

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย มี
วัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดเพชรบุรีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวกับระยะ
เวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ
และฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในจังหวัด
เพชรบุรี
4. เพื่อศึกษาว่าสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ สื่อใดมีอิทธิพลต่อระยะเวลา
การตัดสินใจเร็วในการมาท่องเที่ยวมากกว่ากัน

ลักษณะการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่าง
คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน
2539 รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบโควตา (Quota
Sampling) แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามกลุ่มต่างๆ ที่แบ่งไว้คือ กลุ่มเมืองเพชรบุรี,
กลุ่มชายหาดชะอำ, กลุ่มชายหาดเจ้าสำราญชายหาดปึกเตียน, กลุ่มอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคลพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละชนิด การตัดสินใจและความคิดเห็นในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการหาค่าถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์หาลำดับความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น

จากผลการวิจัยที่ได้รับสามารถแบ่งผลการวิจัยออกได้ 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การพิสูจน์สมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปี สถานภาพโสดโดยมากอยู่ในภาคกลาง มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน, นิสิต, นักศึกษา และยังไม่มียาได้ประจำ

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีผลการวิจัยพบว่า ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน ส่วนสื่อเฉพาะกิจนั้นเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจของนักท่องเที่ยวปรากฏผลดังนี้

2.1 การเปิดรับสื่อบุคคล ผลการวิจัยปรากฏว่าในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อบุคคลแต่ละประเภท ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว เพื่อนญาติพี่น้อง ครูอาจารย์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นเลย

2.2 การเปิดรับสื่อมวลชน ผลการวิจัยปรากฏว่าในรอบ 1 สัปดาห์ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อมวลชน แต่ละประเภทไม่ว่าจะเป็น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่นเลย

2.3 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ผลการวิจัยปรากฏว่า ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาเมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภทแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับน้อย

3. การตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

3.1 ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยปรากฏว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาน้อยกว่า 1 เดือน ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาโดยเฉลี่ยแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เร็ว

3.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ผลการวิจัยปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คาดว่าจะผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี คือการได้นั่งพักผ่อน หย่อนใจ และผ่อนคลายความตึงเครียด โดยจัดให้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ส่วนประโยชน์ในส่วนอื่นๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ จัดลำดับให้ เมื่อพิจารณาผลประโยชน์แต่ละประการโดยเฉลี่ยพบว่านักท่องเที่ยวคาดว่าจะผลประโยชน์ที่จะได้รับคือการได้นั่งพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประโยชน์ในด้านต่างๆ อยู่ในระดับน้อย

4. ความคิดเห็นภายหลังการมาท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยปรากฏว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีว่าเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง พร้อมทั้งมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้บุคคลอื่นๆ เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี และจะกลับมาท่องเที่ยวที่นี้อีกหากมีโอกาส

ตอนที่ 2 การนิสฺงจํสํมตติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 - 3 พบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีแสดงว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใดก็ตามก็ไม่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้นหรือช้าลง

2. ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับในเรื่องของการมีโอกาสได้ทัศนศึกษา ซึ่งจะเป็นการเพิ่มพูนและประสบการณ์ การได้สมาคมกับผู้อื่นหรืออยู่ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว ทำให้มีเพื่อนมากขึ้นและประโยชน์ด้านอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีแต่เป็นความสัมพันธ์ทางลบส่วนประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับนอกจาก 3 เรื่องที่กล่าวมานี้และฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

3. ไม่มีสื่อตัวใด มีอิทธิพลสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

อภิปรายผล

1. จากสมมติฐานที่ว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

จากการวิจัยพบว่าผลไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ไม่ว่าจะจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน หรือสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี แสดงว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเปิดรับข่าวสาร จากสื่อแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใดก็ไม่ทำให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้นหรือช้าลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเรื่องของการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของความพึงพอใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่มีอยู่ในความคิดของนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับเป็นเพียงส่วนเสริมทัศนคติ ภาพลักษณ์เดิมที่มีอยู่แล้วของนักท่องเที่ยวแต่ละคนประกอบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น มักจะมีการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นแบบเป็นทีแน่นอน โดยจะมีปัจจัยเสริมที่สำคัญต่อระยะเวลาในการตัดสินใจมากมาย เช่น เรื่องของ ความต้องการ การพึงพอใจ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีลักษณะพฤติกรรมในการคิดและตัดสินใจอย่างรวดเร็วต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยสนองตอบความต้องการของตนตามข้อมูลที่มีอยู่แล้ว ประกอบกับจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่สถานที่ท่องเที่ยวให้เลือกหลายแห่ง เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่คนไทยรู้จักกันอยู่ทั่วไป การคมนาคมสะดวกไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจึงไม่ใช่เรื่องที่ต้องคิดและหาข้อมูลสนับสนุนความคิดที่ยุ่งยากและซับซ้อน และสิ่งที่สำคัญมากต่อระยะเวลาในการตัดสินใจ คือเรื่องของเวลาที่ว่างจากภาระกิจต่างๆ ซึ่งเป็นเวลาอิสระของนักท่องเที่ยว

การที่พฤติกรรมในทางการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจนั้นสาเหตุอีกประการอาจมาจาก เนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อประเภทต่างๆ นั้นอาจเป็นเนื้อหาข่าวสารที่ไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน การเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว บางแห่งอาจไม่ตรงกับทัศนคติของนักท่องเที่ยว นำเสนอผ่านสื่อที่ไม่เหมาะสม ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้สนใจเนื้อหา และนักท่องเที่ยวโดยมากจะรับข่าวสารการท่องเที่ยวตามความสะดวกบางครั้งตัดสินใจตามข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้ว จึงเปิดรับข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจของตน ดังนั้นการเผยแพร่ข่าวสารควรเลือกสื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาข่าวสารนั้นๆ และเหมาะสมกับผู้รับสารด้วย ตามหลักในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่ว่า เนื้อหาของสารประเภทหนึ่งอาจจะต้องใช้สื่อประเภทหนึ่ง ในขณะที่เนื้อหาสารอีกประเภทหนึ่งสามารถใช้สื่อประเภทอื่นๆ ได้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533)

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีส่วนในการตัดสินใจไม่ว่าจะเป็นการเรียงของความ สะดวกสบายเกี่ยวกับการเดินทาง การพักผ่อน สภาพภูมิอากาศ ความปลอดภัย ฯลฯ ต่างก็มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางทั้งสิ้น จากการสัมภาษณ์ท่านผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 2 (เพชรบุรี, ราชบุรี, ประจวบคีรีขันธ์) แสดงให้เห็น ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจแล้ว ทาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนความคิด สันนุของนักท่องเที่ยวจะสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสาร (Selectivity Product) ที่ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความ ต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน นอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสาร แล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมและจะ หลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย (Klapper, 1960)

ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่านำเสนอผ่านทางสื่อบุคคล สื่อมวลชน หรือ สื่อเฉพาะกิจก็ตาม นับเป็นการเผยแพร่สิ่งใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือสมาชิกในสังคม ซึ่ง ก็คือนวัตกรรม (innovation) การเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี แม้ แหล่งท่องเที่ยวบางแหล่ง บางส่วนจะไม่ใช้ของใหม่ชนิดที่ไม่เคยทราบมาก่อน แต่ถ้านักท่องเที่ยว คิดว่าเป็นของใหม่การท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีก็ถือเป็นนวัตกรรม การเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากเหมือนเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ ที่ต้องใช้จ่ายสูง และมีกระบวนการในการเดินทางที่ซับซ้อนมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศ

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง และไม่ใช่เรื่องยากที่ จะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งก็จะสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวัตกรรมของ Rogers ที่ว่าความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) คือระดับความยากง่ายตาม สายตาของสมาชิกที่จะเข้าใจหรือในการที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ ความซับซ้อนของนวัตกรรมตามที่ สมาชิกของสังคมรู้สึกสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราการยอมรับนวัตกรรม (Rogers and Shoemaker, 1971) จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี มีการตัดสินใจในระดับเร็วและการเปิดรับข่าวสารไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจแสดงให้เห็นว่าการเดินทางมา

ท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายต่อการตัดสินใจ ไม่ใช่เรื่องที่มีอัตราการเสี่ยงสูงนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่แล้ว แม้จากการวิจัยในหลายเรื่องที่ผ่านมาจะชี้ให้เห็นว่าสื่อบุคคลมีผลในการชักจูงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Rogers, 1978) ก็ตาม แต่ในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวยังมีปัจจัยแทรกซ้อนมากมายดังที่ได้กล่าวมาแล้วและปัจจัยเหล่านั้นก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่จะส่งผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ รวมทั้งจากการสัมภาษณ์ ท่านผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 2 (เพชรบุรี, ราชบุรี, ประจวบคีรีขันธ์) ก็พบว่าสื่อบุคคลในส่วนของเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวที่เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยหรือแม้แต่ในส่วนของเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว มีคณาจารย์ที่ทำงานธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพชรบุรีก็ไม่มีมากนัก รวมทั้งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไม่นิยมใช้เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว บริษัทท่องเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว โดยมากจะคิดและตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเอง ซึ่งตรงกับผลการวิจัยของคณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชีที่พบว่า การได้รับข่าวสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่แพร่หลายนัก และนักท่องเที่ยวไทยนิยมที่จะเดินทางไปเองมากกว่าจะเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533)

ในส่วนของสื่อมวลชนนั้นผลการวิจัยนั้นสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตติงเฮาส์ (Bettinghaus) ที่ว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริม ความเร็ว และทัศนคติที่มีอยู่แต่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง (Bettinghaus, 1968) และยังมีงานวิจัยในส่วนของการเปิดรับข่าวสารของทัศนคติในสุนทรวิภาต (2532) ที่ว่า "ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย"

สำหรับสื่อเฉพาะกิจแม้จะมีการให้ข้อมูลข่าวสารเฉพาะบางอย่าง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ได้แน่นอนและมีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ ประติสัมพันธ์กรรมแปลกๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ (Adam, 1971) แต่การใช้สื่อเฉพาะกิจเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ยังมีน้อย และส่วนมากจะผลิตเนื้อหา ข่าวสาร ขึ้นมาเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่าโดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจ ที่ผลิตโดยบริษัทนำเที่ยวทำให้โอกาสในการเปิดรับสาร การให้ความสำคัญและความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะแสวงหา

ข้อมูลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อประเภทนี้ค่อยลงไปด้วย ผลจากการวิจัยจึงสามารถอธิบายได้ว่าระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจะเร็วหรือช้าไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าจะเปิดรับสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด แต่มีปัจจัยด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว, การคมนาคมสะดวก, ความรู้สึกปลอดภัยมีความเสี่ยงน้อย ภาพลักษณ์ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และช่วงเวลาที่ว่างจากภาระกิจซึ่งเป็นเวลาอิสระจำเป็นยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว (ม.ล.ต้อย ชุ่มสาย, 2517) ฯลฯ ที่อาจส่งผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้มีแนวโน้มสอดคล้องกับการวิจัยของสมชาติ สุกฤตชานันท์ (2533) ที่ว่า "การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ"

2. จากสมมติฐานที่ว่า ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่าประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับในเรื่องของการมีโอกาสได้ทัศนศึกษา ซึ่งจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ การได้สมาคมกับผู้อื่นหรือผู้ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว ทำให้มีเพื่อนมากขึ้นและประโยชน์ด้านอื่นๆ (ซึ่งจากการวิจัยคือการมาเยี่ยมญาติพี่น้อง การมาซื้อของฝาก ตามใจผู้ร่วมเดินทาง) นั้นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี แต่ความสัมพันธ์ของประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับในการเดินทางมาท่องเที่ยวทั้ง 3 เรื่องนี้ เป็นความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวคำนึงถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับทั้ง 3 เรื่องนี้มากก็จะทำให้ใช้เวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ช้าลง ในทางกลับกันหากนักท่องเที่ยวคำนึงถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับทั้ง 3 เรื่องนี้น้อยก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวก็จะทำให้ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยสอดคล้องกับความจริงที่ว่า มนุษย์เมื่อคิดที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวมักจะคาดถึงประโยชน์เกี่ยวกับการได้สนุกสนานได้พักผ่อนตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุด (วิวัฒน์ บุญยักดิ์ 2538 : 141; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2530 ; จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2532 : 2-3; จงพิศ กนกโชติและสมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร 2532 : 47, 57, 67 ; จงพิศ ศิริรัตน์ และคณะ 2534 : 17, 27 : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2536 : 49; Reseach consultant International

of Canwer LP. 2527 : 28) หากนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงเรื่องที่เป็นทางการในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เพิ่มพูนความรู้ ทักษะศึกษา หรือการที่ต้องไปสมาคมกับผู้อื่นที่ตนไม่คุ้นเคย เป็นความแปลกใหม่ที่ต้องอาศัยเวลาในการปรับตัว อาจทำให้เกิดความวิตกกังวลและเกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งกับความต้องการที่ว่ามาเที่ยวเพื่อพักผ่อนและคลายความตึงเครียด รวมทั้งการเดินทางเพื่อมาเยี่ยมญาติ มาเพื่อซื้อของฝากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวผสมผสานกับการที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ต้องผูกพันกับการเดินทางมาท่องเที่ยว และมักจะเดินทางโดยมีช่องเทศกาลช่วยกำหนดเวลา และในเรื่องของการที่นักท่องเที่ยวคิดว่าต้องเดินทางมาเพราะตามใจผู้อื่น โดยที่ตนไม่ได้ตั้งใจและมีความต้องการอยากที่จะท่องเที่ยวโดยตรงนั้น หากนักท่องเที่ยวคาดถึงเรื่องเหล่านี้มากอาจทำให้ลดความรู้สึกสนุกและกระตือรือร้นที่อยากเดินทางมาเที่ยว ซึ่งส่งผลสำคัญต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ช้าลงได้

ส่วนประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะได้รับเรื่องของการได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยว การใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์หรือการได้นักพักผ่อนหย่อนใจและคลายความเครียดนั้นผลการวิจัยพบว่าประโยชน์ในเรื่องต่างๆ เหล่านี้ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กล่าวคือไม่ว่านักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงประโยชน์ทั้ง 3 ข้อหลังนี้มากน้อยเพียงใดก็ไม่ได้มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้นหรือช้าลง ทั้งนี้การคาดถึงประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้ทำความเข้าใจในสถานที่ท่องเที่ยว หรือคำนึงถึงการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์นั้นตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้วประโยชน์ทั้ง 2 ข้อนี้เป็นแรงจูงใจที่ประกอบการตัดสินใจเท่านั้นแต่ไม่มีความแรงพอที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมได้ส่วนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในเรื่องการได้นักพักผ่อนหย่อนใจและผ่อนคลายความตึงเครียด แม้จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวจะคิดถึงประโยชน์ในเรื่องนี้ก่อนตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับสูง แต่อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่าประโยชน์ในเรื่องนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจ แสดงว่านักท่องเที่ยวคิดถึงประโยชน์แต่อาจไม่ได้มุ่งหวังมากในการที่ต้องได้รับสิ่งที่คาดหวังไว้อย่างจริงจังในการเดินทางท่องเที่ยว และจากข้อมูลที่ได้โดยการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 2 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีในช่วงตั้งแต่เดือนตุลาคมตลอดไปจนถึงเดือนเมษายน ซึ่งในระหว่างนี้จะเป็นช่วงที่ปิด

ภาคการศึกษาและเป็นช่วงที่ผู้ทำงานนิยามลักริอัน ช่วงเทศกาล นักท่องเที่ยวจึงมีจำนวนมาก และการเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี สะดวกเดินทางได้หลายวิธีทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทางและรถไฟใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพมหานครมุ่งสู่ตัวเมืองเพชรบุรีโดยรถยนต์ประมาณ 1.30-2.00 ชั่วโมง การคมนาคมสะดวกสบายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการตัดสินใจให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวได้ง่ายและบ่อยขึ้น โดยไม่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจนาน ประจวบกับจังหวัดเพชรบุรีมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอยู่ในตัวแล้วก็ตาม หลักของปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ Burhart and Medlik คือ มีสิ่งสวยงามทั้งทะเล น้ำตก ภูเขา ป่าไม้ รวมทั้งโบราณคดี ศิลปะและมีชนบทวานที่เลื่องชื่อเป็นที่รู้จักอยู่ทั่วไป ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้มากกว่าจะมุ่งคำนึงถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในส่วนนี้ อย่างจริงจัง

ส่วนในเรื่องของฐานะทางเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวขึ้นเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีมีอยู่มากมายหลายแห่ง และมีระดับที่พักให้เลือกจำนวนมาก ซึ่งค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็มีหลายระดับให้เลือกไม่ว่าจะเป็นบริการระดับพิเศษ (V.I.P) หรือบริการแก่นักท่องเที่ยวประเภท ทูทริสต์น้อยต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกหรือร้านอาหาร มีให้เลือกมากมาย รวมทั้งการคมนาคมก็มีให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะใช้บริการทั้งรถไฟ รถโดยสารปรับอากาศ รถโดยสารธรรมดา หรืออาจจะใช้รถส่วนตัวก็ได้ ฉะนั้นค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จึงขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมีฐานะทางเศรษฐกิจระดับใดก็สามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความพึงพอใจและกำลังทรัพย์ของตนได้ แสดงให้เห็นว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นคุณสมบัติที่จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมในเรื่องของการท่องเที่ยวขึ้นได้

ซึ่งผลของการวิจัยเรื่องของฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวนั้น สอดคล้องกับงานวิจัย เดอเนอร์ด์ รัตนศิริ (2534) ที่ว่า ฐานะทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งงานวิจัยของสมชาติ สุกฤตยานันท์ (2533) ก็พบว่าสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว

3. จากสมมติฐานที่ว่าสื่อบุคคล มีอิทธิพลต่อระยะเวลาการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวมากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่ได้อภิปรายไว้ในสมมติฐานข้อที่ 1 กล่าวคือการวิจัยครั้งนี้พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อทั้ง 3 ประเภท ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ทั้งนี้จากการศึกษาการสื่อสารข่าวสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีโดยผ่านสื่อต่างๆ นั้น ไม่มีสื่อใดส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้เลย แม้ทางทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อบุคคลซึ่งแคทซ์และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld) มีแนวคิดที่ว่าสื่อบุคคลจะมีผลต่อการโน้มน้าวชักจูงใจทำให้มีผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด (Katz and Lazarsfeld, 1955) แต่สำหรับเรื่องของนักท่องเที่ยวแล้ว ตามหลักทางการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้ได้มุ่งประเด็นสำคัญเนื่องแก่การได้รับทราบข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นแต่มีปัจจัยสอดแทรกมากมาย เช่น เรื่องของเวลาว่างจากภารกิจหน้าที่การงาน ความพึงพอใจความสะดวกสบายในการเดินทางและท่องเที่ยว รวมทั้งภาพลักษณ์และเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในจินตภาพของนักท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลบางส่วนจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเพชรบุรีส่วนมาก เห็นว่าเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องหากมีโอกาสได้กลับมาท่องเที่ยวจะมาอีกครั้ง และจะชักชวนผู้อื่นมาเที่ยวด้วย จึงเป็นดัชนีตัวหนึ่งที่สามารถชี้ให้เห็นได้ว่าเพชรบุรี เป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและเป็นที่รู้จักดีของนักท่องเที่ยวสำหรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจนั้น ตามทฤษฎีที่พบและสนับสนุนแนวคิดที่ว่าข่าวสารข้อมูลที่ส่งผ่านสื่อเหล่านั้นเป็นการยากที่จะให้ผู้รับสารเมื่อรับสารแล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ในทันที ดังนั้นเมื่อไม่มีสื่อใดมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวจึงไม่สามารถจัดลำดับความสำคัญของสื่อแต่ละประเภทได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากการวิจัยพบว่าพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของ นักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ดังนั้นควรจะได้พิจารณาถึงความสอดคล้องของ เนื้อหาที่หน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้เผยแพร่ออกไปว่าเผยแพร่มากเกินไป เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาปรับปรุงเนื้อหา และหาช่องทางในการนำเสนอให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป และถึงแม้ว่าผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่าพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจะไม่มีผลต่อระยะเวลาในการตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสารก็ยังเป็นสิ่งที่จำเป็นในการเผยแพร่ โดยเฉพาะเรื่องของการท่องเที่ยวเป็นเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติและภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น การเสนอข้อมูลข่าวสารในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และต่อเนื่อง ย่อมเป็นข้อมูลสะสมและการท่องเที่ยวที่เป็นนวัตกรรมในสายตาของนักท่องเที่ยวก็จะเป็นจุดส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้วมักต้องการพักผ่อนและได้พบสิ่งใหม่ ๆ

2. จากการศึกษาพบว่า ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวคือการได้พักผ่อน หย่อนใจ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประเด็นจุดขายของตลาดการท่องเที่ยว ในส่วนของการพักผ่อนที่มีรูปแบบที่หลากหลาย มีความปลอดภัย สะดวกสบาย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น การจัดกิจกรรมประเพณี เทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อสร้างความต้องการในด้านการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งช่วยส่งเสริมและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ง่ายและเร็วขึ้น แต่อย่างไรก็ตามชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ควร เป็นจริงตามที่ได้โฆษณาประชาสัมพันธ์ไปเพราะ หากนักท่องเที่ยวตัดสินใจมาแล้วไม่ได้เป็นดังที่ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกิดความไม่ประทับใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ปัญหาขยะมูลฝอย ความไม่ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยว คำกล่าวเกินควร ฯลฯ ก็อาจจะส่งผลต่อทัศนคติ ทางลบต่อแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งก็จะมีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น ต่อไปในระยะยาว แต่หากนักท่องเที่ยวมีความพอใจแล้ว ก็จะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีและเกิดการเที่ยวซ้ำ หรือชักจูงให้คนอื่นมาเที่ยว ซึ่งผลที่ได้นั้นก็เท่ากับเป็นการประชาสัมพันธ์ในตัวอยู่แล้ว และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพ และได้ผลเป็นเวลานาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาในเรื่องของทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อรูปแบบและเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้เป็นแนวทางในการนำมาพัฒนา กระบวนการ ผลิต และเผยแพร่สื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อ ระยะเวลาในการตัดสินใจในเรื่องอื่นๆ นอกเหนือจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ฐานะทางเศรษฐกิจและประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ เพื่อนำผลที่ได้มาประกอบการวางแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป
3. ควรมีการวิจัยในลักษณะของการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อจะได้รับทราบทิศทางของข่าวสาร ด้านนี้ และใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการสื่อสาร เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
4. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับผู้ที่ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทาง ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
5. ควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันนี้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกันเพื่อนำมาเปรียบเทียบสนับสนุนการวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น