



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย
Exposure Behavior and Satisfaction of Foreign Tourists Visiting Thailand

ศุณิษา สืบเจ็ก (Sunisa Subjik)¹ ภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร (Passawalee Nitikasetsoontorn)²

ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (Theerarux Phothisuwan)³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย 2) พฤติกรรมการเปิดรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสม การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบวิเคราะห์เอกสาร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย จำนวน 400 คน ได้มาด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า 1) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ความสำคัญกับประเด็นหลัก 5 ประเด็น คือ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว (2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (3) การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว (4) การสร้างความเชื่อมั่น และส่งเสริมการท่องเที่ยว (5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการเปิดรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวไทยมากที่สุดจากอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่ได้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยว และบริษัททัวร์ และเห็นว่าสื่อใหม่ สื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และวัฒนธรรมไทยในระดับมาก

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติ พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ

1 นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช e-mail address sunisa588@hotmail.com

2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช e-mail address passawalee@yahoo.com

3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช e-mail address theerarux.pho@stou.ac.th



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

Abstract

The objectives of this research on the Exposure Behavior and Satisfaction of Foreign Tourists Visiting Thailand were to study 1) Thailand's tourism development plan; 2) the exposure behavior of foreign tourists visiting Thailand; and 3) the satisfaction of foreign tourists visiting Thailand. This was a combined qualitative and quantitative research. For the qualitative portion, the sample population consisted of the national tourism development plan from 2012-2016, chosen through purposive sampling. Data were collected using a content analysis form and were analyzed using descriptive analysis. For the quantitative portion, the sample population was 400 foreign tourists, selected by accidental sampling. Quantitative data were collected and analyzed through frequency distribution, percentages and means. The results showed that 1) Five issues were prioritized in the national tourism development plan: (a) development of tourism infrastructure and facilities; (b) sustainable rehabilitation and development of tourism destinations; (c) development of tourism products, services and supporting factors; (d) confidence-building and promotion; and (e) promotion of participation by the government sector, civil society, and local administrative organizations in the process of managing tourism resources. 2) As for foreign tourists' exposure behavior, the majority of samples reported that they knew about tourism in Thailand from the Internet the most. They mainly got information from magazines and tour companies. They felt that new media, mass media and personal media were important for promoting tourism in Thailand. 3) As for their level of satisfaction, the tourists surveyed had the highest level of satisfaction with the tourist attractions in Thailand and with Thai culture.



Keywords: Tourism, Foreign tourist, Exposure behavior, Tourist satisfaction



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ สูงถึง 1.71 ล้านล้านบาทในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา (ที่มา : หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, 26 / สิงหาคม / 2556) ในการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศไทย หรือการแนะนำ และโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาเยี่ยมชมในประเทศไทยนั้น การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างสูง ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การณรงค์ชักชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมในประเทศไทยในหลายๆ โอกาส หลายๆ เทศกาล และข้อมูลของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมในประเทศไทย และรายได้จากนักท่องเที่ยว จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ก็ได้สะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมในประเทศไทยว่ามีแนวโน้มที่น่าจะดีขึ้น ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ ทั้งโดยเฉพาะปัญหาการเมืองภายในประเทศ การแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ ปัญหาจากอุทกภัยและวาตภัย ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและปัญหาการก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อประเทศไทย เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดหลักเปลี่ยนจุดหมายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย สถานการณ์ต่างๆ ดังที่กล่าวมานอกจากจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยงอีกด้วย อย่างไรก็ตามกรมการท่องเที่ยวยังมีความเชื่อว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเริ่มกลับสู่ภาวะปกติได้ในที่สุด และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีนี้จะไม่ต่ำกว่า 26 ล้านคน จากการเร่งการทำประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจ และฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ (<http://measwatch.org/news/3610> : 2557)

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมีการพัฒนาได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมความเป็นไทย นอกเหนือไปจากโครงสร้างพื้นฐานที่ดีทางด้านการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร (ทวีป ศิริธรรม, 2547) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยพบว่าจะมีนัยสำคัญต่อโครงสร้าง เศรษฐกิจและสังคมไทยมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เป็นพลวัต และซับซ้อนยากต่อการพยากรณ์ ทำให้เกิดความท้าทายในการดำเนินงานเป็นทวีคูณ ในขณะที่ หลายภาคส่วนได้ผลักดันให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็มีความ จำเป็นยิ่งยวดที่ต้องบูรณาการมิติต่างๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ก้าวสู่ความยั่งยืนมากขึ้น การแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทุกประเทศต่างก็ให้ความสำคัญกับลงทุนและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศ ประกอบกับบริบทที่เปลี่ยนไป ทั้งสถานการณ์และปัจจัยเสี่ยงด้านการท่องเที่ยว ที่นับวันจะมีความซับซ้อน รุนแรง และเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559 มีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืนและเพื่อเร่งรัดสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขันและให้เกิดการสร้างรายได้ มุ่งเน้น การป้องกันแก้ไข



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

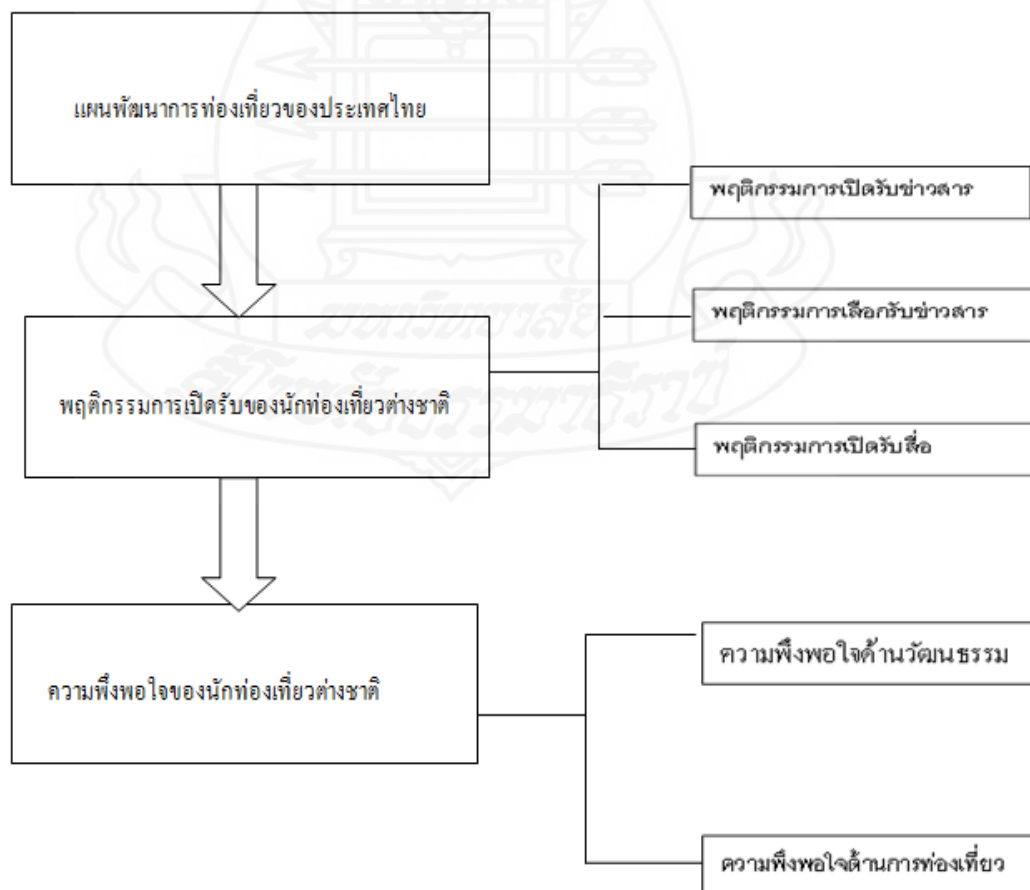
ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงนำเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ทราบถึงแนวคิดของนักท่องเที่ยวและนำไปสู่การศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา เกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสาร และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้สามารถกำหนดแนวทางและวิธีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย และ ความพึงพอใจในการเข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย ผลการวิจัยจะทำให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นที่จะนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดวิธีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย





การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสม ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิจัยเชิงปริมาณ สรุปได้ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรในการวิจัย ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 และผู้ดำเนินการทำวิจัย ส่วนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้นำมาจากการเลือกแบบเจาะจง จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงาน จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหา และการแสดงข้อมูลโดยการพรรณนาความ

วิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมประเทศไทย ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมประเทศไทยที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ที่เป็นอาสาสมัครตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ความสำคัญกับประเด็นหลัก 5 ประเด็น คือ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว (2) การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (3) การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว (4) การสร้างความเชื่อมั่น และส่งเสริมการท่องเที่ยว (5) การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการเปิดรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 55.3 ส่วนมากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินและนิตยสารด้านการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ไม่เคยไปขอข้อมูลจากหน่วยงานของการท่องเที่ยวนานาชาติ พึ่งขอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยและไม่เคยชมนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยวส่วนมากระบุว่าแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักประเทศไทยร้อยละ 31.0 มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศที่อาศัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการข้อมูลทั้งในส่วนข้อมูลทั่วไป และข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทยระหว่างที่พักอยู่ในประเทศไทยจากอินเทอร์เน็ต จดหมาย โบรชัวร์การท่องเที่ยว และบริษัททัวร์ ตามลำดับ โดยต้องการข้อมูลข่าวสารทั้งในด้านวัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก/บริการด้านการท่องเที่ยว เทศกาลพิเศษ ค่าใช้จ่าย ความบันเทิง นันทนาการ แหล่งช้อปปิ้ง/ของฝากเดินทาง ความปลอดภัยมั่นคง อาหารไทย และการเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่าสื่อมวลชนเป็นสิ่งมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมากที่สุดในส่วนข้อมูลสื่อโฆษณา มีอิทธิพลสูงสุด ในขณะที่ youtube มีบทบาทสูงสุดในฐานะที่เป็น



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

สื่อใหม่ในส่วนของคุณสื่อบุคคล นักท่องเที่ยวส่วนมากเน้นว่าครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้มาเยี่ยมชมประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.0 ส่วนใหญ่ รู้จักการท่องเที่ยวไทยมากที่สุดจากอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่ได้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยว และบริษัททัวร์ และเห็นว่าสื่อใหม่สื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในระดับมาก ในทุกประเด็น ได้แก่ การแสดงแบบไทย/การรำไทย และวัดไทย ที่พักบ้านไทย/ดนตรีไทย ความเป็นมิตรอย่างไทย ศิลปะไทย/งานฝีมือไทย อาหารไทย พิธีกรรมทางศาสนา กีฬาไทย และเทศกาลทางวัฒนธรรมไทย ตามลำดับ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังระบุประเภทของสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่พึงพอใจในขณะที่อยู่ในประเทศไทย โดยรวมในระดับมาก ในประเด็น ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มรดกทางเกษตรกรรม แหล่งช้อปปิ้ง/ของฝาก ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวก/การบริการนักท่องเที่ยว การจัดงาน/เทศกาลพิเศษ ความน่าสนใจของที่พัก ความบันเทิง และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในประเด็นกิจกรรมสันทนาการและกีฬา

อภิปรายผลการวิจัย

1. แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2555-2559 จากการศึกษา พบว่าแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยนี้อาจครอบคลุม 5 ด้านคือ (1) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว (2) ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (3) ด้านการพัฒนาสินค้าบริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว (4) ด้านการสร้างเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (5) ด้านการสร้างกระแสดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแต่ละยุทธศาสตร์ได้มีการกำหนดแนวทางการดำเนินการไว้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับการดำเนินงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กองบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : มปป.) ที่มุ่งเน้นการดำเนินงานทางด้านการตลาดเป็นเป็นหลัก ตลอดจนมีการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาดและกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆที่สอดคล้องกัน

2. พฤติกรรมการเปิดรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมประเทศไทย ในประเด็นของการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศ และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ สอดคล้องกับของสิริกาญจน์ ปรับไฉนใจโย ซึ่งศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศ และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ข้อค้นพบของงานวิจัยที่แสดงว่าสื่อมวลชนเป็นสิ่งพึงพอใจต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด ก็สอดคล้องกับ แนวคิดของ



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

ดวงฤทัย พงศ์ไพบุรย์ (2544 :13-14) ซึ่งกล่าวว่าผู้รับสารมีความคาดหวังสูงสุดจากการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อสิ่งดึงดูดทางวัฒนธรรมไทย และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 95 ระบุว่ามีความรู้สึกดีเกี่ยวกับประเทศไทยมากขึ้นหลังจากได้มาเยี่ยมชมประเทศไทยแล้ว สอดคล้องกับบุษบา สุธีธร และ ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2551) ซึ่งทำการวิจัยเรื่อง “เจตคติ และความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมชมประเทศไทย” ที่พบว่ามีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไปในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และ โครงสร้างตลาด (Markes Structure) ของการท่องเที่ยวไทย เพื่อการปรับปรุงและการพัฒนาการวางแผนการตลาด และการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคต
2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
3. ควรมีการทำวิจัยเพื่อสำรวจกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว/สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2557.

<http://www.mots.go.th/main.php?filename=index>.

ใจพร เศรษฐาภิวัตติกุล. (2544). การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะใน

เขตภาคตะวันออก สืบค้นจาก <http://www.researchgate.net/publication/27801724>.

ชวัลนุช อุทยาน. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2557

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

ปิติ หุ่นชู. (2541). ภาพพจน์ของคำรวจท่องเที่ยวในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเมืองพัทยา .

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

พรทิพา ศรีขจรวุฒิสักดิ์. (2545). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ .

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

พรรณิ ลิขิจวัฒน์. (2555). วิธีการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

รพีพล ชูวนิช. (2537). การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญา

โทบริหารธุรกิจ). สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.



การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5

The 5th STOU Graduate Research Conference

- วันทนา สุรชีวิน. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วิโชค อ่างมณี. (2542). อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ของวิทยาลัยเกษตรศาสตร์). สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ศรีสุดา วณิกัญญ์. (2550). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดในสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ศศิธรณ์ แผลงภู. (2546). การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์งานข่าวในประเทศ กองประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) หน้า 209 .ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.). (2555). ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ. ศ. 2555-2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2557. <http://ird.rmuti.ac.th/newweb/research/download/s9.pdf>.
- สุชาติ แซ่โจ้ว. (2535). วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษากรณีนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย เยอรมัน สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย และสิงคโปร์. (วิทยานิพนธ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์). คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อังศุมลีน สิงห์พันธ์. (2544). กระบวนการประชาสัมพันธ์ สืบค้นจาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-6.html>.
- อุไรวรรณ ศุภรสิทธิ์. (2536). การให้บริการข่าวสารผ่านสื่อมวลชนแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในเมืองพัทยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.