4750) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น ชุดประจำจังหวัดนั้นๆ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.3575)

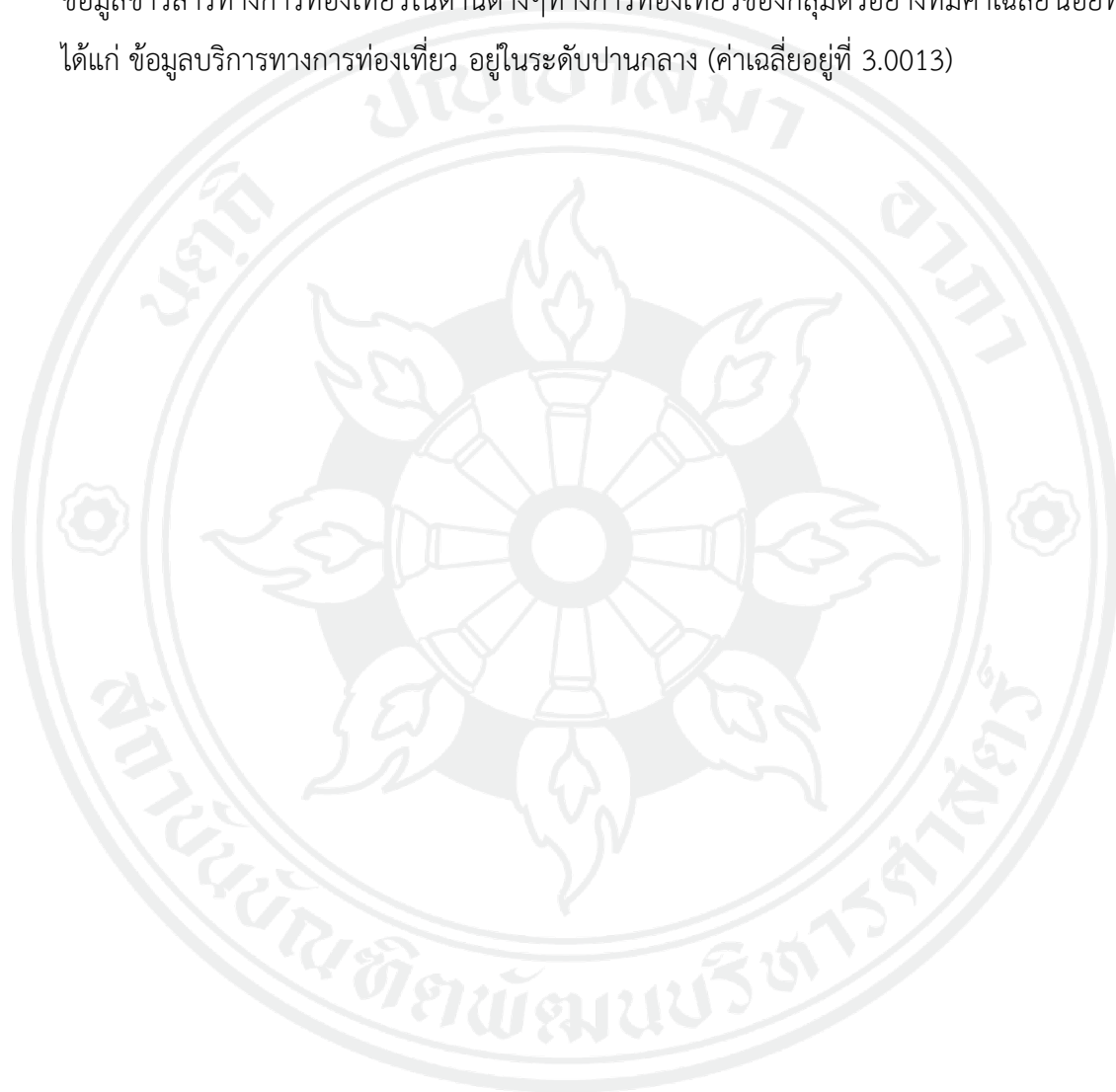


ตารางที่ 4. 21 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยโดยรวมของความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ความหมาย
			มาตรฐาน
1.ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว	3.0013	1.09582	ปานกลาง
2.ค่าใช้จ่าย	3.6092	.98768	มาก
3.สภาพภูมิอากาศ	3.8850	.95606	มาก
4.ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม	3.8180	.78026	มาก
5.การคมนาคม	4.0238	.87792	มาก
6.ความปลอดภัย	4.5585	.63418	มากที่สุด
7.ความสะอาดสวยงาม	4.3758	.64555	มากที่สุด
8.ของที่ระลึก	3.1375	.99943	ปานกลาง
9.วัฒนธรรม	3.4612	.92025	มาก
รวม	3.7634	.64260	มาก

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างด้านความปลอดภัย ด้านความสะอาดสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสภาพภูมิอากาศ ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ด้านการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก และด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวและด้านของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7634)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5585) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3758) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0013)



4.4 ตอนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4. 22 จำนวนและร้อยละ ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลา 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่าง

ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 – 3 ครั้ง	170	42.5
4 – 6 ครั้ง	130	32.5
7 – 9 ครั้ง	46	11.5
10 – 12 ครั้ง	28	7.0
12 – 15 ครั้ง	6	1.5
มากกว่า 15 ครั้ง	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลา 1 ปี มีความบ่อยครั้งในการเดินทาง 1 – 3 ครั้ง ซึ่งมากที่สุดมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 42.5 รองลงมาคือมีความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว 4 – 6 ครั้ง มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 32.5 และความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว 12 – 15 ครั้ง มีความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุดมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 1.5

ตารางที่ 4. 23 จำนวนและร้อยละ วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด	234	22.4
การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา	111	12.6
การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	38	3.6
การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง	58	5.6
การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก	79	7.6
การท่องเที่ยวเพื่อการไปเยี่ยมญาติ	173	17.6
การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ	15	1.5
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา	45	4.3
การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์	39	3.7
การท่องเที่ยวเพื่อพบปะสังสรรค์	230	21.1
รวม	1022	100.0

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากที่สุดคือการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุดมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 22.4 รองลงมาคือการท่องเที่ยวเพื่อพบปะสังสรรค์มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 21.1 และการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 1.5

ตารางที่ 4. 24 จำนวนและร้อยละ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	107	9.8
แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการ	41	4.4
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	139	13.5
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	200	17.2
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	94	7.8
แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	127	12.5
แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล	218	18.0
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อน	77	6.4
แหล่งท่องเที่ยวน้ำตก	96	7.9
แหล่งท่องเที่ยวถ้ำ	17	2.5
รวม	1116	100.0

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบหรือนิยมมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 18.0 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 17.2 และประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบหรือนิยมน้อยที่สุด คือแหล่งท่องเที่ยวถ้ำ มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 2.5

ตารางที่ 4. 25 จำนวนและร้อยละ ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	92	23.0
5,001 – 10,000 บาท	194	48.5
10,001 – 20,000 บาท	80	20.0
20,001 – 30,000 บาท	19	4.8
30,001 – 40,000 บาท	8	2.0
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	7	1.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากที่สุด คือ ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 48.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือ มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 1.8

ตารางที่ 4. 26 จำนวนและร้อยละ การร่วมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครของกลุ่มตัวอย่าง

การร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	292	37.8
ญาติ	125	16.2
กลุ่มเพื่อน	274	35.4
คณะทัวร์	82	10.6
รวม	773	100.0

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการร่วมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวมากที่สุดโดยมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 37.8 รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 35.4 และการร่วมเดินทางกับคณะทัวร์น้อยที่สุดซึ่งมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 10.6

ตารางที่ 4. 27 จำนวนและร้อยละ จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 คน	37	9.3
3 – 5 คน	172	43.0
6 – 10 คน	117	29.3
มากกว่า 10 คน	74	18.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 – 5 คน เป็นจำนวนมากที่สุดโดยมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 43.0 รองลงมาคือ จำนวน 6 – 10 คน มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 29.3 และน้อยที่สุดมีจำนวน 1 – 2 คน มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 9.3

ตารางที่ 4. 28 จำนวนและร้อยละ ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 วัน	122	30.5
3 – 4 วัน	204	51.0
5 – 6 วัน	49	12.3
7 – 8 วัน	15	3.8
9 – 10 วัน	4	1.0
มากกว่า 10 วัน ขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากที่สุดอยู่ที่ 3 – 4 วัน มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 51.0 รองลงมาคือ 1 – 2 วัน มีจำนวนร้อยละ 30.5 และน้อยที่สุดอยู่ในระยะเวลามากกว่า 10 วัน ขึ้นไปซึ่งมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 1.5

ตารางที่ 4. 29 จำนวนและร้อยละ การค้างคืนเมื่อเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

การค้างคืนเมื่อเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ค้างคืน	350	87.5
ไม่ค้างคืน	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการค้างคืนเมื่อเดินทางท่องเที่ยวอยู่ที่ร้อยละ 87.5 และไม่ค้างคืนอยู่ที่ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4. 30 จำนวนและร้อยละ ระยะเวลาที่ทานค้างคืนโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาการค้างคืนเมื่อเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ค้างคืน	46	11.5
ค้าง 1 – 2 คืน	196	49.0
ค้าง 3 – 4 คืน	120	30.0
ค้าง 5 – 6 คืน	25	6.3
ค้าง 6 คืน ขึ้นไป	13	3.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการค้างคืนที่มีจำนวนมากที่สุด คือ 1 – 2 คืนมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 49.0 รองลงมาคือมีระยะเวลาการค้างคืนอยู่ที่ 3 – 4 คืน มีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 30.0 และระยะเวลาการค้างคืน 6 คืนขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดซึ่งมีจำนวนร้อยละอยู่ที่ 3.3

4.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” ได้มีการตั้งสมมติฐานไว้ 4 ข้อด้วยกัน โดยผลของการตั้งสมมติฐานมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง

ตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของเพศที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	p
ชาย	2.2990	.66276	.341*	.004
หญิง	2.4944	.67929		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยเพศหญิง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.494) มีค่าเฉลี่ยที่มากกว่าเพศชาย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2990)

ตารางที่ 4. 32 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของอายุที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	p
60 – 64 ปี	2.4345	.70141		
65 – 69 ปี	2.3716	.64850	.378	.685
70 ปี ขึ้นไป	2.4148	.62591		

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ อายุ 60 – 64 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4345) อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ อายุ 70 ปี ขึ้นไป (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4148) และอายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ อายุ 65 – 69 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3716)

ตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
โสด	2.3173	.63987		
สมรส มีบุตร	2.4332	.69034	.898	.408
สมรส ไม่มีบุตร	2.3156	.58698		

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสที่ต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สถานภาพการสมรส มีบุตร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4332) สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3173) สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สถานภาพสมรส ไม่มีบุตร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3156)

ตารางที่ 4. 34 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย	2.1032	.56831		
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	2.4106	.59988	3.169*	.024
ปริญญาตรี	2.4249	.70558		
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	2.4772	.63159		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4772) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4249) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับการศึกษา ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.1032)

ตารางที่ 4. 35 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย			
	ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย	2.1032	-	.30742	.32170
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	2.4106		-	.01428
ปริญญาตรี	2.4249			-
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	2.4772			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท

ตารางที่ 4. 36 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของรายได้ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.9678	.54571		
10,001 – 15,000 บาท	2.3741	.58952		
15,001 – 20,000 บาท	2.4397	.67450	5.321*	.000
20,001 – 25,000 บาท	2.3381	.60358		
มากกว่า 25,000 บาท	2.4913	.68889		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

รายได้ที่มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4913) รายได้ที่มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวรองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4397) และรายได้ที่มีการแสวงหาข้อมูล การท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.9678)

ตารางที่ 4. 37 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.9678	-	.40631	.47197	.37036	.52349*
10,001 – 15,000 บาท	2.3741		-	.06567	.03594	.11718
15,001 – 20,000 บาท	2.4397			-	.10161	.05151
20,001 – 25,000 บาท	2.3381				-	.15312
มากกว่า 25,000 บาท	2.4913					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท

ตารางที่ 4.38 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพร่างกายที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า t	p
มาตรฐาน				
ระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง	2.3735	.58668	1.073	.778
ระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง	2.4095	.67802		

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสุขภาพร่างกายที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพร่างกายที่มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4095) และระดับสุขภาพร่างกายที่มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด ได้แก่ ระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3735)

ตารางที่ 4. 39 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยของสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพจิตใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า t	p
		มาตรฐาน		
ระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี	2.1484	.65864	.003	.116
ระดับสุขภาพจิตใจที่ดี	2.4176	.67020		

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพจิตใจที่มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ระดับสุขภาพจิตใจที่ดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4176) และระดับสุขภาพจิตใจที่มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด ได้แก่ ระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.1484)

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 40 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยเพศที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	p
ชาย	3.6812	.57490	1.714*	.025
หญิง	3.6834	.68326		

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 เพศหญิง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6834) มีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่มากกว่าเพศชาย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6812)

ตารางที่ 4. 41 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยอายุที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
60 – 64 ปี	3.7796	.67696		
65 – 69 ปี	3.7395	.60912	.186	.830
70 ปี ขึ้นไป	3.7400	.45881		

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ อายุ 60 – 64 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7796) อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ อายุ 70 ปี ขึ้นไป (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7400) และอายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ อายุ 65 – 69 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7395)

ตารางที่ 4. 42 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
โสด	3.8646	.64024		
สมรส มีบุตร	3.7596	.64909	1.422	.243
สมรส ไม่มีบุตร	3.5995	.53502		

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสที่ต่างกัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สถานภาพ โสด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8646) สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ สถานภาพการสมรส มีบุตร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7596) สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สมรส ไม่มีบุตร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5995)

ตารางที่ 4. 43 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปลาย	4.4434	.97394		
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	4.6670	.62270	3.356*	.019
ปริญญาตรี	4.8614	.78128		
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	4.8208	.80136		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.8614) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.8208) และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปลาย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4434)

ตารางที่ 4. 44 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว
ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย				
	ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย	4.4434	-	.22360	.41802*	.37749
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	4.6670		-	.19442	.15389
ปริญญาตรี	4.8614			-	.04053
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	4.8208				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีความต้องการข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี

ตารางที่ 4. 45 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยรายได้ที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.3854	.82497		
10,001 – 15,000 บาท	4.6167	.55959		
15,001 – 20,000 บาท	4.6425	.90852	4.056*	.003
20,001 – 25,000 บาท	4.9179	.76553		
มากกว่า 25,000 บาท	4.8693	.79512		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.9179) รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.8693) และรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3854)

ตารางที่ 4. 46 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.3854	-	.23123	.25711	.53245*	.48385*
10,001 – 15,000 บาท	4.6167		-	.02588	.30121	.25262
15,001 – 20,000 บาท	4.6425			-	.27534	.22675
20,001 – 25,000 บาท	4.9179				-	.04859
มากกว่า 25,000 บาท	4.8693					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาทและมากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า

ตารางที่ 4. 47 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพร่างกายที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า t	p
มาตรฐาน				
ระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง	4.8878	.92913	1.116	.506
ระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง	4.7863	.79325		

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสุขภาพร่างกายที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

สุขภาพร่างกายของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.8878) และสุขภาพร่างกายของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สุขภาพร่างกายที่แข็งแรง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.7863)

ตารางที่ 4. 48 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า t	p
มาตรฐาน				
ระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี	4.6030	1.06404	3.085	.333
ระดับสุขภาพจิตใจที่ดี	4.8019	.79148		

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

สุขภาพจิตใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สุขภาพจิตใจที่ดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.8019) และสุขภาพจิตใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สุขภาพจิตใจที่ไม่ดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6030)

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 49 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยเพศที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	p
ชาย	1.4477	.29812	1.370*	.026
หญิง	1.5199	.33540		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยเพศหญิง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.5199) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4477)

ตารางที่ 4. 50 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยอายุที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า F	p
60 – 64 ปี	1.5110	.32955		
65 – 69 ปี	1.4702	.31095	2.217	.110
70 ปี ขึ้นไป	1.3740	.28081		

ตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มอายุ 60 – 64 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.5110) อายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ กลุ่มอายุ 65 – 69 ปี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4702) และอายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ กลุ่มอายุ 70 ปี ขึ้นไป (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.3740)

ตารางที่ 4. 51 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
โสด	1.5310	.45054		
สมรส มีบุตร	1.4805	.30117	.643	.526
สมรส ไม่มีบุตร	1.5178	.26541		

จากตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.5310) สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส ไม่มีบุตร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.5178) และ สถานภาพการสมรสที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สถานภาพสมรส มีบุตร (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4805)

ตารางที่ 4. 52 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
มาตรฐาน				
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปลาย	1.3662	.32346		
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	1.4668	.25491	2.670*	.047
ปริญญาตรี	1.4924	.33480		
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	1.5330	.30358		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.5330) ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4924) และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปลาย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.3662)

ตารางที่ 4. 53 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย			
		ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปลาย	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท
ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น – ปลาย	1.3662	-	.10060	.12615	.16674
ปวช. ปวส. อนุปริญญา	1.4668		-	.02555	.06614
ปริญญาตรี	1.4924			-	.04059
ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท	1.5330				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.53 การทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ไม่พบว่าคู่ใดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4. 54 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า F	p
	มาตรฐาน			
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.3036	.27889		
10,001 – 15,000 บาท	1.3866	.36147		
15,001 – 20,000 บาท	1.4587	.27113	5.910*	.000
20,001 – 25,000 บาท	1.4576	.32130		
มากกว่า 25,000 บาท	1.5426	.31770		

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท (มีค่าเฉลี่ย 1.5426) รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ 15,001 – 20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 1.4587) และรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ต่ำกว่า 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 1.3036)

ตารางที่ 4. 55 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรม Thornton ที่แตกต่างกัน

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย				
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.3036	-	.08302	.15511	.15396	.23895*
10,001 – 15,000 บาท	1.3866		-	.07208	.07093	.15593
15,001 – 20,000 บาท	1.4587			-	.00115	.08384
20,001 – 25,000 บาท	1.4576				-	.08499
มากกว่า 25,000 บาท	1.5426					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ของพฤติกรรม Thornton ที่เกี่ยวข้องของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทมีพฤติกรรม Thornton ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่มีการมีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรม Thornton ที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท

ตารางที่ 4. 56 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพร่างกายของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t	p
ระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง	1.3981	.31160	.109	.107
ระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง	1.4966	.32178		

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมทอ้งเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสุขภาพร่างกายที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพร่างกายของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4966) และระดับสุขภาพร่างกายของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับสุขภาพร่างกายที่ไม่แข็งแรง (ค่าเฉลี่ย 1.3981)

ตารางที่ 4. 57 การวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยสุขภาพจิตใจของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่แตกต่างกัน

ระดับสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า t	p
มาตรฐาน				
ระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี	1.2469	.24599	1.011*	.002
ระดับสุขภาพจิตใจที่ดี	1.4993	.32075		

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยพฤติกรรมทอ้งเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ดีมีพฤติกรรมทอ้งเที่ยวที่มากกว่าผู้ที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดีโดยผู้ที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.4993) ซึ่งผู้ที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.2469)

สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4. 58 การทดสอบความสัมพันธ์ของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	การแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร	ความต้องการข้อมูล ข่าวสาร	พฤติกรรม การท่องเที่ยว
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	1	.512**	.231**
ความต้องการข้อมูลข่าวสาร		1	.204**
พฤติกรรมการท่องเที่ยว			1

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (2-tailed)

จากตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

โดยพบว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

4.6 ตอนที่ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด 4 ข้อ ดังที่ได้นำเสนอมาทั้งหมดแล้วนั้นสามารถสรุปผลตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตามได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4. 59 ผลการทดสอบสมมติฐานของลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจที่ส่งผลต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

	ตัวแปรอิสระ			ตัวแปรตาม		
	การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยว	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว	การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยว	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ทางการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการ ท่องเที่ยว
เพศ	√ t = .341* p = .004 ×	√ t = 1.714* p = .025 ×	√ t = 1.370* p = .026 ×			
อายุ	F = .378 p = .685 ×	F = .186 p = .830 ×	F = 2.217 p = .110 ×			
สถานภาพ	F = .898	F = 1.422	F = .643			
การสมรส	p = .408	p = .243	p = .526			

ตารางที่ 4.59 (ต่อ)

	ตัวแปรอิสระ		ตัวแปรตาม		
	การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร		ความต้องการข้อมูลข่าวสาร	พฤติกรรมกรมการ	
	ทางการท่องเที่ยว		ทางการท่องเที่ยว	ท่องเที่ยว	
ระดับการศึกษา	√	√	√	√	√
	F = 3.169	F = 3.356*	F = 3.356*	F = 2.670*	F = 2.670*
	p = .024	p = .019	p = .019	p = .047	p = .047
รายได้	√	√	√	√	√
	F = 5.321*	F = 4.056*	F = 4.056*	F = 5.910*	F = 5.910*
	p = .000	p = .003	p = .003	p = .000	p = .000
สุขภาพร่างกาย	×	×	×	×	×
	t = 1.073	t = 1.116	t = 1.116	t = .109	t = .109
	p = .778	p = .506	p = .506	p = .107	p = .107
สุขภาพจิตใจ	×	×	×	√	√
	t = .003	t = 3.085	t = 3.085	t = 1.011*	t = 1.011*
	p = .116	p = .333	p = .333	p = .002	p = .002

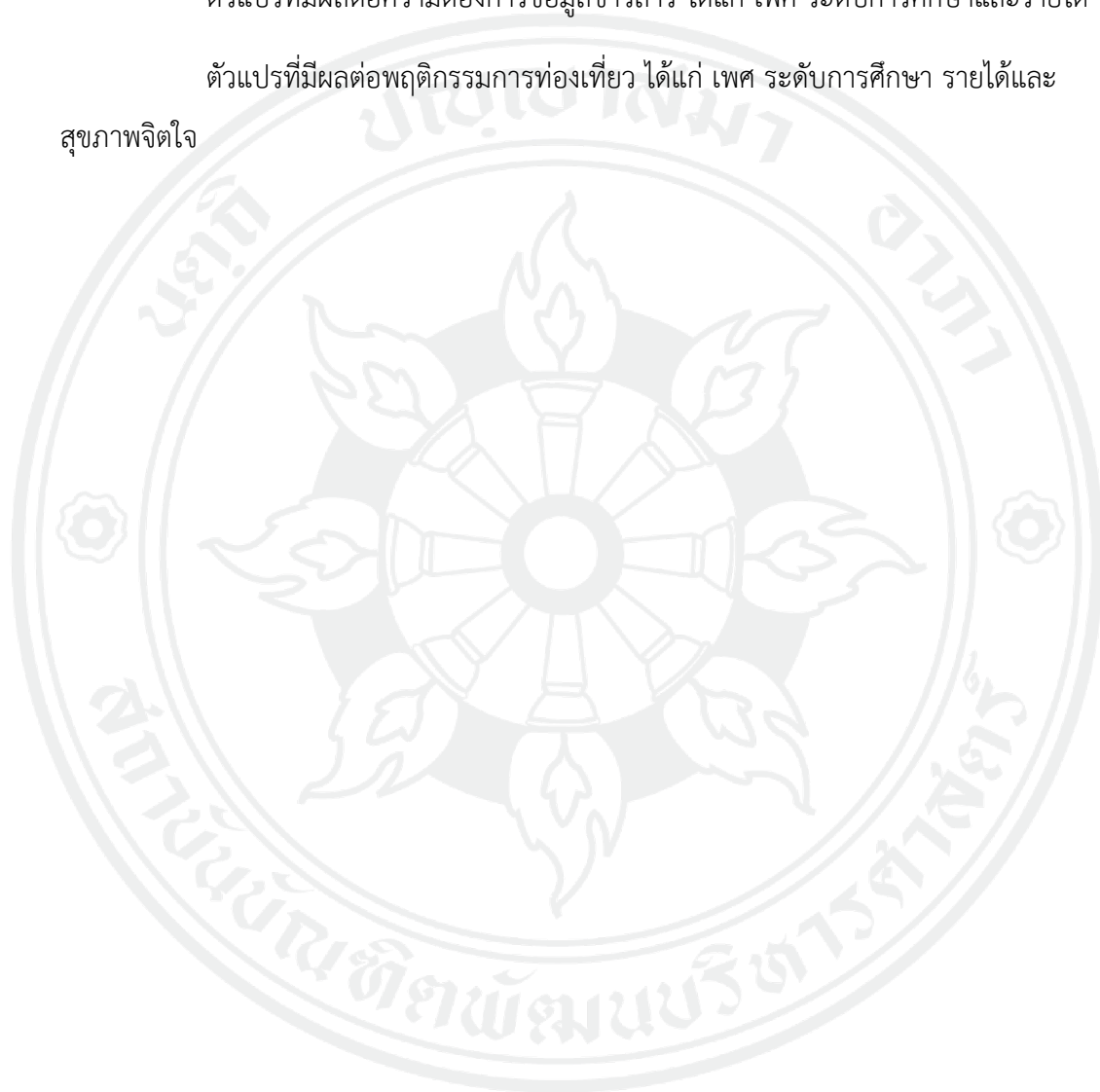
หมายเหตุ เครื่องหมาย √ หมายถึง ตัวแปรทั้งสองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเครื่องหมาย × หมายถึง ตัวแปรทั้งสองตัวแปรมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 4.59 โดยสรุปผลการทดลองสมมติฐานการวิจัย พบว่า

ตัวแปรที่มีผลต่อการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาและ รายได้

ตัวแปรที่มีผลต่อความต้องการข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาและรายได้

ตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา รายได้และ สุขภาพจิตใจ



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยจากการศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุและศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ โดยเป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติซึ่งสามารถทำการสรุปผลการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อสรุปเกี่ยวกับผลการวิจัยเชิงสำรวจจากแบบสอบถามโดยเก็บกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัยมารายละเอียดได้แก่

- 1.ด้านลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจ
- 2.ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ช่องทางหรือแหล่งข่าวสารทางการท่องเที่ยว คือ ดิจิทัลและสื่อสังคม สื่อมวลชน สื่อบุคคล

3.ด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย สภาพภูมิอากาศ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม การคมนาคม ความปลอดภัย ความสะดวก สบาย ของที่ระลึก วัฒนธรรม

4.ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว การค้างคืน ระยะเวลาการค้างคืน

5.1.1 ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (57.7%) และเป็นเพศชาย (42.5%) มีอายุ 60 – 64 ปี (59.5%) สถานภาพการสมรส สมรส มีบุตร (81.3%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (54.8%) มีรายได้เฉลี่ย มากกว่า 25,000 บาท (59.5%) มีระดับสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง (92.5%) มีระดับสุขภาพจิตใจที่ดี (96.0%)

5.1.2 ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความบ่อยครั้งในการใช้ช่องทางหรือแหล่งข่าวสารทางการท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งได้แก่

1) ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เว็บไซต์เอกชน เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม ไลน์ เฟซบุ๊ก ยูทูบอยู่ในระดับปานกลาง เว็บไซต์หน่วยงานราชการ เช่น ททท. เว็บไซต์รีวิวการท่องเที่ยว เช่น readme.me chillpainai.com pantip เว็บไซต์กริวิวิ อยู่ในระดับที่น้อย อินสตาแกรม ทวิตเตอร์อยู่ในระดับน้อยที่สุดซึ่งดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3942)

ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0350) ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างรองลงมาได้แก่ เฟซบุ๊ก อยู่

ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.9575) และดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ ทวิตเตอร์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.3925)

2) สื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว คัดเอาท์หรือบิลบอร์ด ภาพยนตร์ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งโดยรวมสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2113)

สื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.7725) สื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ นิตยสารและโปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2900) และสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ คัดเอาท์หรือบิลบอร์ด อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.8625)

3) ช่องทางหรือแหล่งข่าวสารในสื่อบุคคลประกอบด้วยสื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อน อยู่ในระดับมาก ครอบครัวหรือญาติอยู่ในระดับปานกลางและบริษัททัวร์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ไกด์ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งโดยรวมสื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.6150)

สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ เพื่อน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5025) สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ครอบครัวหรือญาติ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1300) สื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ไกด์ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.8450)

สรุป การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารดิจิทัลและสังคมอยู่ในระดับน้อย สื่อมวลชนอยู่ในระดับน้อย และสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง ภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับน้อยโดย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.4068)

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สื่อบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.6150) การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ดิจิทัลและสังคมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.3942) และการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทางและแหล่งของข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สื่อมวลชน อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.2113)

5.1.3 ด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารในประเภทของข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไทยของด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่

1) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง การบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของผู้นำเที่ยว ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลของหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ การบริการยานพาหนะที่สามารถไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลางซึ่งโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางโดย(ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0013)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.4875) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวด้านการบริการยานพาหนะที่สามารถไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0475) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวด้านที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของผู้นำเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.7300)

2) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยพาหนะต่างๆไปยังแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของสถานที่พักในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของอาหารในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับเดียวกันคือระดับมากซึ่งโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6092)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายของสถานที่พักในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.7175) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายของอาหารในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5825) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยพาหนะต่างๆไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5275)

3) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านสภาพภูมิอากาศของกลุ่มตัวอย่าง สภาพภูมิอากาศของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8850)

4) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย เทศกาลหรือกิจกรรมของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องจัดเตรียมในการเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เสื้อผ้า แผนที่การเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากซึ่งโดยรวมแล้วความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8180)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0000) ความต้องการ

ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านแผนทางการเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8600) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมด้านความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.6825)

5) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างวิธีการเดินทางด้วยยานพาหนะต่างๆไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว สภาพการจราจรของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น รถติด การจราจรไม่คล่องตัวอยู่ในระดับมากและโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0238)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านสภาพการจราจรของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น รถติด การจราจรไม่คล่องตัว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.0550) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านวิธีการเดินทางด้วยยานพาหนะต่างๆไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.9925)

6) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ความปลอดภัยด้านแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่พิก การคมนาคม ทรัพย์สิน ภัยธรรมชาติอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.5585)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านความปลอดภัยของทรัพย์สิน อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6250) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านความปลอดภัยของที่พิก อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.6125) และความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความ

ปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4525)

7) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ความสะดวกสบายของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก การบริการด้านอาหาร ห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอ การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุด และโดยรวมพบว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3758)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านความสะดวกสบายของที่พัก อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4300) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลด้านความสะดวกสบายของห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.4275) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านความสะดวกสบายของการบริการด้านอาหาร อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.2875)

8) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งหรือสถานที่ที่ขายของที่ระลึกตามแหล่งหรือสถานที่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยว ราคาของของที่ระลึก ของที่ระลึกจากแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลางและโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1375)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านแหล่งหรือสถานที่ที่ขายของที่ระลึกตามแหล่งหรือสถานที่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.2075) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ราคาของของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1250) และความต้องการข้อมูล

ข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านของที่ระลึกจากแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0800)

9) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง วัฒนธรรมการพูดและการพูดทักทาย เช่น ภาษาท้องถิ่น การพูดทักทายด้วยภาษานั้นๆ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร วัฒนธรรมทางด้านศาสนาอยู่ในระดับมาก ส่วนวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น ชุดประจำจังหวัดนั้นๆ อยู่ในระดับปานกลาง โดยรวมแล้วพบว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.4612)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านวัฒนธรรมทางด้านศาสนา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5825) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ข้อมูลวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.4750) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านวัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น ชุดประจำจังหวัดนั้นๆ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.3575)

สรุป ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกสบายอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสภาพภูมิอากาศ ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ด้านการคมนาคม ด้านวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก และด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยวและด้านของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งโดยรวมความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.7634)

ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.5585) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มี

ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3758) ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0013)

5.1.4 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลา 1 ปี คือ 1 – 3 ครั้ง (42.5%) วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุด (22.4%) ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบหรืออนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล (18.0%) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย คือ 5,001 – 10,000 บาท (48.5%) มีการร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด (37.8%) มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 – 5 คน (43.0%) ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 3 – 4 วัน (51.0%) การค้างคืน คือ มีการค้างคืน (87.5%) ระยะเวลาที่ค้างคืนโดยเฉลี่ย คือ ค้าง 1 – 2 คืน (49.0%)

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 4 ข้อ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส สุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้สูงอายุที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยเพศหญิงมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยผลจากการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลจากการเปรียบเทียบรายคู่ของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทและ 5,001 - 10,000 บาท มีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาทและ 5,001 - 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส สุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้สูงอายุที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยเพศหญิงมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลจากการเปรียบเทียบบรายคู่ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาต้น - ปลาย มีความต้องการข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลจากการเปรียบเทียบบรายคู่ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทและ5,001 - 10,000 บาท มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาทและมากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาทและ5,001 - 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า

5.2.3 สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตใจ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่าง

กัน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส สุขภาพร่างกายที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้สูงอายุที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยเพศหญิงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญแต่จากผลของการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ไม่พบคู่ใดของตัวแปรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลจากการเปรียบเทียบบรายคู่ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ

ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในปัจจุบันที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทและ 5,001 – 10,000 บาทมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาทและ 5,001 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท

ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยผู้สูงอายุที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ดีมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มากกว่าผู้สูงอายุที่มีระดับสุขภาพจิตใจที่ไม่ดี

5.2.4 สมมติฐานที่ 4 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

5.3 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” สามารถวิเคราะห์และอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการศึกษา ลักษณะทางประชากรของผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 60 – 64 ปี โดยมีสถานภาพการสมรส สมรส มีบุตร ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท ระดับสุขภาพกายที่แข็งแรงและระดับสุขภาพจิตใจที่ดี

สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ กุลวดี แก้วกล้า (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ” โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีสถานภาพการสมรสโดยอาศัยอยู่กับคู่สมรสและบุตรหลาน จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีภาวะสุขภาพอยู่ในระดับค่อนข้างดีไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับ ประชากรผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างในผลการศึกษาวิจัย

จากผลการศึกษา การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว พบว่า ผู้สูงอายุที่ กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความบ่อยครั้งในการใช้ช่องทางหรือแหล่งข่าวสาร ทางกา รท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งได้แก่ ช่องทางหรือแหล่งข่าวสารในดิจิทัลและสื่อสังคมประกอบด้วย เว็บไซต์ เอกชน เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม เป็นต้น ไลน์ เฟซบุ๊กและยูทูบอยู่ในระดับปานกลาง เว็บไซต์ หน่วยงานราชการ เช่น ททท. เป็นต้น เว็บไซต์รีวิวการท่องเที่ยว เช่น readme.me chillpainai.com pantip เป็นต้น เว็บไซต์กริวิวิ อยู่ในระดับที่น้อย อินสตาแกรมทวิตเตอร์อยู่ในระดับน้อยที่สุดซึ่ง ดิจิทัลและสื่อสังคมที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม ทั้งหมดอยู่ในระดับน้อย ช่องทางหรือแหล่งข่าวสารในสื่อมวลชนประกอบด้วย โทรทัศน์ อยู่ในระดั บปานกลาง นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว คัดเอาท์หรือบิลบอร์ด ภาพยนตร์ อยู่ใน ระดับน้อย ซึ่งโดยรวมสื่อมวลชนที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับน้อย ช่องทางหรือแหล่งข่าวสารในสื่อบุคคลประกอบด้วย เพื่อน อยู่ในระดับมาก ครอบครัวหรือญาติอยู่ในระดับปานกลางและบริษัททัวร์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว โกด์ อยู่ใน ระดับน้อย ซึ่งโดยรวมสื่อบุคคลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพรวมแล้วนั้นการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในช่องทาง และแหล่งของข่าวสารดิจิทัลและสังคม สื่อมวลชนและสื่อบุคคล อยู่ในระดับน้อย

สอดคล้องกับทฤษฎีการแสวงหาข้อมูล ที่ว่า ในกระบวนการของการแสวงหาข้อมูลนั้น บุคคลที่ต้องการทำการหาข้อมูลหรือแสวงหาข้อมูลจะมีการใช้แหล่งของข้อมูลข่าวสารซึ่งเป็ นสื่อใน ลักษณะต่างๆเช่น สื่อบุคคลซึ่งในสื่อบุคคลนั้นจะมีการหาข้อมูลจากเพื่อน ญาติ หรือบุคคลใกล้ชิดและ มีการใช้สื่อมวลชนต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนในรูปแบบอื่นๆในการ แสวงหาข้อมูลรวมทั้งมีการใช้สื่อสถาบันต่างๆ เช่น ห้องสมุด องค์กรต่างๆเป็นต้น ซึ่งความสอดคล้อง กันของทฤษฎีและผลของการวิจัย คือ มีการใช้สื่อต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นและผลการวิจัยด้าน

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยววันนั้นมีการแสวงหาโดยใช้สื่อบุคคลนั้นก็คือกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ซึ่งนอกจากนี้ยังพบความไม่สอดคล้องกับทฤษฎีในส่วนของสื่อสถาบันต่างๆ เพราะในปัจจุบันนี้สื่อจากห้องสมุดหรือองค์กรต่างๆ มีความจำเป็นในบางกรณีแล้วเท่านั้น เพราะในปัจจุบันสามารถแสวงหาข้อมูลได้จากแหล่งสื่ออื่นๆ นอกจากสื่อสถาบันได้โดยง่ายแล้ว ผลการวิจัยที่ได้นี้นั้นไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Edewor, Nelson, Ijiekhuamhen, Osaze Patrick, & Emeka-ukwu (2016) ได้ศึกษาเรื่อง “ผู้สูงอายุและความต้องการข้อมูลข่าวสาร” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้สูงอายุที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว (98%) ตามด้วยวิทยุ / โทรทัศน์ (92%) โดยในผลการวิจัยนั้นพบว่าช่องทางหรือแหล่งข่าวสารที่ผู้สูงอายุใช้ ได้แก่ ดิจิทัลและสื่อสังคม อยู่ในระดับน้อย สื่อมวลชนก็อยู่ในระดับที่น้อย ส่วนสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสื่อบุคคลที่ผู้สูงอายุใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่เพื่อนและยังไม่สอดคล้องกับ สุกิศิริวงศ์พากร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับผู้สูงอายุส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นประจำเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงนานๆ ครั้งเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์นานๆ ครั้งเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตนานๆ เปิดรับสื่อ กิจกรรมนานๆ ครั้งและเปิดรับสื่อบุคคลบ่อยครั้ง โดยในผลการวิจัยนั้นพบว่าช่องทางหรือแหล่งข่าวสารที่ผู้สูงอายุใช้ ได้แก่ ดิจิทัลและสื่อสังคม อยู่ในระดับน้อย สื่อมวลชนก็อยู่ในระดับที่น้อย ส่วนสื่อบุคคลอยู่ในระดับปานกลางและยังไม่สอดคล้องกับภุพฤทธิ์ กันนะและจอมภัก คคลังระหัด ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสูงอายุจะได้รับข้อมูลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมาจากโทรทัศน์ จากผลการศึกษา ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวพบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารในประเภทของข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไทยของด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ด้านสภาพภูมิอากาศ อยู่ในระดับมาก ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ซึ่งโดยรวมแล้วนั้นผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ อยู่ในระดับมาก

สอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการข้อมูลข่าวสารโดย ความต้องการข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไปนอกจากนี้แล้วนั้นสามารถพิจารณาความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้ได้จากลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ใช้ต้องการ ได้แก่ เนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ลักษณะของเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบข้อมูลข่าวสารและความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ด้านสภาพภูมิอากาศ อยู่ในระดับมาก ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ซึ่งโดยรวมแล้วนั้นผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆอยู่ในระดับมากซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการข้อมูลข่าวสารในด้านการพิจารณาถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารโดยผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นมีการพิจารณาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆรวมทั้งมีการพิจารณาถึงลักษณะของเนื้อหาข้อมูลข่าวสารอีกด้วย ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Pratoom Rerkklang (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ภาพลักษณ์และพฤติกรรมของประชากรในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร ผลการวิจัยพบว่า คนไทยส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับมากและมีความไม่แน่นอนแต่ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการโรงแรม ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางของโรงแรมและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่าประชากรผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างในผลการศึกษาวิจัยที่พบว่า ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด

จากผลการวิจัย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลา 1 ปี คือ 1 – 3 ครั้ง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุด ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย คือ 5,001 – 10,000 บาท มีการร่วมเดินทางกับครอบครัวหรือญาติมากที่สุด มี

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 – 5 คน ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 3 – 4 วัน การค้างคืน คือ มีการค้างคืน ระยะเวลาที่ค้างคืนโดยเฉลี่ย คือ ค้าง 1 – 2 คืน สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยปัจจัยการเกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ เป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกซึ่งปัจจัยภายในนั้นมีส่วนที่สอดคล้องกับผลของการศึกษาซึ่งปัจจัยภายในนั้นมีรายละเอียด ดังนี้ รายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้คนเกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวโดยผู้ที่มีรายได้มากกว่าจะมีการเดินทางท่องเที่ยวที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย อายุ อายุมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการเดินทางท่องเที่ยวโดยวัยสูงอายุนั้น เป็นช่วงวัยของเกษียณอีกทั้งยังมีความพร้อมด้านเวลา และการเงินซึ่งมักจะเน้นเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่และเส้นทางที่สะดวกในการเคลื่อนที่หรือเดินทาง อีกทั้งยังมีความพร้อมที่จะเดินทางระยะทางไกลไกลอย่างบ่อยครั้ง การศึกษา โดยการศึกษาที่มีผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่มีการศึกษามากกว่าจะมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่าและปัจจัยภายในปัจจัยสุดท้ายคือ จำนวนวันหยุดพักผ่อน สอดคล้องกับ พงศ์เสวก อเนกจางพร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร” โดยผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานครนิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนโดยท่องเที่ยวในวันเสาร์ – อาทิตย์และมีการเดินทางไปกับครอบครัวหรือญาติซึ่งเช่นเดียวกับประชากรของผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุดและมีการร่วมเดินทางกับครอบครัวหรือญาติมากที่สุดและยังสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ กุลวดี แก้วกล้า (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ” โดยผลการวิจัยพบว่า นิยมท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนนิยมเดินทางกับครอบครัวและมีการค้างคืนจำนวน 2 คืน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุดและมีการพักค้างคืน 1 – 2 คืน เช่นเดียวกับประชากรผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างในผลการศึกษาวินิจฉัยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Pratoom Rerkklang (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวภายใน ประเทศไทย ภาพลักษณ์และพฤติกรรมของประชากรในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีค่าใช้จ่าย 5,001-10,000 บาทต่อครั้ง คนไทยมีการเดินทาง 3-4 วันโดยเดินทางกันเป็นหมู่คณะ 3-5 คน และชอบที่จะเดินทางไปกับครอบครัวและเพื่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดยาวและช่วงหยุดพักช่วงเรียน คนไทยส่วนใหญ่ชอบที่จะเดินทางไปยังชายหาดซึ่งจะสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าประชากรผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนในวันหยุด ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย คือ 5,001 – 10,000 บาท มีการร่วมเดินทางกับครอบครัวหรือญาติมากที่สุด มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3 – 5 คน

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว คือ 3 – 4 วันและยังสอดคล้องกับกฎพุทธี กัณณะและจอมภัก คลังระหัด ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างสูงอายุ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ พักผ่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง คือ 1 – 2 วัน มีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ มีผู้ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัวหรือญาติ จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง คือ 4 – 7 คน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ น้อยกว่า 10,000 บาท และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Patterson & Pegg (2009) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรเบบ์บูมซึ่งผลการวิจัยพบว่า ประชากรรุ่นเบบ์บูมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนโดยเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และมักนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติซึ่งจะมีครอบครัวหรือคู่รักร่วมตัดสินใจและร่วมเดินทางและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายในค่าเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหาร มีการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 – 3 ครั้งต่อปี มีการใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 3 – 4 วัน

5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุที่เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้นจึงทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลบางส่วนของกลุ่มประชากรสูงอายุในประเทศไทยเท่านั้นจึงไม่กระจายและทั่วถึงไปในประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยทั้งหมด

2. การศึกษาในครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุที่เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้นจึงทำให้มีการใช้เวลาในการเก็บข้อมูลที่นานกว่าที่ผู้ศึกษาวิจัยได้กำหนดเอาไว้

5.5 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังต่อไปนี้

5.5.1 ข้อเสนอแนะเชิงประยุกต์

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่กำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารในประเภทของข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวของไทยของด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ด้านข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ด้านสภาพภูมิอากาศ อยู่ในระดับมาก ด้านข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ด้านการคมนาคม อยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หรือบริษัทนำเที่ยวเอกชนต่างๆ จึงควรทำการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เหล่านี้ เพื่อให้แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และควรนำผลการวิจัยนี้ไปศึกษาถึงความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลของกลุ่มผู้สูงอายุ และจัดทำข้อมูลเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุเท่านั้น เช่น ข้อมูลด้านที่พัก ห้องน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในที่พัก เป็นต้น

2. ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางช่องทางหรือแหล่งของสารต่างๆ โดยระดับความบ่อยครั้งที่มีการใช้งานมากที่สุดคือในสื่อบุคคลซึ่งในสื่อบุคคลนั้นมีความบ่อยครั้งในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในเพื่อนมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น ควรมีการจัดทำกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสร้างความผูกพันในสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมากที่สุด เพื่อให้ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวในสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและพึงพอใจในสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายข่าวสารแบบปากต่อปากและทำให้สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้เดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5.5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม รวมถึงหน่วยงานเอกชนทางการท่องเที่ยวต่างๆ ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปจัดทำเป็นนโยบายทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อผู้สูงอายุ เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ

2.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยงานทางการท่องเที่ยวในบริษัทเอกชนต่างๆ ควรนำผลการวิจัยที่ได้ไปจัดทำแผนการทำงานในหน่วยงาน เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น การจัดการห้องน้ำให้เพียงพอ การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุที่เพียงพอต่อการใช้งาน เป็นต้น

3.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรมรวมถึงหน่วยงานเอกชนทางการท่องเที่ยวต่างๆ ควรนำเอาผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้ไปจัดทำแผนการดำเนินงานในการดำเนินการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

5.5.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1.การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปหากผู้ที่มีความสนใจอยากทำการศึกษาวจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุควรมีการใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีการกระจายและทั่วถึงไปถึงผู้สูงอายุทั่วประเทศและควรมีการเก็บข้อมูลที่แบ่งสัดส่วนเป็นแต่ละภาคในประเทศไทย

2.การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปหากผู้ที่มีความสนใจอยากทำการศึกษาวจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในส่วนของภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การเปิดรับสื่อหรือปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมด้วย

3.การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปหากผู้ที่มีความสนใจอยากทำการศึกษาวจัยเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกหรือการ Focus Group เพิ่มเติมด้วยเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการวิเคราะห์เพิ่มเติมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการปกครอง. (2559). สถิติจำนวนผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ประจำปี 2559. สืบค้นจาก

http://www.dop.go.th/download/knowledge/knowledge_th_20170707092742_1.pdf

กรมประชาสัมพันธ์. (2523). สถิติการด้านผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: เสนาธรรม.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). ประเภทของการท่องเที่ยว. [บทความออนไลน์]. สืบค้นจาก

http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf

กิติมา สุรสุนธิ. (2533). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลวดี แก้วกล้า. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของข้าราชการเกษียณอายุ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

จันทิมา เขียวแก้วและนฤมล รุจิพร. (2545). การสื่อสารกับงานสารสนเทศ. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ฉล่องศรี พิมลสมพงษ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉันทิข วรธรรณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา

ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. บทความวิชาการสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 3(16), 1 - 23.

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [บทความออนไลน์]. สืบค้นจาก

<http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

ชิดจันทร์ หังสสุต. (2532). หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตร.

นิตา ชัชกุล. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บังอร ธรรมศิริ. (2549). ครอบครัวยุคใหม่กับการดูแลผู้สูงอายุ. วารสารการเวก ฉบับนิทรรศการวันเจาพา

วิชาการ. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์. .

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์จำกัด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: หจก.เพิร์นข้าหลวงพรีนตริงแอนด์ พับลิชชิ่ง.

ปรมะ สตะเวทิน. (2528). ดุลยภาพของการสื่อสารในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักการและทฤษฎีการ

- สื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช
 ประมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อมวลชน:กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2556). การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 12(1), 34-45.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. (2530). การใช้และการแสวงหาสารนิเทศของเกษตรกรอำเภอมะขามจังหวัดจันทบุรี กรุงเทพฯ: คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศ์เสวก เอนกจางค์พร. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พงษ์ ชัยชนะวิจิตรและคณะ. (2552, 11 มิถุนายน). กรณีศึกษาBaby Boom ต้องรู้จัก Lifestyle. ประชาชาติธุรกิจ, p. 47.
- พีระ จิระโสภณ. (2538). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2524). การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. 1, 1.
- ภาทิบดี ตรีสกุล. (2547). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูปฤทธิ กัณณะและจอมภัก คลังระหัด. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. Paper presented at the การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- มติชนออนไลน์. (2560, 6 มิถุนายน). สังคมผู้สูงอายุกับอนาคตประเทศไทย. มติชนออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/news/575355>
- วัลย์พร รั้วตระกูลไพบูลย์. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรีธรรม ธนภูมิ. (2535). การพัฒนาการท่องเที่ยวและบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2548). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.
- สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD). (2557). ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ : โอกาสใหม่ไทยเติบโตรับ AEC. [บทความออนไลน์]. สืบค้นจาก http://www.itd.or.th/wp-content/uploads/2015/05/20140827-ar_older_aec-v2.pdf
- สุกัญญา บุรณเดชาชัย. (2550). การสื่อสารมวลชน: แนวคิดทฤษฎีและสถานการณ์ในประเทศไทย. นนทบุรี: ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุคี ศิริวงศ์พากร. (2556). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับความสามารถใน

- การพึ่งพาตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุดาพร วรพล. (2543). การจัดการและตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 19(3).
- สุเทพ พันประสิทธิ์. (2552). เศรษฐศาสตร์พื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สุชาติ ชิตชอบ. (2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะช้างจังหวัดตราด. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา), มหาวิทยาลัยบูรพา. สืบค้นจาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/56920256.pdf
- องค์การอนามัยโลก. (1995). ผู้สูงอายุ. [บทความออนไลน์]. สืบค้นจาก www.ipsr.mahidol.ac.th
- อนันต์ วัฒนกุลจรัส. (2555). เศรษฐกิจการท่องเที่ยวมหภาค. เชียงใหม่: ล็อคอินดีไซน์เวิร์ค
- อภิชาติ วงศ์แก้ว. (2525). คู่มือการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัด. กรุงเทพฯ: บริษัทที่ปรึกษาไทยกรุ๊ปจำกัด
- ภาษาอังกฤษ
- Becker, S. L. (1978). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.
- Becker, S. L. (1987). *Discovering Mass Communication*: Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W. , & Engel, J. F. (2006). *Consumer Behavior*. Mason: OH:Thomson Higher Education.
- Case, D. O. (2007). *Looking for Information : A Survey of Research on Information Seeking,Needs, and Behavior*. London: Elsevier.
- Chen, C. C., & Herson, P. (1982). *Information Seeking : Assessing and Anticipating User Needs New York*. New York: Neal-Schuman.
- Clarke P. (1973). *New models for mass Communication research*. Beverly Hills: Sage Publications
- Crompton, J. (1979). Motivations of pleasure vacations *Annals of Tourism Research*, 6(4).
- Devadason, F. J. (1996). Practical steps for indentifying information needs of clients. *Paper presented at the 10th Congress of South East Asian Librarians (Cowsal X), Kuala-Lumpur*.

- Donohew, L., & Tipton, L. (1973). *A conceptual model of information seeking, avoiding, and processing*. In P. Clarke (Ed.), *New models of mass communication research*. Beverly Hills: CA: Sage Publications.
- Donohew, L., Tipton, L., & Haney, R. (1978). Analysis of Information-Seeking Strategies. *Journalism Quarterly*, 55(1), 25-31.
- Douglas Foster. (1985). *Travel and tourism management*. UK: Macmillan Education Ltd.
- Frohmann, B. P. (2004). *Deflating Information: From Science Studies to Documentation* Bernd Frohmann. Toronto: University of Toronto Press.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2006). *Tourism Principles, Practices, Philosophies* (Online). HTTP:<http://trove.nla.gov.au/work/5783876>
- Hall, D. A. (1976). *Medical care of the elderly*. New York: John Wiley & Sons.
- Hinkle, D. E., William, W., & Stephen G. J. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences*. 4th ed. New York Houghton Mifflin.
- Ijiekhuamhen, O. P., Edewor, N., Emeka-Ukwu, U., & Egreajena, D. E. (2016). Elderly people and their information need. *Library Philosophy and Practice*, 16(2).
- K., A. C. (1973). *Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking*: New York: Free Press.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication* Free Press. New York: Prentice Hall.
- Mccombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using Mass Communications Theory In Perspectives in mass communication*. New Jersey Prentice Hall.
- Page, S. J. (2015). *Tourism management*. New York: Routledge.
- Patterson, I., & Pegg, S. (2009). Marketing the leisure experience to baby boomers and older tourists. *Hospitality Marketing and Management*, 18(3), 254-272.
- Pratoom rerkklang. (2017). Thailand Tourism Images and Behaviors of Thai people in Bangkok and Metropolitan. *International Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 3(3), 122-128.
- Schramm, W. (1973). *Channels and Audience in Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally College.
- Wilson T.D. (1981). On user studies and information needs. *Journal of Documentation*, 37(1), 3-15.

Wilson T.D. (2000). Human Informtion Behaviour. *Informing Science*, 3(2), 49-55.

Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3), 249-270.





แบบสอบถาม

การแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทย

เรียนท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่านต่อในเรื่องการแสวงหาข้อมูลและความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุไทยเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิจัยเชิงใคร่ขอความกรุณาจากท่านโปรดช่วยตอบแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์โดยข้อมูลที่เก็บได้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะใช้ประกอบการวิจัยเท่านั้น ทั้งนี้ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

ณัฐจรี ปิ่นประภา

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1.เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2.อายุ

- 1) 60 – 64 ปี 2) 65 – 69 ปี 3) 70 ปี ขึ้นไป

3.สถานภาพการสมรส

- 1) โสด 2) สมรส มีบุตร 3) สมรส ไม่มีบุตร

4.ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา 3) อนุปริญญา
 4) ปริญญาตรี 5) ปริญญาโท 6) สูงกว่าปริญญาโท

5.รายได้

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท 2) 5,001 – 10,000 บาท
 3) 10,001 – 15,000 บาท 4) 15,001 – 20,000 บาท
 5) 20,001 – 25,000 บาท 6) มากกว่า 25,000 บาท

6. สุขภาพร่างกายของท่านอยู่ระดับใดจากระดับคะแนน 1 ถึง 10

ระดับสุขภาพ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

7. สุขภาพทางจิตใจของท่านอยู่ระดับใดจากคะแนน 1 ถึง 10

ระดับจิตใจ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○



ส่วนที่ 2 ช่องทางการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและความถี่ที่ใช้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

8. ท่านมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยในด้านต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก ราคาของที่พัก กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ผ่านทางช่องทางต่างๆ ต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

ช่องทาง/แหล่งข่าวสารทางการท่องเที่ยว	ระดับความบ่อยครั้ง				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
1. ดิจิทัลและสื่อสังคม					
1.1 เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ เช่น ททท.					
1.2 เว็บไซต์ของเอกชน เช่น บริษัททัวร์ โรงแรม					
1.3 เว็บไซต์รีวิวการท่องเที่ยว เช่น readme.me chillpainai.com Pantip					
1.4 เว็บไซต์ลือครีว					
1.5 ไลน์					
1.6 เฟซบุ๊ก					
1.7 อินสตาแกรม					
1.8 ทวิตเตอร์					
1.7 ยูทูบ					
2. สื่อมวลชน					
2.1 โทรทัศน์					
2.2 นิตยสาร					
2.3 หนังสือพิมพ์					
2.4 โปสเตอร์/แผ่นพับ/ใบปลิว					
2.5 คัดเอาท์ หรือ บิลบอร์ด					
2.6 ภาพยนตร์					

ช่องทาง/แหล่งข่าวสารทางการท่องเที่ยว	ระดับความบ่อยครั้ง				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
3.สื่อบุคคล					
3.1 ครอบครัวหรือญาติ					
3.2 เพื่อน					
3.3 บริษัททัวร์					
3.4 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว					
3.5 ไกด์					

ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

9. ท่านมีความต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในด้านต่างๆต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเภทข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไทย	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
1. ข้อมูลบริการทางการท่องเที่ยว					
1.1 ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลของผู้นำเที่ยว					
1.2 ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลของหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ ยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
1.3 การบริการยานพาหนะที่สามารถไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
1.4 การบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ค่าใช้จ่าย					
2.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยพาหนะต่างๆไปยังแหล่งท่องเที่ยว					
2.2 ค่าใช้จ่ายของสถานที่พักในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
2.3 ค่าใช้จ่ายของอาหารในแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
3. สภาพภูมิอากาศ					
3.1 สภาพภูมิอากาศของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่เดินทาง					

ประเภทข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไทย	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
4.ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม					
4.1 แหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย					
4.2 เทศกาลหรือกิจกรรมของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
4.3 สิ่งที่ต้องจัดเตรียมในการเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เสื้อผ้า					
4.4 แผนที่การเดินทางไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
4.5 ความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปเที่ยวยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้นแล้ว					
5.การคมนาคม					
5.1 วิธีการเดินทางด้วยพาหนะต่างๆไปยังแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
5.2 สภาพการจราจรของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น รถติด การจราจรไม่คล่องตัว แผนที่การเดินทางและแผนที่ของสถานที่ท่องเที่ยว					
6.ความปลอดภัย					
6.1 ความปลอดภัยของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
6.2 ความปลอดภัยของที่พักร					
6.3 ความปลอดภัยของการคมนาคม					
6.4 ความปลอดภัยของทรัพย์สิน					

ประเภทข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไทย	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
6.5 ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ					
7.ความสะอาดสบาย					
7.1 ความสะอาดสบายของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					
7.2 ความสะอาดสบายของที่พักร					
7.3ความสะอาดสบายของการบริการ ด้านอาหาร					
7.4 ความสะอาดสบายของห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ					
7.5 ความสะอาดสบายของการเดินทาง					
7.6 ความสะอาดสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวหรือภายในที่พัก					
8.ของที่ระลึก					
8.1 แหล่งหรือสถานที่ที่ขายของที่ระลึกตามแหล่งหรือสถานที่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยว					
8.2 ราคาของของที่ระลึก					
8.3 ของที่ระลึกจากแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว					

ประเภทข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไทย	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด/ไม่เคย (1)
9.วัฒนธรรม					
9.1 วัฒนธรรมการพูดและการพูด ทักทาย เช่น ภาษาท้องถิ่น การพูดทัก ทายด้วยภาษานั้นๆ					
9.2 วัฒนธรรมการแต่งกาย เช่น ชุด ประจำจังหวัดนั้นๆ					
9.3 วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร					
9.4 วัฒนธรรมทางด้านศาสนา					

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวไทยในช่วงระยะเวลา 1 ปี

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 1- 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2) 4-6 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3) 7-9 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 4) 10 – 12 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 5) 12 – 15 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 15 ครั้ง |

2. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด | <input type="checkbox"/> 2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา |
| <input type="checkbox"/> 3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา | <input type="checkbox"/> 4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง |
| <input type="checkbox"/> 5) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก | <input type="checkbox"/> 6) การท่องเที่ยวเพื่อการไปเยี่ยมญาติมิตร |
| <input type="checkbox"/> 7) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ | <input type="checkbox"/> 8) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา |
| <input type="checkbox"/> 9) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ | <input type="checkbox"/> 10) การท่องเที่ยวเพื่อพบปะสังสรรค์ |

3. ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านชอบหรือนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | <input type="checkbox"/> 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวิทยาการ |
| <input type="checkbox"/> 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ | <input type="checkbox"/> 4) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ |
| <input type="checkbox"/> 5) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ | <input type="checkbox"/> 6) แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม |
| <input type="checkbox"/> 7) แหล่งท่องเที่ยวชายทะเล | <input type="checkbox"/> 8) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อน |
| <input type="checkbox"/> 9) แหล่งท่องเที่ยวน้ำตก | <input type="checkbox"/> 10) แหล่งท่องเที่ยวถ้ำ |

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไทยของท่านแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 5,001 – 10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3) 10,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4) 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5) 30,001 – 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป |

5. ท่านมักร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับใคร

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1) ครอบครัว | <input type="checkbox"/> 2) ญาติ |
| <input type="checkbox"/> 3) กลุ่มเพื่อน | <input type="checkbox"/> 4) คณะทัวร์ |

6. จำนวนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 – 2 คน | <input type="checkbox"/> 2) 3 – 5 คน |
| <input type="checkbox"/> 3) 6 – 10 คน | <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 10 คน |

7. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 – 2 วัน | <input type="checkbox"/> 2) 3 – 4 วัน |
| <input type="checkbox"/> 3) 5 – 6 วัน | <input type="checkbox"/> 4) 7 – 8 วัน |
| <input type="checkbox"/> 5) 9 – 10 วัน | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 10 วัน ขึ้นไป |

8. ท่านมักมีการค้างคืนเมื่อเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1) ค้างคืน | <input type="checkbox"/> 2) ไม่ค้างคืน |
|-------------------------------------|--|

9. ระยะเวลาที่ท่านค้างคืน

- | | | |
|---------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 – 2 คืน | <input type="checkbox"/> 2) 3 – 4 คืน | <input type="checkbox"/> 3) 5 – 6 คืน |
| <input type="checkbox"/> 4) 7 – 8 คืน | <input type="checkbox"/> 5) 9 – 10 คืน | <input type="checkbox"/> 6) มากกว่า 10 คืน ขึ้นไป |



ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวณัฐจารี ปิ่นประภา
ประวัติการศึกษา ปริญญาตรีนิเทศศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 คณะบริหารธุรกิจ
เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร สาขาวิชานิเทศศาสตร์ เอกวิชา วิทยุ-โทรทัศน์
มหาวิทยาลัยนเรศวร สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2558
ประสบการณ์การทำงาน มกราคม - มีนาคม 2558
ฝึกงานที่นิตยสารแจกฟรี ชื่อนิตยสาร 247 ตำแหน่ง นักเขียน
ในคอลัมน์ Look around, Entertainment , HOT OF THE MONTH ,
News , Society
ฝึกงานที่นิตยสารแจกฟรี ชื่อนิตยสาร woman plus
ตำแหน่ง นักเขียน ในคอลัมน์ Fashion Update , Entertainment
เมษายน - ธันวาคม 2559
ทำงานเป็นคุณครูสอนพิเศษที่โรงเรียนคุ่มอง จังหวัด
กำแพงเพชร ตำแหน่งคุณครูผู้สอนประจำวิชาคณิตศาสตร์