



## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการชนิดหนึ่งที่เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในภูมิภาค การขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ตลอดจนการลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และผลิตภัณฑ์ที่ระลึก การบริการขนส่ง และการบริการอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว

ประเทศไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้รับประโยชน์อย่างมากจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้ประเทศในแต่ละปี โดยสามารถนำมาชดเชยภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำของภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม สาขาอื่นๆ ในช่วงที่เศรษฐกิจของโลกถดถอยได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าแม้รัฐบาลจะมีนโยบายเร่งรัดพัฒนาการผลิตทางด้านอุตสาหกรรมอย่างจริงจังตลอดมา แต่การผลิตและการเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมของไทย ดำเนินไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพและไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทำให้เกิดปัญหาหลายอย่างตามมา ทั้งที่เป็นปัญหาร่วมกัน และปัญหาเฉพาะของอุตสาหกรรมบางประเภท ยกเว้นทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างมั่นคงตลอดมา (สมชาย กรสวนสมบัติ 2535 : 356)

ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ<sup>10.10</sup> ยังส่งผลต่อการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ/ตั้งที่สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (อ้างใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (2530-2534) : 217) ได้รายงานว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จะสามารถสร้างงานให้แก่ระบบเศรษฐกิจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ในสาขาต่างๆ เพิ่มขึ้น ในอัตรานักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ 9 คน สามารถสร้างงานได้ 1 คน ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 73 คน สร้างงานในประเทศได้ 1 คน ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถช่วยให้ฐานะ ความเป็นอยู่ของประชาชน ในท้องถิ่นดีขึ้น และยังช่วยลดการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศได้อีกด้วย

ซึ่งในส่วนของการท่องเที่ยวภายในประเทศ ประมาณได้ว่า ในปี 2538 และ 2539 นี้จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น จากจำนวน 38.1 คน (ครั้ง) ในปี 2537 เพิ่มขึ้นเป็น 39.2 ล้านคน (ครั้ง) และ 40.5 ล้านคน (ครั้ง) ในปี 2538 และ 2539 ตามลำดับ ทั้งนี้ โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 3 (จุลสารการท่องเที่ยว 2538 : 31) จากเหตุดังกล่าวนี้จึงเป็นแนวโน้มที่ดีในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น พร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นอกจากประโยชน์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดผลดี ในทางการเมืองและสังคมโดยส่วนรวม อีกด้วย (เสรี วังส์ไพจิตร 2530 : 4) กล่าวคือ มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาค และท้องถิ่น ทั้งทางด้านวัตถุ และเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ฯลฯ และยังช่วยให้เกิดมาตราการส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วย และอีกประการหนึ่งที่สำคัญ คือ ช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ และเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรมประเพณีที่งดงามของไทย ให้เป็นที่รู้จักและคงอยู่สืบไป

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีประโยชน์ และมีความสำคัญต่อประเทศชาติเป็นอย่างมาก ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมให้เจริญยิ่งขึ้นเพื่อก้าวไปสู่ความเป็นแนวหน้าทัดเทียมกับความเจริญทางการท่องเที่ยวของประเทศที่เจริญแล้วทั่วโลก

ซึ่งในส่วนของการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญ โดยได้เริ่มกำหนดให้มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เป็นสาขาหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (2515-2519) เป็นต้นมา และต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน คือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (2535-2539) โดยมีนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 ดังนี้ (อังกา นวลนิตย์ ฤทธิรักษ์ 2538 : 24)

1. ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และพักนานวันขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกว้างขวางยิ่งขึ้น
2. อนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการบริหาร และการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว โดยต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพ
3. ดำเนินการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
4. พัฒนาและยกระดับกำลังคนด้านการท่องเที่ยวทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ
5. สร้างจิตสำนึก และให้ความรู้แก่ประชาชนถึงความสำคัญและคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ซึ่งในแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวนั้นมีแผนและมาตรการที่ชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ แผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้องอาศัยระบบการสื่อสารหรือปัจจัยทางการสื่อสาร อันเป็นกลไกสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) (ประมาณ สดะเวทิน 2533 : 30) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผู้รับข่าวสารเป็นองค์ประกอบสุดท้ายของกระบวนการที่จะเป็นผู้กำหนดว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวก็คือ ผู้รับสาร ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะเดินทางไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวใด ดังนั้น ข่าวสารข้อมูลที่ได้รับมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าที่ทดลองใช้ได้ แต่เป็นผลทางด้านความรู้สึก ผู้มาเที่ยวก่อนตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวไม่สามารถที่จะตรวจสอบคุณภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ การท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนการ "ขายฝัน" เมื่อเป็นเช่นนี้จึงจำเป็นที่ผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสารต้องสื่อสารให้ผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทราบถึงเนื้อหาข่าวสาร และควรมีความเข้าใจ รวมทั้งควรทราบถึงพฤติกรรมกรับสารของผู้รับสารด้วยว่าเป็นเช่นไร จะได้ช่วยให้ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ โดยอาจให้

ข่าวสารเพื่อชักจูงใจ ก่อให้เกิดทัศนคติที่ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยหวังผลให้เกิดพฤติกรรม คือ ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในที่นั้นๆ ซึ่งผู้ส่งสารต้องนำเสนอจุดขาย เพื่อสามารถกระตุ้นความอยากให้เกิดกับนักท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของสถานที่ ความสะอาดสบายของที่พัก ความอร่อยของอาหาร ความรู้สึกปลอดภัย และเป็นสุขเมื่อได้มาเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการให้บริการข่าวสาร นับว่าเป็นการเผยแพร่สิ่งใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว หรือบุคคลในสังคม หรือที่เราเรียกว่า นวัตกรรม ดังที่ เอช.จี บาร์เน็ต (H.G. Barnett) ได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรมไว้ โดยสรุปได้ว่า นวัตกรรม (Innovation) คือ แนวความคิด แบบแผน พฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากของเดิมที่มีอยู่ของใหม่ในที่นี้ ครอบคลุมสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น แบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติ สิ่งประดิษฐ์ วิทยาการใหม่ๆ และสิ่งที่มองไม่เห็น เช่น ความเชื่อ ความนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ในความคิดของบุคคล (H.G. Barnett, 1953) ตัวอย่างของข้อมูลที่เป็นนวัตกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม โดยทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดเป็นนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ไว้ในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2539 ถือเป็นวิถีทางใหม่ของการท่องเที่ยว โดยสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้รับการส่งเสริมและพัฒนาขึ้นมา แต่อย่างไรก็ตามการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจะสมบูรณ์ไปไม่ได้ หากเรามุ่งส่งเสริมและพัฒนาเฉพาะในกรุงเทพมหานคร หรือเฉพาะเมืองใหญ่ๆ ของประเทศ แต่การส่งเสริมการพัฒนา ควรกระทำกันในทุกๆ ระดับโดยมีอาจจะละเลยการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค ซึ่งเป็นการสร้างและกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจให้ประชาชน ในท้องถิ่นมี

\*การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง "การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชั้นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้ และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ" (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538)

รายได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะอนุรักษ์ธรรมชาติ โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม อย่างแพร่หลายในแต่ละจังหวัด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยมีกระจายอยู่ทุกภาคของประเทศ ซึ่งแต่ละแห่งก็จะมีลักษณะแตกต่างกันไป ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกไปท่องเที่ยวได้ตามความพึงพอใจของตน โดยทั่วไปแล้วแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองตามแต่ลักษณะภูมิศาสตร์และสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น มีจุดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมต่างๆ หรือในส่วนของความงามตามธรรมชาติอย่าง หาดทราย ชายทะเล น้ำตก เทือกเขาลำเนาไพร ซึ่งจุดเด่นเหล่านี้จังหวัดเพชรบุรี ถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวประเภทนี้สูง และยังคงตรงตามปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ Burkart and Medlik (อ้างใน ทักษิณา นิยมลรัตน์ 2537 : 8-9) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า 3 A's ได้แก่

**Accessibilities** คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวกจำเป็นจะต้องมีระบบการคมนาคมที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น มีสนามบินที่ทันสมัย มีการขนส่ง ถนนหนทางที่เพียงพอ

**Amenities** คือ สิ่งเจริญตาเจริญใจ ซึ่งสร้างความเพลิดเพลินให้แก่นักท่องเที่ยว ระหว่างที่พักผ่อน ได้แก่ โรงภาพยนตร์ โรงละคร สถานบันเทิง ระบบโทรคมนาคมที่ทันสมัยที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวก

**Attractions** คือ สิ่งสวยงามต่างๆ สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องมีสิ่งสวยงาม ซึ่งโดยมากจะแบ่งสิ่งสวยงามออกเป็น 3 ประเภท คือ สิ่งสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัด วาอาราม ประสาทราชวัง และสิ่งสวยงาม อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ต่างๆ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มี Attractions สูง เพราะมีสิ่งสวยงามทั้ง 3 ประเภท คือ สิ่งสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ หาดชะอำ หาดเจ้าสำราญ อุทยานแห่งชาติแก่งจวน สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ พระนครคีรี (เขาวัง) พระรามราชนิเวศน์ วัดกำแพงแดง วัดมหาธาตุวรวิหาร สิ่งสวยงามทางวัฒนธรรม ได้แก่ ศิลปะปูนปั้น ศิลปะการจำหลักไม้ งานช่างทอง ขนมหวานเมืองเพชร เป็นต้น

ในแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มอบให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) จัดทำได้กำหนดบทบาทและทิศทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ดังนี้

1. ให้หาดชะอำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายหาดมาตรฐานแบบสนุกสนาน และการบันเทิง (Active Beach Resort and Entertainment Area) ที่มีกิจกรรมหลากหลายทั้งบนบกและในทะเล รวมทั้งอาจมีแหล่งบันเทิงต่างๆ จากศักยภาพของพื้นที่ จึงกำหนดให้รองรับนักท่องเที่ยวระดับกลาง ทั้งประเภทมาเช้าเย็นกลับ และพักแรมเป็นหลัก

2. กำหนดให้เมืองเพชรบุรีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Historical and Cultural Tourist Center) รองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในรูปแบบของการทัศนศึกษาโดยมีบริเวณเขาวังเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในกลุ่มวัดในเมืองเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก และแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ภายในกลุ่มเป็นแหล่งท่องเที่ยวเสริม

3. กำหนดให้แหล่งท่องเที่ยวแก่งกระจานเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อการศึกษาและพักผ่อน รองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก ทั้งประเภทมาเช้า-เย็นกลับ และพักแรม โดยมีแหล่งที่พัก การเดินป่า การล่องแก่ง และสวนสัตว์เปิดเป็นจุดสนใจหลัก

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นถือได้ว่า จังหวัดเพชรบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง แต่อย่างไรก็ตามการจะโน้มน้าวหรือชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ได้มากนักน้อยเพียงไรนั้น มีปัจจัยร่วมหลายประการ โดยเฉพาะปัจจัยในส่วนของการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยวิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่ง ฉะนั้นจึงเป็นการสมควรที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว และปัจจัยอื่นๆ ที่มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีหลังจากทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีแล้ว ซึ่งข้อมูลจากการศึกษานี้ น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติงาน กำหนดนโยบาย และวางแผนเฉพาะกิจ ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัดให้มีประสิทธิภาพและตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์สูงสุดในทุกด้าน

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
4. เพื่อศึกษาว่าสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ สื่อใดมีอิทธิพลต่อระยะเวลาการตัดสินใจเร็วในการมาท่องเที่ยวมากกว่ากัน

### ปัญหาวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีอย่างไร

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีหรือไม่
3. ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีหรือไม่
4. เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อบุคคล, สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจแล้วสื่อใดสามารถอธิบายถึงระยะเวลาการตัดสินใจเร็วในการมาท่องเที่ยวได้ดีกว่ากัน

### สมมติฐานในการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
2. ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
3. สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อระยะเวลาการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวมากกว่าสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

### ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป ท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ในช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน พ.ศ. 2539
2. การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะศึกษาเฉพาะปัจจัยต่อไปนี้ คือ การเปิดรับสื่อบุคคล การเปิดรับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยว และฐานะทางเศรษฐกิจเท่านั้น ส่วนปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีผลต่อการไปท่องเที่ยวจะไม่นำมาศึกษา
3. มีการแบ่งแหล่งท่องเที่ยวเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวเมืองเพชรบุรี กลุ่มชายหาดชะอำ กลุ่มชายหาดเจ้าสำราญ & ชายหาดปึกเตียน และกลุ่มอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน



## นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ หรือศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี

2. การเปิดรับสื่อบุคคล หมายถึง ความบ่อยครั้งในการได้พบปะพูดคุยในเรื่องการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีกับเพื่อน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน บิดา-มารดา บุตร-ธิดา ญาติพี่น้อง ครู อาจารย์และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, เจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว

3. การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จากการอ่านหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, ฝั่งวิทยุ, หรือชมโทรทัศน์

4. การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จากเอกสารเผยแพร่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือบริษัทบริการการท่องเที่ยว เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วารสาร จุลสาร ฯลฯ

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยว หมายถึง การได้เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว, การได้มีโอกาสไปทัศนศึกษายังสถานที่ต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ตลอดจนการได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และการพักผ่อนหย่อนใจ และอื่นๆ

6. สถานะทางเศรษฐกิจ หมายถึง รายได้รวมทั้งหมดของบุคคลในแต่ละเดือน (ไม่รวมบุคคลอื่นในครอบครัว) ได้แก่ รายได้จากเงินเดือนประจำ และรายได้อื่นๆ นอกจากเงินเดือนประจำทั้งหมดรวมกัน

### ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จึงมีอาจสรุปอ้างอิงไปยังนักท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศได้ แต่อาจอนุมานผลการวิจัยนี้ไปประกอบการพิจารณาเพื่อเผยแพร่การท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การวิจัยนี้ช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว อันอาจจะเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาเรื่องอื่นๆ ที่ใกล้เคียงได้
2. สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและวางแผนเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ให้บรรลุจุดมุ่งหมายและ เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มาใช้เป็นแนวทาง ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อการพัฒนากิจกรรมด้านต่างๆ
4. ผลจากการวิจัยจะทำให้ทราบถึงลักษณะความสำคัญของการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาการต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย