

การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย  
บนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา



นางสาวศรีหญิง ศรีคชา

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-1025-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EXPOSURE AND INFORMATION SEEKING ABOUT TOURISM IN THAILAND VIA INTERNET  
AMONG THE UNIVERSITY STUDENTS



Miss Sriying Srikhacha

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication Arts

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-1025-7



ศรีหญิง ศรีศุข : การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. ( EXPOSURE AND INFORMATION SEEKING ABOUT  
TOURISM IN THAILAND VIA INTERNET AMONG THE UNIVERSITY STUDENTS )  
อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, จำนวนหน้า 147 หน้า. ISBN  
974-03-1025-7.

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร  
การเปิดรับ การแสวงหา ตลอดจนปัญหาในการการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีกลุ่มตัวอย่าง  
ทั้งสิ้น 440 คน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย T-Test One-way  
ANOVA และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า

1. นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวใน  
ประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์
2. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหา  
ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจาก  
สื่ออื่นๆ
3. นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวใน  
ประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์  
และสถานที่ใช้

นอกจากนี้ พบว่านิสิตศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต  
โดยการ Search Engine มากกว่าการค้นหากจากแหล่งข้อมูล (WWW) ซึ่งรูปแบบในการนำเสนอที่  
น่าสนใจเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสาร และต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริง  
ประกอบ และสามารถ Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ ปัญหาที่พบในการแสวงหาข่าวสารบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเกี่ยวกับข้อมูล คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิสิต.....  
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ปีการศึกษา.....2544..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## 438 52728 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: EXPOSURE / INFORMATION SEEKING / THAILAND / INTERNET / THE UNIVERSITY STUDENTS

SRIYING SRIKHACHA : EXPOSURE AND INFORMATION SEEKING ABOUT TOURISM  
IN THAILAND VIA INTERNET AMONG THE UNIVERSITY STUDENTS.THESIS ADVISOR :  
ASSOC.PROF.UBOLWAN PITIPATANACOZIT, 147 pp. ISBN 974-03-1025-7.

The purposes of this survey research were to examine the difference between the university students' demographic characteristics, exposure, information seeking and problems of information seeking about tourism in Thailand via internet among the university students. Questionnaires were used to the collect data from 440 the university students. The data were analyzed by using frequency distribution, percentage, mean, t-Test, one-way ANOVA and multiple regression analysis. SPSS Program was employed for data processing.

The results of the research are as follows:

- 1.The university students majoring in Science were found to have more exposure about tourism in Thailand via internet than the university students majoring in Social Sciences -Humanity.
- 2.The exposure about tourism in Thailand via internet was found to have more influence on information seeking about tourism in Thailand via internet than the exposure from other media.
- 3.Government university students have more problems on the information seeking about tourism in Thailand via internet than Private university students, especially the problem related to equipments and places to use internet.

Moreover, the research was found that the university students use search engine to look for information about tourism in Thailand via internet more than browsing from websites (WWW). The attractive and interesting presentation on the web page was important reason in information seeking with detail, illustrate and link to the relevant websites. The problem of information seeking about tourism in Thailand via internet was the lack of public relations sources.

Department...Public Relations..... Student's signature.....

Field of study..Development Communication.. Advisor's signature.....

Academic year.....2001..... Co-advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้ความเมตตาตรวจสอบ แก้ไข และช่วยชี้แนะแนวทางการทำวิจัยมาโดยตลอด รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดอันเป็นประโยชน์ในการวิจัย ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อให้คำแนะนำต่างๆ ทั้งระเบียบวิธีวิจัยและสถิติในการวิจัยในครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ รวมทั้งคุณอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในความสำเร็จครั้งนี้

ขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดที่ช่วยสืบค้นหนังสืออ้างอิงด้วยความเป็นกันเอง และขอบคุณเพื่อนๆ นิเทศศาสตร์พัฒนาการ โดยเฉพาะ“อ้อ”ซึ่งคอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ ณ สถาบันอันทรงเกียรตินี้ ตลอดจนขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกท่านที่อาจไม่ได้กล่าวถึงและมีส่วนช่วยเหลือในงานวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่สนับสนุนการศึกษามาโดยตลอด ซึ่งเป็นสมบัติอันมีค่ายิ่ง ตลอดจนคำอบรมสั่งสอน และคอยเป็นขวัญกำลังใจที่ดี และทุกสิ่งทุกอย่างที่มอบให้ด้วยหัวใจ ล้วนเป็นแรงผลักดันสำคัญให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้เสร็จสมบูรณ์

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ศรีหญิง ศรีศุข

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร.....	13
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร.....	15
ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร.....	21
ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์.....	22
ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
ประชากร.....	37
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	38
วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	39
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42

	หน้า
การตรวจสอบเครื่องมือ.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
เกณฑ์การให้คะแนน.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
การประมวลผลข้อมูล.....	50
4.ผลการวิจัย.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	52
การทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	83
5.สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	110
สรุปผลการวิจัย.....	110
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	111
ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	115
การอภิปรายผลการวิจัย.....	118
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	134
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	134
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	135
รายการอ้างอิง.....	136
ภาคผนวก.....	140
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	147



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามเพศ.....	52
2. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	53
3. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา ต่อเดือน.....	54
4. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถาบันการศึกษา.....	55
5. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษา.....	55
6. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	56
7. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	57
8. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	58
9. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นิสิตนักศึกษาสนใจ.....	59
10. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามประเภทของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	60
11. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามภาคที่สนใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	61
12. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต.....	62
13. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระยะเวลาในการเคยใช้อินเทอร์เน็ต.....	63
14. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	64
15. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	65
16. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต.....	66
17. แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับการเปิดรับของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของสื่อแต่ละประเภท.....	67
18. แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	69

19.แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสื่อที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสาร การท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	70
20.แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหา ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	71
21.แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลำดับความสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข่าวสารการท่องเที่ยว.....	72
22.แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามข้อมูลที่ได้รับความคิดเห็นในการ แสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต.....	74
23.แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตในการ แสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	75
24.แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลักษณะของข้อมูลการท่องเที่ยว ในประเทศไทยที่ต้องการในเว็บไซต์.....	76
25.แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับปัญหาของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหา เกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต.....	77
26.แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต.....	78
27.แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับ อุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต.....	79
28.แสดงจำนวน ร้อยละและระดับของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต...	80
29.แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาของนิสิตนักศึกษา จำแนกลักษณะของ ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต.....	81
30.แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับปัญหาในการแสวงหา ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต.....	82
31.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	83
32.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	83

33.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	84
34.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร/วารสาร ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	84
35.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	85
36.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	85
37.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	86
38.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	87
39.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	88
40.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร/วารสาร ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	89
41.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	90
42.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน.....	91

43.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับ รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน.....	92
44.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับ รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน.....	93
45.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับ รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน.....	94
46.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร/วารสาร ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่ มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน.....	95
47.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับ รายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน.....	96
48.แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทย ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัว ต่อเดือนต่างกัน.....	97
49.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน.....	98
50.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน.....	98
51.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่าง กลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน.....	99
52.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร/วารสาร ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน.....	99
53.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่งเที๋ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน.....	100

54.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษา ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน.....	100
55.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน.....	101
56.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างกลุ่ม นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน.....	101
57.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่าง กลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน.....	102
58.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุกระจายเสียง/วารสาร ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน.....	102
59.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่าง กลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน.....	103
60.เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษา ที่ศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน.....	103
61.แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อให้การเปิดรับสื่อต่างๆ เป็นตัวพยากรณ์ และ ใช้ การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวแปรตาม.....	104
62.เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบน สื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน....	106
62.เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบน สื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน....	106
63.เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบน สื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน....	107
64.เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบน สื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน....	107
65.เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว ในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และ มหาวิทยาลัยเอกชน.....	108
66.เปรียบเทียบปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน.....	109

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้ สภาพสังคมเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมสารสนเทศ (Information Society) อันเป็นสังคมที่อุดมไปด้วยข้อมูลข่าวสาร มีอัตราการผลิตและบริโภคข้อมูลข่าวสารเพิ่มสูงขึ้น จนกระทั่งข้อมูลข่าวสารกลายเป็นอำนาจ และเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะในแง่มุมใดก็ตาม และผู้คนต่างปรับตัวให้เข้ากับสังคมยุคนี้ด้วยการเปิดรับข่าวสารจากทุกแหล่งหลายช่องทาง เพื่อผลักดันให้ตัวเองก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจากทั่วทุกมุมโลก

การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารในปัจจุบันนี้ ทำให้มีช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ที่สามารถทำให้ทุกพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงอาณาเขตเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งมีลักษณะของการสื่อสารที่ไร้พรมแดน (Globalization) ขจัดอุปสรรคในมิติด้านเวลาและสถานที่ ทำให้โลกที่กว้างใหญ่แคบลงได้ และคนจำนวนมากสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวก รวดเร็วขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้ดาวเทียมเพื่อการสื่อสาร การใช้ใยแก้วนำแสงเพื่อการสื่อสาร และการใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสาร เป็นต้น ระบบการสื่อสารที่ทันสมัยเหล่านี้ เป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสาร ยังผลให้การกระจายข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ผลักดันให้ผู้ส่งสารหันมาใช้ช่องทางในการสื่อสารเหล่านี้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารในการเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับสารด้วยเช่นกัน

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารนั้น ก่อให้เกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อโลกของการสื่อสารในปัจจุบัน คือ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือ **สื่ออินเทอร์เน็ต** นั่นเอง

สื่ออินเทอร์เน็ต เข้ามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม ศิลปะ วัฒนธรรม รวมทั้งความบันเทิงด้วย ถือได้ว่าเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่สำคัญในการเรียนรู้ด้วยตนเอง อันเนื่องมาจากความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจประกอบกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ในปัจจุบันนี้ ผู้ที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารมาก จะมีข้อได้เปรียบกว่าผู้ที่รับข้อมูลข่าวสารน้อย ทำให้เกิดการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้นเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารจึงถูกพัฒนาขึ้น โดยการนำระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ อันส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นสามารถกระจาย เผยแพร่ได้อย่างครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการ และจำนวนเว็บไซต์ที่ให้บริการเพิ่มมากขึ้น ทำให้ข้อมูลที่ต้องการนั้นมีความรวดเร็ว ทันสมัย และเป็นสื่อที่นิยมกันทั่วโลกที่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทุกเพศ ทุกวัย

เหตุผลของการเติบโตของสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารที่ใหญ่ที่สุดในโลกในปัจจุบัน มีแหล่งข่าวสารจำนวนมากสำหรับการสืบค้น และมีเครื่องมือการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ นั่นคือ World Wide Web (WWW) ถือว่าเป็นสื่อกลางที่มีบทบาทสำคัญที่สุด ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้การใช้งานทางอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยม และแพร่หลายออกไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว

ในปี 2535 ห้องแลปเซิร์น (CERN) กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ได้พัฒนา World Wide Web (WWW) หรือ เว็บ (Web) ขึ้น ประกอบด้วย หน้าของข้อมูล (ที่เรียกว่า “Web page”) เป็นจำนวนหลายล้านหน้า โดยหน้าแรกของ Web page แต่ละชุดเรียกว่า “Homepage” หรือ “Welcome page” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบหลายสื่อ (Multimedia) สามารถให้ข้อมูลข่าวสารแบบกราฟิกในการสืบค้น ในข้อมูลเหล่านี้ มีทั้งที่เป็นข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดให้ภาพหรือข้อความเป็น Hypertext ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับตัวอักษรธรรมดา แต่ภายในจะสามารถเชื่อมโยงไปยังเอกสารอื่นๆ ทำให้สามารถติดตามหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็วนั่นเอง

“การท่องเที่ยว” เป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณชน หรือ นักท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ต จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการบริการต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และการบริการขนส่ง อันเป็นผลให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง

รัฐบาลเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงพยายามรักษา และดำรงการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้คงอยู่ รัฐบาลมีนโยบายเร่งรัดพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้จาก “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวจึงได้ประกาศว่า “การส่งเสริมการท่องเที่ยว” เป็นนโยบายหลักที่สำคัญประการหนึ่ง โดยการท่องเที่ยวถูกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นองค์กรหนึ่งของรัฐบาลที่นำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อการเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีนโยบายสอดคล้องกันกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ได้ดำเนินการมาจนเข้าสู่ระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 – 2544) ซึ่งเป็นนโยบายให้การบริการที่ปรับเปลี่ยนหรือมุ่งเน้นในเรื่องที่เป็นปัญหาสำคัญด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม<sup>1</sup>

### นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2540 – 2546<sup>2</sup>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบาย ในช่วงปี 2540-2546 ไว้เป็นกรอบการดำเนินงานในแต่ละปี นโยบายดังกล่าวได้รับการอนุมัติในภาพรวมโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะเวลาและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันทางการท่องเที่ยว มีส่วนในการพัฒนา และบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

<sup>1</sup> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วท.)), 2540 , หน้า.81 .

<sup>2</sup> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วท.)), 2540 , หน้า.89 .



3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้

5. ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความห่วงแหน และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรมรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารีให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป

6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการค้าการบริการตลอดจนสนับสนุนให้บุคคลชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันให้มาตรฐานต่างๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป

8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งผลดีต่อการพัฒนา

9. ส่งเสริม และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยว และใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ เป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

11. พิจารณาการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุน ร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยส่วนรวมของชาติ และองค์กร

สำหรับแผนการท่องเที่ยวปี 2544 ใช้ **Amazing Thailand** เป็น Brand Image เนื่องจากมี กระแสการยอมรับอยู่อย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จักกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยว โดยมีการกำหนด ระบบการบริการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตไว้เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญในกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการ พัฒนาและกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาดด้วยเช่นกัน

● **กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการพัฒนา :**

1. สนับสนุนนโยบายการบินเสรี เพื่อการเป็นศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาคนี้
2. มุ่งพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อเพิ่มความหลากหลาย และเพิ่ม ทางเลือกให้นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดการกระจายตัวของนัก ท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคต่างๆ ได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น โดย
  - พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ที่มีความต้องการของตลาด เช่น ผลักดันการ จัดทำป้ายชี้ทาง สัญลักษณ์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐานสากล ฯลฯ
  - พัฒนากิจกรรมเสริม (Events & Activities) เพื่อสร้าง Value Added ให้กับพื้นที่
  - พัฒนามาตรฐานบริการ เช่น
    - \* ยกระดับคุณภาพด้านสุขภาพอนามัยในสถานบริการทางการท่องเที่ยว ร้านอาหาร รวมไปถึงสุขอนามัยในการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
    - \* ยกระดับคุณภาพมัคคุเทศก์เฉพาะสาขา รวมถึงพัฒนาหลักสูตรการเรียนการ สอน วิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมให้เข้าสู่มาตรฐานสากล
    - \* สร้างมาตรฐานการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เช่น อัญมณีให้นักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจ และจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น
  - เสริมสร้างมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยการผลักดันให้ออกมาตริ การป้องกันและบังคับใช้กฎระเบียบในด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ
  - พัฒนาระบบบริการข้อมูลข่าวสารโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น FAX on Demand , อินเทอร์เน็ต , ซีดี – รอม ฯลฯ
  - สนับสนุนการกระจายอำนาจในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น

● กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด :

1. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพทั่วไป (Mass Market) เพื่อเพิ่มรายได้และรักษาแนวโน้มการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว
2. สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย
3. นำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวในลักษณะ Combined Destination
4. เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพ (Market Segment / Niche Market)
5. ส่งเสริมไทยเที่ยวไทย โดย
  - رونรงศ์สร้างกระแสและค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
  - ส่งเสริมการเดินทางแลกเปลี่ยนระหว่างภูมิภาค
  - ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองทางรถยนต์
  - สร้างความเข้าใจและให้ทราบถึงประโยชน์ในการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว
  - เปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้มากขึ้น
6. สร้างการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเสริมอื่นๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว
7. หาแนวร่วมในการดำเนินงานด้านการตลาดและดำเนินการแบบ Hard Sale
8. ปรับปรุงการใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นช่องทางเผยแพร่ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

องค์การ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่ให้บริการทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการสนับสนุนการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ หรือ นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตให้มากที่สุด ซึ่งจะให้ข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง แผนที่ เทศกาลและงานประเพณี สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง พยากรณ์อากาศ บริษัททัวร์ เกร็ดความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ อีกทั้งยังมีบริการเปิดจองตั๋วเครื่องบินด้วย ตัวอย่างของเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หากไม่ทราบรายชื่อของเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว อาจจะใช้บริการค้นหาข้อมูล (Search Engine) ในเว็บไซต์ที่ให้บริการ โดยใช้คำ

สำคัญ (Keywords) ในการค้นหาข้อมูล จะพบว่า มีเว็บไซต์ต่างๆ มากมาย<sup>3</sup> เช่น [www.thailand\\_travel.ws](http://www.thailand_travel.ws) , [www.e-guidethailand.com/](http://www.e-guidethailand.com/) , [www.traveltips.com/thailand.htm](http://www.traveltips.com/thailand.htm) , [www.amazingsiam.com](http://www.amazingsiam.com) เป็นต้น ทางบริษัททัวร์ก็มีให้บริการด้วยเช่นกัน อาทิเช่น [www.citrintour.com](http://www.citrintour.com) , [www.weekend-tour.co.th](http://www.weekend-tour.co.th) , [www.thai.to/bbtour](http://www.thai.to/bbtour) ซึ่งแม้แต่สายการบินแห่งชาติ “การบินไทย” ก็เปิดเว็บไซต์ [www.thaiairways.com](http://www.thaiairways.com) หรือ [www.bangkokair.com](http://www.bangkokair.com) สายการบินบางกอกแอร์เวย์ เป็นอีกสายการบินที่เพิ่งเปิดตัวเว็บไซต์ โดยมีการให้บริการสำรองที่นั่ง แสดงข้อมูลเกี่ยวกับตารางการบิน ราคาบัตรโดยสาร และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั้งในประเทศและภูมิภาคอินโดจีน นับว่าการให้บริการการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการเปิดโอกาสและเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นการอำนวยความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็วอีกทางเลือกหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในสังคมสารสนเทศปัจจุบันนี้

## ปัญหานำวิจัย

1. นิสิตนักศึกษาที่มีความแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกันหรือไม่
2. นิสิตนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อที่แตกต่างกัน มีผลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างไร
3. นิสิตนักศึกษามีความสนใจ ความต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยในเรื่องใดบนสื่ออินเทอร์เน็ต
4. นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีอุปสรรค ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกันหรือไม่

<sup>3</sup> [Internet Today](http://Internet Today) . ปีที่ 7 ฉบับที่ 73 เดือนกรกฎาคม , 2544.

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา
3. เพื่อศึกษาความสนใจ / ความต้องการข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา
4. เพื่อศึกษาอุปสรรค ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

## สมมติฐานในการวิจัย

1. นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ
3. นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และ มหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวไทยในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยนี้ มุ่งศึกษาการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ในปี 2544 เท่านั้น
2. การศึกษาวิจัยนี้ ศึกษาเฉพาะนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจาก

- **นิสิตนักศึกษา**

- เป็นกลุ่มที่มีโอกาสและมีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะว่ามีปัจจัยเอื้อทั้งด้านเวลาและกำลังทรัพย์ในการสนับสนุน
- เป็นประชากรที่กำลังเติบโตเป็นผู้ใหญ่และเป็นกำลังสำคัญของประเทศเพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตในอนาคต
- เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต เพราะว่าสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จะมี Internet Account ให้กับนิสิตนักศึกษาใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

- **กรุงเทพมหานคร**

- เป็นศูนย์กลางทางการศึกษา และมีสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมากที่สุด ทำให้เป็นจังหวัดที่มีนิสิตนักศึกษาจากทุกภาคทั่วประเทศเข้ามาศึกษาหาความรู้

### นิยามศัพท์ในการวิจัย

1. **ข่าวสารการท่องเที่ยว** หมายถึง รายละเอียดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น สถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง แผนที่ เทศกาลและประเพณี แหล่งสินค้าพื้นเมือง สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร เป็นต้น

2. **นิสิตนักศึกษา** ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. **ลักษณะทางประชากร** เป็นลักษณะส่วนตัวของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร(กลุ่มเป้าหมาย) ในการวิจัยครั้งนี้จำแนกศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

- ข้อมูลตามลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษา

- เพศ (Age)
- รายได้ที่ได้รับต่อเดือน
- รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

- ข้อมูลตามลักษณะการศึกษาของนิสิตนักศึกษา

- สถาบันการศึกษา
- สาขาวิชาที่ศึกษา

**4. การเปิดรับข่าวสาร** การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในประเทศไทยที่ถูกนำเสนอโดยผ่านทางสื่อ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต

**5. การแสวงหาข่าวสาร** การเฝ้าหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูล โดยการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลตามความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร (นิสิตนักศึกษา)

**6. สื่ออินเทอร์เน็ต** สื่อที่นิสิตนักศึกษาใช้ในการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในงานบริการต่างๆ เพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล การสื่อสาร ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมความต้องการ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลในการปรับปรุง การกำหนด รูปแบบ เนื้อหาการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2. เป็นการสะท้อนให้เห็นปัญหา อุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขการเผยแพร่ข่าวสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” ได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบในการศึกษาวิจัย เป็นการสนับสนุนและสร้างความชัดเจนในกรอบการวิจัย ดังนี้

#### 1.แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

#### 2.ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

- ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร
- ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข่าวสาร
- ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์
- ทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต

#### 3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎี

#### 1.แนวคิดเกี่ยวข้อง

##### ➤ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะว่ามีได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน แต่รวมถึงการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องนับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวทุกวันนี้ เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก หากเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ด้วยกัน



## ความหมายของการท่องเที่ยว (The Meaning of Tourism)

การท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ในปี ค.ศ.1963 องค์การสหประชาชาติ ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า เนื่องจากคำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางดังกล่าวแล้ว จึงเห็นสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่า “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศค้างคืน”(International Tourist) ให้เน้นคำที่กินความกว้างขึ้น เพื่อให้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไป โดยการเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน”(Visitor) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (Tourism) ซึ่งคำว่า “ผู้มาเยือน” หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ดังนั้น “ผู้มาเยือน” จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักฟื้น ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจการประชุมสัมมนา ฯลฯ

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ประเทศไทย ยึดคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้ เป็นหลักในการจําแนกสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย และพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ
2. มาร่วมประชุม หรือ เป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน<sup>17</sup>

<sup>17</sup> นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (กรุงเทพมหานคร ; สำนักพิมพ์โอเดียน สโตร์), 2536, หน้า 1 – 2 .

## ➤ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชน ก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะของประชากร (Demographic Characteristics) เช่น จำแนกตามอายุ เพศ สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา และศาสนา เป็นต้น โดยมีสมมติฐานว่าผู้รับสารมีลักษณะดังกล่าวร่วมกันย่อมจะมีทัศนคติ และพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน<sup>18</sup>

ในการวิจัยนี้จำแนกคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางด้านประชากร ออกเป็นประเด็น ต่อไปนี้

### 1. เพศ (Sex)

เมื่อพิจารณาวิวัฒนาการทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมของไทยแล้ว จะพบว่า “ภาพ” ดั้งเดิมเกี่ยวกับชายและหญิงในสังคมไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไปมาก เช่น หญิงออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น อาชีพบางอาชีพที่เคยเป็นเฉพาะชายและหญิงเริ่มเปลี่ยนแปลง โดยลดขอบเขตของเพศออกไป อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายอย่างที่มีได้เปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง เช่น คุณสมบัติของหญิงไทย ได้แก่ การเป็นแม่บ้านแม่เรือน ไม่ค่อยกล้าพูดเรื่องเพศของหญิง ความเป็นอิสระของชาย เป็นต้น

มีหลายงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างนั้นชายและหญิงต่างกัน เช่น จากการศึกษาศึกษาทัศนคติของครูผู้ชายกับครูผู้หญิงที่มีต่อการสอน “เพศศึกษา” นั้น พบว่าครูผู้ชายมีทัศนคติที่ดีมากกว่าครูผู้หญิง หรือจากการศึกษาการใช้เวลาของนักเรียนหญิงกลับพบว่า นักเรียนหญิงทำการบ้านและทบทวนบทเรียนมากกว่านักเรียนชาย นอกจากนี้พฤติกรรมการสื่อสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของชายและหญิงก็ต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิงจะสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด

<sup>18</sup> ประมะ สตะเวทิน , หลักนิเทศศาสตร์ . (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ) , 2538 , หน้า 111.

จากที่กล่าวมานี้ จะพบว่าชายและหญิงมีความนึกคิด ทักษะ และพฤติกรรมที่ต่างกันและเหมือนกัน ในที่นี้รวมถึงพฤติกรรมสื่อสาร เช่น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ที่แตกต่างกันนั้น ซึ่งตามธรรมชาติแล้วชายและหญิงจะมีคุณลักษณะที่ต่างกัน และถึงแม้ว่าสภาพปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่ก็ยังคงมีหลายอย่างที่ชายและหญิงมีสถานะของตนเองอยู่อีก

### 3. การศึกษา (Education)

“การศึกษา” เป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสาร ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การอ่านออกเขียนได้ จะต้องมีการศึกษาในระดับหนึ่ง การมีความรู้ ความเข้าใจคำศัพท์หรือคำพูด บางประโยคก็อาจต้องการความรู้ในระดับหนึ่งเช่นเดียวกัน สาขาวิชาที่จบมาก็มีอิทธิพลที่ทำให้บุคคลนั้นมีความรู้ความเข้าใจ หรือ ความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งต่างกัน

มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องได้ชี้ให้เห็นว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันออกไป เช่น บุคคลที่ยังมีการศึกษาสูง ก็จะมี ความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ จะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

กล่าวโดยสรุป “การศึกษา” เป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญ จะต้องตระหนักและเรียนรู้ให้ดีก่อนทำการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะว่าการศึกษามีหลายระดับ คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมจะได้ผลทางด้านทักษะการสื่อสาร ความรู้สึนึกคิด ทักษะคิด อุดมการณ์ ความต้องการ และพฤติกรรมการสื่อสารที่ต่างกันไป

### 4. สภาพสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status)

ทุกองค์กร หรือ ทุกหน่วยสังคม มีวัฒนธรรมหรือบรรทัดฐาน บทบาท ศักดิ์ศรี หรือความนิยมนับถือ ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้ และพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ในที่นี้รวมถึงรายได้ (Income) ภูมิหลังของครอบครัว (Family Background) เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เช่น คนที่มีฐานะดี หรือรายได้สูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะ

ใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราว ข่าวสารที่หนักๆ เช่น การบ้านการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น<sup>19</sup>

กล่าวโดยสรุป “สภาพสังคมและเศรษฐกิจ” มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสื่อสารด้วยเช่นกัน เนื่องจากความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อกันกัน รวมถึงสภาพเศรษฐกิจ ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่แตกต่างกันไป

ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพด้วย การวิเคราะห์ให้ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร เช่น การจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา สภาพสังคมและเศรษฐกิจนั้น จึงมีความสำคัญเช่นเดียวกันและมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารข้อมูลต่างๆ รวมถึงการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวด้วย เพื่อให้เป็นข้อมูลแก่ผู้รับสาร หรือนักท่องเที่ยว ในที่นี้หมายถึงนักศึกษาในตนเอง ในการประกอบใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป

## 2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

### ➤ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (The Information Age)<sup>20</sup>

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ได้มีผู้เสนอไว้หลายแนวทาง ดังนี้

*Charles K. Atkin* (1973)<sup>21</sup> กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

<sup>19</sup> ประมะ สตะเวทิน , หลักนิเทศศาสตร์ . (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ) , 2538 , หน้า 110 , 114 , 116.

<sup>20</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 3.

*William D. Brooks* (1971)<sup>22</sup> ได้กล่าวถึงลักษณะเฉพาะทางจิตวิทยาาระหว่างเพศชายและเพศหญิง ซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างในการเลือกรับข่าวสารไว้ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะว่าวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือ เจ้าอารมณ์ (Emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submission) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-oriented) ผู้หญิงมักจะโทษตนเอง เมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่น หรือ อุปสรรคอื่นๆ แต่ไม่โทษตนเอง

*De Fluer* (1966) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกัน หรือ ไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

โดยปกติแล้ว คนเรามักจะมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะเชื่อ ตามที่ใจของเราปรารถนา เราเลือกของที่สวยงาม ของที่ดี ของที่เราชอบ ของที่เราต้องการ นิสัยในการชอบเลือกนี้เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในชีวิตของเรา ในการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ในสถานการณ์ของการสื่อสารแต่ละสถานการณ์ เราจะทำการเลือกว่า เราควรจะทำอะไร เราควรจะทำอะไร เราควรจะทำอะไร เราควรจะทำอะไร ตามความรู้สึก และความต้องการของเรา ซึ่งความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือ ไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆ ได้มีการเลือกรับสื่อที่นั้นเกิดจากคุณสมบัติ พื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

<sup>21</sup> Charles K. Atkin . **New Model for Mass Communication Research** . (New York : The Free press , 1973) p.308 อ้างถึงใน สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ . “การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) , 2531 หน้า 24 .

<sup>22</sup> ประมะ สตะเวทิน . **หลักนิเทศศาสตร์** , หน้า 114 .

- 1.องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร เลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน
- 2.องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

สำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารที่นำมาใช้ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) ในการสื่อสารนั้นการเลือกของเรามี 4 ลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะ จะมีความเกี่ยวข้องกันเป็นขั้นตอน ดังนี้

**1.การเลือกรับ หรือ การเลือกใช้ (Selective Exposure)** ในชีวิตประจำวันของคนเรา มีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่ง หรือผู้ส่งสาร (Source) ต่างๆ จำนวนมากมาย แต่เรามีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับสารจากแหล่งต่างๆ หรือ เรามีความพอใจหรือไม่พอใจต่อแหล่ง หรือผู้ส่งสารต่างๆ แตกต่างกันไป ดังนั้น เราจึงมักจะเลือกรับ หรือ เลือกใช้สารจากแหล่งที่เสนอความคิด และทัศนคติที่สอดคล้องกับความคิด และทัศนคติของเรา

**2.การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)** มนุษย์นั้นจะเลือกให้ความสนใจต่อสารเท่าที่สมองของคนเราจะรับสารนั้นได้ ดังนั้น ในการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือ ในสถานการณ์ที่มีการสื่อสารมากกว่า 1 อย่าง เช่น ขณะดูทีวี ก็มีเสียงภรรยาพูดด้วย เป็นต้น เราจึงต้องเลือกรับสารใดสารหนึ่ง และโดยปกติ เรามักจะเลือกรับสารที่น่าสนใจ หนังสือพิมพ์รายวัน จะมีประมาณ 20 – 25 หน้า เรามักจะเลือกอ่านเพียงบางหน้า บางข่าว บางคอลัมน์ เราอาจจะอ่านเพียง 1 หน้า เพียงบางข่าว อ่านหน้าสังคม อ่านหน้าบันเทิง และหน้ากีฬา เพียงบางข่าว จะเห็นได้ว่า นอกจากเราเลือกสาร โดยอาศัยความสนใจที่เรามีต่อสารแล้ว เรายังเลือกรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และ ความเชื่อดั้งเดิมของเรา และหลีกเลี่ยงที่จะรับสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของเราด้วย

**3.การเลือกรับรู้ และ การเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)** หลังจากที่เรานำสาร หรือ เลือกใช้สารของผู้ส่งสารรายใดรายหนึ่ง เลือกให้ความสนใจต่อสารใดสารหนึ่งแล้ว เราเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายของสารตามประสบการณ์ของเรา เนื่องจากคนแต่ละคนมีประสบการณ์ต่างกัน ดังนั้น การรับรู้ และการตีความหมายของคนต่อสิ่งเดียวกันจึงไม่เหมือนกัน อุปสรรคหรือความหมายของการสื่อสารอันเนื่องมาจากการรับรู้ และการเลือกตีความหมายของคนอยู่ตรงที่ว่า เรามักจะไม่ค่อยรู้ตัวว่าคนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การรับรู้ หรือการตีความของสิ่งที่เราได้พบ จึงมีความแตกต่างกันไปด้วย ความหมายร่วมกัน (Common Meaning) หรือความเข้าใจร่วมกัน (Common

Understanding) ซึ่งเป็นหัวใจของการสื่อสารจึงไม่เกิดขึ้น และเกิดขึ้นน้อย ทำให้การสื่อสารผิดพลาด หรือ ล้มเหลว

4. **การเลือกจดจำ (Selective Retention)** นอกจากการเลือกรับรู้ และเลือกตีความหมายของสารแล้ว เรายังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารเข้าไว้เป็นประสบการณ์ของเรา เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วย ผลของการวิจัยที่ผ่านมาเสนอให้เห็นว่า คนเราเราจะสามารถที่จะจดจำในเรื่องที่สอดคล้องกับ หรือสนับสนุนความคิดเห็นของเราได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้ง หรือต่อต้านความคิดเห็นของเรา

นักการสื่อสารหลายท่าน ได้กล่าวถึง “การเปิดรับสื่อมวลชน” ไว้ต่างๆ กัน ดังนี้<sup>23</sup>

**แม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์**<sup>24</sup> (McCombs and Becker) ได้ให้ความเห็นว่า บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวันการเปิดรับข่าวสาร ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆ ตัว

**ชาร์ลส์ เค อัสกิน**<sup>25</sup> (Charles K. Askin) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งพูดกว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่วงเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

<sup>23</sup> อ้างใน วิไลลักษณ์ ฐิติพลธำรง . “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาเด็กด้อยโอกาส ความตระหนัก ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการให้การสนับสนุนองค์กรเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน” .(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) , 2540 , หน้า 29 – 31 .

<sup>24</sup> McCombs, M. E. and Becker, L.B. Using Mass Communication Theory. (Englewood Cliffs : N.J. Prentice Hall), 1979.

<sup>25</sup> Charles K. Askin . News for Mass Communication Research . (New York : Hafner Publishing Company) , 1971 , p .208.

**โรเจอร์ และ สเวนนิ่ง**<sup>26</sup> (Rogers and Svenning) กล่าวว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาจึงประกอบด้วย จำนวนวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี เป็นต้น

**วิลเบอร์ ชาร์มม**<sup>27</sup> (Wilbur Scharmn) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ได้แก่

1. **ประสบการณ์** ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. **การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร** ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. **ภูมิหลัง** ทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน
4. **การศึกษาและสภาพแวดล้อม** ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. **ความสามารถในการรับข่าวสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ** ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
6. **บุคลิกภาพ** ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โนมน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. **สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร** ทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. **ทัศนคติ** เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ไดพบ

เนื่องจากสื่อเป็นพาหนะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสาร ด้วยคุณลักษณะและความหลากหลายในรูปแบบของสื่อ ผู้ส่งสารจึงมีโอกาสเลือกสื่อที่จะใช้ได้มาก ดังนั้นผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังนี้

<sup>26</sup> Everett Rogers and Lynne Svenning . Modernization among Peasants : The Impact of Communication . (New York : Holt Richart and Winston) , 1969 , p.3.

<sup>27</sup> Wilbur Scharmn . Men , Messages and Media : A Look at Mass Communication . (New York : Harper and Row Publisher) , 1973 .



1. **เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability)** ธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมากๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างเช่น ในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุได้มากกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. **เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency)** กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือ สยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะว่าหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสาร สาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน เป็นต้น

3. **เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience)** ในปัจจุบัน ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามทีสะดวกสบาย เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวทางวิทยุกระจายเสียง ขณะขับรถ แต่บางคนนิยมรับข่าวสารด้วยการชมโทรทัศน์ เป็นต้น

4. **เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness)** ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก

5. **ลักษณะเฉพาะของสื่อ** จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อข้างต้นนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสาร ข้อมูลในรายละเอียดดีกว่าราคาถูกกว่า และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง เป็นต้น

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารนี้ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร การแสวงหาข่าวสาร เพื่อสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษา

## ➤ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข่าวสาร คือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่ไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพื่อเพิ่มเติมความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา(Krikelas,1983 :5)

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory) มีเนื้อหาสำคัญว่า เนื่องจากสังคมมีข่าวสารที่ผลิตขึ้นมา และเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนในรูปแบบต่างๆ มากมาย จนกลายเป็นเรื่องที่ยู่ยากต่อผู้รับสารในการค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตนเอง

ในการแสวงหาข่าวสารของบุคคล สิ่งที่สำคัญของการค้นหาข่าวสาร คือ แหล่งของข่าวสาร (Chen & Hemon , 1982 : 52-53) ได้แบ่งประเภทของแหล่งข่าวสารไว้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1.กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ หรือบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากความคิด และประสบการณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคล
- 2.กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ห้องสมุด ศาสนา บริษัท ห้างร้านในวงธุรกิจหรือรัฐบาล
- 3.สื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ รูปแบบสื่ออื่นๆ เป็นต้น

ในทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนั้น จะมีทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารปะปนอยู่ด้วย ซึ่งในที่นี้จะขอกล่าวพอสังเขป เพื่อมิให้เป็นการสับสน กระบวนการสื่อสารจะสำเร็จได้ต้องมีปัจจัยหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง และการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารก็เป็นปัจจัยหนึ่งในความสำเร็จดังกล่าวด้วย ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเองสนใจ ให้ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อ ทศนคติ และความต้องการของตนเท่านั้น

ข้อมูลข่าวสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของบุคคล ความต้องการข้อมูลข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลต้องการข้อมูลข่าวสารหรือไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่การแสวงหาข้อมูลนั้น จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น ปัจเจกบุคคลแต่ละคนยังมีขั้นตอนและมีกระบวนการในการเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน

ผู้รับสารจะเลือกข้อมูลข่าวสารจากสื่อโดยอ้อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพการณ์ในสังคมของผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในสังคม การที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทใดก็ตาม เพื่อตอบสนองความต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการนำไปใช้ประโยชน์ของตนเอง การกระทำนั้นเรียกว่า **พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร** นั่นเอง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากจะเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิด และความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่นๆ อีก เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองตอบความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจ

ปัจจุบันในยุคสังคมสารสนเทศ สื่อมวลชนไม่ใช่ทางเลือกเดียวในการแสวงหาข่าวสาร ในโลกที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทันสมัยนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการแสวงหาข่าวสารโดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษา นอกเหนือจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแบบเดิม ในที่นี้รวมถึงการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศด้วยเช่นกัน ซึ่งการเลือกช่องทางใดเป็นสื่อกลางในการแสวงหาข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ข้อจำกัดและอุปสรรคในการเลือกช่องทางต่างๆ ในการสื่อสารนั่นเอง

### ➤ ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์

การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication: CMC) เป็นการสื่อสารที่ใช้ข้อความเป็นหลัก (Text Base Communication) ปราศจากอารมณ์ (Socio-emotional) ไม่มีความเป็นส่วนตัว (Impersonal) ขาดอภัยาศัยไมตรี (Sociable) ขาดความเป็นกันเอง (Friendly) ขาดบริบททางสังคม ทำให้ยากต่อการทำความเข้าใจและการใช้ (Cues-Filtered –Out) ตลอดจนเป็นสิ่งใหม่ (Social-Oriented) ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้การปรับตัวให้เข้าใจในสื่อและสารที่ส่งผ่านสื่อ (Task-Oriented) รวมไปถึงการขาดความนิยมและการยอมรับในสังคม (Social Presence) แต่การพัฒนาในเชิงเทคโนโลยีตลอดจนกระบวนการปรับตัวของประชากรให้เข้ากับเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดความตื่นตัวและในการพยายามศึกษาหาความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ จึงทำให้การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น

Dona L. Hoffman and Thomas P. Novak<sup>28</sup> ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับภาวะการสื่อสาร โดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Environment: CME) ในการสื่อสารแบบ Hypermedia ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นสภาวะการสื่อสารผ่านสภาพแวดล้อมที่เป็นตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Hypermedia Computer-Mediated Environment) บนอินเทอร์เน็ตเวิลด์ไวด์เว็บ ซึ่งเป็นเครือข่ายแรกที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระดับโลก สามารถให้คำนิยามอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับ Hypermedia CME ว่าเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับแจกจ่ายข่าวสาร ใช้เพื่อเข้าถึงข้อมูลและจัดเตรียมเนื้อหาสำหรับสื่อชั้นสูง อย่างไรก็ตาม การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งใหม่ในสังคมที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ (Socially Oriented) และความไม่เจาะจงในการสื่อสารแบบ CMC ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า การสื่อสารที่ไม่เจาะจงผู้รับสารหรือปราศจากอารมณ์ในการสื่อสาร (Socio-emotional) ไม่เหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) นอกจากนี้ การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นกันเอง ไม่ไร้อารมณ์ และไม่เจาะจงผู้รับสาร แต่กลับเป็นการสื่อสารที่ค่อนข้างเป็นทางการและยากต่อการตีความ ผู้ร่วมสื่อสารในการสื่อสารแบบ CMC ต้องปรับสภาพตัวเองให้เข้ากับการสื่อสารมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

การใช้คอมพิวเตอร์ในระบบการสื่อสารพฤติกรรมของบุคคลนั้น มีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตและการตัดสินใจ การเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลารว่างมากขึ้น มีทางเลือกและเวลารว่างในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพลิดเพลินมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ส่วนผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่ม ได้แก่ การเพิ่มความต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงด้านขบวนการธรรมชาติของโครงสร้างทางสังคม เช่น การเพิ่มการสื่อสารในกลุ่มในลักษณะที่ไม่เป็นทางการให้มากขึ้น การกระจายการสื่อสารออกไป และสามารถขยายขนาดของกลุ่มให้ใหญ่ขึ้น เป็นต้น

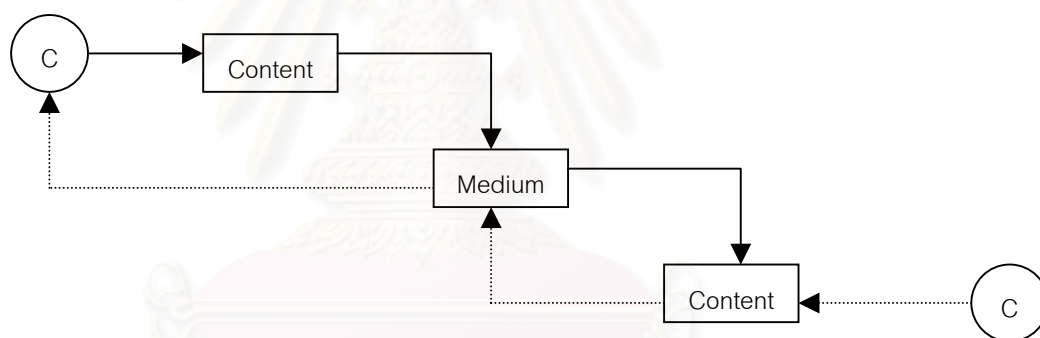
การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ไม่ใช่วิธีการสื่อสารที่สมบูรณ์แบบที่สามารถทดแทนการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ เพราะว่า CMC ต้องใช้เวลาในการสื่อสารที่นานกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ ดังนั้น เมื่อมีความต้องการสื่อสารในเวลาอันจำกัด CMC มักจะทำให้การสื่อสารไม่เป็นไปตามจุดมุ่งหมาย แต่ถ้าเวลาไม่ใช่

<sup>28</sup> Hoffman, Donna L. & Novak, Thomas P. Marketing in Hypermedia Computer – Mediated Environments .

สาระสำคัญในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (CMC) ถือว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

สื่ออินเทอร์เน็ต นับว่าเป็นช่องทางของสารที่ทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ขึ้น รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ลักษณะนี้เรียกว่า Machine Inter-activity ในกรณีนี้ ตัวสื่อเป็นเพียงท่อส่งสาร (Conduit) ที่เชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร คุณลักษณะของสื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่ถูกจำกัดรูปแบบในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารทางคอมพิวเตอร์จะขาดอวัจนภาษา ไม่สามารถมองเห็นสีหน้าหรือได้ยินเสียงของผู้ร่วมสื่อสาร ดังแบบจำลองต่อไปนี้

#### แบบจำลอง : การสื่อสารแบบ Computer - Mediated Communication



Donna L. Hoffman and Thomas P. Novak (1995)

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในกระบวนการสื่อสารที่มีความสำคัญในปัจจุบัน โดยสามารถค้นคว้าข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่ในเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยไม่จำกัดรูปแบบอย่างสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นลักษณะสื่อหลายแบบ (Multimedia) ไม่ว่าจะเป็นทางภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว จะช่วยสร้างบรรยากาศในการสื่อสาร อีกทั้งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังสามารถเลือกเดินทางเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ (Link) หรือการใช้บริการค้นหาข้อมูล (Search) ในการเปิดรับ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตามความต้องการ ความสนใจของผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตก็ได้

## ➤ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต

### ความหมายของสื่ออินเทอร์เน็ต

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ “สื่ออินเทอร์เน็ต” ไว้ดังนี้

พรทิพย์ โล่ห์เลขา (2537)<sup>29</sup> กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ต” เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นกระบวนการคอมพิวเตอร์ข้อมูลทางสาย (Online) ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างระบบและต่างชนิด ร่วมกับสายเคเบิลและผู้ใช้จำนวนมากอาศัย Software และเครื่องช่วยสื่อสารต่างๆ ในแง่วิชาการ “อินเทอร์เน็ต” เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่สื่อสารกัน โดย Transmission Control Protocol / Internet Protocol (TCP / IP) ซึ่งหมายถึง กฎเกณฑ์ที่คอยคุมกระบวนการส่งข่าวสารไปมาระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ การมี TCP / IP ใช้ร่วมกับผู้ใช้จึงสามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของตน กับเครือข่ายใดก็ได้ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เพื่อติดต่อผู้อื่น หรือ เพื่อสื่อสารกับ Software ของแต่ละเครือข่ายบนอินเทอร์เน็ต

สมใจ บุญศิริ (2538)<sup>30</sup> กล่าวว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” คือ “ข่ายแห่งข่าย” หมายถึง การเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่ายจำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน นั่นคือ ใช้โปรโตคอล TCP / IP ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหลายในข่ายแห่งข่ายนี้สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใดๆ อาจเป็นตัวอักษร หรือ ข้อความ ภาพ เสียง ได้ทั้งสิ้น

อภิปต์ย์ คลี่สุนทร (2540)<sup>31</sup> กล่าวว่า “อินเทอร์เน็ต” เป็นเสมือนระบบเครือข่ายทางเดินข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งมีระบบเชื่อมโยงและมีระบบแจกจ่ายจากแต่ละจุดย่อยเล็กๆ ไปยังจุดใหญ่ หรือ จากจุดใหญ่ไปยังจุดย่อย ซึ่งเปรียบเสมือนการรวมห้องสมุดของสรรพวิทยาและตำราต่างๆ มาไว้ใช้ด้วยกันที่เป็นระบบเปิดเพื่อครอบคลุมผู้ใช้ทั่วโลก

<sup>29</sup> พรทิพย์ โล่ห์เลขา. การรับส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์ Electronic mail (E-mail). (กรุงเทพมหานคร : อุษากการพิมพ์) , 2537.

<sup>30</sup> สมใจ บุญศิริ. อินเทอร์เน็ต : นานาสาระแห่งบริการ . (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) , 2538.

<sup>31</sup> อภิปต์ย์ คลี่สุนทร. Internet และ School net กับการเสริมสร้างคุณภาพการศึกษาไทย . เอกสารอัดสำเนา , 2540.

อินเทอร์เน็ต ย่อมาจากคำว่า Interconnecting กับ Network ซึ่งคำว่า *Interconnecting* หมายความว่า “การเชื่อมโยงระหว่าง” ส่วนคำว่า *Network* หมายความว่า “เครือข่าย” ดังนั้น คำว่า “อินเทอร์เน็ต” จึงหมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันระหว่างประเทศ / ทั่วโลก ซึ่งเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีศูนย์กลาง เนื่องจากคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่อยู่ในระบบนี้ จะถือว่าอยู่ในระดับเท่าเทียมกัน โดยไม่มีแม่ข่ายเหมือนกับคอมพิวเตอร์ในระบบอื่นๆ เช่น ระบบ LAN, UNIX ที่การทำงานทุกอย่างต้องขึ้นอยู่กับส่วนกลาง ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงเครื่องคอมพิวเตอร์จากที่ต่างๆ ทั่วโลกไว้ด้วยกัน เป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ครอบคลุมเกือบทุกประเทศในโลก จนมีผู้กล่าวว่า เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็น Network of Networks

จากที่นักวิชาการหลายๆ ท่าน ได้ให้ความหมายของ “อินเทอร์เน็ต” ไว้ว่า พอสสรุปความหมายของ “สื่ออินเทอร์เน็ต” ว่า เป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย (Network) จำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน คือ ใช้โปรโตคอล เป็นสื่อกลางในการสื่อสารของคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกันเป็นเครือข่ายและสามารถติดต่อถึงกันได้ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้โดยสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นจะอยู่ในรูปแบบใดๆ อาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความ หรือ เสียง แต่ประโยชน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการสื่อสารข้อมูล

### ความเป็นมาของสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต ถือกำเนิดขึ้นในปี 2512<sup>32</sup> เป็นช่วงยุคสงครามเย็นระหว่างรัสเซียและสหรัฐอเมริกา โดยประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำการวางโครงการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ในกระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกา ในโครงการของ US Department of Defense ระบบเครือข่ายนี้มีชื่อเรียกว่า ARPANET (Advanced Research Projects Agent Network) ต่อมาได้ขยายเครือข่ายของ ARPANET ออกไป โดยเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่างๆ รวม 50 แห่ง ในปี 2515 โดยเครือข่ายนี้ เพื่อการค้นคว้าและวิจัยทางทหารเป็นส่วนใหญ่

<sup>32</sup> ตัน ตัณฑุทธิวงศ์, สุพจน์ ปุณณชัยยะ และ สุวัฒน์ ปุณณชัยยะ . **รอบรู้ Internet และ World Wide Web** . (กรุงเทพมหานคร : โปรวิชั่น) , 2539.

จนกระทั่งปี 2525 ได้มีมาตรฐานใหม่ออกมาเรียกว่า “Transmission Control Protocol / Internet Protocol” หรือ โปรโตคอล แบบ TCP / IP นี้ ทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ต่างชนิดกัน สามารถรับส่งข้อมูลไปมาระหว่างกันได้ และนับว่าเป็นหัวใจของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเลยทีเดียว

ต่อมาในปี 2529 มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติ หรือ National Science Foundation (NSF) ของสหรัฐอเมริกาวางระบบเครือข่ายขึ้นมาอีก เรียกว่า NSFNET เพื่อให้ประโยชน์ทางการศึกษา และค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้โปรโตคอล TCP / IP เป็นมาตรฐานในการรับส่งข้อมูล ทำให้ การขยายตัวของ Network เป็นไปอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

หลังจากที่ ARPANET ได้รวมเข้ากับ NSFNET ในปี 2530 เครือข่าย ARPANET ก็ค่อยๆ ลดบทบาทลง เนื่องจากเปลี่ยนไปใช้ของ NSFNET แทน จนกระทั่งปี 2533 เลิกใช้งาน ARPANET โดยสิ้นเชิง แต่จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายก็ยังคงเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณต่อไป อีกทั้งได้แพร่ ขยายออกไปประเทศต่างๆ ทั่วโลกที่เห็นประโยชน์ จนกระทั่งพัฒนามาเป็น สื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานต่างๆ มากมาย

### **สื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย**

เริ่มต้นด้วยการติดตั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อเชื่อมต่อรับส่งข้อมูลกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับใช้ในการศึกษาของมหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ Asian Institute of Technology (AIT) ได้เชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย เพื่อรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างอาจารย์ในมหาวิทยาลัยทั้งสองแห่ง

ต่อมาในปี 2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เข้าวงจรรถาวรเชื่อมต่อรับส่งข้อมูลกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แบบออนไลน์เป็นครั้งแรก โดยเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ CUNET Technologies ทำหน้าที่เป็น ISP ในสหรัฐอเมริกา เป็นการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ชนิดเต็มรูปแบบ ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ หรือ NECTEC (National Electronics and Technology Center) ได้เชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ ของสถาบันการศึกษาในประเทศ จำนวน 6 แห่งเข้าด้วยกัน คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย , มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ NECTEC สำหรับใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางการศึกษาและวิจัยโดยเฉพาะ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเผยแพร่บริการผ่านสื่อ



อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยเรียกเครือข่ายนี้ว่า “ไทยสาร” (Thai Social / Scientific Academic and Research Network : Thaisarn) หลังจากนั้น ในปี 2536 เครือข่ายของไทยสาร ขยายขอบเขตบริการเชื่อมต่อกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ของรัฐบาลเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร และเริ่มมีบทบาทในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ดังจะเห็นได้จาก ปี 2538 รัฐบาลได้กำหนดให้เป็นปีเทคโนโลยีสารสนเทศไทย เพื่อต้องการเน้นความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ และเริ่มสนใจให้ความรู้และส่งเสริมการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ในงานต่างๆ ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ต เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ทั้งหน่วยงาน ธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจหลายๆ แห่ง ต่างให้ความสนใจมากขึ้น

### การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

ตามที่ได้อธิบายแล้วว่า อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายของเครือข่ายที่มีการเชื่อมโยงกันไปทั่วโลก ที่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งอาจเรียกว่า “เซิร์ฟเวอร์” (server) หรือ “โฮสต์” (host) เชื่อมต่อเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันได้ขยายเข้าสู่เรื่องของการค้าและธุรกิจแทบจะทุกด้าน บริการต่างๆ บนสื่ออินเทอร์เน็ต อาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

#### 1. บริการด้านการสื่อสาร

เป็นบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถติดต่อรับส่งข้อมูลแลกเปลี่ยนกันได้ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวดเร็วกว่าการติดต่อแบบธรรมดาและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างถูกกว่ามาก

##### ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เป็นบริการติดต่อรับ-ส่งข้อความไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-mail กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และบริการอย่างรวดเร็ว ทันใจ และสะดวกมาก

##### สนทนาแบบออนไลน์

เป็นบริการสนทนากลุ่มพร้อมกันหลายคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเวลาเดียวกัน (โดยการพิมพ์) อาจจะคุยกันเป็นหลายๆ คนในลักษณะของการ chat (ชื่อเต็มๆ ว่า Internet Relay Chat หรือ IRC)

### กระดานข่าว หรือ บูลิตินบอร์ด

เป็นบริการคล้ายๆ กับระบบเป็นกลุ่มข่าว หรือ newsgroup ทุกๆ วันจะมีผู้ส่งข่าวกันผ่านระบบดังกล่าว โดยแบ่งออกตามกลุ่มที่สนใจ เพื่อบริการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็นของผู้ใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

### ftp

เป็นบริการติดต่อเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการในอินเทอร์เน็ต และดาวน์โหลด หรือโอนย้ายไฟล์ที่ต้องการมาที่ผู้ใช้ได้ หรือในทางกลับกันจะส่งไฟล์ออกไปยังเครื่องนั้นๆ ก็ได้

### telnet

เป็นบริการใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นในระยะไกล (Remote Login) หากมีรหัสผ่าน (Password) ก็สามารถใช้คอมพิวเตอร์เครื่องนั้นเหมือนเราไปที่เครื่องนั่นเอง

## **2. บริการค้นหาข้อมูลต่างๆ**

ผู้ให้บริการสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหรือหัวข้อใดๆ ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในอินเทอร์เน็ตมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้เชี่ยวชาญในแขนงต่างๆ เก็บข้อมูลเพื่อเผยแพร่เอาไว้มากมาย ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการวิจัย และเตรียมข้อมูลลงได้มาก และเปรียบเสมือนห้องสมุดขนาดยักษ์ที่ใช้งานได้ทันที

### Archie

เป็นบริการค้นหาข้อมูลบนโฮสต์ (Host) ที่ตนเองไม่ทราบว่าจะเก็บไว้ที่สถานใด แสดงรายชื่อแฟ้ม และรายชื่อโฮสต์เก็บแฟ้มข้อมูล

### Gopher

เป็นบริการค้นหาข้อมูลด้วยระบบเมนูที่มีให้เลือกค้นที่ละหัวข้อในการค้นหาผู้แต่ง ชื่อเรื่อง ชื่อที่เกี่ยวข้องในรายการนั้นๆ โดยไม่จำเป็นต้องใช้คำสั่งที่ซับซ้อน เสมือนศูนย์รวมของบัตรรายการข้อมูลและเอกสารต่างๆ

### Hytelnet

เป็นบริการที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการหาชื่อโฮสต์ และชื่อ login พร้อมคำอธิบายโดยย่อของแหล่งข้อมูล ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชื่อที่อยู่ของห้องสมุดต่างๆ ทั่วโลก

### WAIS (Wide Information Service)

เป็นบริการลักษณะศูนย์ข้อมูลอินเทอร์เน็ตโดยจะค้นหาเอกสารที่เกี่ยวข้องมากที่สุดกับคำสำคัญ หรือ วลีสำคัญที่กำหนด ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลและดัชนีสำหรับค้นหาข้อมูล และยังมีบริการเชื่อมโยงกับไปยังข้อมูลแบบ WAIS ให้ค้นหาได้หลายที่

### World Wide Web (WWW หรือ WEB)

เป็นบริการค้นหาข้อมูลโดยวิธีการ *hypertext* เรียกว่า *web server* หรือ *web site* กำหนดโดยรหัสสี่บิตค้นหาข้อมูล “รหัสสี่บิตค้นหาข้อมูลยูอาร์แอล” (URL : Uniform Resource Locate) และใช้คำขึ้นต้นด้วย *http://* แสดงถึง การเชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลเวปไซด์เวป ปัจจุบันมีการผนวกรูปภาพ, เสียง, ภาพเคลื่อนไหว นับเป็นบริการที่แพร่หลายและขยายตัวเร็วที่สุดบนอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังมีบริการอีกแบบ “บริการค้นหา” (Search Engine) เป็นเครื่องมือในการช่วยค้นหาข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้งานบน WWW ด้วยการหิวเรื่องและคำสำคัญในการสืบค้นหาข้อมูล

จากความนิยมของผู้ใช้บริการ WWW ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นบริการที่มีการเติบโตเร็วกว่าบริการอื่นๆ บนอินเทอร์เน็ต โดยอาจมีการขยายตัวไปให้ความสนใจกันอย่างมากนั้น ย่อมจะสร้างช่องทางในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผ่าน WWW ได้ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น เป็นสื่อที่เชื่อมโยงคนทั่วโลกไว้ด้วยกัน หากมีการดำเนินผ่านเครือข่ายนี้ย่อมจะเข้าถึงผู้ให้บริการทั่วโลก ทำให้องค์กร หรือบริษัทต่างๆ เล็งเห็นประโยชน์ดังกล่าว จึงพยายามหาวิธีการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของบริษัทของตนเองผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต โดยการจัดทำโปรแกรมที่บรรจุข้อมูลขององค์กรนั้นๆ ไม่ว่าจะประวัติ ลักษณะธุรกิจ สินค้า รวมทั้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง แล้วบรรจุข้อมูลดังกล่าวในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในลักษณะของหน้าโฆษณา (Homepage) ผู้ใช้บริการสามารถเข้าชมข้อมูลที่สนใจ

### **ความสำคัญของสื่ออินเทอร์เน็ตกับการท่องเที่ยว**

สื่ออินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนหนึ่งในระบบการสื่อสารที่ช่วยให้สังคมโลกมีความใกล้ชิดกัน ทำให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ การติดต่อสื่อสาร การทำงานมีความคล่องตัว สะดวก รวดเร็วเพิ่มมากกว่าอดีตและเข้ากับยุคปัจจุบัน คือ เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร / สารสนเทศ ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยให้บริการ เปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการศึกษา ค้นคว้า หาข้อมูลได้เรียนรู้ด้วยตนเองอีกทางหนึ่ง<sup>1</sup>

<sup>1</sup> มงคล แก้วจันทร์. “ชีวิตการสื่อสาร : การใช้ไอทีในชีวิตประจำวัน” อินเทอร์เน็ต . ปีที่ 6 ฉบับที่ 5(59) , 2544.

การสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต นับวันจะเป็นสื่อที่ทวีความสำคัญยิ่งขึ้น เนื่องจากเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากเทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆ เพราะว่ามีเครือข่ายที่ครอบคลุมไปทั่วโลก จึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการสื่อสารได้มากมาย อีกทั้งช่วยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น และสามารถเชื่อมถึงกันได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สังคมโลกเล็กหรือแคบลงด้วยประสิทธิภาพ หรือ ความรวดเร็วของระบบส่ง – รับ – กระจายข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณชน โดยผู้ที่สนใจ หรือ ต้องการข้อมูล จะสามารถสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ตเช่นกัน อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งข่าวที่ทันสมัย และช่วยให้รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้นในมุมอื่นๆ ของโลกได้อย่างรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือ แม้แต่โทรทัศน์<sup>33</sup>

เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้หลายองค์กรที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่กันเปิดเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์บริษัทและเป็นการเปิดให้บริการอีกทางหนึ่งผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกสบายมากขึ้น ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เปิดให้บริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งจะให้ข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับการเดินทาง ทั้งยังเปิดจองตั๋วเครื่องบินด้วยอย่างบริษัททัวร์ บริษัทขนส่ง ที่ให้บริการอยู่อย่างมากมาย มีการจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน บริการจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรมที่พัก ฯลฯ บริการเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการและเป็นสำหรับการเดินทางแทบทั้งนั้น ซึ่งบริการทั้งหมดนี้ได้เปลี่ยนแปลงมาอยู่ในรูปแบบของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตของเราด้วย และในปัจจุบันก็มีหลายเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการอยู่ รายชื่อเว็บไซต์ของหน่วยงานของรัฐ เช่น [www.tourismthailand.org](http://www.tourismthailand.org) หรือ [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ถ้าเข้าไปหาในเว็บไซต์ที่เปิดเป็นโดเมนทอร์แล้วลงค้นหาเรื่องการท่องเที่ยว จะพบว่า มีเว็บไซต์ต่างๆ มากมาย<sup>34</sup> เช่น [www.geocities.com/marinethai](http://www.geocities.com/marinethai) , [www.taluitour.com/](http://www.taluitour.com/) , [www.thailand\\_travel.ws](http://www.thailand_travel.ws) , [www.muangthai.com/](http://www.muangthai.com/) , [www.letsgothailand.com/](http://www.letsgothailand.com/) , [www.e-guidethailand.com/](http://www.e-guidethailand.com/) , [www.traveltips.com/thailand.htm](http://www.traveltips.com/thailand.htm) , [www.amazingsiam.com](http://www.amazingsiam.com) , [www.tothailand.com](http://www.tothailand.com) , [www.tuktukthailand.com](http://www.tuktukthailand.com) , [www.thailand.com](http://www.thailand.com) , [www.thai.com](http://www.thai.com) เป็นต้น ทางบริษัททัวร์ก็มีให้บริการเช่นกัน อาทิเช่น [www.citrintour.com](http://www.citrintour.com) , [www.weekend-tour.co.th](http://www.weekend-tour.co.th) , [www.thai.to/bbtour](http://www.thai.to/bbtour) ซึ่งแม้แต่เจ้าจำปี สายการบินแห่งชาติ “การบินไทย” ก็ไม่แคล้วที่จะเปิด

<sup>33</sup> เบญจรัตน์ มรรยาทอ่อน . “เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมบริการแห่งศตวรรษที่ 21” อุตสาหกรรมท่องเที่ยว . ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2544.

<sup>34</sup> Internet Today . ปีที่ 7 ฉบับที่ 73 เดือนกรกฎาคม , 2544.

เว็บไซต์ [www.thaiairways.com](http://www.thaiairways.com) หรือ [www.bangkokair.com](http://www.bangkokair.com) สายการบินบางกอกแอร์เวย์ เป็นอีกสายการบินที่เพิ่งเปิดตัวเว็บไซต์ไปหมาดๆ และมีความพร้อมในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการเปิดให้บริการสำรองที่นั่ง แสดงข้อมูลเกี่ยวกับตารางการบิน ราคาบัตรโดยสาร และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทั้งในประเทศและภูมิภาคอินโดจีน เปรียบเสมือนเป็น ONE-STOP-SHOP ให้กับผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว โดยปัจจุบันนี้สามารถเลือกที่จะชำระเงินผ่านเว็บไซต์ ระบบจะทำการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ของบางกอกแอร์เวย์ไปยังเว็บไซต์ของธนาคารเอเชีย โดยที่ผู้ที่เดินทางสามารถรับบัตรโดยสารได้ที่เคาเตอร์จำหน่ายบัตรโดยสารของบางกอกแอร์เวย์ทุกแห่ง และทำการเช็คอินขึ้นเครื่องได้ทันที นับได้ว่าเป็นการให้บริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็วอีกระบบหนึ่งและสามารถวางใจได้

ตัวอย่างเช่น <http://www.tat.or.th>

กรุงเทพฯ	พัทยา	ภูเก็ต (ภูเก็ต)
<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมชมพิธีสงฆ์</li> <li>ให้บริการขนส่งสัมภาระขึ้นเครื่องบิน</li> <li>มีรถรับส่ง (ฟรีค่ารถที่ 1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมชมพิธี</li> <li>ให้บริการชมพิธีสงฆ์ที่ท่าเรือและที่จอดรถ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ร่วมชมพิธีสงฆ์ที่ท่าเรือ</li> <li>ให้บริการชมพิธีสงฆ์ที่ท่าเรือ</li> <li>ร่วมชมพิธีสงฆ์</li> </ul>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดทำข้อมูลจังหวัดต่างๆ ทั้ง 76 จังหวัด ทั่วประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ให้ผู้สนใจทั่วไป เป็นข้อมูลเพื่อการค้นคว้าและอ้างอิง แก่นักเขียน นักศึกษา ข้อมูลทั้งหมดนี้ ท่านสามารถ download ได้ทั้งในรูปแบบเอกสาร MS-Word 6.0 (.doc) และรูปแบบเอกสาร Acrobat Reader (.pdf) หากท่านต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ สำนักงานของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในแต่ละภูมิภาค

Microsoft Word		Adobe Acrobat Reader	
กระบี่	เพชรบูรณ์	กระบี่	เพชรบูรณ์
<a href="#">กระบี่</a>	<a href="#">เพชรบูรณ์</a>	<a href="#">กระบี่</a>	<a href="#">เพชรบูรณ์</a>
<a href="#">กรุงเทพมหานคร</a>	<a href="#">แพร่</a>	<a href="#">กรุงเทพมหานคร</a>	<a href="#">แพร่</a>
<a href="#">กาญจนบุรี</a>	<a href="#">ภูเก็ต</a>	<a href="#">กาญจนบุรี</a>	<a href="#">ภูเก็ต</a>
<a href="#">กาฬสินธุ์</a>	<a href="#">มหาสารคาม</a>	<a href="#">กาฬสินธุ์</a>	<a href="#">มหาสารคาม</a>
<a href="#">กำแพงเพชร</a>	<a href="#">มุกดาหาร</a>	<a href="#">กำแพงเพชร</a>	<a href="#">มุกดาหาร</a>
<a href="#">ขอนแก่น</a>	<a href="#">แม่ฮ่องสอน</a>	<a href="#">ขอนแก่น</a>	<a href="#">แม่ฮ่องสอน</a>
<a href="#">จันทบุรี</a>	<a href="#">ยโสธร</a>	<a href="#">จันทบุรี</a>	<a href="#">ยโสธร</a>
<a href="#">ฉะเชิงเทรา</a>	<a href="#">ยะลา</a>	<a href="#">ฉะเชิงเทรา</a>	<a href="#">ยะลา</a>
<a href="#">ชลบุรี</a>	<a href="#">ร้อยเอ็ด</a>	<a href="#">ชลบุรี</a>	<a href="#">ร้อยเอ็ด</a>
<a href="#">ชัยนาท</a>	<a href="#">ระนอง</a>	<a href="#">ชัยนาท</a>	<a href="#">ระนอง</a>
<a href="#">จันทบุรี</a>	<a href="#">จันทบุรี</a>	<a href="#">จันทบุรี</a>	<a href="#">จันทบุรี</a>

ตัวอย่างเช่น <http://www.thai.com>

Thailand Weather & Time

Daily Amazing Place

The elephant on the beach  
Phuket Province, Thailand  
Phuket is a large island in the Indian Ocean, is 867 kms. from Bangkok. It is the only island having provincial status, and was a regional headquarters as well, with a rich and colorful history.  
photo from [corbis.com](http://corbis.com)

Events

18 November 2000 - 25 July 2001  
FREE VIEWING OF "NIGHTS AT WAT ARUN"  
LIGHT & SOUND PRESENTATION

4 February 2001 - 31 December 2001  
Every Sunday **GULF OF THAILAND SUNDAY CRUISE** by the Chao Phraya Express Boat and the Ancient City Ruins from Malacca Pier

อินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นที่ยอมรับทั้งบริการและเป็นเครื่องมือสืบค้นข้อมูลหลากหลายประเทศ จนกระทั่งกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในปัจจุบันนี้ การให้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว นับว่าเป็นการเปิดโอกาสและเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการอำนวยความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะจะเป็นรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง แผนที่ เทศกาลและงานประเพณี สถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง พยากรณ์อากาศ บริษัททัวร์ เกร็ดความรู้ของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ นอกจากนี้ ยังสามารถถามคำถามเพิ่มเติม โดยการตั้งกระทู้คำถามทิ้งไว้ภายในกระดานข่าว ซึ่งจะมีผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้มีประสบการณ์ ช่วยตอบคำถาม วิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ในคำถามนั้นให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ

สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นการสื่อสารแบบใหม่ซึ่งมีช่องทาง (Channel) ที่มีศักยภาพในการติดต่อสื่อสารอีกสื่อหนึ่ง ซึ่งเหมาะกับโลกในยุคปัจจุบันที่ไร้พรมแดนของเวลาและสถานที่มาขวางกั้น การเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจึงมีโอกาสดังกล่าวและสามารถสืบค้น หาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตได้อีกหนึ่งทางเลือก อีกทั้งยังมีการปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการสื่อสารด้วย โดยผ่าน “กระดานข่าว” คือ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้นและรวดเร็ว

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

#### 1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ (2531) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารความรู้ ความเข้าใจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตนครเชียงใหม่ พบว่าปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรม

กรรมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยกเว้นความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมชาติ สุภฤตยานันท์ (2533) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า นิตยสารเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวไทยได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ โทรทัศน์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสื่อบุคคล ส่วนสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารในระดับที่น้อย ในด้านเชื่อมต่อแหล่งข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด โดยที่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว การใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และความบ่อยครั้งในการเดินทาง แต่การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

โสภภาพรณ สุทธิศักดิ์ (2539) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวที่มา จ.เพชรบุรี ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล โดยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว จ.เพชรบุรี และไม่มีสื่อใดที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์กับระยะเวลาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว จ.เพชรบุรี

## 2.งานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ และความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะชายมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่าหญิง นักศึกษาที่มีอายุน้อยมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่ไม่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์



เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชน และอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในเรื่องเกี่ยวกับการศึกษา ค้นคว้า วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี บันเทิง ตามลำดับ บริการอินเทอร์เน็ตที่นิยมมากที่สุด คือ เวลต์ไวด์เว็บ การสื่อสารสองทางผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และถ่ายโอนแฟ้มข้อมูลประเภทซอฟต์แวร์เพื่อมาใช้งาน

เรวดี คงสุภาพกุล (2539) ได้ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเรียนรู้การใช้บริการเพื่อติดต่อ ค้นคว้างานวิจัย ข้อมูลวิชาการ การคุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวจะทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น เพราะสามารถใช้ค้นคว้าเพิ่มเติมที่ห้องเรียน และการค้นคว้าข้อมูลที่บ้าน นอกจากนี้ความถี่ในการใช้นั้นเกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างสถาบัน เพื่อนต่างประเทศ การค้นคว้าศึกษาต่อ พิมพ์จดหมายข่าว งานมัลติมีเดีย และการชักชวนเพื่อนให้ใช้ตาม ส่วนอุปสรรคที่เกิดขึ้นนั้นมาจากปัญหาด้านระบบและคู่มือ

งานวิจัยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ผู้วิจัยจะศึกษาในเรื่อง การเปิดรับ การแสวงหาข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากในปัจจุบันนี้ถือว่าการใช้อินเทอร์เน็ตนี้เป็นสื่อที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมาก แต่ยังไม่มีการศึกษาในเรื่อง การเปิดรับและแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทางผู้วิจัยเห็นว่า นิสิต นักศึกษา เป็นกลุ่มประชากรที่กำลังจะเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติในอนาคต อีกทั้งการท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยพัฒนาประเทศทั้งในทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศในขณะนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน

สถาบันนวัตกรรมการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่สำคัญในปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการให้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการศึกษาตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ สถาบันการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา และรายได้ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการศึกษาแบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบเอง (Self Report)

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาตรีที่เคยใช้บริการสื่ออินเทอร์เน็ต ในมหาวิทยาลัย ทั้งของรัฐและเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเปิดสอนทั้งในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ รวม 17 สถาบัน ดังนี้ (ข้อมูลปี 2544 จาก [www.mua.go.th](http://www.mua.go.th))

มหาวิทยาลัยของรัฐที่เปิดสอนทั้ง 2 สาขา ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 สถาบัน ดังนี้

1.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มีจำนวนนิสิต	19,365 คน
2.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	มีจำนวนนิสิต	19,700 คน
3.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	มีจำนวนนักศึกษา	16,415 คน
4.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	มีจำนวนนักศึกษา	8,912 คน
5.มหาวิทยาลัยศิลปากร	มีจำนวนนักศึกษา	5,353 คน
6.มหาวิทยาลัยมหิดล	มีจำนวนนักศึกษา	7,996 คน
7.มหาวิทยาลัยรามคำแหง	มีจำนวนนักศึกษา	376,750 คน
8.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช	มีจำนวนนักศึกษา	58,664 คน
	รวมทั้งสิ้น	<u>513,155</u> คน

มหาวิทยาลัยของเอกชนที่เปิดสอนทั้ง 2 สาขา ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 สถาบัน  
ดังนี้

1.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มีจำนวนนักศึกษา	23,334 คน
2.มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	มีจำนวนนักศึกษา	11,095 คน
3.มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	มีจำนวนนักศึกษา	19,881 คน
4.มหาวิทยาลัยศรีปทุม	มีจำนวนนักศึกษา	15,099 คน
5.มหาวิทยาลัยสยาม	มีจำนวนนักศึกษา	11,876 คน
6.มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มีจำนวนนักศึกษา	22,172 คน
7.มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ	มีจำนวนนักศึกษา	16,003 คน
8.มหาวิทยาลัยรังสิต	มีจำนวนนักศึกษา	11,022 คน
9.มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	มีจำนวนนักศึกษา	<u>6,934</u> คน
	รวมทั้งสิ้น	<u>137,416</u> คน

จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เปิดสอนทั้งสาขาวิทยาศาสตร์ และสาขา  
สังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ในกรุงเทพมหานคร **รวมทั้งสิ้น 650,571 คน**

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อถือ 95 % และความผิดพลาด 5 % โดย  
การวิจัยครั้งนี้ คำนวณจากสูตร <sup>1</sup>

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	ขนาดของประชากร
	e	คือ	ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้ (กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

<sup>1</sup> บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์.ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 5.(กรุงเทพมหานคร : สามเจริญพานิช),

โดยที่จำนวนขนาดของประชากรในการวิจัยนี้เท่ากับ 650,571 คน เมื่อนำมาคำนวณตามสูตร จะได้ดังนี้

$$n = \frac{650,571}{1 + 650,571 (0.05)^2}$$

$$= 399.754 \quad \text{คน}$$

จากจำนวนประชากรทั้งหมด 650,571 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เป็นจำนวนทั้งสิ้น 440 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามากกว่าที่คำนวณไว้ เพื่อช่วยลดความผิดพลาดและค่าสถิติที่ใกล้ค่าที่ควรจะได้จากประชากร (ประคอง กรรณสูตร , 2538 , น.10-11)

### วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือการสุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาปริญญาตรี ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เปิดการสอนทั้งสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ และเคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามได้ตรงตามตัวแปรที่กำหนดไว้ พฤติกรรมการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### 1. โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งพวก (Stratified Random Sampling)

- นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

**กลุ่มที่ 1** นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐบาล จำนวน 8 สถาบัน

**กลุ่มที่ 2** นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยของเอกชน จำนวน 9 สถาบัน

- สาขาวิชาที่กำลังศึกษา แบ่งออกเป็น 2 สาขา คือ

**กลุ่มที่ 1** สาขาวิชาวิทยาศาสตร์

ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์,คณะเภสัชศาสตร์,คณะแพทยศาสตร์,คณะสัตวแพทย์,คณะวิศวกรรมศาสตร์,คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์,คณะทันตแพทยศาสตร์, คณะสหเวชศาสตร์,คณะพยาบาลศาสตร์

**กลุ่มที่ 2** สาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์

ได้แก่ คณะครุศาสตร์, คณะนิติศาสตร์,คณะนิเทศศาสตร์(วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน) , คณะพาณิชยศาสตร์การการบัญชี(บริหาร), คณะรัฐศาสตร์ , คณะศิลปศาสตร์(อักษร) ,คณะเศรษฐศาสตร์ ,คณะสังคมสงเคราะห์ , คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา

2. โดยใช้วิธีสุ่มแบบธรรมดา (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับสลากเลือกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของสถาบัน ออกเป็น กลุ่มละ 2 สถาบัน คือ

**กลุ่มที่ 1** มหาวิทยาลัยของรัฐ

ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**กลุ่มที่ 2** มหาวิทยาลัยของเอกชน

ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ

3. โดยใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดกลุ่มตัวอย่าง(Quota Sampling) โดยมีสัดส่วนที่เท่ากันจากการแบ่งออกเป็น

**ประเภทของมหาวิทยาลัย** ดังต่อไปนี้

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	110	คน
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	110	คน
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	110	คน
- มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	<u>110</u>	คน
	รวมกลุ่มตัวอย่าง	<u>440</u>	คน

**สาขาวิชาที่ศึกษา** โดยกำหนดให้สาขาวิชาละ 55 คน ทั้งสองสาขาวิชา ในทุกมหาวิทยาลัยที่เลือกสุ่มตัวอย่าง (4 สถาบัน)

4. โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 440 คน

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งตามสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

**ตัวแปรอิสระ :** ลักษณะทางประชากรของนิสิตนักศึกษา(เพศ รายได้ต่อเดือน รายได้ของครอบครัว) ลักษณะการศึกษาของนิสิตนักศึกษา(สถาบันการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา)

**ตัวแปรตาม :** การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของนิสิตนักศึกษา

**สมมติฐานข้อที่ 2.** การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ

**ตัวแปรอิสระ :** การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ (สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ)

**ตัวแปรตาม :** การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา

**สมมติฐานข้อที่ 3.** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และ มหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

**ตัวแปรอิสระ :** นิสิตศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน

**ตัวแปรตาม :** ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย บนสื่ออินเทอร์เน็ต ของนิสิตนักศึกษา

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม(Questionnaire)โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) 1 ชุด ประกอบด้วย คำถาม 23 ข้อ โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับ **ลักษณะทางประชากร** ของนิสิตนักศึกษา

- ได้แก่
- เพศ (Age)
  - รายได้ที่ได้รับต่อเดือน
  - รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

**ลักษณะการศึกษา** ของนิสิตนักศึกษา

- ได้แก่
- สถาบันการศึกษา
  - สาขาวิชาที่ศึกษา

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับ **การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย**

- ได้แก่
- ความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแต่ละครั้ง
  - ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแต่ละครั้ง
  - สถานที่ที่สนใจ / นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - ภาคใดที่สนใจ / นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับ **ข้อมูลการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต**

- ได้แก่
- การใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
  - ประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ต
  - ความถี่ของการใช้อินเทอร์เน็ต
  - ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง
  - สถานที่ที่ใช้บริการใช้อินเทอร์เน็ต

**ส่วนที่ 4** เป็นคำถามเกี่ยวกับ **พฤติกรรมกาเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย**

- ได้แก่
- ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - สื่อที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - เหตุผลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - ความสนใจและความต้องการข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย
  - วิธีการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต
  - ลักษณะของข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ต้องการในเว็บไซต์

**ส่วนที่ 5** เป็นคำถามเกี่ยวกับ **ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต**

- ได้แก่
- ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต
  - ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
  - ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต
  - ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต

### การตรวจสอบเครื่องมือ

หลังจากทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาที่วิจัย

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (Try – out) กับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงที่เลือกไว้ จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละส่วนของแบบสอบถามว่า สามารถสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ ตลอดจนตรวจสอบความยากง่ายของคำถามให้มีความเหมาะสม หลังจากนั้น นำมาหาความเชื่อถือได้ ดังต่อไปนี้



- ◆ การคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามถาม ในลักษณะของมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ที่วัดพฤติกรรมการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อถือได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) จากสูตรของ Cronbach <sup>2</sup>

### สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

$$\alpha = \frac{K}{(K - 1)} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

$\alpha$ คือ	ค่าความเชื่อถือได้
$K$ คือ	จำนวนข้อ
$V_i$ คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
$V_t$ คือ	ความแปรปรวนของคะแนนทุกข้อรวมกัน

### ผลการทดสอบ Pretest

- ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 5 ข้อ มีความน่าเชื่อถือ 0.72
- ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 19 ข้อ มีความน่าเชื่อถือ 0.85

ค่าความน่าเชื่อถือที่ได้รับจากแบบสอบถามแต่ละตอนดังกล่าว ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

<sup>2</sup> วิเชียร เกตุสิงห์ . การวิจัยเชิงปฏิบัติ , (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เจริญผล , 2543) , หน้า 93.

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยเริ่มทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 ชุด จากนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในกรุงเทพมหานครตามที่กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม – เดือนธันวาคม 2544 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน

## เกณฑ์การให้คะแนน

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการวัดค่าตัวแปร ดังนี้

**1. ลักษณะทางประชากร** ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ สถาบันการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา รายได้ต่อเดือน รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

## 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ศึกษาความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระยะเวลา 1 ปี โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-4 คะแนน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ดังนี้

1 - 2 ครั้ง = 1 คะแนน

2 - 4 ครั้ง = 2 คะแนน

5 - 6 ครั้ง = 3 คะแนน

มากกว่า 6 ครั้ง = 4 คะแนน

- ศึกษาระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-4 คะแนน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ดังนี้

1 - 2 วัน = 1 คะแนน

2 - 4 วัน = 2 คะแนน

4 - 6 วัน = 3 คะแนน

มากกว่า 6 วัน = 4 คะแนน

- ศึกษาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-4 คะแนน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ดังนี้

1 – 1,500 บาท	=	1	คะแนน
1,501 – 3,000 บาท	=	2	คะแนน
3,001 – 4,500 บาท	=	3	คะแนน
มากกว่า 4,500 บาท	=	4	คะแนน

- ศึกษาสถานที่ ภาคในประเทศไทยที่สนใจ/นิยมในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ

เลือกตอบให้	1	คะแนน
ไม่เลือกตอบให้	0	คะแนน

### 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต

- ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ

เลือกตอบให้	1	คะแนน
ไม่เลือกตอบให้	0	คะแนน

- ศึกษาระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-4 คะแนน โดยเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ดังนี้

น้อยกว่า 1 ปี	=	1	คะแนน
1 – 2 ปี	=	2	คะแนน
3 – 4 ปี	=	3	คะแนน
มากกว่า 4 ปี	=	4	คะแนน

- ศึกษาความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-6 คะแนน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

ทุกวัน	=	6	คะแนน
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	=	5	คะแนน
สัปดาห์ละ 1 – 3 ครั้ง	=	4	คะแนน
2 สัปดาห์ / 1 ครั้ง	=	3	คะแนน
เดือนละ 1 ครั้ง	=	2	คะแนน
นานๆ ครั้ง	=	1	คะแนน

- ศึกษาระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-6 คะแนน โดยเรียงลำดับจากน้อย ไปมาก ดังนี้

น้อยกว่า 15 นาที	=	1	คะแนน
15 – 30 นาที	=	2	คะแนน
0.5 – 1 ชั่วโมง	=	3	คะแนน
1 – 1.5 ชั่วโมง	=	4	คะแนน
1.5 – 2 ชั่วโมง	=	5	คะแนน
มากกว่า 2 ชั่วโมง	=	6	คะแนน

- ศึกษาสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ

เลือกตอบให้	1	คะแนน
ไม่เลือกตอบให้	0	คะแนน

#### 4. พฤติกรรมการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

- ศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผ่านสื่อต่างๆ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ 1-4 คะแนน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

ทุกวัน	=	4	คะแนน
ค่อนข้างบ่อย	=	3	คะแนน
นานๆ ครั้ง	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้  
 คะแนนระดับ 1.00 – 1.99 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับต่ำ  
 คะแนนระดับ 2.00 – 2.99 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับ

ปานกลาง

คะแนนระดับ 3.00 – 4.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับสูง



หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้  
 คะแนนระดับ 1.00 –1.49 หมายถึง มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับ  
 น้อยมาก  
 คะแนนระดับ 1.50 –2.49 หมายถึง มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับ  
 น้อย  
 คะแนนระดับ 2.50 –3.49 หมายถึง มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับ  
 ปานกลาง  
 คะแนนระดับ 3.50 –4.49 หมายถึง มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับ  
 มาก  
 คะแนนระดับ 4.50 –5.00 หมายถึง มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับ  
 มากที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพื่ออธิบายข้อมูลตามลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วย เพศ รายได้ต่อเดือน รายได้ของครอบครัวของนิสิตนักศึกษา สถาบันการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา รวมทั้งพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและลักษณะพฤติกรรม การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) นำเสนอข้อมูล ด้วยตารางแบบร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

#### 2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

เพื่อทดสอบสมมติฐาน แต่ละข้อ ดังต่อไปนี้

#### **สมมติฐานข้อที่ 1. นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน**

- การวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-Test และการวิเคราะห์ ความแปรปรวน (One – Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทาง ประชากรของนิสิตนักศึกษาในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ อินเทอร์เน็ต

**สมมติฐานข้อที่ 2.** การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่น ๆ

- การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต

**สมมติฐานข้อที่ 3** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

- การวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One – Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ในด้านปัญหาการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

### การประมวลผลข้อมูล

1. โดยนำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลตามแนวทางที่วางรูปแบบไว้  
(กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ในกรุงเทพมหานคร)
2. ตรวจสอบ ความครบถ้วนของข้อมูล และความถูกต้อง ในการกรอแบบสอบถาม
3. จัดระเบียบข้อมูล โดยการลงรหัส (Coding) แบบสอบถามทุกฉบับ
4. บันทึกข้อมูลและคำสั่ง โดยใช้โปรแกรม SPSS+ for Windows
5. วิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติที่กำหนดไว้ เพื่อเป็นการนำเสนอผลการวิจัย

สถาบันนวัตกรรมการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา ” มีผลการวิจัยนำเสนอตามลำดับดังนี้

**ตอนที่ 1** วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่อการวิเคราะห์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 เสนอผลการวิเคราะห์ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษา

ส่วนที่ 3 เสนอผลการวิเคราะห์ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา

ส่วนที่ 4 เสนอผลการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษา

ส่วนที่ 5 เสนอผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา และ อุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา

**ตอนที่ 2** วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing) รวมทั้งสิ้น 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1

นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ

สมมติฐานที่ 3

นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐ และ มหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน



โดยสมมติฐานที่ 1 และ สมมติฐานที่ 3 เป็นการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปร ใช้การวิเคราะห์สมมติฐานด้วย T-Test และ One-way ANOVA

ส่วนสมมติฐานที่ 2 เป็นการศึกษาเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของการเปิดรับสื่อต่างๆ (สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regress Analysis)

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

### เพศ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	219	49.8
หญิง	221	50.2
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีสัดส่วนของเพศที่เกือบจะเท่ากัน คือ นิสิตนักศึกษาเพศชาย ร้อยละ 49.8 และนิสิตนักศึกษาเพศหญิง ร้อยละ 50.2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### รายได้ของนิสิตนักศึกษา

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	9.1
2,001 – 4,000 บาท	177	40.2
4,001 – 6,000 บาท	120	27.3
มากกว่า 6,000 บาท	101	23.0
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น รายได้ของนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับรายได้ระหว่าง 2,001 – 4,000 บาท/เดือน ร้อยละ 40.2 รองลงมานิสิตนักศึกษามีระดับรายได้ระหว่าง 4,001 – 6,000 บาท/เดือน และนิสิตนักศึกษามีระดับรายได้มากกว่า 6,000 บาท/เดือน ตามลำดับ ส่วนนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท/เดือน มีน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 9.1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### รายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษาต่อเดือน

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	13.2
10,001 – 20,000 บาท	73	16.6
20,001 – 30,000 บาท	74	16.8
30,001 – 40,000 บาท	49	11.1
40,001 – 50,000 บาท	58	13.2
มากกว่า 50,000 บาท	127	28.9
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น รายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือน ร้อยละ 28.9 รองลงมา ระดับรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท/เดือน อันดับที่ 3 ระดับรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท/เดือน อันดับที่ 4 มีระดับรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษาที่ เท่ากัน คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน และระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท/เดือน คือ ร้อยละ 13.2 และส่วนน้อยที่สุดมีระดับรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท/เดือน ร้อยละ 9.1

### สถาบันการศึกษา

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	50.0
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	50.0
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีสัดส่วนมาจากมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนในจำนวนเท่ากัน คือ นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ ร้อยละ 50.0 และนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน ร้อยละ 50.0

### สาขาวิชาที่กำลังศึกษา

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษา

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	50.0
สาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์	220	50.0
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีสัดส่วนมาจากสาขาวิชาที่กำลังศึกษาที่เท่ากัน คือ นิสิตนักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 50.0 และนิสิตนักศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ร้อยละ 50.0

ส่วนที่ 2 ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ในระยะเวลา 1 ปี)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ในระยะเวลา 1 ปี)

ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	155	35.2
3 – 4 ครั้ง	160	36.4
5 – 6 ครั้ง	39	8.9
มากกว่า 6 ครั้ง	85	19.3
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 3 - 4 ครั้ง/ปี มากที่สุด ร้อยละ 36.4 รองลงมาเป็นนิสิตนักศึกษาที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 1 – 2 ครั้ง/ปี และนิสิตนักศึกษาที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ตามลำดับ ส่วนนิสิตนักศึกษาที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 5 – 6 ครั้ง/ปี มีน้อยที่สุดร้อยละ 8.9

**ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ (โดยเฉลี่ยเป็นวัน/ครั้ง)**

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (โดยเฉลี่ยคิดเป็นวัน/ครั้ง)

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 วัน	166	37.7
3 – 4 วัน	235	53.4
5 – 6 วัน	26	5.9
มากกว่า 6 วัน	11	2.5
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษาใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉลี่ย 3 – 4 วัน/ครั้ง คือ ร้อยละ 53.4 รองลงมา ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉลี่ย 1 – 2 วัน/ครั้ง และใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉลี่ย 5 – 6 วัน/ครั้ง ตามลำดับ ส่วนน้อยที่สุด นิสิตนักศึกษาใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉลี่ยมากกว่า 6 วัน/ครั้ง คือ ร้อยละ 2.5

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ (โดยคิดเฉลี่ยเป็นบาท/ครั้ง)**

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (โดยเฉลี่ยคิดเป็นบาท/ครั้ง)

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,500 บาท	127	28.9
1,501 – 3,000 บาท	149	33.9
3,001 – 4,500 บาท	89	20.2
มากกว่า 4,501 บาท	74	16.8
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉลี่ย ระหว่าง 1,501 – 3,000 บาท/ครั้ง คือ ร้อยละ 33.9 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉลี่ย ต่ำกว่า 1,500 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉลี่ย ระหว่าง 3,001 – 4,500 บาท/ครั้ง ตามลำดับ และเป็นส่วนน้อยนิสิตนักศึกษาที่ใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางในประเทศไทยโดยเฉลี่ย มากกว่า 4,501 บาท/ครั้ง คือ ร้อยละ 16.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นิสิตนักศึกษาสงใจ

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ *
ทะเล	354	80.5
ภูเขา / ป่าเขา	281	63.9
น้ำตก	248	56.4
วัดวาอาราม	87	19.8
โบราณสถาน	94	21.4
อื่นๆ	13	3.0

\* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 9 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษาสงใจท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชายทะเล คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาเป็นสงใจท่องเที่ยวที่ภูเขา / ป่าเขา น้ำตก และโบราณสถาน ตามลำดับ ส่วนน้อยของนิสิตนักศึกษาสงใจท่องเที่ยววัดวาอาราม คือ ร้อยละ 19.8 ส่วนประเภทการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นิสิตนักศึกษาสงใจอื่นๆ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ สถานเริงรมย์ (ผับ) ห้างสรรพสินค้า สถานที่สำคัญในจังหวัดต่างๆ ร่องแพ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ประเภทของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามประเภทของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ *
รถยนต์ส่วนบุคคล	331	75.2
รถประจำทาง	151	34.3
เครื่องบิน	47	10.7
บริษัททัวร์ / รถเช่าเหมา	136	30.9

\* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 10 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษาใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ร้อยละ 75.2 รองลงมา นิสิตนักศึกษาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้บริการรถประจำทาง และใช้บริการบริษัททัวร์ / รถเช่าเหมา เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามลำดับ และเป็นส่วนน้อยที่นิสิตนักศึกษาใช้เครื่องบินเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ร้อยละ 10.7

### ภาคที่สนใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษาศึกษา จำแนกตามภาคที่สนใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภาคที่นิยมเดินทางในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ภาคกลาง	36	8.2
ภาคเหนือ	183	41.6
ภาคตะวันออก	96	21.8
ภาคตะวันตก	11	2.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	3.2
ภาคใต้	98	22.3
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษานใจภาคเหนือในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ร้อยละ 41.6 รองลงมานิสิตนักศึกษานใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายที่นิสิตนักศึกษานใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยที่สุด คือภาคตะวันตก ร้อยละ 2.5

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ส่วนที่ 3 ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต

#### การใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการใช้อินเทอร์เน็ต

การใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	436	99.1
ไม่เคยใช้	3	0.8
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาเกือบทั้งหมดเคยใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 99.1 และมีนิสิตนักศึกษาที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตเลยเป็นส่วนน้อยมาก คือ ร้อยละ 0.8

### ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระยะเวลาในการเคยใช้อินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	49	11.1
1 - 2 ปี	136	30.9
3 - 4 ปี	164	37.3
มากกว่า 4 ปี	89	20.2
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่ นิสิตนักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา ระหว่าง 3 - 4 ปี ร้อยละ 37.3 รองลงมา เป็นนิสิตนักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา ระหว่าง 1 - 2 ปี และนิสิตนักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา มากกว่า 4 ปี ตามลำดับ และเป็นส่วนน้อยที่นิสิตนักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 11.1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต

ความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
นานๆ ครั้ง	67	15.2
เดือนละ 1 ครั้ง	13	3.0
เดือนละ 2 ครั้ง	39	8.9
สัปดาห์ละ 1 – 3 ครั้ง	170	38.6
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	85	19.3
ทุกวัน	65	14.8
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาที่มีความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต สัปดาห์ละ 1 – 3 ครั้ง มีมากที่สุด ร้อยละ 38.6 รองลงมา เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง อันดับที่ 3 เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ตนานๆ ครั้ง อันดับที่ 4 เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน อันดับที่ 5 เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ตเดือนละ 2 ครั้ง และอันดับที่ 6 ซึ่งเป็นส่วนที่น้อยที่สุด เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต เดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 3.0

### ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (โดยคิดเฉลี่ยต่อครั้ง)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต (โดยคิดเฉลี่ยต่อครั้ง)

ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	10	2.3
15 – 30 นาที	35	8.0
31 – 60 นาที	80	18.2
1 ชั่วโมง – 1 ชั่วโมง 30 นาที	91	20.7
1 ชั่วโมง 30 นาที – 2 ชั่วโมง	106	24.1
มากกว่า 2 ชั่วโมง	117	26.6
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาที่มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 2 ชั่วโมง เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมา เป็นนิสิตนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตระยะเวลา ระหว่าง 1 ชั่วโมง 30 นาที–2 ชั่วโมง อันดับ ที่ 3 เป็นนิสิตนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตระยะเวลา ระหว่าง 1 ชั่วโมง – 1 ชั่วโมง 30 นาที อันดับ ที่ 4 เป็นนิสิตนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตระยะเวลา ระหว่าง 31 – 60 นาที และอันดับที่ 5 เป็นนิสิต นักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตระยะเวลา ระหว่าง 15 – 30 นาที ส่วนนิสิตนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ระยะเวลา น้อยกว่า 15 นาที มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.3

### สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ *
ที่บ้าน	257	58.4
บ้านเพื่อน / คนรู้จัก	84	19.1
ห้องสมุด	109	24.8
ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบัน	285	64.8
ร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต	170	38.6
อื่นๆ	16	3.6

\* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 16 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตในศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบันมากที่สุด คือ ร้อยละ 64.8 รองลงมา นิสิตนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน อันดับที่ 3 เป็นนิสิตนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตในร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต อันดับที่ 4 เป็นนิสิตนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตในห้องสมุด และเป็นส่วนน้อยที่นิสิตนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้านเพื่อน / คนรู้จัก ส่วนสถานที่อื่นๆ ที่ใช้อินเทอร์เน็ต มีร้อยละ 3.6 ได้แก่ สถานที่ทำงานของผู้ปกครอง ศูนย์คอมพิวเตอร์ของภาควิชา สถานที่ฝึกงาน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของสื่อแต่ละประเภท

ประเภทของสื่อที่เปิดรับข่าวสาร	ระดับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว				ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับ
	ทุกวัน	ค่อนข้างบ่อย	นานๆครั้ง	ไม่เคยเลย		
โทรทัศน์	234 (53.2)	143 (32.5)	58 (13.2)	5 (1.1)	3.38	มาก
วิทยุ	121 (27.5)	158 (35.9)	134 (30.5)	27 (6.1)	2.85	ปานกลาง
หนังสือพิมพ์	95 (21.6)	195 (44.3)	128 (29.1)	22 (5.0)	2.82	ปานกลาง
นิตยสาร / วารสาร	21 (4.8)	202 (45.9)	200 (45.5)	17 (3.9)	2.52	ปานกลาง
อินเทอร์เน็ต	51 (11.6)	121 (41.1)	185 (42.0)	23 (5.2)	2.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่า

**โทรทัศน์**

ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทุกวัน ร้อยละ 53.2 อันดับที่ 2 เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยค่อนข้างบ่อย อันดับที่ 3 เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยนานๆ ครั้ง อันดับที่ 4 เป็นนิสิตนักศึกษาที่ไม่เคยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยเลย โดยนิสิตนักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก





สรุปได้ว่า นิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์ ในระดับมาก รองลงมา เป็นการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อวิทยุ ในระดับปานกลาง สื่อหนังสือพิมพ์ ในระดับปานกลาง และสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ส่วนการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยที่สุดจากสื่อ นิตยสาร / วารสาร ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง ดังผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
น้อย	37	8.4
ปานกลาง	265	60.2
มาก	138	31.4
รวม	440	100.0

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### สื่อที่ใช้แสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสื่อที่ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

สื่อที่ใช้แสวงหาข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกในครอบครัว / ญาติพี่น้อง	91	20.7
เพื่อน / คนรู้จัก	116	26.4
วิทยุ / โทรทัศน์	76	17.3
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร	67	15.2
แผ่นพับ / โบปปลิว	16	3.6
โปสเตอร์	1	0.2
อินเทอร์เน็ต	71	16.1
อื่นๆ	2	0.5
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากเพื่อน / คนรู้จักมากที่สุด ร้อยละ 26.4 รองลงมา เป็นการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสมาชิกในครอบครัว / ญาติพี่น้อง อันดับที่ 3 เป็นการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากวิทยุ / โทรทัศน์ อันดับที่ 4 เป็นการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากอินเทอร์เน็ต อันดับที่ 5 เป็นการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร อันดับที่ 6 เป็นการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากแผ่นพับ อันดับที่ 7 เป็นการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากโปสเตอร์ ส่วนการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ ร้อยละ 0.5 ได้แก่ การเดินทางสำรวจเอง

### การใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการใช้  
อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	347	78.9
ไม่เคยใช้	93	21.1
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น โดยส่วนใหญ่  
นิสิตนักศึกษาเคยใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ร้อยละ 78.9  
ส่วนนิสิตนักศึกษาที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีเพียง  
ร้อยละ 21.1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญความเห็นของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลำดับความสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

เหตุผลที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต	ลำดับความสำคัญ				ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ลำดับที่ 4		
รูปแบบในการนำเสนอมีความน่าสนใจ	131 (37.8)	89 (25.6)	71 (20.5)	56 (16.1)	2.85	ปานกลาง
ความทันสมัยของข้อมูล	57 (16.4)	115 (33.1)	120 (34.6)	54 (15.6)	2.51	ปานกลาง
ความละเอียดครบถ้วนของข้อมูล	121 (34.9)	91 (26.2)	81 (23.3)	52 (15.0)	2.81	ปานกลาง
ความสะดวกในการค้นหา	37 (10.7)	50 (14.4)	75 (21.6)	185 (53.3)	1.82	น้อย

จากตารางที่ 21 พบว่า

#### รูปแบบในการนำเสนอข้อมูล

ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นสำหรับรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความน่าสนใจว่ามีความสำคัญลำดับที่ 1 เป็นจำนวนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา ให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 และความสำคัญลำดับที่ 3 ตามลำดับ และส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นว่ารูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความน่าสนใจว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 4 เป็นจำนวนน้อยที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 16.1

### **ความทันสมัยของข้อมูล**

ส่วนใหญ่บัณฑิตนักศึกษามีความคิดเห็นสำหรับความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 เป็นจำนวนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมา ให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 และให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 ตามลำดับ และส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นว่าความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 4 เป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 15.6

### **ความละเอียด ครบถ้วนของข้อมูล**

ส่วนใหญ่บัณฑิตนักศึกษามีความคิดเห็นสำหรับความละเอียด ครบถ้วนของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 เป็นจำนวนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมา ให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 และให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 ตามลำดับ และส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นว่าความละเอียด ครบถ้วนของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 4 เป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 15.0

### **ความสะดวกในการค้นหา**

ส่วนใหญ่บัณฑิตนักศึกษามีความคิดเห็นสำหรับความสะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 4 เป็นจำนวนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 3 และให้ความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 ตามลำดับ และส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นว่าความสะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 เป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 15.6

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า บัณฑิตนักศึกษามองเห็นว่าเหตุผลสำคัญในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ รูปแบบในการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ โดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลางสำหรับเหตุผลในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในเรื่องความละเอียด/ครบถ้วนของข้อมูล และความทันสมัยของข้อมูล ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับน้อยสำหรับความสะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

**ข้อมูลที่ได้รับความสนใจในการหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย  
บนสื่ออินเทอร์เน็ต**

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามข้อมูลที่ได้รับ  
ความสนใจในการหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ข้อมูลที่น่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ *
สถานที่ท่องเที่ยว	310	89.3
สถานที่พักผ่อน	207	59.7
แผนที่	100	28.8
เส้นทางการเดินทาง	167	48.7
สินค้าพื้นเมือง / ของที่ระลึก	48	13.8
ร้านอาหาร	122	35.2
เทศกาล / งานประเพณี	106	30.5
เกร็ดความรู้	123	35.4
บริษัททัวร์	39	11.2
อื่นๆ	9	2.6

\* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 22 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิต  
นักศึกษาส่วนใหญ่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด  
ร้อยละ 89.3 อันดับรองลงมา คือ สถานที่พักผ่อน เส้นทางการเดินทาง เกร็ดความรู้ ร้านอาหาร  
แผนที่ สินค้าพื้นเมือง / ของที่ระลึก เทศกาล / งานประเพณี และบริษัททัวร์ ตาม  
ลำดับ ส่วนข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยอื่นๆ ที่นิสิตนักศึกษานำมาสนใจบนสื่ออินเทอร์เน็ต ได้  
แก่ ฤดูกาลท่องเที่ยว โบราณสถาน ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ ประสบการณ์ของผู้ที่เคยท่องเที่ยว

### ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลักษณะการใช้ อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ลักษณะของเว็บไซต์การหาข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
<a href="http://www.tat.or.th">http://www.tat.or.th</a>	56	16.1
<a href="http://www.tourismthailand.org">http://www.tourismthailand.org</a>	24	6.9
<a href="http://www.thailand.com">http://www.thailand.com</a>	58	16.7
<a href="http://www.tothailand.com">http://www.tothailand.com</a>	11	3.2
Search engine ผ่าน <a href="http://www.sanook.com">http://www.sanook.com</a>	137	39.5
Search engine ผ่าน <a href="http://www.mthai.com">http://www.mthai.com</a>	14	4.0
Search engine ผ่าน <a href="http://www.yahoo.com">http://www.yahoo.com</a>	40	11.5
อื่นๆ	5	1.4
ไม่ตอบ	2	0.6
รวม	347	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่นิสิต นักศึกษาใช้การค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต โดยการ Search engine ผ่าน เว็บไซต์ ที่ให้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 ซึ่งเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยม Search engine มากที่สุด คือ search engine ผ่าน <http://www.sanook.com> ร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ <http://www.yahoo.com> และ <http://www.mthai.com> ตามลำดับ

ส่วนนิสิตนักศึกษาที่นิยมค้นหาจากเว็บไซต์ที่ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีร้อยละ 42.9 ซึ่งเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต คือ <http://www.thailand.com> เป็นที่นิยมมากที่สุด ร้อยละ 16.7 รองลงมา คือ <http://www.tat.or.th> , <http://www.tourismthailand.org> และ <http://www.tothailand.com> ตามลำดับ ส่วนเว็บไซต์อื่นๆ ที่นิยมในการ Search engine ได้แก่ <http://www.pantip.com> , [www.hunsa.com](http://www.hunsa.com) , [www.thaimap.com](http://www.thaimap.com) , [www.i-kool.com](http://www.i-kool.com) , [www.sabuy.com](http://www.sabuy.com) , [www.kapook.com](http://www.kapook.com) , [www.google.com](http://www.google.com) , [www.mweb.co.th](http://www.mweb.co.th)



### ลักษณะของข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ต้องการในเว็บไซต์

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามลักษณะของข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ต้องการในเว็บไซต์

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ *
ข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว	360	81.8
ภาพเหมือนจริงประกอบ	305	69.3
เสียงประกอบ	88	20.0
ภาพเคลื่อนไหว	156	35.5
สามารถ Download ข้อมูลได้	149	33.9
Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้	198	45.0
กระดานข่าว / กระู้	58	13.2
อื่นๆ	6	1.4

\* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 24 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น นิสิตนักศึกษาต้องการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในเว็บไซต์ที่มีลักษณะข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 81.8 อันดับที่ 2 เป็นข้อมูลที่มีลักษณะภาพเหมือนจริงประกอบในเว็บไซต์ รองลงมาเป็นข้อมูลที่สามารถ Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ ข้อมูลที่มีลักษณะภาพเคลื่อนไหว ข้อมูลที่สามารถ Download ข้อมูลได้ ข้อมูลที่มีเสียงประกอบ และข้อมูลที่มีลักษณะเป็นกระดานข่าว / กระู้ ตามลำดับ และลักษณะข้อมูลอื่น ๆ ที่นิสิตนักศึกษาสนใจ ได้แก่ ภาพที่มีความสวยงาม และดึงดูดความสนใจ มีกลิ่นบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว ลักษณะเด่นของสถานที่ ข้อมูลที่มีความทันสมัย

ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

**ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต**

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละและปัญหาของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ลักษณะของปัญหา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ขาดทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต	11 (2.5)	57 (13.0)	189 (43.0)	112 (25.5)	71 (16.1)	2.60	ปานกลาง
ไม่มีเวลาเพียงพอในการใช้อินเทอร์เน็ต	14 (3.2)	81 (18.4)	206 (46.8)	102 (23.2)	37 (8.4)	2.85	ปานกลาง
ไม่รู้จักรีวิวใช้ Search engine	14 (3.2)	73 (16.6)	136 (30.9)	134 (30.5)	83 (18.9)	2.55	ปานกลาง
ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล(WWW)	53 (12.0)	177 (40.2)	117 (26.6)	66 (15.0)	27 (6.1)	3.37	ปานกลาง
เสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตสูง	23 (5.2)	64 (14.5)	149 (33.9)	132 (30.0)	72 (16.4)	2.67	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีปัญหาเกี่ยวกับนิสิตนักศึกษาหรือในฐานะที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหามากที่สุด คือ ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล (WWW) มีค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมาคือ ปัญหาเรื่องไม่มีเวลาเพียงพอในการใช้อินเทอร์เน็ต เสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตสูง ขาดทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต และน้อยที่สุดคือปัญหาไม่รู้วิธีใช้ Search engine มีค่าเฉลี่ย 2.55

### ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ลักษณะของปัญหา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ข้อมูลไม่มีความทันสมัย	21 (4.8)	80 (18.2)	226 (51.4)	90 (20.5)	23 (5.2)	2.97	ปานกลาง
ใช้ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูลนาน	40 (9.1)	130 (29.5)	191 (43.4)	61 (13.9)	18 (4.1)	3.26	ปานกลาง
ข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการ	40 (9.1)	167 (38.0)	165 (37.5)	56 (12.7)	12 (2.7)	3.38	ปานกลาง
ข้อมูลไม่มีความน่าเชื่อถือ	23 (5.2)	56 (12.7)	178 (40.5)	152 (34.5)	31 (7.0)	2.75	ปานกลาง
ข้อมูลไม่สอดคล้องกับความต้องการ	31 (7.0)	117 (26.6)	193 (43.9)	88 (20.0)	11 (2.5)	3.16	ปานกลาง
แหล่งข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จัก	64 (14.5)	153 (34.8)	172 (39.1)	45 (10.2)	6 (1.4)	3.51	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ แหล่งข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งเป็นปัญหาอยู่ในระดับมาก รองลงมา เป็นปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการ ใช้ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูล ข้อมูลไม่สอดคล้องกับความต้องการ ข้อมูลไม่มีความทันสมัย และน้อยที่สุดคือ ข้อมูลไม่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.75

### ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับปัญหาของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ลักษณะของปัญหา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำ	36 (8.2)	70 (15.9)	155 (35.2)	128 (29.1)	51 (11.6)	2.80	ปานกลาง
การสื่อสาร(ค้นข้อมูล)มีความเร็วต่ำ	41 (9.3)	122 (27.7)	148 (33.6)	105 (23.9)	24 (5.5)	3.12	ปานกลาง
คู่มือในการเชื่อมโยงกับระบบมีจำนวนจำกัด	50 (11.4)	115 (26.1)	159 (36.1)	89 (20.2)	27 (6.1)	3.16	ปานกลาง
คู่มือในการให้บริการหลุดง่าย	47 (10.7)	104 (23.6)	144 (32.7)	107 (24.3)	38 (8.6)	3.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหามากที่สุด คือ คู่มือในการเชื่อมโยงกับระบบมีจำนวนจำกัด มีค่าเฉลี่ย 3.16 รองลงมา เป็นปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสาร (ค้นข้อมูล) มีความเร็วต่ำ คู่มือในการให้บริการหลุดง่าย และน้อยที่สุดคือ ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำ มีค่าเฉลี่ย 2.80

### ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว ในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับปัญหาของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับของปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ลักษณะของปัญหา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน	96 (21.8)	56 (12.7)	67 (15.2)	61 (13.9)	160 (36.4)	2.70	ปานกลาง
สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ไกล	27 (6.1)	49 (11.1)	108 (24.5)	96 (21.8)	160 (36.4)	2.29	ปานกลาง
สถาบันการศึกษามี Computer ไม่เพียงพอ	53 (12.0)	71 (16.1)	118 (26.8)	96 (21.8)	102 (23.2)	2.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด คือปัญหาไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน 0 มีค่าเฉลี่ย 2.70 รองลงมาคือ ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ไกล และน้อยที่สุดคือสถานการศึกษามีคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.27 และปัญหาอื่น ๆ ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมาก ไม่มีเวลาดค้นหาเกี่ยวกับข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ไม่มีวิธีการหาข้อมูลในเว็บไซต์นั้น เว็บไซต์ไม่ค่อยมีความน่าสนใจ

**ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ต**

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาของนิสิตนักศึกษา  
จำแนกตามลักษณะของปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่อ  
อินเทอร์เน็ต

ปัญหาในการแสวงหาข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับปัญหา
ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้	2.80	0.74	ปานกลาง
ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล	3.17	0.65	ปานกลาง
ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์	3.03	0.91	ปานกลาง
ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต	2.57	1.15	ปานกลาง
รวม	2.93	0.58	ปานกลาง

จากตารางที่ 29 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีปัญหาใน  
การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับปานกลางเท่านั้น โดย  
มีปัญหามากที่สุด คือ ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 3.17 รองลงมาคือปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์  
และปัญหาเกี่ยวกับตัวผู้ใช้ คือนิสิตนักศึกษา ส่วนปัญหาที่มีน้อยที่สุด คือ ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 2.57

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามระดับปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ระดับปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	5	1.1
น้อย	104	23.6
ปานกลาง	265	60.2
มาก	66	15.0
มากที่สุด	0	0.0
รวม	440	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า จำนวนนิสิตนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้น มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับปานกลางมากที่สุด รองลงมา คือ ปัญหาระดับน้อย ปัญหาระดับมาก และปัญหาน้อยที่สุด ตามลำดับ แต่การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่เป็นปัญหามากที่สุด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing)

### สมมติฐานที่ 1

นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

### เพศ

ตารางที่ 31 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
ชาย	220	3.33	0.78	-1.35	0.18
หญิง	220	3.43	0.73		

จากตารางที่ 31 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 32 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
ชาย	220	2.85	0.89	0.04	0.97
หญิง	220	2.85	0.90		

จากตารางที่ 32 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุของนิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1



ตารางที่ 33 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อ  
หนังสือพิมพ์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
ชาย	220	2.82	0.82	-0.08	0.94
หญิง	220	2.83	0.83		

จากตารางที่ 33 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย  
ทางสื่อหนังสือพิมพ์ของนิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัย  
สำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อ  
นิตยสาร / วารสาร ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
ชาย	220	2.46	0.67	-1.76	0.08
หญิง	220	2.57	0.63		

จากตารางที่ 34 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย  
ทางสื่อ นิตยสาร / วารสารของนิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างอย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 35 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
ชาย	220	2.54	0.73	-1.30	0.19
หญิง	220	2.64	0.79		

จากตารางที่ 35 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
ชาย	220	2.80	0.51	-1.28	0.20
หญิง	220	2.86	0.49		

จากตารางที่ 36 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

### ระดับรายได้ต่อเดือนของนิสิตนักศึกษา

ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P	คู่ที่ต่างกัน
1. ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	3.20	0.94	3.32	0.02	ไม่พบ
2. 2,001 – 4,000 บาท	177	3.28	0.76			
3. 4,001 – 6,000 บาท	120	3.49	0.67			
4. มากกว่า 6,000 บาท	101	3.48	0.73			
รวม	438	3.47	0.75			

จากตารางที่ 37 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

และจากผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	2.78	0.97	0.13	0.94
2. 2,001 – 4,000 บาท	177	2.84	0.87		
3. 4,001 – 6,000 บาท	120	2.88	0.89		
4. มากกว่า 6,000 บาท	101	2.85	0.93		
รวม	438	2.85	0.90		

จากตารางที่ 38 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	2.58	0.90	1.38	0.25
2. 2,001 – 4,000 บาท	177	2.85	0.79		
3. 4,001 – 6,000 บาท	120	2.87	0.81		
4. มากกว่า 6,000 บาท	101	2.83	0.86		
รวม	438	2.82	0.83		

จากตารางที่ 39 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / วารสาร ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P	คู่ที่ต่างกัน
1. ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	2.25	0.74	5.98	0.00	4 > 1
2. 2,001 – 4,000 บาท	177	2.46	0.60			4 > 2
3. 4,001 – 6,000 บาท	120	2.53	0.65			
4. มากกว่า 6,000 บาท	101	2.71	0.65			
รวม	438	2.51	0.65			

จากตารางที่ 40 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / วารสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

และจากผลความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่างกันที่ละคู่ พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ มากกว่า 6,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ/วารสารมากกว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 2,000 บาท/เดือน และนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ มากกว่า 6,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ/วารสารมากกว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 2,001 – 4,000 บาท/เดือนอีกด้วย ส่วนนิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ในระดับอื่นๆ ที่เหลือนอกนั้น มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / วารสาร ไม่แตกต่างกัน

สถาบันนวัตกรรมการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	2.63	0.81	0.15	0.93
2. 2,001 – 4,000 บาท	177	2.58	0.74		
3. 4,001 – 6,000 บาท	120	2.57	0.71		
4. มากกว่า 6,000 บาท	101	2.62	0.85		
รวม	438	2.59	0.76		

จากตารางที่ 41 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 2,000 บาท	40	2.67	0.61	2.21	0.09
2. 2,001 – 4,000 บาท	177	2.80	0.45		
3. 4,001 – 6,000 บาท	120	2.87	0.48		
4. มากกว่า 6,000 บาท	101	2.90	0.53		
รวม	438	2.83	0.50		

จากตารางที่ 42 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ระดับรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษาต่อเดือน

ตารางที่ 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	3.28	0.85	2.92	0.13
2. 10,001 – 20,000 บาท	73	3.32	0.83		
3. 20,001 – 30,000 บาท	74	3.16	0.76		
4. 30,001 – 40,000 บาท	49	3.38	0.67		
5. 40,001 – 50,000 บาท	58	3.48	0.63		
6. มากกว่า 50,000 บาท	127	3.54	0.71		
รวม	439	3.38	0.75		

จากตารางที่ 43 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.83	0.88	1.91	0.09
2. 10,001 – 20,000 บาท	73	2.85	0.79		
3. 20,001 – 30,000 บาท	74	2.65	0.93		
4. 30,001 – 40,000 บาท	49	2.71	0.91		
5. 40,001 – 50,000 บาท	58	2.90	0.89		
6. มากกว่า 50,000 บาท	127	3.02	0.91		
รวม	439	2.85	0.89		

จากตารางที่ 44 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.67	0.87	1.27	0.28
2. 10,001 – 20,000 บาท	73	2.89	0.76		
3. 20,001 – 30,000 บาท	74	2.72	0.85		
4. 30,001 – 40,000 บาท	49	2.86	0.79		
5. 40,001 – 50,000 บาท	58	2.79	0.67		
6. มากกว่า 50,000 บาท	127	2.94	0.87		
รวม	439	2.83	0.82		

จากตารางที่ 45 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P	คู่ที่แตกต่าง
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.24	0.78	5.00	0.00	6 > 1
2. 10,001 – 20,000 บาท	73	2.45	0.60			
3. 20,001 – 30,000 บาท	74	2.47	0.65			
4. 30,001 – 40,000 บาท	49	2.65	0.56			
5. 40,001 – 50,000 บาท	58	2.43	0.60			
6. มากกว่า 50,000 บาท	127	2.69	0.62			
รวม	439	2.52	0.65			

จากตารางที่ 46 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

และจากผลความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่างกันที่ละคู่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัว มากกว่า 50,000 บาท/เดือน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ มากกว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัว น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน ส่วนนิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ของครอบครัวในระดับอื่นๆ ที่เหลือออกนั้น มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารทางท่งเทียวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.47	0.65	1.19	0.31
2. 10,001 – 20,000 บาท	73	2.45	0.73		
3. 20,001 – 30,000 บาท	74	2.66	0.71		
4. 30,001 – 40,000 บาท	49	2.67	0.72		
5. 40,001 – 50,000 บาท	58	2.65	0.75		
6. มากกว่า 50,000 บาท	127	2.63	0.85		
รวม	439	2.59	0.76		

จากตารางที่ 47 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารทางท่งเทียวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

ระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า F	P	คู่ที่แตกต่าง
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.70	0.50	3.46	0.01	6 > 1
2. 10,001 – 20,000 บาท	73	2.79	0.42			
3. 20,001 – 30,000 บาท	74	2.73	0.52			
4. 30,001 – 40,000 บาท	49	2.86	0.49			
5. 40,001 – 50,000 บาท	58	2.85	0.40			
6. มากกว่า 50,000 บาท	127	2.96	0.54			
รวม	439	2.83	0.50			

จากตารางที่ 48 พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

และจากผลความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวต่างกันที่ละคู่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัว มากกว่า 50,000 บาท/เดือน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัว น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน ส่วนนิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ของครอบครัวในระดับอื่นๆ ที่เหลือออกนั้น มีการการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### สถาบันการศึกษา

ตารางที่ 49 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	3.29	0.76	-2.37	0.02
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	3.46	0.74		

จากตารางที่ 49 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนมีค่าคะแนนเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศทางสื่อโทรทัศน์ มากกว่านิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 50 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.84	0.90	-0.18	0.86
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.86	0.89		

จากตารางที่ 50 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ และนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 51 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.83	0.83	0.04	0.97
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.82	0.82		

จากตารางที่ 51 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ และนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 52 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร/วารสาร ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.46	0.66	-1.76	0.08
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.57	0.64		

จากตารางที่ 52 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร / วารสารของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ และนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1



ตารางที่ 53 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.53	0.74	-1.56	0.12
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.65	0.78		

จากตารางที่ 53 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 54 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.79	0.50	-1.71	0.09
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.87	0.49		

จากตารางที่ 54 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ และนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

### สาขาวิชาที่กำลังศึกษา

ตารางที่ 55 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	3.37	0.76	-0.22	0.83
สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์	220	3.39	0.75		

จากตารางที่ 55 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 56 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	2.74	0.88	-2.59	0.01
สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์	220	2.96	0.90		

จากตารางที่ 56 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ - มนุษยศาสตร์ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ มากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 57 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	2.82	0.82	-0.25	0.80
สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์	220	2.84	0.83		

จากตารางที่ 57 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อหนังสือพิมพ์ของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 58 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร / วารสาร ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	2.43	0.67	-2.74	0.01
สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์	220	2.60	.062		

จากตารางที่ 58 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร / วารสารของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ - มนุษยศาสตร์ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อนิตยสาร / วารสาร มากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 59 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	2.67	0.78	2.12	0.04
สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์	220	2.51	0.73		

จากตารางที่ 59 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ - มนุษยศาสตร์ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต มากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 60 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่กำลังศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	220	2.80	0.51	-1.14	0.25
สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์	220	2.86	0.49		

จากตารางที่ 60 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

## สมมติฐานที่ 2

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษา มากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ

### การเปิดรับสื่อ

ตารางที่ 61 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อให้ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร/วารสาร สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์เป็นตัวพยากรณ์ และใช้คะแนนการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูป		ค่า t	P
	คะแนนดิบ	คะแนนมาตรฐาน		
การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต	-0.2098	-0.3891	-8.28	0.00
การเปิดรับสื่อวิทยุ	0.0236	0.0515	1.02	0.31
การเปิดรับสื่อ นิตยสาร / วารสาร	-0.0461	-0.0731	-1.54	0.13
การเปิดรับสื่อโทรทัศน์	-0.0064	-0.0117	-0.24	0.81
การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	0.0593	0.1191	2.28	0.02

$$R = 0.385$$

$$R^2 = 0.1482$$

$$F = 15.104 (P < 0.05)$$

จากตารางที่ 61 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้การเปิดรับสื่อต่างๆ เป็นตัวแปรอิสระ และใช้คะแนนการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นตัวแปรตาม พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของคะแนนการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ร้อยละ 14.82 โดยนิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมาก่อน อธิบายการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้ดีที่สุด รองลงมา ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ การเปิดรับจากสื่อ นิตยสาร/วารสาร การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ และการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ถ้านับเฉพาะตัวแปรที่สามารถอธิบายการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีเพียง 2 ตัวแรกที่กล่าวถึงเท่านั้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในแง่ลบ กล่าวคือ นิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตน้อย จะมีการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวมาก

สรุปผลจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### สมมติฐานที่ 3

นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และ มหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

#### ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้

ตารางที่ 62 เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.81	0.77	0.41	0.68
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.78	0.70		

จากตารางที่ 62 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล

ตารางที่ 63 เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	3.16	0.61	-0.47	0.64
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	3.18	0.70		

จากตารางที่ 63 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

### ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์

ตารางที่ 64 เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	3.14	0.93	2.60	0.01
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.92	0.87		

จากตารางที่ 64 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3



### ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 65 เปรียบเทียบปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	2.92	1.12	6.72	0.00
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.22	1.07		

จากตารางที่ 65 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 66 เปรียบเทียบปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน

สถาบันการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่า t	P
มหาวิทยาลัยของรัฐ	220	3.02	0.60	2.99	0.00
มหาวิทยาลัยเอกชน	220	2.85	0.55		

จากตารางที่ 66 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐมีค่าเฉลี่ยของปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า นิสิตศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา
3. เพื่อศึกษาความสนใจ / ความต้องการข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา
4. เพื่อศึกษาอุปสรรค ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน

โดยตั้งสมมติฐานในการวิจัย มีดังต่อไปนี้

#### สมมติฐานที่ 1

นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

#### สมมติฐานที่ 2

การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตศึกษามากกว่าการเปิดรับจากสื่ออื่นๆ

#### สมมติฐานที่ 3

นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และ มหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ลักษณะการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร ที่เปิดสอนทั้งในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ได้กลุ่มตัวอย่างใน 4 สถาบัน คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญบริหารธุรกิจ โดยสุ่มสถาบันละ 110 คน สาขาวิชาละ 55 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 440 คน สถิติที่ใช้ข้อมูลคือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ข้อมูลการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการเปิดรับ และพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ต และทดสอบสมมติฐานโดยการใช้ T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน และเปรียบเทียบปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ระหว่างนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ทดสอบสมมติฐานโดยการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อต่างๆที่มีผลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

## 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

### ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเปิดสอนทั้งสาขาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 440 คน โดยมีสัดส่วนของนิสิตนักศึกษาที่เท่ากัน ได้แก่ เพศ สถาบันการศึกษา และสาขาวิชาที่กำลังศึกษา จากการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาเกือบครึ่งหนึ่งมีระดับรายได้ ระหว่าง 2,001-4,000 บาท/เดือน นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่วรรคครบครันมีรายได้ มากกว่า 50,000 บาท/เดือน

## ส่วนที่ 2 ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

จากการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย 1-4 ครั้ง/ปี โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งใช้ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ย 3-4 วัน/ครั้ง รองลงมา ใช้ระยะเวลาเฉลี่ย 1-2 วัน/ครั้ง สำหรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 3,000 บาท/ครั้ง โดยชายทะเลเป็นแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นิสิตนักศึกษาสนใจมากที่สุด พาหนะที่ใช้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง รองลงมา คือ รถประจำทาง , บริษัททัวร์/รถเช่าเหมา และน้อยที่สุดใช้เครื่องบินเป็นพาหนะ โดยนิสิตนักศึกษาสนใจ/นิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาคเหนือมากที่สุด

## ส่วนที่ 3 ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต

นิสิตนักศึกษาเกือบทั้งหมดเคยใช้อินเทอร์เน็ต มีส่วนน้อยของนิสิตนักศึกษาที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตเลย โดยส่วนใหญ่ นิสิตนักศึกษามีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ระหว่าง 1-4 ปี และการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกสัปดาห์ โดยใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง เป็นส่วนมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่ นิสิตนักศึกษาใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อครั้ง เป็นเวลามากกว่า 1 ชั่วโมง 30 นาที สำหรับสถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ศูนย์คอมพิวเตอร์ในสถาบัน รองลงมา คือ ที่บ้าน

## ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นิสิตนักศึกษา ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับปานกลาง โดยมีการเปิดรับมากที่สุดผ่านทางสื่อโทรทัศน์ รองลงมา เป็นการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และการเปิดรับทางสื่อ นิตยสาร/วารสารตามลำดับ

นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่จะแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด และสมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง รองลงมาเป็นการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน คือ วิทยุ/โทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร แผ่นพับ โบสเตอร์ และอื่น ๆ ได้แก่ การเดินทางสำรวจเอง โดยส่วนใหญ่ นิสิตนักศึกษาเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีเพียงส่วนน้อยของนิสิตนักศึกษาที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหา เหตุผลของนิสิตนักศึกษาที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องรูปแบบที่มีความน่าสนใจในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ ความละเอียดครบถ้วนของข้อมูล ความทันสมัยของข้อมูล และ ความสะดวกในการค้นหา ตามลำดับ

ข้อมูลที่ได้รับความสะดวกจากนิสิตนักศึกษาที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมา คือ สถานที่พักผ่อน เส้นทางการเดินทาง เกร็ดความรู้ ร้านอาหาร เทศกาล/งานประเพณี แผนที่ สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก บริษัททัวร์ ตามลำดับ

ลักษณะการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่นิสิตนักศึกษาใช้การ Search engine ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการมากที่สุด โดยเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมคือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.mthai.com](http://www.mthai.com) , [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) ตามลำดับ

ส่วนเว็บไซต์ที่ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่นิยมมากที่สุดคือ [www.thailand.com](http://www.thailand.com) รองลงมาคือ [www.tat.or.th](http://www.tat.or.th) , [www.tourismthailand.org](http://www.tourismthailand.org) , [www.totthailand.com](http://www.totthailand.com) ตามลำดับ ส่วนเว็บไซต์อื่น ๆ ได้แก่ [www.hunsa.com](http://www.hunsa.com) , [www.thaimap.com](http://www.thaimap.com) , [www.i-kool.com](http://www.i-kool.com) , [www.sabuy.com](http://www.sabuy.com) , [www.kapook.com](http://www.kapook.com) , [www.google.com](http://www.google.com) , [www.mweb.com](http://www.mweb.com)

นิสิตนักศึกษาต้องการข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีลักษณะข้อมูลที่มีรายละเอียดท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลที่มีลักษณะภาพเหมือนจริงประกอบ ข้อมูลที่สามารถ link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ ข้อมูลที่มีลักษณะภาพเคลื่อนไหว ข้อมูลที่สามารถ download ข้อมูลได้ ข้อมูลที่มีเสียงประกอบ และข้อมูลที่มีลักษณะเป็นกระดานข่าว / กระทั่ง นอกจากนี้ นิสิตนักศึกษายังต้องการข้อมูลที่มีลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ ภาพที่มีความสวยงาม และดึงดูดความสนใจ มีกลิ่นบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว ลักษณะเด่นของสถานที่ ข้อมูลที่มีความทันสมัย

## ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบน สื่ออินเทอร์เน็ต

ปัญหาเกี่ยวกับนิสิตนักศึกษาหรือในฐานะที่เป็นผู้ใช้ ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล (WWW) รองลงมา คือ ปัญหาที่ไม่มีเวลาเพียงพอในการใช้อินเทอร์เน็ต เสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตสูง ขาดทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต และปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือปัญหาไม่รู้วิธีใช้ Search engine

ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก รองลงมา คือ ปัญหาข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการ การค้นหาข้อมูลใช้ระยะเวลานาน ข้อมูลไม่สอดคล้องกับความต้องการ ข้อมูลไม่มีความทันสมัย และปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือข้อมูลไม่มีความน่าเชื่อถือ

ปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ คู่สายในการเชื่อมโยงกับระบบมีจำนวนจำกัด รองลงมา เป็นปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสาร (ค้นหาข้อมูล) มีความเร็วต่ำ คู่สายในการให้บริการหลุดง่าย และปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือ ปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำ

ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ปัญหาไม่มีอินเทอร์เน็ตที่บ้าน รองลงมาคือ ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ไกล และปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือสถาบันการศึกษามีคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ

สรุปปัญหาในแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล โดยเฉพาะปัญหาที่ข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จัก รองลงมาเป็นปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรค ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ และปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

## ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐาน 1** นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. **เพศ** พบว่า นิสิตนักศึกษาเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร/วารสาร สื่ออินเทอร์เน็ต

ดังนั้น สรุปได้ว่า นิสิตนักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

2. **รายได้ของนิสิตนักศึกษา** พบว่าระดับรายได้ของนิสิตนักศึกษาต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แต่ระดับรายได้ของนิสิตนักศึกษาต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร/วารสาร สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น สรุปได้ว่า รายได้ของนิสิตนักศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

3. **รายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา** พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษาที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางนิตยสาร/วารสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แต่นิสิตนักศึกษาที่มีระดับรายได้ของครอบครัวที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น สรุปได้ว่า รายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษาที่ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1



4. **สถาบันการศึกษา** พบว่า นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แต่นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อนิตยสาร/วารสาร ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น สรุปได้ว่า นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

5. **สาขาวิชาที่กำลังศึกษา** พบว่า นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร/วารสาร และสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุและสื่อ นิตยสาร/วารสาร มากกว่านิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ แต่มินิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต มากกว่านิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์

แต่นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ , สื่อหนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น สรุปได้ว่า สาขาวิชาที่ศึกษาของนิสิตนักศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ต มากกว่านิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

จากผลการทดสอบดังกล่าวข้างต้น จึงมีเฉพาะตัวแปร**สาขาวิชาที่กำลังศึกษา**ของนิสิตนักศึกษาเท่านั้น ที่เป็นไปตามสมมติฐาน ที่ 1

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่น ๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ร้อยละ 14.82 โดยนิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมาก่อน อธิบายการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้ดีที่สุด รองลงมา ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อ นิตยสาร/วารสาร การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อวิทยุ และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม ถ้านับเฉพาะตัวแปรที่สามารถอธิบายการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีเพียง 2 ตัวแรกที่กล่าวถึงเท่านั้น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในแง่ลบ กล่าวคือ นิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตน้อย จะมีการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมาก

สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้างต้น จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

**สมมติฐานที่ 3** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

นิสิตนักศึกษาที่สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ไม่มีความแตกต่างกันการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย เกี่ยวกับปัญหาด้านผู้ใช้และข้อมูล ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มีปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์และสถานที่ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มากกว่านิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน

ดังนั้น นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนมีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มากกว่านิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และแนวคิดต่างๆ แบ่งดังต่อไปนี้

#### การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศ

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดเคยใช้อินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 99.1 มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่เคยใช้ ร้อยละ 0.8 โดยนิสิตนักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา เป็นการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนสื่อนิตยสาร

/วารสารมีการเปิดรับน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสศรี ปักกัสดัง (2542)<sup>1</sup> ได้ทำวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ ได้กล่าวไว้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโทรทัศน์น้อยที่สุด

เนื่องจากโดยปกติ มนุษย์จะมีการเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด เปิดรับข่าวสารอย่างไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยต่างๆ ของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนด และผลจากการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะว่าแทบทุกครัวเรือนส่วนใหญ่แล้วจะมีเครื่องรับโทรทัศน์ ทำให้มีโอกาสในการเปิดรับข่าวสารในทุกวันมากกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนี้ธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะมีความพยายามอยู่ในระดับหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น สิ่งใดก็ตามที่ได้มาด้วยความยากลำบาก มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสิ่งใดก็ตามที่สามารถได้มาไม่ยากนัก มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับนิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดทางสื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้เพราะว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวทางสื่อโทรทัศน์นั้นไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักเอง ประกอบกับสื่อโทรทัศน์นั้น เป็นสื่อที่น่าเสนอทั้งภาพและเสียง ทำให้สามารถเห็นสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ใกล้เคียงกับสถานที่จริง และยังเป็นสื่อที่สามารถแพร่หลายไปได้กว้าง และครอบคลุมหลายพื้นที่ ทำให้นิสิตนักศึกษาเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างสะดวกและดึงดูดความสนใจได้ง่าย เมื่อเปรียบเทียบกับ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ ส่งผลให้ได้รับข่าวสารทั้งปริมาณและความถี่เพิ่มมากขึ้น สื่อวิทยุ เป็นสิ่งหนึ่งที่สะดวกต่อการเปิดรับข่าวสารและสามารถรับข่าวสารควบคู่ไปกับการทำงาน การพักผ่อน เช่น นิสิตนักศึกษาสามารถรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อวิทยุได้ในขณะที่เดินทาง ระหว่างการพักผ่อน ระหว่างทำงาน ระหว่างทำการบ้าน เป็นต้น แต่สื่อวิทยุจะมีจุดด้อยกว่าสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอได้ด้วยเสียงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ทำให้นิสิตนักศึกษามีการจดจำหรือดึงดูดความสนใจได้น้อยกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์ แต่สื่อมวลชนบางประเภทต้องใช้ความพยายามหรือความตั้งใจในการเปิดรับข่าวสาร เช่น สื่อนิตยสาร/วารสาร ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นิสิตนักศึกษาจะต้องหาซื้อ หาอ่าน ซึ่งความสะดวกในการเปิดรับข่าวสารก็จะมีปริมาณและความถี่ในการเปิดรับข่าวสารลดน้อยลงไป ส่วน

<sup>1</sup> จรัสศรี ปักกัสดัง . การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 , หน้า 106.

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ต้องใช้ความพยายามในการเปิดรับข่าวสาร กล่าวคือ นิสิต นักศึกษาจะต้องหาอุปกรณ์ หรือสถานที่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้โอกาสในการเปิดรับ ข่าวสารน้อยกว่าจากสื่อโทรทัศน์ ที่สามารถเข้าถึงตัวนิสิตนักศึกษาได้ง่ายกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์(2539)<sup>2</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ พบว่า นักศึกษาและบุคลากรมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกวันผ่านสื่อ มวลชนประเภทโทรทัศน์และวิทยุมากที่สุด เปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นบางวันผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร/วารสารมากที่สุด และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนานๆ ครั้งผ่านสื่อมวลชนประเภท ภาพยนตร์มากที่สุด นักศึกษาและบุคลากรมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นบาง วันมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรลักษ์ณ์ ต้นเสียงสม(2542)<sup>3</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของไทยของหนังสือพิมพ์รายวันกับความต้องการของผู้อ่าน พบ ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพาแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลใน ระดับมาก ในขณะที่มีการพึงพาแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานของรัฐบาลและ เอกชนอยู่ในระดับน้อย โดยส่วนใหญ่มีความสนใจติดตามเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก สำหรับหนังสือพิมพ์มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่ออินเทอร์เน็ตจากงานวิจัยนี้มี ระดับการเปิดรับข่าวสารเป็นประจำถึงค่อนข้างบ่อยถึงร้อยละ 52.7 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวดี คงสุภาพกุล (2539)<sup>4</sup> ได้ทำวิจัยเรื่อง การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร ได้กล่าวไว้ว่า การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตจะมีคอมพิวเตอร์ เป็นสื่อหรือช่องทางเช่น เดียวกับวิทยุหรือโทรทัศน์นั้น โดยมีพาหะหรือตัวนำสาร คือเคเบิลใยแก้ว หรือคลื่นวิทยุในอดีต ทำให้เกิดระบบการสื่อสาร จึงอาจกล่าวได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ของการสื่อสารใหม่ที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลเปลี่ยนแปลงไปเพราะว่า คุณลักษณะหรือผลของการสื่อสารของอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ข่าวสารเป็นจำนวน

<sup>2</sup> เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ . พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 , หน้า 65 .

<sup>3</sup> สรลักษ์ณ์ ต้นเสียงสม . การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของไทยของหนังสือพิมพ์รายวันกับความต้องการของผู้อ่าน . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 , หน้า 145 .

<sup>4</sup> เรวดี คงสุภาพกุล . การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 , หน้า 92 .

มากถูกเชื่อมต่อบระบบส่งถึงผู้รับสาร โดยสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์กับเครือข่ายคอมพิวเตอร์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการรับส่งข่าวสารให้มีความเร็วมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังรับส่งข่าวสารได้ไม่จำกัดสถานที่อีกด้วย นิสิตนักศึกษาให้ความสำคัญกับรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่านิสิตนักศึกษาเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางที่สำคัญในการกระทำเพื่อการแบ่งปันข่าวสาร ( an act of sharing ) (Colin Cherry,1978) ที่เหมาะสมและเป็นช่องทางสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อแสวงหาแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

### การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศ

นิสิตนักศึกษามีการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศจากเพื่อน/คนรู้จักมากที่สุด รองลงมาจากสมาชิกในครอบครัว/ญาติพี่น้อง วิทยุ/โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ ตามลำดับ นิสิตนักศึกษาเคยใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศเป็นส่วนมากร้อยละ 78.6 มีเพียงส่วนน้อยที่ไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 21.4 โดยเหตุผลในการแสวงหาข้อมูลทางสื่ออินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับรูปแบบความน่าสนใจในการนำเสนอข้อมูลมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนมากใช้สื่อบุคคล (เพื่อน คนรู้จัก สมาชิกในครอบครัว ญาติพี่น้อง) ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากกลุ่มนิสิตนักศึกษาเป็นวัยรุ่น ซึ่งส่วนใหญ่มีรสนิยม ความเชื่อ ความชอบ ความสนใจ หรือแม้แต่ทัศนคติที่เหมือนกัน จึงก่อให้เกิดความรู้สึกของความเป็นกลุ่ม เป็นพวกพ้อง ซึ่งเป็นลักษณะความต้องการทั่วไป ของมนุษย์ซึ่งเป็นสัตว์สังคม ทำให้มีส่วนผลักดันให้เกิดการสื่อสารระหว่างกัน นอกจากนี้นิสิตนักศึกษาหรือกลุ่มวัยรุ่นนี้ มักจะมีความเป็นมิตรกับผู้คนที่อยู่รอบข้างมากกว่าบุคคลที่อยู่ห่างไกลออกไป จึงนำไปสู่การสื่อสารกันมากขึ้นด้วย และมีอิทธิพลในการแสวงหาข้อมูลต่างๆ รวมถึงการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากสื่อบุคคลมีความสะดวกในการแสวงหาข้อมูลซึ่งมีลักษณะของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่สามารถรับทราบการสื่อสารและตอบสนองความต้องการได้รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารของ Krikelas (อ้างใน รูปปี

สุวรรณฉัตรชัย,2542)<sup>5</sup> ได้กล่าวว่า การเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการแสวงหาข่าวสาร ซึ่งผู้รับสารสามารถที่จะเลือกจดจำในข่าวสารที่ตนเองสนใจ ให้ความเชื่อถือ และตรงตามความเชื่อ ทศนคติ และความต้องการของตนเองเท่านั้น

นอกจากนี้ การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษาในครั้งนี้อย่างสอดคล้องตามแนวความคิดของ Wilbur Schramm ได้กล่าวว่า หลักโดยทั่วไปของการเลือกความสำคัญการเปิดรับข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับความพยายามน้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับ กล่าวคือ นิสิตนักศึกษาเลือกการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศขึ้นอยู่กับความสะดวกในการใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ตนต้องการมากที่สุด โดยสื่อ่นั้นจะมีความถี่และปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาก นั่นคือสื่อที่อยู่ใกล้ตัวและสะดวกที่สุดจะถูกเลือกในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารนั่นเอง เช่น เพื่อน/คนรู้จัก ญาติพี่น้องถือว่าเป็นสื่อบุคคลที่สามารถเข้าถึงนิสิตนักศึกษาได้มากที่สุดในการแสวงหาข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากบุคคลดังกล่าวเป็นที่นิยม หรือเป็นบุคคลสำคัญ หรือบุคคลที่กลุ่มนิสิตศึกษานั้นๆ ให้การยอมรับในกลุ่ม/สังคมอยู่แล้ว สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษาได้มีการใช้อินเทอร์เน็ต ณ ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบันมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นิสิตนักศึกษายังคงเลือกใช้/แสวงหาสื่อที่สะดวกที่สุด ใกล้ตัวที่สุด และใช้ความพยายามน้อยที่สุด ในการรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพจนารถ ทองคำเจริญ(2539)<sup>6</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง สภาพ ความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยเพื่อนแนะนำ รองลงมา คือ รู้จักบทความในสื่อสิ่งพิมพ์ โดยส่วนใหญ่เรียนรู้ด้วยตนเอง ลักษณะงานที่ใช้ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เพื่อการบันเทิง รองลงมา คือ การสนทนาทั่วไป/ใช้ส่วนตัว

สำหรับรูปแบบที่น่าสนใจในการนำเสนอข้อมูลเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในรูปแบบที่น่าสนใจ จะเป็นตัวกระตุ้นและดึงดูดความสนใจ ส่งผลให้เกิดความอยากรู้

<sup>5</sup> รูปนี้ สุวรรณฉัตรชัย . การแสวงหาข่าวสาร ใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 , หน้า 96.

<sup>6</sup> พจนารถ ทองคำเจริญ . สภาพ ความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 , หน้า 87.

อยากค้นหา และนำไปสู่การแสวงหาข่าวสารเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นเรื่องที่มีความสนใจ หรือต้องการอยู่ก่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรลักษณ์ ต้นเสียงสม(2542) พบว่า หนังสือพิมพ์มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีความสนใจมากกับรูปแบบนำเสนอของ หนังสือพิมพ์ด้วยภาพประกอบ และสารคดี โดยส่วนใหญ่นิยมแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือเช่นเดียวกับนิสิตนักศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ที่สนใจภาคเหนือในการท่องเที่ยวมากที่สุดเช่นกัน ทั้งนี้ อาจจะมีเหตุผลว่า ชอบภาคเหนือ เพราะอากาศไม่ร้อน ดอกไม้สวย อาหารแปลกและอร่อย ทิวทัศน์สวยงาม และมีความหลากหลาย ทำให้ไม่เบื่อต่อการเที่ยวชม และลักษณะการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นิยมเที่ยวชมทิวทัศน์ทางธรรมชาติมากที่สุด

### ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นิสิตนักศึกษามีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นสื่อ อินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ

1. ด้านผู้ใช้หรือนิสิตนักศึกษา มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล (www) รองลงมาคือ ไม่มีเวลาเพียงพอในการใช้อินเทอร์เน็ต เสียค่าใช้จ่ายสูงในการใช้อินเทอร์เน็ต ขาดทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต และไม่รู้จักรีวิวการใช้ search engine ตามลำดับ

2. ด้านข้อมูล มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด แหล่งข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก รองลงมาคือ ข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการ ใช้ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูล ข้อมูลไม่สอดคล้องกับความต้องการ ข้อมูลไม่มีความทันสมัย และข้อมูลไม่มีความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ

3. ด้านอุปกรณ์ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คู่สายในการเชื่อมโยงกับระบบมีจำนวนจำกัด รองลงมาเป็นปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสาร (ค้นหาข้อมูล) มีความเร็วต่ำ คู่สายในการให้บริการหลุดง่าย และประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำ ตามลำดับ



4. ด้านสถานที่ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน รองลงมา สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ไกล และสถาบันการศึกษามีคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ

ผลการวิเคราะห์ปัญหาด้านต่างๆ ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าปัญหาส่วนมากในด้านต่างๆ มีความเกี่ยวข้องกัน กล่าวคือนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้ที่บ้าน โดยสถานที่ที่นิสิตนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบัน (ร้อยละ 64.8) อีกทั้งสถาบันการศึกษามีคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้บริการ และเมื่อมีปริมาณของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมาก จะทำให้ระยะเวลาในการสื่อสาร(ค้นหาข้อมูล)มีความเร็วต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มหัฐพล อรุณสวัสดิ์(2539)<sup>7</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้บริการของอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยภายใต้โดเมนเน็ตเสิร์ช พบว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประสบปัญหาการสื่อสารมีความเร็วต่ำ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าสถาบันการศึกษา/หน่วยงาน ไม่มีงบประมาณเพียงพอในการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพและสมรรถนะสูงจำนวนมาก ประกอบกับปริมาณผู้ให้บริการในสถาบันมีเป็นจำนวนมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์ (2539) พบว่าข้อจำกัดและปัญหาอุปสรรคในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่สำคัญ คือ การสื่อสารมีความเร็วต่ำทำให้ได้รับข้อมูลล่าช้า ปัญหาการไม่สามารถเข้าใช้ระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ พจนารถ ทองคำเจริญ (2539) พบว่า ปัญหาที่นิสิตนักศึกษาพบในการเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ คือ การสื่อสารมีความเร็วต่ำด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ นิสิตนักศึกษาในฐานะที่เป็นผู้ใช้ยังประสบปัญหามากที่สุด คือ ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล (www) ส่วนปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ แหล่งข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ซึ่ง

<sup>7</sup> มหัฐพล อรุณสวัสดิ์ . สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้บริการของอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยภายใต้โดเมนเน็ตเสิร์ช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา บัณฑิตมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 , หน้า 95 .

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา บุญจุง (2542)<sup>๖</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการและการใช้ สารนิเทศบนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาด้านไทยศึกษา พบว่า นักวิจัยจำนวนมาก ประสบปัญหาเกี่ยวกับแหล่งสารนิเทศทางด้านไทยศึกษา คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งข้อมูลไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และงบประมาณในการสนับสนุนให้ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีไม่เพียงพอ ทำให้นักศึกษานักศึกษา/นักท่องเที่ยวน หรือบุคคลอื่นที่สนใจไม่ทราบว่าแหล่งข้อมูลนี้เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนี้ เป็นช่องทาง (Channel) หรือตัวนำสาร (Carrier) ที่มีศักยภาพในการสื่อสาร (Potential Medium) อีกชนิดหนึ่ง ซึ่งถือเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่ยังไม่ปรากฏในสื่ออื่นๆ กล่าวคือ ยังคงอาศัยการสื่อสารที่ผ่านตัวกลาง คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication : CMC) และเป็นการสื่อสารที่ต้องใช้เวลา ต้องอาศัยการฝึกฝน การเรียนรู้ เพื่อให้การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจุบันการสื่อสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษายังจัดได้ว่าเป็นการสื่อสารโดยใช้สื่อผสม (Hybrid Medium) ซึ่งรวมเอาคุณสมบัติในการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนไว้ด้วยกันซึ่งถือว่าเป็นสื่อขั้นสูง (Hypermedia) ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Hoffmann and Novak

## 2. อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** นิสิตนักศึกษามีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

1.1 **เพศ** นิสิตนักศึกษามีเพศต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรลักษณ์ ต้นเสียงสม (2542) พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารแตกต่างจากเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับสื่ออื่นๆ นั้น ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงาน

<sup>๖</sup> วาสนา บุญจุง . ความต้องการและการใช้สารนิเทศบนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาด้านไทยศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 , หน้า143 .

วิจัยของสุกัญญา สุตบรรทัด<sup>9</sup>(2539) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศโดยแยกตามเพศ ในทุกกลุ่มอาชีพ ปรากฏว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทุกกลุ่ม นั่นคือ ความรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ที่จะต้องเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย

1.2 **รายได้ของนิสิตนักศึกษา** นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

1.3 **รายได้ของครอบครัวนิสิตนักศึกษา** นิสิตนักศึกษาที่มีรายได้ของครอบครัวต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

ด้านรายได้ ไม่ว่าจะเป็รายได้ของนิสิตนักศึกษาเอง หรือ รายได้ของครอบครัวของนิสิตนักศึกษาที่มีความแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เนื่องจากนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนการเปิดรับข่าวสารที่สถาบันการศึกษามากที่สุด คือ ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบัน และที่บ้าน ตามลำดับ ทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตแพร่หลายเข้ากลุ่มนิสิตนักศึกษา และสะดวกต่อการใช้งานในการเปิดรับข่าวสารข้อมูลมากขึ้น และปัจจุบันนี้ ค่าใช้จ่ายถูกลง ทั้งราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ และ ราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ต ทำให้นิสิตนักศึกษามีโอกาสที่จะเป็นเจ้าของสื่อชนิดนี้ได้ง่ายขึ้น และมีโอกาสเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มากขึ้น ไม่จำกัดว่า อยู่เฉพาะกลุ่มที่มีรายได้สูงอีกต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ต้องจิตต์ สุวรรณศร (2543)<sup>10</sup> ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยไม่แตกต่างกัน

<sup>9</sup> สุกัญญา สุตบรรทัด . รายงานผลการวิจัยสำรวจความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับของประชาชนต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ. (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ) , 2539 , หน้า 87.

<sup>10</sup> ต้องจิตต์ สุวรรณศร . ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 , หน้า 82.

1.4 **สถาบันการศึกษา** นิสิตนักศึกษาในสถาบันการศึกษาต่างกัน(มหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน) 'ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

เนื่องจากทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ล้วนมีปฏิทินการศึกษาใกล้เคียงกัน ทำให้ความได้เปรียบในแง่ของการใช้เวลาว่างของนิสิตนักศึกษา ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2540)<sup>11</sup> กล่าวว่า ข้อควรคำนึงประการหนึ่งในการวิเคราะห์การศึกษาของผู้รับสารก็คือ เราต้องไม่วิเคราะห์ความรู้ของผู้รับสารโดยยึดเฉพาะพื้นฐานของการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษาของผู้รับเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้นั้นสามารถกระทำได้ด้วยตนเองตลอดชีวิตจากแหล่งอื่นๆ นอกจากสถาบันการศึกษา เช่น สื่อมวลชน ตำรับตำราต่างๆ เป็นต้น

1.5 **สาขาวิชาที่กำลังศึกษา** นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

สาขาวิชาที่กำลังศึกษาแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกันนั้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านการศึกษา และสอดคล้องกับแนวคิดของปรมะ สตะเวทิน (2540)<sup>12</sup> พบว่า การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้ลึกซึ้งนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป

ดังนั้น นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 (ยกเว้นตัวแปรสาขาวิชาที่กำลังศึกษาของนิสิตนักศึกษาเท่านั้น)

<sup>11</sup> ปรมะ สตะเวทิน . หลักนิเทศศาสตร์ . พิมพ์ครั้งที่ 9 , (กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพการพิมพ์) , 2540 , หน้า 117.

<sup>12</sup> เรื่องเดียวกัน . หน้า 116.

ผลการวิเคราะห์ในด้านการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตบนสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น พบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันโดยส่วนใหญ่จะไม่มี ความแตกต่าง ในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสศรี ปักกัตตั้ง (2542) พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีลักษณะทางสังคมที่มีคล้ายคลึงกันมาก ดังนั้นจึงส่งผลให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับคล้ายคลึงกันไปด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory) กล่าวว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา ฯลฯ จะมีพฤติกรรมสื่อสารคล้ายคลึงกัน เช่น การเปิดรับข่าวสาร การแสวงหาข่าวสาร ในสังคมปัจจุบันนี้ ผู้รับสารจะมีคุณลักษณะแตกต่างกันไปมากมาย แต่ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน ทั้งนี้เนื่องจากในสังคมจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การยอมรับในแต่ละสังคม ตลอดจนพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงในแต่ละสังคมนั้นเอง ดังนั้น ทำให้พฤติกรรมสื่อสารไม่มีความแตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้ ลักษณะกลุ่มทางสังคมจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารของบุคคลที่ตอบสนองตามความต้องการ ความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบัน ผู้ทำงานในสื่อประเภทต่างๆ มีการแบ่งย่อยประเภทของสื่อแต่ละชนิดตามความสนใจของผู้รับสาร ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความสนใจของผู้รับสารแต่ละกลุ่มนั่นเอง

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเฉพาะกลุ่มของนิสิตนักศึกษาเท่านั้น ทำให้ลักษณะทางสังคมจึงคล้ายคลึงกัน ส่งผลให้พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านสาขาวิชาที่กำลังศึกษาของนิสิตนักศึกษาที่แตกต่างกันเท่านั้น ที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลนั้นมีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ อีกทั้งส่วนหนึ่งของนิสิตนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในคณะวิทยาศาสตร์ วิชาเอกคอมพิวเตอร์อยู่ด้วย ซึ่งนิสิตนักศึกษากลุ่มนี้มีความสนใจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อย่างมาก รวมถึงอินเทอร์เน็ตถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการรู้คอมพิวเตอร์ ดังนั้น นิสิตนักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ จึงมีโอกาสในการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ นอกจากนี้การเรียนการสอนในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์

จะเน้นการทดลอง การค้นคว้ามากกว่า ส่งผลให้นิสิตนักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีอุปนิสัย และแนวความคิดที่จะค้นหาข้อเท็จจริงมากกว่านั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ วันเสด็จถาวรสุข (บทสัมภาษณ์ 9 เมษายน 2541 อ้างใน ศกวรรณ พาเรือง)<sup>13</sup> เป็นผู้อำนวยการกองท่องเที่ยวเยาวชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า “การศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ จะเน้นการค้นคว้า ทดลอง และมีความเกี่ยวข้องกับธรรมชาติมากกว่าสาขาวิชาอื่นๆ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ หรรษา วงศ์ธรรมกุล(2541)<sup>14</sup> ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กับนักศึกษาที่ศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์ มีการใช้ประโยชน์จากบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน คือ นักศึกษาที่ศึกษาในกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มีการใช้ประโยชน์จากบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลจากห้องสมุดเพื่อทำรายงานประกอบการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ มีนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีการใช้อยู่ในระดับมาก

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ

นิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมาก่อน อธิบายการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตได้ดีที่สุด รองลงมา ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อวิทยุ/วารสาร การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อวิทยุ และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ

<sup>13</sup> ศกวรรณ พาเรือง . องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชามสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2540 , หน้า 101-102.

<sup>14</sup> หรรษา วงศ์ธรรมกุล . การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์พัฒนการ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2541 , หน้า 115.

นิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ เท่านั้นที่สามารถอธิบายการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในแง่ลบ

ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ โดยที่พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ที่แสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศทางสื่ออินเทอร์เน็ตนั้น แต่กลับเป็นนิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตน้อย เนื่องจากนิสิตนักศึกษาที่ต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อต้องการค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างแท้จริงนั้น จะมีความตั้งใจในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตที่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตบ่อยๆ หรือมีการเปิดรับข่าวสารมากนั่นเอง นอกจากนี้ ถ้านิสิตนักศึกษาที่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมาก แต่กลับเป็นนิสิตนักศึกษาที่ไม่ได้มีความพร้อมที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มเติมขึ้น จะลดน้อยลงไปด้วย หรืออาจไม่มีการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอีกก็ได้ ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีหลายปัจจัย เช่น ฤดูกาลที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยว ระยะเวลาว่างสำหรับใช้ในการเดินทาง รวมถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นนิสิตนักศึกษายังไม่มีรายได้ของตนเอง หรือยังต้องพึ่งพาผู้ปกครองอยู่ ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนั้นจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาหลายวัน นิสิตนักศึกษาจะไปได้ในช่วงวันหยุดเทศกาล หรือวันหยุดต่อเนื่องหลายวัน หรือช่วงปิดภาคการศึกษาเท่านั้น เพราะยังมีภาระหน้าที่ที่จะต้องศึกษาเล่าเรียนปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการแสวงหาการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต จึงเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตในแง่ลบ หรือในทิศทางตรงกันข้ามนั่นเอง

เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ให้บริการหลากหลาย ซึ่งสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมยุคสารสนเทศ อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนสื่อที่เป็นตัวนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ต้องการ (Carrier) มาให้ได้เสมือนห้องสมุดเคลื่อนที่ อีกทั้งยังสามารถสื่อสารได้ทั้งเสียง ภาพ ตัวอักษร และ ภาพเคลื่อนไหว สอดคล้องกับแนวคิดของสังคมสารสนเทศของ Alvin Toffler<sup>15</sup> ที่ว่าสังคมมีการเปลี่ยนแปลงเหมือนกับคลื่นที่ติดต่อกันมา โดยข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นที่ต้องการอย่างมากในสังคม มนุษย์ต้องอาศัยเครื่องมือใหม่ๆ ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น ในการตัดสินใจและการทำงาน อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตยังมีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน เป็นการสื่อสารสองทางเพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อที่มีความทันสมัย สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ (2539) พบว่าในการบริการเวปไซด์เว็บของนักศึกษาและบุคลากร สามารถอ่านเอกสารในรูปแบบ Hypertext ที่มีการเชื่อมต่อไปยังข้อมูลข่าวสาร (Link) ไปในแหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้ด้วย อย่างไรก็ตาม การแสวงหาข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาและบุคลากรจะพบปัญหาข้อมูลข่าวสารมีมากมายเกินไปจนไม่สามารถเลือกเปิดข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการได้อย่างแท้จริง และยังพบว่า นักศึกษาและบุคลากรเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางเวปไซด์เวปไซด์เว็บในลักษณะที่ดูหัวข้อที่สำคัญผ่านๆ โดยไม่ได้อ่านในรายละเอียดของข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ยกเว้นเรื่องที่ต้องการสืบค้นข้อมูลโดยเฉพาะเจาะจงจริงๆ ซึ่งข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตก็เป็นข้อมูลข่าวสารอย่างหนึ่งที่นิสิตนักศึกษาได้เปิดรับทางเวปไซด์ที่ให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยวในลักษณะเห็นเพียงหัวเรื่องแบบผ่านตา หรือแค่เพียงพบเห็นบ่อย แต่การเปิดรับนั้นอาจไม่ได้ค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในรายละเอียด ถ้านิสิตนักศึกษายังไม่ต้องการสืบค้นรายละเอียดข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากนิสิตนักศึกษายังไม่ได้มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในขณะนั้นๆ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนิสิตนักศึกษามากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

<sup>15</sup> Alvin Toffler . The Third Wave . (New York : William Marrow & Co.) , 1980



**สมมติฐานที่ 3** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

**3.1 ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ไม่มีความแตกต่างในด้านปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้(นิสิตนักศึกษา)ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

**3.2 ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ไม่มีความแตกต่างในด้านปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต

**3.3 ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างในด้านปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐมีปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ของนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่คือ คู่สายในการเชื่อมต่อระบบมีจำนวนจำกัด รองลงมา คือ ปัญหาเกี่ยวกับการค้นข้อมูลมีความเร็วต่ำ คู่สายในการให้บริการหลุดง่าย และประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำ ตามลำดับ

**3.4 ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต** นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างในด้านปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐมีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

นิสิตนักศึกษาใน มหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีความแตกต่างในด้านปัญหาการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐมีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์ และสถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ผลการวิเคราะห์พบว่า นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยพบว่านิสิตนักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตที่สถานประกอบการเป็นส่วนใหญ่ เช่น ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบัน ห้องสมุด ด้วยความแตกต่างของสถานประกอบการนี้เองที่เป็นปัจจัยให้เกิดปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน เนื่องจากมหาวิทยาลัยของรัฐมีความแตกต่างกับมหาวิทยาลัยเอกชน คือ มหาวิทยาลัยของรัฐจะมีงบประมาณไม่เพียงพอในการจัดซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงพอในการตอบสนองกับปริมาณความต้องการของนิสิตนักศึกษาที่ใช้บริการได้ แต่มหาวิทยาลัยเอกชน มักจะอำนวยความสะดวกในด้านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้ดีกว่า เนื่องจากมีทุนทรัพย์และการดำเนินการใช้ระยะเวลารวดเร็วมากกว่ามหาวิทยาลัยของรัฐ นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน มีปัญหาในด้านอุปกรณ์และสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ส่วนปัญหาในด้านผู้ใช้และข้อมูลสำหรับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตที่พบในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมากกว่าปัญหาจากความแตกต่างของสถานประกอบการ กล่าวคือ ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้ หรือ นิสิตนักศึกษา จะไม่ทราบชื่อของแหล่งข้อมูล (WWW.) มากที่สุด ส่วนปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลมากที่สุด คือ ข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นนั้นไม่ใช่เพราะความแตกต่างของสถานประกอบการ (มหาวิทยาลัยของรัฐ กับ มหาวิทยาลัยเอกชน) แต่สาเหตุสำคัญของปัญหา คือ การประชาสัมพันธ์บนสื่ออินเทอร์เน็ตของแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทย นั่นเอง ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้การค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้การสืบค้น (Search Engine) ผ่านเว็บไซต์ที่นิยมใช้ ร้อยละ 55 ซึ่งมากกว่าการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์ที่ให้ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา บุญจูง (2542) พบว่า นักวิจัยจำนวนมาก ประสบปัญหาเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศทางด้านไทยศึกษา คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก

## ข้อจำกัดของการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนิสิตนักศึกษาเท่านั้น ในการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนั้น ผลการวิจัยจึงอาจไม่ใช่ข้อสรุปถึงพฤติกรรมกาเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยว / ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป แต่อาจจะนำไปใช้ในการพิจารณาแนวโน้มการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตตามความต้องการ / ความสนใจของประชาชน ถึงแม้ว่านิสิตนักศึกษาจะเป็นบางส่วนของประชากรแต่เป็นกลุ่มที่กำลังเจริญเติบโตเป็นกำลังสำคัญของประเทศในอนาคต

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

### ด้านท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ต

จากผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาที่พบในการวิจัยครั้งนี้ เป็นปัญหาในด้านข้อมูลมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่ออื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงบริการข้อมูลรายละเอียดข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้นิสิตนักศึกษาได้ทราบและสามารถเปิดรับและแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น ซึ่งนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด สื่อโทรทัศน์สามารถเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างแพร่หลาย แต่สื่อโทรทัศน์ไม่สามารถให้รายละเอียดได้ครบถ้วน เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลา และค่าใช้จ่ายสูงในการเผยแพร่ข่าวสาร ดังนั้น น่าจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลังโฆษณาและประชาสัมพันธ์เชิญชวนท่องเที่ยวในประเทศผ่านทางสื่อโทรทัศน์แล้ว ให้ทราบชื่อเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทย (เช่น [www.tat.co.th](http://www.tat.co.th) : เว็บไซต์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทย) หรือการตั้งคำถามทำรายการแล้วแจกของรางวัล เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นิสิตนักศึกษาสนใจ จดจำ รู้จักเว็บไซต์ ทำให้สามารถไปค้นหารายละเอียดเพิ่มเติมในเวลาที่ต้องการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนี้รูปแบบในการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต ควรจะจัดรูปแบบให้มีความน่าสนใจ โดยการนำเสนอได้ทั้งทางภาพและเสียงประกอบกัน ซึ่ง กระดานข่าว/กระทู้ เป็นการสื่อสารแบบสองทาง เป็นรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวมาแล้วได้มีโอกาสเชิญชวน ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว จากประสบการณ์ตรงที่ได้สัมผัสมาแล้ว รวมทั้งเป็นการแนะนำ และให้ข้อคิดที่สำคัญในการเดินทางด้วย อีกทั้งทำให้ได้ทราบถึงความต้องการข้อมูลที่แท้จริงของนิสิตนักศึกษา ซึ่งเป็นข้อมูลในการนำไปปรับปรุงข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอสำหรับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น เส้นทางการเดินทาง แผนที่ ราคาที่พัก-โรงแรม เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้เป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ดึงดูดความสนใจ และนิสิตนักศึกษาเชื่อถือข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับ การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมต่างๆ ตลอดจนความสนใจ และปัญหาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันออกไป อันจะทำให้สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยตลอดจนข่าวสารด้านอื่นๆ ที่ให้บริการข้อมูลบนสื่ออินเทอร์เน็ตไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และแพร่หลายต่อไป

2. ควรมีศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้นานาอารยประเทศได้รู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อนำมาปรับปรุง หรือเป็นแนวทางในการวางแผน ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย และยังช่วยให้ไม่เป็นการประชาสัมพันธ์แบบสูญเปล่า

4. ควรมีการศึกษาเนื้อหาของเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่แพร่หลายอยู่ในเชิงคุณภาพว่ามีลักษณะเนื้อหาใดบ้าง และมีการนำเสนอที่น่าสนใจเพียงใด

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพมหานคร:สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วท.) , 2540 .
- จรัสศรี บั๊กกัตตั้ง .การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ .วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 .
- ฐปนีย์ สุวรรณฉัตรชัย . การแสวงหาข่าวสาร ใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 .
- ต้น ตันท์สุทธิวงศ์ , สุพจน์ ปุณณชัยยะ และ สุวัฒน์ ปุณณชัยยะ . ครอบรู้ Internet และ World Wide Web . กรุงเทพมหานคร : โปรวิชั่น , 2539.
- ต้องจิตต์ สุวรรณศร . ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 .
- นิคม จารุมณี.การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร ; สำนักพิมพ์ไอดีเอสโตร์,2536.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์.ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : สามเจริญพานิช,2531 .
- เบญจรัตน์ มรยาทอ่อน .“เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมบริการแห่งศตวรรษที่ 21” จุลสารการท่องเที่ยว . ปีที่ 20 ฉบับที่ 1 : มกราคม – มีนาคม 2544.
- ประมะ สตะเวทิน , หลักนิเทศศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2538.
- พจนารถ ทองคำเจริญ . สภาพ ความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา .วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 , หน้า 87.

พรทิพย์ โฉมไธขา.การรับส่งจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์ Electronic mail (E-mail).

กรุงเทพมหานคร : อูษาการพิมพ์ , 2537.

เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ . **พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ต  
ของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ .**

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลง  
กรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .

มงคล แก้วจันทร์ .“ชีวิตการสื่อสาร : การใช้ไอทีในชีวิตประจำวัน” **อินเทอร์เน็ต.ปีที่ 6 ฉบับที่ 5**  
(59) , 2544.

มัทฐพล อรุณสวัสดิ์ . **สภาพปัญหาและความต้องการ การใช้บริการของอินเทอร์เน็ตผ่าน  
เครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยภายใต้โดเมนเน็ตเสิร์ช .**วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ภาควิชาสารสนเทศศึกษา บัณฑิตมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,  
2539 .

เววดี คงสุภาพกุล .**การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ,** วิทยา  
นิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย , 2539.

วาสนา บุญจุง .**ความต้องการและการใช้สารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตของนักวิจัยด้านไทย  
ศึกษา .**วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศ  
ศาสตร์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,  
2542 .

วิเชียร เกตุสิงห์ . **การวิจัยเชิงปฏิบัติ ,** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เจริญผล , 2543.

วิไลลักษณ์ ฐิติพลธำรง . **การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาเด็กด้อยโอกาส ความตระหนัก  
ความเชื่อถือ และการตัดสินใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการให้  
การสนับสนุนองค์กรเอกชนที่พัฒนาเด็กและเยาวชน .** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2540

ศกถาวรณ พาเรือง . **องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิต  
นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร .** วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์  
พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย , 2540

สมใจ บุญศิริ.**อินเทอร์เน็ต:นานาสาระแห่งบริการ.**กรุงเทพมหานคร:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2538.

- สรลักษณ์ ต้นเสียงสม . การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน  
 กับความต้องการของผู้อ่าน . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือ  
 พิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542.
- สุกัญญา สุกบรรทัด . รายงานผลการวิจัยสำรวจความรู้ ทักษะ และ การยอมรับของ  
 ประชาชนต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,  
 2539.
- สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ . การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้  
 ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ  
 ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศ  
 ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531
- สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, สำนักนโยบายและแผนอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย . ข้อมูล  
 สารสนเทศอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย ปี 2540. กรุงเทพมหานคร : ทบวง  
 มหาวิทยาลัย , 2541.
- หรรษา วงศ์ธรรมกุล . การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบ  
 เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ . วิทยานิพนธ์  
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2541.
- อภิรัตน์ คลี่สุนทร . Internet และ Schoolnet กับการเสริมสร้างคุณภาพการศึกษาไทย .  
 เอกสารอัดสำเนา , 2540
- เอกสารแนะนำโครงการปีแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศไทย พ.ศ.2538 . กรุงเทพมหานคร :  
 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2538.
- Internet Today . ปีที่ 7 ฉบับที่ 73 เดือนกรกฎาคม , 2544.

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาษาอังกฤษ

- Atkin ,Charles K . **News for Mass Communication Research** . New York : Hafner Publishing Company , 1971 .
- Atkin ,Charles K. . **New Model for Mass Communication Research** . New York : The Free press , 1973.
- Hoffman ,Donna L.and Novak,Thomas P. **Maketing in Hypermedia Computer – Mediated Environments** . Conceptual Foundations Project 2000 . Owen Graduate School of Management , 1995.
- Katz, Blumber and Gurevith. *Utilization of Mass Communication by the Individual* . **The Uses of Mass Communication**. Beverly Hills : Sage , 1973.
- Katz, Elihu and other . **The Use of Mass Communication , Current Perspective on Gratification Research** . Beverly Hill : Sage , 1974
- McCombs,M.E. and Becker, L.B. . **Using Mass Communication Theory**.Englewood Cliffs : N.J. Princtice Hall,1979.
- Rogers ,Everrett and Svenning , Lynne . **Modernization among Peasants : The Impact of Communication** . New York : Holt Richart and Winston , 1969
- Scharmn , Wilbur . **Men , Messages and Media : A Look at Mass Communication** . New York : Harper and Row Publisher , 1973 .
- Toffler , Alvin . **The Third Wave** . New York : William Marrow & Co. , 1980.





ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

**เรื่อง** การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการสำรวจความคิดเห็น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  และเติมค่าลงในช่องว่าง (.....) ที่เว้นไว้ตามความเป็นจริง

สำหรับผู้วิจัย

1 2 3

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

4

2. สถาบันการศึกษา

1. มหาวิทยาลัยของรัฐ

2. มหาวิทยาลัยเอกชน

5

3. สาขาวิชาที่ท่านกำลังศึกษา

1. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์

2. สาขาวิชาสังคมศาสตร์ – มนุษยศาสตร์

6

4. รายได้ของท่านต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 2,000 บาท

2. 2,001 – 4,000 บาท

3. 4,001 – 6,000 บาท

4. มากกว่า 6,000 บาท

7

5. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,001 – 20,000 บาท

3. 20,001 – 30,000 บาท

4. 30,001 – 40,000 บาท

5. 40,001 – 50,000 บาท

6. มากกว่า 50,000 บาท

8

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  และเติมค่าลงในช่องว่าง (.....) ที่เว้นไว้ตามความเป็นจริง

สำหรับผู้วิจัย

6. โดยเฉลี่ยภายในระยะเวลา 1 ปี ท่านเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยกี่ครั้ง

9

1. 1 – 2 ครั้ง

2. 3 – 4 ครั้ง

3. 5 – 6 ครั้ง

4. มากกว่า 6 ครั้ง

7. ระยะเวลาที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเฉลี่ยครั้งละกี่วัน

10

1. 1 – 2 วัน

2. 3 – 4 วัน

3. 5 – 6 วัน

4. มากกว่า 6 วัน

8. ในการเดินทางท่องเที่ยว ท่านใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งเท่าใด

11

1. ต่ำกว่า 1,500 บาท

2. 1,500 – 3,000 บาท

3. 3,001 – 4,500 บาท

4. มากกว่า 4,501 บาท

9. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านสนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ทะเล

2. ภูเขา / ป่าเขา

12  13

3. น้ำตก

4. วัดวาอาราม

14  15

5. โบราณสถาน

6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

16  17

10. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. รถยนต์ส่วนบุคคล

2. รถประจำทาง

18  19

3. เครื่องบิน

4. บริษัททัวร์ / รถเช่าเหมา

20  21

10. ภาคใดที่ท่านสนใจ/นิยม/ชอบเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

22

1. ภาคกลาง

2. ภาคเหนือ

3. ภาคตะวันออก

4. ภาคตะวันตก

5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6. ภาคใต้

## ส่วนที่ 3

## ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  และเติมคำลงในช่องว่าง (.....) ที่เว้นไว้ตามความเป็นจริง

- สำหรับผู้วิจัย
11. ท่านเคยใช้อินเทอร์เน็ตหรือไม่  23
1. เคย  2. ไม่เคย
12. ท่านใช้อินเทอร์เน็ต เป็นระยะเวลาานานเท่าใด  24
1. น้อยกว่า 1 ปี  2. 1 – 2 ปี
3. 3 – 4 ปี  4. มากกว่า 4 ปี
13. ท่านใช้อินเทอร์เน็ต บ่อยครั้งเพียงใด  25
1. ทุกวัน  2. สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง
3. สัปดาห์ละ 1 – 3 ครั้ง  4. เดือนละ 2 ครั้ง
5. เดือนละ 1 ครั้ง  6. นานๆ ครั้ง
14. ท่านใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ต  26
1. น้อยกว่า 15 นาที  2. 15 – 30 นาที
3. 30 นาที – 60 นาที  4. 1 – 1 ชั่วโมง 30 นาที
5. 1 ชั่วโมง 31 นาที – 2 ชั่วโมง  6. มากกว่า 2 ชั่วโมง
15. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ในสถานที่ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ที่บ้าน  2. บ้านเพื่อน / คนรู้จัก  27  28
3. ห้องสมุด  4. ศูนย์คอมพิวเตอร์ของสถาบัน  29  30
5. ร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต  6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....  31  32

## ส่วนที่ 4

## พฤติกรรมกรเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

16. ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด

กรุณา ทำเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

สำหรับผู้วิจัย

ประเภทของสื่อ	ทุกวัน	ค่อนข้างบ่อย	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย		
โทรทัศน์					33	<input type="checkbox"/>
วิทยุ					34	<input type="checkbox"/>
หนังสือพิมพ์					35	<input type="checkbox"/>
นิตยสาร / วารสาร					36	<input type="checkbox"/>
อินเทอร์เน็ต					37	<input type="checkbox"/>

กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  และเติมค่าลงในช่องว่าง (.....) ที่เว้นไว้ตามความเป็นจริง

สำหรับผู้วิจัย

17. ปัจจุบันนี้ ท่านหาข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจากสื่อใดมากที่สุด

38

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. สมาชิกในครอบครัว /ญาติพี่น้อง | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน / คนรู้จัก               |
| <input type="checkbox"/> 3. วิทยุ / โทรทัศน์              | <input type="checkbox"/> 4. หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร / วารสาร |
| <input type="checkbox"/> 5. แผ่นพับ / โบปลิว              | <input type="checkbox"/> 6. โปสเตอร์ / Billboard            |
| <input type="checkbox"/> 7. อินเทอร์เน็ต                  | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....             |

18. ท่านเคยใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือไม่

39

- |                                 |   |
|---------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เคย | <input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย (ข้ามไปทำข้อ 22) |
|---------------------------------|---|

19. เหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย

(กรุณาใส่หมายเลข 1 - 4 ตามลำดับความสำคัญ 1 สำคัญมากที่สุด.... 4 สำคัญน้อยที่สุด)

- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| ..... รูปแบบในการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ | <input type="checkbox"/> 40 |
| ..... ความทันสมัยของข้อมูล                 | <input type="checkbox"/> 41 |
| ..... ความละเอียด ครบถ้วนของข้อมูล         | <input type="checkbox"/> 42 |
| ..... ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล            | <input type="checkbox"/> 43 |

20. ท่านสนใจข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ตในเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. สถานที่ท่องเที่ยว             | <input type="checkbox"/> 2. สถานที่พักผ่อน       | <input type="checkbox"/> 44 <input type="checkbox"/> 45 |
| <input type="checkbox"/> 3. แผนที่                        | <input type="checkbox"/> 4. เส้นทางการเดินทาง    | <input type="checkbox"/> 46 <input type="checkbox"/> 47 |
| <input type="checkbox"/> 5. สินค้าพื้นเมือง / ของที่ระลึก | <input type="checkbox"/> 6. ร้านอาหาร            | <input type="checkbox"/> 48 <input type="checkbox"/> 49 |
| <input type="checkbox"/> 7. เทศกาล / งานประเพณี           | <input type="checkbox"/> 8. เกร็ดความรู้         | <input type="checkbox"/> 50 <input type="checkbox"/> 51 |
| <input type="checkbox"/> 9. บริษัททัวร์                   | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ โปรดระบุ..... | <input type="checkbox"/> 52 <input type="checkbox"/> 53 |

สำหรับผู้วิจัย

21. เว็บไซต์ที่ท่านนิยมใช้ในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. <a href="http://www.tat.or.th">http://www.tat.or.th</a>                      | <input type="checkbox"/> 54 |
| <input type="checkbox"/> 2. <a href="http://www.tourismthailand.org">http://www.tourismthailand.org</a>  |                             |
| <input type="checkbox"/> 3. <a href="http://www.thailand.com">http://www.thailand.com</a>                |                             |
| <input type="checkbox"/> 4. <a href="http://www.tothailand.com">http://www.tothailand.com</a>            |                             |
| <input type="checkbox"/> 5. Search engine ผ่าน <a href="http://www.sanook.com">http://www.sanook.com</a> |                             |
| <input type="checkbox"/> 6. Search engine ผ่าน <a href="http://www.mthai.com">http://www.mthai.com</a>   |                             |
| <input type="checkbox"/> 7. Search engine ผ่าน <a href="http://www.yahoo.com">http://www.yahoo.com</a>   |                             |
| <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....  |                             |

22. ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ท่านต้องการในเว็บไซต์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 2. ภาพเหมือนจริงประกอบ                  | <input type="checkbox"/> 55 <input type="checkbox"/> 56 |
| <input type="checkbox"/> 3. เสียงประกอบ                        | <input type="checkbox"/> 4. ภาพเคลื่อนไหว                        | <input type="checkbox"/> 57 <input type="checkbox"/> 58 |
| <input type="checkbox"/> 5. สามารถ Download ข้อมูลได้          | <input type="checkbox"/> 6. Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ | <input type="checkbox"/> 59 <input type="checkbox"/> 60 |
| <input type="checkbox"/> 7. กระดานข่าว/กระทู้                  | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....                  | <input type="checkbox"/> 61 <input type="checkbox"/> 62 |

## ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรค ในการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวบนสื่ออินเทอร์เน็ต

23. ท่านพบปัญหา อุปสรรคในการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในประเทศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต  
ในด้านต่างๆ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

กรุณา ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

สำหรับผู้วิจัย

ปัญหา อุปสรรคที่พบ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
<b>ปัญหาเกี่ยวกับผู้ใช้</b>						
1.ขาดทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต						63
2.ไม่มีเวลาเพียงพอในการใช้อินเทอร์เน็ต						64
3.ไม่รู้จักวิธีในการสืบค้นข้อมูล(Search Engine)						65
4.ไม่ทราบรายชื่อของแหล่งข้อมูล(WWW)						66
5.เสียค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตสูง						67
<b>ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล</b>						
6.ข้อมูลไม่มีความทันสมัย						68
7.ใช้ระยะเวลาในการค้นหาข้อมูล						69
8.ข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการ						70
9.ข้อมูลไม่มีความน่าเชื่อถือ						71
10.ข้อมูลไม่สอดคล้องกับความต้องการ						72
11.แหล่งข้อมูลไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้รู้จัก						73
<b>ปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์</b>						
12.ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ต่ำ						74
13.การสื่อสาร(ค้นข้อมูล)มีความเร็วต่ำ						75
14.คู่สายในการเชื่อมโยงกับระบบมีจำนวนจำกัด						76
15.คู่สายในการใช้บริการหลุดง่าย						77
<b>ปัญหาเกี่ยวกับสถานที่ใช้อินเทอร์เน็ต</b>						
16.ไม่มีอินเทอร์เน็ตใช้งานที่บ้าน						78
17.สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ไกล						79
18.สถาบันการศึกษามี Computer ไม่เพียงพอ						80
19.อื่นๆ(โปรดระบุ)						81

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวศรีหญิง ศรีศุข เกิดวันที่ 22 พฤศจิกายน 2515 จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีครุศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 2) สาขาการศึกษานอกระบบโรงเรียน วิชาเอกภาษาอังกฤษ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2538 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต(ภาคนอกเวลาราชการ) สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2543 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Assistant Supervisor ฝ่ายขาย บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย