

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ [Survey Research ] และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการสุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน อายุ 15 ปีขึ้นไป และเป็น ผู้ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ อย่างน้อย 1 ครั้งในรอบปีที่ผ่านมา โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ [Accidental Sampling ] สถานที่ทำการเก็บข้อมูลคือ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อการทดสอบสมมติฐาน การหาค่าความแตกต่าง ใช้ t-test และ One-Way Anova ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม Spss/pc

การวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 4 ประการ คือ

1. ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

#### 4. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

##### สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ และ ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และยังเป็นสด สำหรับผู้ที่สมรสแล้ว จำนวนบุตรโดยเฉลี่ยต่อครอบครัวคือ 2 คน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท ประมาณร้อยละ 70 โดยมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท

จากข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ สองในสามไม่ได้เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ส่วนผู้ที่เปิดรับจะอ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ไทยรัฐและ เดลินิวส์ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากวิทยุมีเพียง ร้อยละ 10 โดยรับฟังคลื่นความถี่เอฟ เอ็ม 105.5 เม็กกะเฮิรตซ์มากที่สุด ประมาณร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ สถานีที่ได้รับคามนิยมเป็นอันดับแรก คือ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีผู้อ่านมาก ได้แก่ นิตยสารเที่ยวรอบโลก และ นิตยสารเพื่อนเดินทาง กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร มีประมาณร้อยละ 30 และร้อยละ 66 ใช้เวลาน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ชม. ในการอ่านนิตยสารนั้นๆ จำนวนผู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน น้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ใกล้เคียงกับการติดต่อกับสายการบิน ส่วนการพูดคุยกับเพื่อน และบุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศจะกระทำน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 30 เคยไปติดต่อกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศอื่นที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยมาแล้ว มีผู้เคยไปชมนิทรรศการการท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ การให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเห็นว่านิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ โทรทัศน์ และบริษัททัวร์ สามารถให้ข้อมูล ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้มาก ในขณะที่สายการบิน หนังสือพิมพ์ ตลอดจนเพื่อน และบุคคลในครอบครัวให้ข้อมูลได้ในระดับปานกลาง ส่วนวิทยุ นิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ และองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย สามารถให้ข้อมูลได้ในระดับน้อยจนถึงน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งที่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูล มากกว่า 1 แหล่ง โดย โทรทัศน์ นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศและหนังสือพิมพ์ เป็นแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกให้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนใหญ่ร้อยละ 50 มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยทั่วไปประมาณ 1-2 ครั้ง ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 87 ผู้ที่เดินทางมากกว่า 6 ครั้งภายใน 1 ปี มีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น สาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอันดับแรก คือ การพักผ่อน และ สุขภาพ โดยมีผู้เลือกเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ ความสนุกสนาน และ การช้อปปิ้ง ระยะเวลา ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ อยู่ในขั้นตอนที่ 1 คือ เมื่อได้มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่สนใจจากสื่อต่าง ๆ ก็จะตัดสินใจทันที โดยมี โทรทัศน์ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารอันดับหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เพื่อนและบุคคลใน ครอบครัว เป็นแหล่งข้อมูลอันดับรองลงมา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่วนสายการบินมีอิทธิพลเป็นอันดับสุดท้าย การโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างมากถึงร้อยละ 80 จากข้อมูลที่ได้รับพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางของตนเอง ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ ทิวทัศน์ และความสวยงามของประเทศที่จะไป รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เหมาะสม และ รายได้

## การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

### สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลการวิจัย พบว่า

- เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1
- อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1
- สถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมท่องเที่ยว ต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1
- การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1
- อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1
- รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

## สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลการวิจัย พบว่า

- เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
- อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
- สถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
- การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
- อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2
- รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

## สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

จากผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจาก หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยว บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ" พบว่า

1. ปัจจัยทางด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากว่าสังคมไทยในปัจจุบันเปิดโอกาสให้ผู้หญิงและผู้ชายมีโอกาสเท่าเทียมกัน ทั้งหญิงและชายที่มีรายได้มาก ก็มีโอกาที่จะไปเที่ยวต่างประเทศได้เท่าๆกัน ลักษณะอาชีพบางอาชีพเปิดโอกาสให้เขาได้ไปท่องเที่ยวได้มากกว่าบางอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกช ว่องวิศวรร<sup>54</sup> ที่ว่า "ตัวแปรเรื่องเพศไม่ทำให้การยอมรับฟาสต์ฟู้ดแตกต่างกัน" และสอดคล้องกับงานวิจัยของเชกกา<sup>55</sup> ที่พบว่า "เพศไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมของการศึกษาของชาวจีนอเมริกัน แม้ว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะมีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายประมาณหนึ่งเท่า แต่ค่าเฉลี่ยของทั้งสองเพศไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเลย (ตารางที่ 4.32)

อายุ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ สันนิษฐานได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเท่าเทียมกัน คนที่มีอายุน้อยก็มักติดตามผู้ใหญ่หรือพ่อแม่ไปเที่ยว ดังนั้น ทุกช่วงอายุจึงมีโอกาสเท่าเทียมกัน

กรกช ว่องวิศวรร, "ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาสต์ฟู้ดของชาวกรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531) หน้า 50.

สถานภาพการสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน คือ โสด สมรส ม่าย/หย่าร้าง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็น โสด สมรส เป็นม่าย/หย่าร้าง ต่างก็มีความต้องการ ความสนใจ ตลอดจนมีปัจจัยด้านอื่นๆเป็นปัจจัยที่สามารถอธิบายการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้ จึงกล่าวได้ว่า สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างแม้จะมีระดับการศึกษาต่างกัน แต่ทุกคนมีความต้องการเหมือนกันคือการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่ว่าจะ เป็น ผู้ที่มีการศึกษาในระดับใดก็ตาม

อาชีพ พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่1 ลักษณะอาชีพบางอาชีพเปิดโอกาสให้บุคคลนั้น ๆ ไปท่องเที่ยวได้มากกว่าผู้ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเดียวกัน ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของสมชาติ สุกฤตยานันท์<sup>56</sup> ที่ว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ อาชีพ ไม่มี ความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

รายได้ พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ผู้ที่มีรายได้มากย่อมมีโอกาสและสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนสูงกว่า 1 แสนบาท มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีขนาดเล็ก จำนวนบุตรต่อครอบครัวประมาณ 1-2 คน ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ นุชนารถ ว่องธวัชชัย<sup>57</sup> ที่ว่า

56 สมชาติ สุกฤตยานันท์, "ความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย" (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531), หน้า 90.

57 นุชนารถ ว่องธวัชชัย, "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว", ฃ.ฃ.ฃ. จุลสารการท่องเที่ยว, 15 (มกราคม - มีนาคม 2539) : 40

ในสังคมของคนที่มีการศึกษาและประเทศที่พัฒนาแล้ว ครอบครัวจะมีขนาดเล็ก และมีบุคคลเพียงไม่กี่คน การหย่าร้าง และการอยู่เป็นโสดมีมากขึ้น ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้นนี้อำนวยให้ประชากรสามารถเดินทาง เนื่องจากไม่มีพันธะทางครอบครัว และมีเงินหรือรายได้เพียงพอที่จะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

2. ปัจจัยทางด้านประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ สถานภาพ การสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการวิจัยนี้เป็นไปในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของคณีย์ หวังบุญชัย<sup>59</sup> ซึ่งพบว่าเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกันแต่อย่างใด แต่อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพงษ์ ระรวยทรง<sup>60</sup> ซึ่งกล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกันโดย ผู้ชายเป็นเพศที่ใช้เหตุผลได้มากกว่าผู้หญิงซึ่งเป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพิรฤดา พจนพิสุทธ์<sup>61</sup> ซึ่งพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์โดยกลุ่มวัยรุ่นที่มีเพศแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการอ่านหนังสือพิมพ์แตกต่างกันโดยเพศชายมีการตัดสินใจชมภาพยนตร์มากกว่าเพศหญิง

อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการวิจัยที่

<sup>59</sup>คณีย์ หวังบุญชัย, "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและสร้างความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหนังสือพิมพ์รายวัน" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), หน้า 184.

<sup>60</sup>สุภาพงษ์ ระรวยทรง, "การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535, หน้า 98.

<sup>61</sup>พิรฤดา พจนพิสุทธ์, "ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), หน้า 97.

ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของคณีย์ หวังบุญชัย<sup>62</sup> ซึ่งพบว่า อายุ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่แตกต่างกันแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพิรฤดา พจนพิสุทธิ<sup>63</sup> ซึ่งกล่าวว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์หลังจากการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจได้แก่ อายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์จากการฟังรายการทางวิทยุและการชมโฆษณาทางโทรทัศน์ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทางลบ หมายถึง หากกลุ่มตัวอย่างยิ่งมีอายุน้อยลงเท่าใดก็จะตัดสินใจชมภาพยนตร์โดยการฟังโฆษณาภาพยนตร์ทางวิทยุและการชมโฆษณา ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์มากขึ้นเท่านั้น

สถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโสด จำนวน 250 คน กลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้ว จำนวน 131 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นม่าย /หย่าร้าง จำนวน 15 คน อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คือ 3.9080 ,3.7939 และ 4.3333 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างกัน

การศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษาจนถึงปริญญาโทของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการศึกษาไม่เหมือนการเลือกใช้เทคโนโลยีซึ่งงานวิจัยของคณีย์ หวังบุญชัย<sup>64</sup> พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของบุคลากรระดับผู้บริหาร จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านความพร้อมภายในองค์กรที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่0.05 โดยบุคคลระดับผู้บริหารที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวที่แตกต่างกับผู้บริหารที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

<sup>62</sup>คณีย์ หวังบุญชัย, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและสร้างความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหนังสือพิมพ์รายวัน” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ) หน้า 184.

<sup>63</sup>พิรฤดา พจนพิสุทธิ, “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ) , หน้า 97.

<sup>64</sup>คณีย์ หวังบุญชัย, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและสร้างความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหนังสือพิมพ์รายวัน” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ) หน้า 184



ส่วนสาเหตุที่ตัวแปรอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศนั้น อาจสันนิษฐานได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัทและผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ต่างมีความคล้ายคลึงกันในเรื่องการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันทั้ง 8 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า บุคคลไม่ว่าจะมีรายได้มากหรือน้อยเพียงใด ต่างก็มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในลักษณะเดียวกัน

3. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของสุกัญญา นาคสุข<sup>65</sup> ที่ว่า การเปิดรับวิทยุ และ หนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความทันสมัย กล่าวคือ ประชาชนที่มีการเปิดรับวิทยุและหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของความทันสมัย การท่องเที่ยวก็อาจพิจารณาว่าเป็นความทันสมัยได้เช่นกัน ผู้ที่เปิดรับข่าวสารไม่ว่ามากหรือน้อย ย่อมต้องการที่จะไปท่องเที่ยวเหมือนกันทั้งนั้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาให้ลึกลงไปพบว่า ความไม่สัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการท่องเที่ยวอาจเป็นเพราะ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์มีสูงถึง 269 คนซึ่งเกินกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เช่นเดียวกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากวิทยุเลย มีมากถึง 344 คน และผู้เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ก็มีจำนวนน้อยมาก จึงทำให้ไม่เห็นความแตกต่าง เนื่องจากคนส่วนใหญ่ไม่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน ยังอาจสันนิษฐานได้ว่า เป็นเพราะในขณะนี้ยังไม่มีหนังสือพิมพ์ฉบับใดมีคอลัมน์ประจำฉบับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีแค่คอลัมน์โฆษณาของบริษัททัวร์ต่างๆ โดยมีรายละเอียดเพียงชื่อสถานที่หรือประเทศพร้อมทั้งราคาและจำนวนวันเดินทาง แต่ไม่ใช้การให้ข้อมูลข่าวสารของประเทศหรือสถานที่นั้นๆ

<sup>65</sup>สุกัญญา นาคสุข. "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดละโว้" (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท) ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537) หน้า 89

นอกจากนี้รูปเล่มของหนังสือพิมพ์ไม่สามารถสร้างความเชื่อถือและประทับใจแก่ผู้อ่าน ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญส่ง แก้วรามุข<sup>66</sup> พบว่า "พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันได้แก่ ความบ่อยครั้งในการอ่านระยะเวลาในการอ่านไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเอาเนื้อหาสาระของ หนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน"

สำหรับการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากวิทยุคงที่ได้กล่าวแล้วว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวต่างประเทศจากวิทยุมีสูงถึง 344 คน ทั้งนี้อาจ สันนิษฐานได้ว่าเนื่องจากภาวะความเร่งด่วนของการดำเนินชีวิตในปัจจุบันบังคับให้บุคคลหันไปเปิด รับข่าวสารจากสื่ออื่นๆที่สามารถอำนวยความสะดวกเรื่องเวลา ตลอดจน สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน เช่น โทรทัศน์ ซึ่งงานวิจัยของ สุกัญญา นาคสุข<sup>67</sup> พบว่า การเปิดรับ สื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความทันสมัยของประชาชนจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ โทรทัศน์เป็นสื่อที่สร้างความเข้าใจได้ง่าย มีทั้งภาพและเสียง ย่อมดึงดูดใจและ สร้างความสนใจได้ดีกว่าสื่อชนิดอื่นและในการดูโทรทัศน์ยังสามารถดูได้พร้อมกันหลายคน บางครั้ง มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ระหว่างสมาชิกที่นั่งชมอยู่ นอกจากนี้ในปัจจุบันราคาของ โทรทัศน์ได้ถูกลงมาก ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของได้ง่าย

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา นาคสุข<sup>68</sup> ที่ว่า การเปิดรับ สื่อนิตยสารมีความสัมพันธ์กับความทันสมัยของประชาชนจังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพล หมั่นภักดี<sup>69</sup> ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ รับข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์มิตซูบิชิ แลนเซอร์จากสื่อที่ควบคุมได้ โดยบริษัทเอ็ม เอ็ม ซี ลิทิลผล จำกัด

<sup>66</sup>บุญส่ง แก้วรามุข. "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการนำเอาเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนา การเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537) หน้า 93.

<sup>67</sup>สุกัญญา นาคสุข. "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา" (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537) หน้า 93.

<sup>68</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 94.

<sup>69</sup>อิทธิพล หมั่นภักดี. "ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ:วิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดของรถยนต์มิตซูบิชิแลนเซอร์" (วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539) หน้า 66.

โดยรับจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับรถยนต์ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ทำให้ ผู้บริโภคได้ทราบถึงรูปร่างรูปทรงคุณสมบัติของรถยนต์มีตูดมิชิ แลนเซอร์ นิตยสารมีการเสนอข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและมีภาพตลอดจน สีสรรสวยงามดึงดูดความสนใจและ โน้มน้าวใจให้คนอยากไปท่องเที่ยวได้มากกว่าสื่ออย่างอื่น โดยเฉพาะนิตยสารก็เป็นสื่อเฉพาะกิจที่ผู้ส่งสารเลือกใช้ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยที่ได้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกรองทิพย์ จันแยม<sup>70</sup> ซึ่งกล่าวว่า นักศึกษาที่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสของวัยรุ่น

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยและนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์<sup>71</sup> ซึ่งกล่าวว่า สื่อที่สะดวกที่สุดในการรับข้อมูลข่าวสารคือสื่อระหว่างบุคคล เนื่องจากในการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way-Communication) มีการพูดคุยสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างกับสื่อดังกล่าว ถึงแม้ว่าปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจดังกล่าวจะแตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการวิจัยที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากนิทรรศการการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนัย สุนทรวิภาต<sup>72</sup> ซึ่งกล่าวว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากการจัดนิทรรศการต่างๆเกี่ยวกับเมืองไทยหรืองานแสดงสินค้าไทยหรืองานขายสินค้าไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติและเหตุที่ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

<sup>70</sup>กรองทิพย์จันแยม. “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการยอมรับค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนสมรสของวัยรุ่น” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539) หน้า 154.

<sup>71</sup>วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, “การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารการท่องเที่ยว: ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2532) หน้า 65

<sup>72</sup>ทัศนัย สุนทรวิภาต. “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532) หน้า 64

เมืองไทยจากการจัดนิทรรศการต่างๆเกี่ยวกับเมืองไทยหรืองานแสดงสินค้าไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติดังกล่าว ก็น่าจะเป็นเพราะในการจัดนิทรรศการดังกล่าว ผู้จัดมักจะมีรูปแบบการนำเสนอที่สามารถสอดแทรกข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยลงไปด้วยและเมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปชมนิทรรศการดังกล่าวก็จะได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยไปด้วยในขณะเดียวกันเลย ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจสงสัยหรืออยากได้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยก็สามารถสอบถามได้จากเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่รับผิดชอบในนิทรรศการนั้นได้ทันที

4. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ กล่าวคือ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างผ่านทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารด้านการท่องเที่ยว บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย และนิทรรศการการท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

## ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวต่างประเทศ เช่น นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยควรนำผลการวิจัยไปพิจารณาประกอบการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของตน ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร การบริการทางด้านการบิน หรือการจัดทัวร์เป็นการใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อเป็นการสงวนเงินตราและกระจายรายได้ให้อยู่ในประเทศ องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทิวทัศน์และความสวยงามของประเทศควบคู่ไปกับรายละเอียดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศเพราะปัจจัยสำคัญสองประการแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เหมาะสม และ รายได้ หากสามารถให้ข้อมูลและรายละเอียดอย่างชัดเจนและสมบูรณ์อาจจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปลี่ยนความคิดที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศและหันมาท่องเที่ยวในประเทศแทน เป็นผลดีแก่เศรษฐกิจของประเทศ ทั้งยังเป็นการสร้างงานและรายได้แก่ท้องถิ่นต่างๆทั่วประเทศและนักท่องเที่ยวก็ยังสามารถประหยัดเงินทองในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแต่ละครั้งได้มากเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรที่จะทำการเก็บข้อมูลจากสนามบินทุกแห่งในประเทศไทย เนื่องจากการเก็บข้อมูลกระทำที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองเพียงแห่งเดียว ทำให้ผลของการวิจัยขึ้นอยู่กับชาวกรุงเทพฯ และภาคกลางที่มาใช้บริการ ณ สนามบินแห่งนี้เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบถึงความคล้ายคลึง และแตกต่างของแต่ละแห่งและนำมาสรุปเป็นผลของความสัมพันธ์ภาพรวมของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆของประเทศไทยซึ่งผลจากการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปใช้วางแผนการใช้สื่อต่างๆเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรที่จะได้มีการศึกษาถึงลักษณะอื่นๆของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น เรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นฐานในสถานท่องเที่ยวต่างๆ เนื่องจากประเด็นการศึกษาเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงความต้องการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ รวมทั้งทัศนคติ และผลของการศึกษาดังกล่าวสามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อปรับปรุงการท่องเที่ยวไทยจะได้ให้หน่วยงานการท่องเที่ยวสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้