



ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

โดย
นางสาว ปริฉัตร แผงศรีสาร

วันที่.....	- 2 S.A. 2552
เลขทะเบียน.....	011781 ค.ร. 2

ณพ.

910.921

๑) 45๖๗

ม.ก.ร. ๕๕๓๗.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2552

**A study of Relationship between information Exposure and Tourist Activities
Of Thai tourist at Watphraphutthachai Amphoremoung ChangwatSaraburi**

By

Miss Parichat Paengsrison

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication
Faculty of Communication Arts
KRIRK UNIVERSITY**

2009

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวปริฉัตร แพ่งศรีสาร

ศึกษาเรื่อง

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

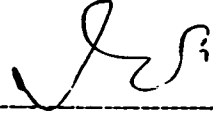
ชาวไทย ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 10 เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๖

ประธานกรรมการสารนิพนธ์



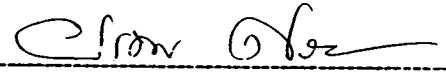
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



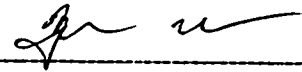
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

กรรมการสารนิพนธ์



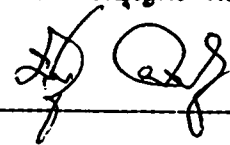
(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์



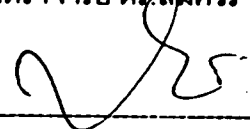
(อาจารย์มัทิตา อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี
ชื่อผู้เขียน	นางสาวปริฉัตร แพ่งศรีสาร
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต 2) เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี ทางด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึก 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จำนวน 400 คน ในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2551 เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

(2)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15-29 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่ำกว่า 7,200 บาท 2) นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ในระดับมาก 3) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวในระดับมาก 4) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณา ให้คำปรึกษา แนะนำ เกี่ยวกับการศึกษาวิจัย ตลอดจน การตรวจสอบ ปรับปรุง และแก้ไข ให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ มีความสมบูรณ์ ด้วยความเมตตากรุณา อย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ สื่อสารการท่อกึ่งและบันเทิง ที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทความรู้และประสบการณ์อันมีค่ายิ่ง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้คำแนะนำและให้ ความช่วยเหลือมาโดยตลอด รวมทั้งขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการ ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีและทุกท่านที่มีได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของวัดพระพุทธฉาย โดยเฉพาะป่าเล็ก ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ใน การศึกษาวิจัยเป็นอย่างดี ขอขอบคุณทีมงานผู้ช่วยนักวิจัยที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลใน ครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อประเสริฐ คุณแม่สมหมาย แพ่งศรีสารและครอบครัวรวมทั้ง คุณตาจันทร์ คุณยายเคน ดาวะที ที่กรุณาดูแลสั่งสอน และให้กำลังใจมาโดยตลอด

ปรีฉัตร แพ่งศรีสาร

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
	1
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร	26
2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย	29
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
2.6 กรอบแนวคิด	38
2.7 สมมุติฐานในการวิจัย	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	41

(5)

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	45
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ	46
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	51
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร กับตัวแปรกิจกรรมการท่องเที่ยว	56
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็น อื่นๆ เพิ่มเติมทางด้านการท่องเที่ยว	60
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 บทสรุปผลการวิจัย	61
5.2 อภิปรายผล	65
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	71
ภาคผนวก	73
แบบสอบถาม	74
บรรณานุกรม	81
ประวัติผู้วิจัย(และการทำงาน)ของผู้วิจัย	85

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	45
4.2	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉายจังหวัดสระบุรี จากสื่อต่างๆในภาพรวม	46
4.3	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อบุคคล	47
4.4	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อสิ่งพิมพ์	48
4.5	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์	49
4.6	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่ออินเทอร์เน็ต	50
4.7	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายจังหวัดสระบุรี จำแนกทางด้านต่างๆในภาพรวม	51
4.8	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการทำกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา	52
4.9	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์	53
4.10	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ	54
4.11	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.12	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี	56
4.13	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี	57
4.14	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี	58
4.15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี	59
4.16	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นอื่นๆ เพิ่มเติมทางการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและยังถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีไทยซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าอย่างมาก การท่องเที่ยวเป็นวิธีการที่กระตุ้นให้เยาวชน และประชาชนหันมาสนใจองค์ความรู้ท้องถิ่นประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี และยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ทางวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่องให้กับประชาชน ทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจและความรักในมรดกของชาติ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นวิธีการหนึ่งเพื่อยกระดับและสร้างจิตสำนึกในความเป็นไทยและช่วยกันรักษาประเพณีอันดีงามเอาไว้ประกอบกับในปัจจุบันจากสภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นตัว การทำงานที่ต้องมีการแข่งขันตลอดเวลา ก่อให้เกิดความเครียดรวมทั้งสภาพแวดล้อมต่าง ๆ มลภาวะเป็นพิษที่ได้เผชิญอยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้ได้บั่นทอนกำลังกายกำลังใจในการทำงานของผู้บริโภคแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการพักผ่อนมากขึ้น (ศักดิ์ชัย เสนาพรหม , 2548:5)

แนวโน้มการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ในกระแสโลกาภิวัตน์นับวันก็จะรุนแรงขึ้นตามลำดับ นานาประเทศต่างใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มาเป็นอาวุธสำคัญในการช่วงชิงตลาดโลกของการพาณิชย์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสาร ความรู้ สารสนเทศและสารสนเทศ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างและคุณค่าของสินค้าโดยเฉพาะผลการสำรวจระบุว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมค้นหาเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจมากที่สุดขณะนี้คือการค้นหาทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสูงถึง 81% ของผู้ทำการสำรวจทั้งหมด ตามมาด้วย หนังสือคู่มือท่องเที่ยว 50% คำบอกเล่าและความคิดเห็นจากคนในครอบครัว 48% บริษัทนำเที่ยว 45% แมกกาซีนท่องเที่ยว 36% หนังสือพิมพ์ 34% โฆษณา 25% รายการโทรทัศน์ 21% องค์กรท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ 15% ภาพยนตร์ 7% และอื่นๆ อีก 4% ทั้งนี้ การสำรวจดังกล่าว นักท่องเที่ยว 1 คน สามารถค้นหาข้อมูลได้หลายช่องทาง จากข้อมูลดังกล่าว อธิบายได้ว่า กระแสออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง ในอีก 2 ปี จะเป็นตัวผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างภูมิภาค และภายในภูมิภาคเอเชีย มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ถือเป็นโอกาสด้านการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ในขณะเดียวกันข้อจำกัดด้านต่างๆ เกี่ยวกับมุมมองของนักท่องเที่ยว ยังคงเป็นปัญหาเดิมๆ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญมากที่สุดคือการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องและเหมาะสม ตามช่องทางการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว จะส่งผลทำให้มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ที่มา: <http://www.bangkokbizweek.com>)

นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีความหลากหลายในด้านรูปแบบของกิจกรรม เป็นต้นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของภาคต่าง ๆ รวมไปถึงสถาปัตยกรรมของวัด สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี ก็เช่นกัน คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ด้วยขนาดของเนื้อที่วัดนั้นมีขนาดไม่ใหญ่มากและไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมสัมผัสบรรยากาศรอบ ๆ บริเวณวัดได้อย่างทั่วถึงภายใน 1 วัน และเป็นการได้ศึกษาถึงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของไทยอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งพระพุทธรายมีการค้นพบตั้งแต่สมัยพระเจ้าทรงธรรมกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี มีลักษณะเป็นเงาเลือนลางที่เป็นรอยประทับอยู่บนหน้าผามีลักษณะคล้ายพระพุทธรูปยืน หน้าผาแห่งนี้อยู่ในบริเวณวัดพระพุทธราย ซึ่งตั้งอยู่บนเชิงเขา วัดนี้สร้างในสมัยพระเจ้าทรงธรรมตามตำนานกล่าวว่า ในครั้งพุทธกาล พระพุทธเจ้าเสด็จมาที่เขาฆาฏกะ (เขาพระพุทธราย) เพื่อโปรดพรานฆาฏกะ ครั้นพระพุทธเจ้าเสด็จกลับ พรานได้ทูลขอให้ประทางสิ่งอันเป็นอนุสรณ์ พระพุทธองค์จึงทรงกระทำพุทธปาฏิหาริย์ให้พระฉายาลักษณ์ของพระองค์อยู่ติดกับเขาที่เงื่อมผาฆาฏกะบรรพต (<http://www.watphraphutthachai.com>)

จากการศึกษาเบื้องต้นของวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี พบว่า เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญของจังหวัดและบริเวณใกล้เคียงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจไว้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยววัดพระพุทธรายมีแต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง เนื่องจากไม่มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธรายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธราย และเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้ตอบสนองความต้องการควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ทางด้าน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

2. เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ทางด้าน การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึก

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. เป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในการวางแผน การวางนโยบาย ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อสามารถตอบสนองให้เป็นไปตามความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้องต่อไป

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี เท่านั้น

2. ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ในช่วงเดือนตุลาคม 2551 เท่านั้น

3. ศึกษาเฉพาะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต และกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

1.5 นิชยามศัพท์เฉพาะ

1.กิจกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งประเภทไปเที่ยวพักผ่อน หรือต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม ของวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

2.นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทย มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยและมีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการหารายได้

3.การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

4.การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การรับรู้ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยน ข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

5.สื่อบุคคล หมายถึง ญาติ เพื่อนหรือบุคคลอื่นๆที่แนะนำให้มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

6.สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง นิตยสาร วารสาร หรือคู่มือการท่องเที่ยวที่แนะนำให้มาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

7.สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง รายการทางวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

8. สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง ข้อมูลทางเว็บไซต์ที่นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

9.การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา หมายถึง ประเพณีที่สำคัญทางพุทธศาสนาที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี มีการจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เช่น งานตักบาตรข้าวต้มลูกโยน ที่จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี

10.การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ หมายถึง การได้รับการเผยแพร่ข้อมูลความเป็นมาและร่องรอยทางประวัติศาสตร์ของวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี เช่น เงามพระพุทธรเจ้าที่อยู่บนหน้าผารอยพระพุทธรบาทเบื้องขวาและอุโบสถที่มีความเก่าแก่และมีเอกลักษณ์เฉพาะ

11. การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ หมายถึง การชมวิว ทิวทัศน์และบรรยากาศที่สดชื่นเป็นธรรมชาติบริเวณวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

12. สินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่ทางวัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี มีไว้สำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น พรมเช็ดเท้า ไม้กวาด และครกหิน

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ได้เสนอแนวคิดเพื่อแสดงหลักการและแนวทางการศึกษาของผู้วิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิด
- 2.7 สมมุติฐานในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2546:165-169) ได้กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้หลายประเภท ดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีความงดงามตามธรรมชาติ มีความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยาและระบบป่าไม้ที่หลากหลาย เช่น ภูเขา น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ปะการัง สัตว์ และพรรณพืช เป็นต้น ธรรมชาติที่ใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของภูมิทัศน์ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1.1 ภูมิประเทศ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- เทือกเขาสูงที่มีหุบเขา สันเขา ยอดเขา ไหล่เขา หน้าผา ถ้ำ บ่อน้ำพุร้อนรวมอยู่ด้วย เช่น เทือกเขาถนนธงชัย เทือกเขาหลวงพระบาง เป็นต้น
- ภูเขาสูง หรือ ดอยที่นิยมเรียกกันในภาคเหนือ เช่น ดอยอินทนนท์ ภูกระดึง ภูหลวง เป็นต้น
- ภูเขาหินปูนที่ก่อให้เกิดถ้ำและหินงอกหินย้อย เช่น ถ้ำพระยานคร ถ้ำลอด เป็นต้น
- ภูเขาหินทรายที่มีหน้าผา เสาหิน เช่น ภูเรือที่มีหน้าผาสามด้าน ป่าหินงามที่จังหวัดชัยภูมิที่มี เสาหินเป็นจำนวนมาก

- ภูหินแกรนิตที่เป็นภูเขาสูงมีป่าไม้ปกคลุมทึบ บนภูเขามักมีน้ำตก สัตว์ป่า เช่น เขา สอยดาว เขาสระบาป เขาเขียว เขาหลวงจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น
- ภูเขาที่มีความแคบและความสูงชันของหน้าผาทองสองข้างของภูเขาและเบื้องล่างจะมีร่องน้ำไหลตลอดเวลา ที่ใช้เป็นเส้นทางปีนปาย เช่น เดินป่าและจุดชมวิว เช่น ภูเขาแม่แจ่ม ภูเขาแม่ฮ่องสอน ภูเขาแม่สะเรียง เป็นต้น
- เจริงเขาที่เป็นที่สะสมของตะกอน ที่ลงมาจากเทือกเขาในอดีตก่อให้เกิดเป็นเนิน โคนและสัน เช่น สันป่าตอง สันกำแพง สันทราย เป็นต้น
- ที่ราบที่เป็นที่สะสมของแหล่งน้ำ เช่น คลอง แม่น้ำ หนอง บึง หาด เป็นต้น

1.2 ภูมิอากาศ มีผลต่อการท่องเที่ยวในเรื่องของอุณหภูมิและความชื้นของบรรยากาศ เพราะอุณหภูมิที่พอเหมาะและแสง สีของบรรยากาศและแสง สีนท้องฟ้าทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาสนุกสนานขึ้น เช่นฤดูหนาวในประเทศไทยช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเย็นสบาย ฤดูฝนจะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากฝนตก เจาะแฉะ แต่เหมาะแก่การท่องเที่ยวน้ำตก เป็นต้น

1.3 แหล่งน้ำ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมได้แก่

- ชายหาดและอ่าว เช่น หาดทรายบนแผ่นดินและในเกาะต่าง ๆ เช่น หาดแม่รำพึง หาดเพิน เกาะเสม็ด เกาะพัง เกาะสมุย เป็นต้น
- เกาะและหมู่เกาะ เช่น เกาะภูเก็ต เกาะเต่า เกาะสิมิลัน เกาะช้าง เป็นต้น
- ปะการัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ทะเล เช่น ที่หมู่เกาะสิมิลัน หมู่เกาะสุรินทร์ หมู่เกาะ ชุมพร เป็นต้น
- โบราณคดีได้นำ ในท้องทะเลมีซากเรือจมอยู่มากมาย เรือเหล่านี้เป็นเรือพาณิชย์ที่แล่นค้าขายใน อดีต ซากเรือโบราณ จึงเป็นทรัพยากรที่มีค่าของชาติและ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับประดาน้ำ

1.4 พืชพรรณและป่าไม้ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว แบบการเดินป่า ที่ทำให้การพักผ่อน หย่อน ใจและทำให้รู้ จักชนิดพืชพรรณและสัตว์ป่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยึดป่าไม้ เป็นหลักและมีการจัดการที่เป็นระบบจะอยู่ในรูปของอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีความสำคัญในฐานะเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนาที่แสดงถึงอารยธรรมท้องถิ่น มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือน ทรัพยากร ประเภทนี้สามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท

2.1 โบราณสถานและโบราณวัตถุ

โบราณสถาน หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุและลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นเป็นประโยชน์ทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่ สำคัญทางประวัติศาสตร์ และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย เช่น เมืองโบราณ พระราชวัง พระตำหนัก อนุสาวรีย์ กำแพงเมือง เป็นต้น

โบราณวัตถุ หมายถึง สงหาริมทรัพย์ที่เป็นของโบราณไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเคยเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซากมนุษย์ หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี เช่น ซากมนุษย์ ซากสัตว์ ภาพเขียน งานศิลปะ เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับของคนโบราณ ศิลปิน เป็นต้น โบราณวัตถุมักพบเห็น อยู่ในโบราณสถาน จึงมักเรียกทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยรวมกันว่าเป็นโบราณวัตถุสถาน

2.2 ศาสนสถาน

ศาสนสถาน หมายถึง สถานที่แสดงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของมนุษย์ที่มีต่อศาสนาอันมีหลักสำคัญ เช่น แสดงกำหนดและความสิ้นสุดของโลกหรือแสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาป รวมทั้งสถานที่ประกอบพิธีกรรมตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อถือนั้น ๆ ศาสนสถานเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจริยธรรมจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมักมีจุดประสงค์เพื่อไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศาสนาเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ เช่น วัด โบสถ์ วิหาร มัสยิด สถานที่จาริกแสวงบุญ สถานที่เพื่อเคารพสักการะ เป็นต้นนอกจากนี้ ในศาสนสถานยังมีการค้นพบโบราณวัตถุสำคัญทางศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป รูปปั้น พระเยซู จิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น ศาสนสถานที่สำคัญทางศาสนาพุทธมีเป็นจำนวนมากในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธศาสนา เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นต้น

3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ และถ่ายทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น วิถีความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่งกาย การละเล่น กวี ดนตรี ศิลปะ และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล พิธีกรรม เป็นต้น นอกเหนือจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมที่กล่าวถึงแล้ว ยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมที่แสดงออกด้านความคิดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เช่น ความ

เชื้อ ค่านิยม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นชนเผ่าเป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี แบ่งย่อยได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

3.1 แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่

แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงลักษณะความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น สภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัยที่นักท่องเที่ยวผู้สนใจสามารถศึกษา ลักษณะความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชน โดยตนเองไม่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่ การเยี่ยมชม หมู่บ้านชาวเขา ชุมชนท้องถิ่น เช่น หมู่บ้านแม่ัว หมู่บ้านอีโก้ ในภาคเหนือของประเทศไทย หมู่บ้านชาวกาโจจังหวัดยะลา เป็นต้น หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่อาศัย เช่น พักค้างในโฮมสเตย์ ใน หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช หมู่บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

3.2 แหล่งศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง สิ่งที่ดีงามและมีคุณค่า ซึ่งคนในสังคมประเพณี ปฏิบัติ หรือแสดงออกมาซ้ำๆกันเป็นลักษณะที่เป็นขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปกรรมอันมีทั้ง เป็นรูปธรรมและนามธรรมที่ควรแก่การอนุรักษ์ วัฒนธรรมเป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว และศีลธรรมอันดีของประชาชนวัฒนธรรมที่ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจแบ่งเป็นอย่างน้อย 3 ลักษณะ คือ

3.2.1 วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาซึ่งเป็นเรื่องราวทางพุทธประวัติและนิทาน อธิบาย หลักธรรมที่นำมาพัฒนาเป็นการปฏิบัติประจำจนเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม เช่น ประเพณีการ แห่เทียน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประเพณีบวชนาค ประเพณีชักพระ จังหวัด สุราษฎร์ธานี งานสารทเดือนสิบจังหวัดนครศรีธรรมราช งานตักบาตรเทโว จังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น

4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างกิจกรรมใหม่หรือ ปรับปรุง ดัดแปลงเพื่อให้สถานที่มีความหลากหลายในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้นแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทย่อย ดังนี้

4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวไปเพื่อเรียนรู้สิ่งและสภาพการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เกี่ยวกับสัตว์ พืช หรือระบบนิเวศ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่

4.1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสัตววิทยา ได้แก่ สวนสัตว์ปิด เช่น สวนสัตว์ดุสิตเขาดิน วนา สวนสัตว์ตามต่างจังหวัด และสวนสัตว์เปิด เช่น สวนสัตว์เปิดเขาเขียวที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ จังหวัดชลบุรี ราฟารีเวิลด์ สวนเสือศรีราชา โอเอซิส ซี เวิลด์ สวนผีเสื้อที่เป็นของเอกชน เป็นต้น

4.1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นของภาครัฐ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวของกรมวิชาการเกษตร เช่น ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ – ชวนวางสถานีทดลองเกษตรที่สูง ศูนย์บริการท่องเที่ยวเกษตรบ้านร่องกล้า แหล่งท่องเที่ยวของกรมส่งเสริมการเกษตร เช่น ศูนย์บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่าน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ กรมป่าไม้ เช่น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ จังหวัดเชียงใหม่ สวนรวมพันธุ์ไม้ป่า 60 พรรชามหาราชนิ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวโครงการหลวง เช่น สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีวิจัยหลวงอินทนนท์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เช่น สวนป่าแม่แจ่ม สวนป่าเขากระเฌียง เป็นต้น ตลอดจนสวนสาธารณะ เช่น สวนหลวง ร.9 เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ที่เป็นของภาคเอกชน เช่น สวนกล้วยไม้ สวนกุหลาบ สวนสมุนไพรรวม ส้ม ไร่กำนันจุล ไร่บีเอ็น เป็นต้น

4.1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความรู้ทั่วไป เป็นพิพิธภัณฑ์สถานที่เก็บรวบรวมศิลปะและวิทยาศาสตร์ ทั้งที่เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่อยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร และพิพิธภัณฑ์สถานของเอกชน พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย เมืองโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานชาติพันธุ์วิทยาของสยามสมาคม เป็นต้น

4.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและความบันเทิง

4.2.1 สวนสนุกและสถานที่ชมทิวทัศน์ เช่น ศรีมเวสต์ สวนสยาม สถานที่ชมทิวทัศน์ที่ชั้นบนของโรงแรมไอบีฮกสกาย เป็นต้น

4.2.2 สถานที่บันเทิงและสถานที่ซื้อสินค้า เช่น สถานที่บันเทิงยามค่ำคืนไนต์คลับ ดิสโก้เธค โรงละคร โรงภาพยนตร์ ศูนย์หัตถกรรม ตลาดนัด เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547:18-19)

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว(Tourism Resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น ๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดย

ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปี ที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมืองไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและเข้าถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้ว รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่นหรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาดหนะต่าง ๆ ผ่านเข้า-ออก ได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานที่ทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

4.2 วิธีการเข้าเมืองและบริการชาวสาร มีการผ่อนคลายเป็นระเบียบวิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ช่างสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้วจะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบหน้าที่

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญของการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจจะเป็นกลุ่มของชายที่รักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินทั้งการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงเป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลาสั้นในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมืองจะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัดทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวจะมีวันตกต่ำลง ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่การคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเพื่อการเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางการเดินทางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดเล็กลง รัฐบาลของประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ ดังที่ ฉลองศรี ทิมลสมพงษ์ (2542:88-90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

1. เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่ต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยวแต่บางคนอาจจะต้องรอให้ถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจจะไปนักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่าง เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

การที่ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ได้กล่าวว่าความตั้งใจในการท่องเที่ยวมีสิ่งต่าง ๆ เป็นตัวกระตุ้นซึ่งมีหลายประการด้วยกัน ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว 4 ประการ คือ

1. ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นตัวกระตุ้น เพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อรักษาสุขภาพ เป็นต้น

2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น

4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจในต่างประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในการทำงานของตน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์.2542:88-89) และสอดคล้องกับ วิจัย เทียนน้อย (2528:3-5) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ไว้ว่ามีสาเหตุมาจาก

1) ความเคร่งเครียดในการทำงานตลอดเวลาจะต้องใช้กำลังกายหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองร่างกายจึงจำเป็นต้องพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพ การหยุดงานในวันสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียนหรือการหยุดพักผ่อนของข้าราชการและคนงานทั่วไปจึงเป็นเรื่องสำคัญ การใช้เวลารว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านี้สำคัญอย่างหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้หรือไกลขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

2) รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสภาพของสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกต่าง ๆ ขึ้นมาจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะนำมาใช้เพื่อการพักผ่อน การที่ฐานะทางเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้นจะส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้ให้กับตนเอง

3) ความสะดวกทางด้านการคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบันการไปมาติดต่อระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวกระทำได้สะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาที่จะกระทำได้

4) มีเวลาว่าง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี จึงทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ที่นำมาใช้ในการผลิตมีประสิทธิภาพ มีการนำเอาเครื่องมือและเครื่องจักรชนิดต่าง ๆ มาใช้ทำงานแทนคน จึงทำให้การผลิตสินค้ากระทำได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น และมีเวลาว่างพอที่จะนำไปใช้ในการแสวงหาความสุขทางด้านกิจการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ได้ตามโอกาสและสภาพทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย

5) จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพความแออัด สภาพแวดล้อมทั่วไปเกิดมลภาวะ สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองมีจำนวนจำกัด และสถานที่ท่องเที่ยวตามชนบทได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาเพื่อสนองต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น เช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมือง จะหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปในท้องที่ชนบทและจะมีประชากรในชนบทบางส่วนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมาย เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของชาวชนบท ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่า การที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างถิ่น หรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

และนอกจากนั้น จลองศรี ทิมลสมพงศ์ (2542:110-111) กล่าวว่า ปัจจัยที่ผลักดันที่ทำให้ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง ได้แก่

1. การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
2. การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
3. ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
4. การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
5. การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม (Paid Holiday)

6. การสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
7. ครอบคลุมมีขนาดเล็กลง
8. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมกรรมการบริโภค
9. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน
10. นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัย

ทวิศักดิ์ ทิพยมิ่งษ์ (2544:18-19) การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ ที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งจูงใจดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านรถวีลแชร์ สถานที่นันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่าง ๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่าเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวิศักดิ์ ทิพยมิ่งษ์ (2544:9-20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) และพบว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นอยู่กับแรงดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

แรงผลักดัน (Push Factors) 7 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนือต้องการพักผ่อน โดยการเดินทางท่องเที่ยว

2. หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รดติด

3. ต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ

4. ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ

5. การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติและการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม

6. ไปทำใจจากเรื่องร้าย ๆ

7. ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธะระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายไปนาน

แรงดึง (Pull Factors) การเลือกจุดหมายปลายทาง

แรงดึงต่าง ๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจ เขาอาจต้องการไปที่เงียบ ๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภาคภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ลักษณะของการไปท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ

จากการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะของการไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถขับไปกันเอง โดยจะกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งหยุดพัก หรือบริการต่าง ๆ ระหว่างทางตามสะดวก หรือเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตามที่ปรารถนา บริการต่าง ๆ ระหว่างทาง และปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือแบบนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคน หรือก็คนก็ตาม ซึ่งไม่ได้นัดกันไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดบริการนำเที่ยว หรือผู้จัดการนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่น ๆ โดยกำหนดได้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไร การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ขาดเสรีไปบ้าง ในเรื่องสถานที่อยากไปเที่ยว และต้องทำการต่าง ๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลายาวการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่างคือ

3.1 การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งเป็นคาบเวลายาวนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

3.2 การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2-3 วัน ถึง 19-12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานโดยไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นาน ๆ

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนอาจร เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมงและไม่มี การพักค้างคืน การทัศนอาจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นที่อยู่ใกล้ ๆ พรหมแดนจะมีทัศนอาจร ช้ามพรหมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

3.4 การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวที่ใช้ อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเพลินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะใน ประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศใกล้ ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยว

จากทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบ แนวคิดในการวิจัย กิจกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึก

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับ ข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่ง ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อ หนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและ ความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใ้ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาพทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้ นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541: 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2.ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่ง ทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือก ตีความหมายและการเลือกจดจำ

3.เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนิน ชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือก จดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4.ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้ง ความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือก เก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5.การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายาม ในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6.ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่ กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟัง วิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7.สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรง ต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมอง ว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการ ที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8.ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละ คนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนา ความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิด หนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง



การเลือกเปิดรับสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น อาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 40-44)

3.1 เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

3.2 เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนานรวมทั้งการพักผ่อน

3.3 เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

3.4 การผลละสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

โรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 291 อ้างถึงใน ศศิณี อุคคศักดิ์, 2545 : 21-22) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไว้ว่าจากผลการวิจัยต่างๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียวไม่สามารถ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตทิงฮอส (Bettinghaus, 1968 : 180 อ้างถึงใน ศศิณี อุคคศักดิ์, 2545 : 21- 22) สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าตากันทั้งสิ้น

การรับรู้ข่าวสาร

วันที่.....	- 2 S.A. 2552
เลขทะเบียน.....	๐๑๑๘๑ ๑๖๑

ภาพ
๑๑๐.๑๒๑
๗ 45๖๗
ม.ก.ร. ๕๕๖๗

การรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันย่อมสำคัญ เพราะเมื่อมีการสื่อสาร แต่ขาดการรับรู้ข่าวสาร ข่าวสารย่อมไม่มีความหมาย ในปัจจุบันการสื่อสารได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว เราต้องเป็นผู้รับสารที่ต้องรับรู้ข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้การดำรงชีวิตไปได้ตามการหมุนเวียนของโลก (ปรมะ สตะเวทิน, 2538:35) ได้กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันมีอยู่หลายทาง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ อินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ อยู่

ตลอดเวลา ผู้รับสารจะสนใจเรื่องใดในการส่งสารของสื่อต่าง ๆ ชำรงต้น เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุง หรือมีส่วนในการทำงานก็ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับนั่นเอง สื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น

1. สื่อบุคคล คือ สื่อที่ได้มาจากการพูดคุยกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อที่ทั้งสองฝ่ายสนใจ เช่น พี่น้อง เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างานกับลูกน้อง เจ้านายกับลูกจ้าง เป็นต้น สื่อบุคคลถือว่าเป็นสื่อที่เป็นที่ยอมรับและได้ผลมากที่สุด เพราะการสื่อสารที่มาจากสื่อบุคคลมีความน่าเชื่อถือมาก สามารถรับรู้ได้ตลอดเวลาแต่มีข้อแม้คือถ้าผู้ที่สื่อความหมายใช้สื่อในทางที่ผิด ผู้ที่รับสื่ออาจปฏิบัติตามผิด ก็อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายแก่ผู้รับสารได้เช่นเดียวกัน

2. สื่อสิ่งพิมพ์

- หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่มีความเก่าแก่มากชนิดหนึ่ง แต่ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้โดยตลอดอีกทั้งสาระข่าวสารก็เปลี่ยนแปลงเกือบทุกวัน สาระหนังสือพิมพ์มีความหลากหลาย ทั้งนี้เพราะการแข่งขันทางการตลาดของหนังสือพิมพ์ ประชาชนสามารถเลือกอ่านได้ตามความต้องการของตน เพราะมีราคาที่ถูกและหาซื้อได้ทั่วไป รวมทั้งเป็นสื่อที่แพร่หลายในสังคม

- นิตยสาร ประชาชนเองสามารถรับรู้ข่าวสารทางนิตยสารได้อยู่ไม่น้อย เพราะนิตยสารมีรูปแบบที่สวยงามเพื่อจูงใจผู้อ่านรวมทั้งมีนิตยสารที่เผยแพร่ข่าวสารที่มีสาระเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมโดยเฉพาะ เช่น อนุสาร อสท. ที่เผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมโดยเฉพาะ เป็นต้น

3. สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง มีความรวดเร็วในการเสนอข่าวสารเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง จึงดึงดูดความสนใจจากผู้ดู ผู้ฟังได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ และเป็นสื่อที่สามารถสร้างแรงจูงใจ ทศนคติ และเสนอเรื่องต่าง ๆ ได้ดี จึงมีพลังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้ดี

4. คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ทันสมัยมากที่สุดในปัจจุบัน เพราะความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย เป็นแหล่งความรู้ที่กว้างขวาง ซึ่งในปัจจุบันคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตของเรามากขึ้น เช่น ใช้ในการสื่อสารข้อมูลในด้านสังคมโลก วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละภาคทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ประชาชนสามารถหาความรู้ได้ในยุคของข้อมูลข่าวสาร

องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์เช่นเดียวกับพฤติกรรมอย่างอื่นเช่น การกินอยู่หลับนอน การทำงาน การเล่นกีฬาและเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเป็นประจำในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคลซึ่งลักษณะการสื่อสารในชีวิตประจำวันของคนเรานั้น อาจเกิดขึ้นทั้ง

การสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง สื่อสารกับสัตว์อื่นตลอดถึงการสื่อสาร กับเครื่องมือ โดยเฉพาะปัจจุบันได้มีการค้นพบ และนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานต่าง ๆ อย่างมากจึงมีการสื่อสารรูปแบบใหม่เกิดขึ้น คือ การสื่อสารกับเครื่องมือ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง (Human Communication) ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด และเป็นความหมายที่แท้จริงของการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหนึ่ง ต้องการถ่ายทอด หรือส่งข่าวสารไปยังบุคคลอีกคนหนึ่ง ดังนั้นกระบวนการสื่อสาร จึงมีองค์ประกอบคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) สื่อหรือช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) นักวิชาการด้านการได้วิเคราะห์ กำหนดองค์ประกอบ และอธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการของการสื่อสารไว้ดังนี้คือ

1. ผู้ส่งสาร (Source) หมายถึงแหล่งกำเนิดสารอาจเป็นบุคคลองค์การสถาบันหรือคณะบุคคลที่เป็นผู้กำหนดสาระ ความรู้ความคิดที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารจะบรรลุจุดประสงค์หรือไม่ เพียงใดจึงขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารและสารที่ส่งเป็นสำคัญ สาร (Message) หมายถึงเรื่องราวความรู้ความคิดต่าง ๆ ผู้ส่งประสงค์จะให้ไปถึงผู้รับมีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยชี้ความสำเร็จของการสื่อสาร 3 ประการคือ (1) เนื้อหาของสาร (2) สัญลักษณ์หรือรหัสของสาร (3) การเลือกและจัดลำดับข่าวสาร

2. ตัวเข้ารหัสสาร (Encoder) สารที่จะส่งไปยังผู้รับนั้นปกติเป็นความรู้ความคิดที่ไม่อาจส่งออกไปได้โดยตรง จำเป็นต้องทำให้สารนั้นอยู่ในลักษณะที่จะส่งได้ เช่น ทำให้เป็นคำพูด สัญลักษณ์ ภาษาท่าทาง หรือรหัสอื่น ๆ การสื่อสารโดยทั่วไปผู้ส่งสาร เช่น เป็นคำพูด หรืออาจจะใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เป็นเครื่องช่วย เช่น โทรเลขโทรศัพท์

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ข่าวสารจากผู้ส่งจะถูกถ่ายทอดโดยอาศัยสื่อหรือตัวกลาง (Media) ซึ่งอาจเป็นสื่ออย่างง่าย เช่น การพบปะพูดคุยกันตัวต่อตัว การเขียน การแสดง กิริยาท่าทางไปจนถึงการใช้สื่อที่มีความซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์

4. การแปลรหัสสาร (Decoder) คือ การแปลความหมายของรหัสสัญญาณที่ส่งมายังผู้รับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ หากผู้ส่งใช้รหัสสัญญาณที่ผู้รับสามารถแปลความหมายได้เองโดยตรง เช่น ใช้ภาษาที่ผู้รับเข้าใจการสื่อสาร ก็จะง่ายขึ้น แต่หากผู้ส่งใช้รหัสสัญญาณที่ผู้รับไม่อาจเข้าใจได้ เช่น ใช้ภาษาที่ผู้รับฟังไม่เข้าใจ การสื่อสารก็จะเพิ่มความยุ่งยากซับซ้อนยิ่งขึ้นซึ่งย่อมจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการสื่อสาร

5. ผู้รับ (Receiver) เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ของการสื่อสารซึ่งจะต้องมีการรับรู้เข้าใจ หรือแสดงพฤติกรรม ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ หากไม่เป็นไปตามนั้น ก็ถือว่าการสื่อสารนั้น ล้มเหลว ผู้รับสารจะต้องมีทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ดีเช่นเดียวกับผู้ส่งสารจึงจะช่วย ให้การสื่อสารบรรลุผลสมบูรณ์

6. ปฏิกริยาของผู้รับสารและการตอบสนอง (Response and Feed back) เมื่อผู้รับได้รับสารและแปลความหมายจนเป็นที่เข้าใจอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว ผู้รับย่อมจะมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยเช่นเห็นด้วยไม่เห็นด้วยคล้อยตามหรือต่อต้านซึ่งการตอบสนองของผู้รับอาจผิดไปจากผู้ส่งต้องการก็ได้ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับ หากได้มีการย้อนกลับ(Feed back) ไปยังผู้ส่งสารให้รับรู้จะช่วยให้เกิดการปรับการสื่อสารให้ได้ผลดียิ่งขึ้นกรณีเช่น นี้เรียกว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) การตอบสนองของผู้รับสารกลับไปยังผู้ส่งสารย่อมจะต้องเกิดกระบวนการสื่อสาร เริ่มต้นขึ้นอีกครั้งหนึ่ง โดยผู้รับจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและผู้ส่งสารในตอนแรกจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสารแทน ซึ่งจะต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสาร เช่นเดียวกับการสื่อสารในขั้นตอนแรกการสื่อสาร แบบ 2 ทาง ผู้สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสารพร้อม ๆ กัน

ชาร์ลส แอทกิน (Atkin, 1973:208) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่มีความทันสมัยกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะเปิดรับข่าวสารนั้น ชวรัตน์ เจ็ดชัย (2527:170) กล่าวว่า มีสาเหตุมาจากปัจจัยพื้นฐานต่างๆ ดังนี้

1.ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่า ปกติมนุษย์ไม่ชอบอยู่ตามลำพัง ดังนั้นจึงพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น แต่เมื่อไม่สามารถทำได้ก็ใช้วิธีอื่นๆ นั่นคือ การหันมาทางสื่อต่างๆ แทน

2.ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ การเปิดรับข่าวสารต่างๆ จึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นนี้ โดยเริ่มต้นแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัวไปจนถึงไกลตัว

3.ประโยชน์ใช้สอยโดยอาศัยหลักพื้นฐานว่ามนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว การรับข่าวสารจึงเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในด้านความสะดวกสบายความสนุกสนานเพลิดเพลิน และความสุขภาพสบายใจ

4.ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนกัน จึงสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารไปคนละอย่าง เช่น หนังสือพิมพ์สามารถทำให้ผู้รับสารสัมผัสกับสังคมภายนอกได้อย่างกว้างขวาง และมีความละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ ในขณะที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถระดมความรู้สึก หรือสิ่งที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร สิ่งที่น่าสนใจที่นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารต่างให้ความสนใจที่จะศึกษาประกอบด้วยนั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรรข่าวสารของผู้รับสาร โดยการรับสารของผู้รับสารนั้นมักจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการในการเลือกรับรู้ข่าวสารนั้น เราเรียกว่ากระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งกระบวนการเลือกสรรนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์โดยประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน (Klapper J.T., 1960.p.19-25 อ้างใน ดนุพล อุ่นจินตามณี, 2545:25-26)

1. การเลือกเปิดรับข่าวสารหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง บุคคลจะเลือกสนใจหรือเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยแสวงหาข่าวสารตามความคิดเห็นหรือความสนใจที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่ก่อนในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ และความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ และนอกจากทัศนคติเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา อาชีพ เพศ อายุ รายได้ ความเชื่อ อุดมการณ์ ประสบการณ์ เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selection Perception or Selection Interpretation) หมายถึง ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะมีการเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารชนิดเดียวกันที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชนไม่เหมือนกัน โดยผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนหรือตามทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น โดยบิดเบือนข่าวสารให้เป็นไปในทิศทางที่ตนต้องการหรือสอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมนั่นก็คือ ผู้รับสารแต่ละคนอาจรับรู้ตีความข่าวสารขึ้นเดียวกันไปต่างๆ กัน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง ผู้รับสารมีแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะในส่วนที่ตรงกับใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง ความพร้อมในการจดจำสารนี้มักเกิดขึ้นกับบุคคลที่ให้ความสนใจ และพร้อมที่จะเข้าใจด้วย และในขณะเดียวกัน ยังพร้อมที่จะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจที่จะรับรู้หรือไม่เห็นด้วย

กระบวนการในการเลือกรับข่าวสารที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เปรียบเสมือนเครื่องกรองสารที่บุคคลมีติดตัว ในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือดู และมีบางครั้งที่สื่อบางสื่อผู้รับสารไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ผู้รับสารก็อาจพยายามสนใจเฉพาะเนื้อหา

บางส่วน แล้วตีความสารให้สอดคล้องกับความต้องการของตน นอกจากนั้นผู้รับสารก็ยังมีโอกาสเลือกจำเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจจริงๆ เท่านั้น สื่อแต่ละสื่อย่อมมีลักษณะเฉพาะและมีแรงจูงใจให้ผู้รับสารแต่ละคนเลือกเปิดรับสารในระดับที่แตกต่างกัน หลังจากการเลือกเปิดรับแล้วจะเห็นได้ว่าผู้รับสารยังมีโอกาสในการรับรู้หรือไม่รับรู้ กระทั่งเลือกจดจำหรือไม่จดจำ

ซิมบาร์โดและไลพ์ (Zimbardo and Leippe, 1991) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของการนำเสนอข่าวสาร ไว้ว่า การที่สารนั้นๆ มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ซ้ำกันบ่อยๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสารอันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญ ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอ นั้นๆ หากเป็นเนื้อหาในทางที่ดี ก็มีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตาม ก็จะมีการปฏิบัติตามคำแนะนำนั้นๆ ในที่สุด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า การสื่อความหมาย ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Communication ซึ่งรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Communis หมายถึงการร่วม (Common) เมื่อมีการสื่อสาร หรือการสื่อความหมาย ก็หมายถึงว่า มีการกระทำร่วมกันในบางสิ่งบางอย่าง นั่นคือการถ่ายทอดหรือการแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ความคิดของคนเรานั้นเอง (Webster Dictionary 1978 : 98) การให้ความหมายของการสื่อสารตามรูปคำข้างต้นยังไม่ใช่ความหมายที่สมบูรณ์นัก เพราะการสื่อสาร ที่แท้จริงนั้น มีความหมายกว้าง ครอบคลุมเกี่ยวข้องกับชีวิตและสังคมมนุษย์ในทุกๆ เรื่อง นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน ตามแง่มุมที่แต่ละคนพิจารณาให้ความสำคัญ ซึ่ง ปรมะ สตะเวทิน (2529 : 5-7) ได้สรุปไว้ดังนี้

วิลเบอร์ ชรัมม (Wilber Schramm) ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือการมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

ชาร์ล อีออสกูด (Charl E.Osgood) ให้ความหมายโดยทั่วไปว่าการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งคือผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมต่อกันสองฝ่าย

วอร์เรน ดับเบิลยูวีเวอร์ (Warren W. Weaver) กล่าวว่า การสื่อสารมีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่าง ที่จิตใจของคน ๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนหนึ่งไม่ใช่ เพียงการพูดและการเขียนเท่านั้น แต่รวมถึงดนตรีภาพ การแสดงและพฤติกรรมอื่น ๆ ของมนุษย์

ยอร์จ เอมีลเลอร์ (George A. Miller) ให้ความหมายว่าการสื่อสารเป็นการถ่ายทอด ข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

เจอร์เกนรอย และ เกกอรีเบทสัน (Jurgen Ruesch and Gregory Bateson) ให้ความหมาย โดยสรุปว่า การสื่อสารไม่ใช่การถ่ายทอดข่าวสารด้วยภาษาพูดและเขียนโดยมีเจตนา ชัดเจนเท่านั้นแต่หมายถึงพฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลหนึ่งกระทำแล้วส่งผลให้บุคคลอื่นเกิดความ เข้าใจ

พจนานุกรมภาษาอังกฤษ (Oxford English Dictionary) ให้ความหมายว่า การให้ การ นำการแลกเปลี่ยนความคิดความรู้อื่น ๆ จากความหมายที่มีผู้ให้ไว้แตกต่างกันซึ่งบางคนให้ ความหมายครอบคลุมไปถึงพฤติกรรมที่ไม่ใช้ภาษาพูด และภาษาเขียนด้วย บางคนถือว่าการ สื่อสารคือการแสดงออกทุกอย่างที่ผู้อื่นเข้าใจได้ไม่ว่าการแสดงนั้นจะมีเจตนาให้ผู้อื่นเข้าใจหรือไม่ ก็ตาม จึงอาจ สรุปได้ว่าการสื่อสารคือการที่มนุษย์ถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือประสบการณ์ ของตนไปยังบุคคลอื่น และการรับความรู้ความคิดจากบุคคลอื่นมาปรับพฤติกรรมของตนเอง

โดยกระบวนการ การสื่อสารซึ่งการถ่ายทอดและการรับความรู้ความคิดมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. การใช้รหัสสัญญาณโดยตรง เช่น การใช้สัญญาณเสียงภาษาพูดสัญลักษณ์ภาษา เขียนภาษาท่าทางตลอดจนรหัสสัญญาณอื่นๆที่กระทำโดยตรงระหว่างผู้ถ่ายทอดกับผู้รับ
2. การใช้เครื่องมือในการถ่ายทอด เป็นการสื่อสารโดยผ่านทางเครื่องมือเช่น การใช้ ไลดท์สคริปกรณวิทยุกระจายเสียงคอมพิวเตอร์หรือเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ
3. การถ่ายทอดโดยกระบวนการทางสังคม เช่น การปฏิบัติสืบทอดทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรมและระบบอื่น ๆ ของสังคม

ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องกับอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไรล้วนต้องอาศัยการสื่อสาร เป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้นจะเห็นได้จากการที่คนพยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีการสื่อสารตั้งแต่สมัยโบราณทั้งภาษาพูด ภาษาเขียนตลอดจนเครื่องมือ หรือเทคนิควิธีการต่าง ๆ ล้วนเกิดจากความพยายามอย่างสูงของคนต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุ หากการสื่อสารไม่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแล้ว เครื่องมือและวิธีการสำหรับการสื่อสารต่าง ๆ เหล่านี้ก็คงไม่เกิดขึ้นและพัฒนามาให้เห็นดังเช่นในปัจจุบัน ในสภาพสังคมที่คนจะต้องเกี่ยวข้องกับมากขึ้น เช่นปัจจุบันการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสารไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันได้ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคคลและสังคมทุกวันนี้ มีอยู่ไม่น้อยที่เป็นสาเหตุมาจากความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความสำคัญสำหรับบุคคลและสังคมหลายด้านคือ

1. ด้านชีวิตประจำวัน ในชีวิตประจำวันหนึ่งๆ แต่ละคนจะต้องสื่อสารกับตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่เวลาตื่นนอนก็ต้องสื่อสารกับตัวเองและคนอื่นที่อยู่ใกล้ตัว การฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ออกจากบ้านไปปฏิบัติภารกิจประจำวันก็ต้องพบปะบุคคลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นเรื่องที่ต้องทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลาไม่ในฐานะผู้ส่งสารก็ในฐานะผู้รับสารหากคนเราขาดความรู้หรือทักษะการสื่อสารก็อาจทำให้การปฏิบัติภารกิจประจำวันอาจบกพร่องได้

2. ด้านสังคม การรวมกลุ่มในสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับประเทศ จะต้องมีการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ มีกระบวนการทำให้คนยอมอยู่ในกฎเกณฑ์กติกาของสังคมมีการถ่ายทอดความรู้และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3. ด้านธุรกิจอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์การบริหารติดต่อประสานงาน การฝึกอบรมพนักงาน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสาร ฯลฯ กิจกรรมด้านธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องมีการสื่อสารที่ดีจึงจะประสบผลสำเร็จได้

4. ด้านการเมืองการปกครอง กิจกรรมด้านการเมืองการปกครองจะต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาลการสร้างความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่าง ๆ การบังคับบัญชาสั่งการให้บริการประชาชนการชักชวนให้ปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายซึ่ง

ล้วนจะต้องใช้เทคนิควิธีการของการสื่อสารทั้งสิ้น

5. ด้านการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งต้องมีการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ เช่น การค้า การทหาร การทำสนธิสัญญา ฯลฯ การมีนักการทูตประจำในประเทศต่าง ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ มีความจำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ หากผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และทักษะในการสื่อสารเพียงพอ่อมสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อในด้านต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

2.4 ข้อมูลการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธฉาย

ประวัติวัดพระพุทธฉาย

สถานที่ตั้ง

พระพุทธฉายเป็นพระบรมฉายาลักษณ์ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ประดิษฐานติดอยู่ ณ เจ็อมเขาพุทธฉาย อยู่ภายในมณฑปสองยอดบนไหล่ภูเขา บริเวณวัดพระพุทธฉายหมู่ที่ ๑ ตำบลหนองปลาไหล อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ทางเข้าวัดพระพุทธฉาย เป็นถนนแยกจากถนนพหลโยธิน ตรงกิโลเมตรที่ ๑๐๒ (หมู่บ้านโคกหินแร่ ตำบลหนองยาว) เข้าไป ๕ กิโลเมตร (ระยะทางตามถนนจากตัวเมืองสระบุรี ลงทางใต้ ๖ กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าไป ๕ กิโลเมตร) ก็ จะถึงที่ประดิษฐานพระพุทธฉายได้โดยสะดวกสบาย

การค้นพบพระพุทธฉาย

สันนิษฐานว่า ได้ค้นพบในสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ในรัชสมัยพระเจ้าทรงธรรม (พ.ศ. ๒๑๖๓ - ๒๑๗๑) สมัยที่ค้นพบพระพุทธฉายได้สร้างมณฑปครอบพระบรมฉายาลักษณ์ไว้ เป็นสถานที่เคารพสักการะของพุทธศาสนิกชน ตลอดจนพระมหากษัตริย์ในรัชกาลต่อมา และเชื้อพระวงศ์ชั้นสูง เป็นต้น จากพงศาวดารตำนานที่ปรากฏชัดว่า "สมเด็จพระเจ้าเสือพร้อมด้วยเชื้อพระวงศ์และข้าราชการบริพาร ได้เสด็จพระราชดำเนินมานมัสการพระพุทธบาท เป็นต้น จนถึงกษัตริย์พระองค์สุดท้ายสมัยกรุงศรีอยุธยา สมเด็จพระเจ้าเอกทัศ พระองค์ได้เสด็จไปนมัสการพระพุทธฉาย ดังปรากฏในพระราชพงศาวดารกรุงศรีอยุธยาฉบับพันจันทนมาศ (เจิม หน้า ๔๔๔ ได้ กล่าว

ไว้ในบท “สมโภชพระพุทธบาท” เกี่ยวกับพระพุทธฉายว่า ในสมัยสมเด็จพระที่นั่งสุริยามรินทร์ว่า “ครั้นเดือนอ้ายเสด็จขึ้นไปนมัสการพระพุทธฉาย แรมอยู่ ๓ วัน ฯลฯ แล้วเสด็จกลับมาสมโภชพระพุทธบาท ๗ วัน”

จากประวัติและพระราชพงศาวดารดังกล่าวมาแสดงให้เห็นว่า พระพุทธฉายได้เจริญมาสมัยหนึ่งแล้ว ปรากฏจากหลักฐานและวัตถุโบราณนานับประการ ที่ยังปรากฏเป็นหลักฐานจนถึงปัจจุบันนี้ เช่น มณฑลที่ประดิษฐานพระพุทธบาทบนยอดเขาลม เป็นต้น แต่เนื่องจากภัยทางสงคราม บ้านเมืองไม่สงบสุข มีการรบทัพจับศึก เกิดการระส่ำระสายเปลี่ยนแปลงแผ่นดิน บ้านเมืองเดือดร้อนดังปรากฏในประวัติศาสตร์ครั้งเสียกรุงศรีอยุธยา จนกว่าจะตั้งกรุงธนบุรี และกรุงเทพฯ ขึ้นเป็นเมืองหลวง พระพุทธฉายก็ได้ถูกทอดทิ้งมาเป็นเวลาช้านานจนชำรุดทรุดโทรมลง มณฑลเดิมซึ่งสร้างไว้ในสมัยกรุงศรีอยุธยา และศาสนสถานถาวรวัตถุต่าง ๆ ได้ขาดการดูแลเอาใจใส่ และ ภัยธรรมชาติได้ทำลายเสียหายเป็นอย่างมาก กาลเวลาได้ผ่านมาจนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการบูรณะฟื้นฟูพระพุทธฉายอีกครั้งหนึ่ง ตามศิลาจารึกที่ค้นพบเป็นหลักฐานว่า “พระพุทธศาสนาล่วงมาได้ ๒๓๘๔ ปีมะโรง นักช้ตรัจจวาศก มีพระคุณเจ้าสมภาร ๔ วัด คือพระปลัด วัดปากเพรียว ๑ สมภารวัดบางระกำ ๑ สมภารวัดเกาะเล้ง ๑ และสมภารวัดบางเตือ ๑ สมภารทั้ง ๔ พร้อมทั้งญาติโยมได้มีอุตสาหะพากันมาบูรณปฏิสังขรณ์พระพุทธฉาย เป็นเวลาถึง ๗ ปี และในปีที่ ๘ จึงพระมหายัม ได้มาร่วมกับสมภารทั้ง ๔ พร้อมด้วยญาติโยม ได้บูรณปฏิสังขรณ์พระพุทธปฏิมากร ระเบียบมณฑล ลงลักปิดทอง บ้างจำลองลายสุวรรณอันบรร ปฏิสังขรณ์พระสถูปเจดีย์ สร้างหอรบั้ง สร้างศาลา เป็นต้น ด้านบนยอดเขาได้บูรณะพระมณฑปและลานพระโมคคัลลานะ จุดบ่อน้ำ บูรณะพระอุโบสถ และตกแต่งสถานที่เป็นเวลาอีก ๓ ปี จนถึงปีฉลูจึงเสร็จตามความประสงค์ ได้จัดมหรรมฉลององค์พระพุทธฉาย เมื่อปีเถาะ เบญจศก” จากศิลาจารึกที่นำมาโดยสังเขปนี้ จะเห็นได้ว่าพระพุทธฉายได้รับการบูรณปฏิสังขรณ์มาในระยะหนึ่ง กาลเวลาล่วงเลยมาจนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระปิยะมหาราช และสมเด็จพระพันวษาอัยยิกาเจ้า ได้เสด็จมาฟื้นฟูบูรณะพระพุทธฉาย ทรงสร้างมณฑปขึ้นใหม่เป็นมณฑปสองยอดแทนมณฑปเดิม และทรงบูรณปฏิสังขรณ์ถาวรวัตถุอื่น ๆ มีเสนาสนะสงฆ์ เช่น ศาลา พระอุโบสถบนยอดเขาลม ปฏิสังขรณ์มณฑปยอดเดี่ยวบนยอดภูเขาด้านตะวันออก ซึ่งยังเหลือเป็นอนุสรณ์อยู่ตราบนานเท่าทุกวันนี้ นอกจากนั้นพระองค์พร้อมด้วย พระราชวงศ์และข้าราชการบริพาร ยังได้เสด็จไปนมัสการพระพุทธฉายอีกหลายครั้ง ดังปรากฏในประวัติศาสตร์การประพาสต้นและจดหมายเหตุ การบำเพ็ญพระราชกุศลนับเนื่องเกี่ยวกับพระพุทธฉาย เกี่ยวกับพระอุปนายักรัน และพระอธิการรูปอื่น ๆ อีกมาก ให้ทรงลงพระปรมาภิไธยย่อ จปร. ติดอยู่ ณ เจ็อนผาด้านทิศตะวันตกของมณฑปพระพุทธฉายพร้อมด้วยนามาภิไธยพระบรมวงศานุวงศ์ ซึ่งปรากฏชัดเจนจนถึงปัจจุบันนี้ ในรัชกาลต่อ ๆ มากก็ได้มีพระ

บรมวงศานุวงศ์ ได้เสด็จมาพระพุทธรายเป็นประจำ จนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวองค์ปัจจุบัน พร้อมด้วยสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ และพระเจ้าลูกเธอฯ ได้เสด็จมาทรงทอดผ้าพระกฐิน เมื่อวันที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๑๖

พระพุทธรายได้บูรณะซ่อมสร้างมาเป็นเวลานาน ชำรุดทรุดโทรมลงเป็นอย่างมาก จนทางข้าราชการร่วมกับคณะสงฆ์เห็นว่าจะปล่อยให้ทรุดทรองไว้อีกต่อไปไม่ได้ปุระนียสถานที่สำคัญจะถูกทำลายลง จึงได้ส่งพระครูพุทธรายาภิบาล (นาค ปานรัตน์) เจ้าอาวาสองค์ปัจจุบัน มาเป็นเจ้าอาวาสเมื่อ พ.ศ.๒๔๙๑ เพื่อบูรณะซ่อมสร้างสถานที่พระพุทธรายให้เจริญต่อไป เจ้าอาวาสได้ซ่อมแซมใหญ่ โดยซ่อมมณฑปที่ชำรุดซึ่งสร้างไว้ในสมัยรัชกาลที่ ๕ ให้คงสภาพตามรูปทรงเดิม แล้วก่อสร้างต่อเติมขานมณฑปด้านหลังเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ขึ้นไปนมัสการ ในปี พ.ศ.๒๔๙๔ ได้ก่อสร้างพระอุโบสถขึ้นใหม่แทนหลังเดิมซึ่งสร้างครั้งรัชกาลที่ ๕ แห่งกรุงเทพฯ บนยอดภูเขาตามเดิม ส่วนมณฑปเก่าครอบพระบาทจำลองบนยอดเขายังคงไว้เป็นอนุสรณ์ ในลำดับต่อมาได้สร้างบันไดจากพื้นล่างด้านตะวันออกพระพุทธรายขึ้นไปจนถึงยอดภูเขายาวประมาณ ๒๗๐ ขั้น เพื่อให้ความสะดวกแก่ประชาชน จะได้ขึ้นไปนมัสการพระพุทธรูปปางต่าง ๆ ข้างบนและภายในพระอุโบสถ ได้บูรณารอยพระพุทธรายจำลอง และชมวิทิวทัศน์อันสวยงามพร้อมด้วยบุรุษสักการะพระรูปพระโมคคัลลานะ ที่ได้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ.๒๕๒๖ ประดิษฐานอยู่ ณ ลานพระโมคคัลลานะ ในวิหารพระปฐมากกรเป็นประหนึ่งสังเวชนียสถาน อันจะเกิดเป็นกุศลผลบุญต่อไป การก่อสร้างซ่อมแซมพระพุทธรายได้รับการเอาใจใส่ตลอดเวลา ในปี พ.ศ.๒๕๐๐ ได้จัดสร้างพระพุทธรุไสยาสน์ขึ้น ณ ไหล่ภูเขาทางด้านทิศตะวันตกมณฑปพระพุทธรายไว้อีก ๑ องค์ ศาสนสถานต่าง ๆ ในบริเวณลานวัดพระพุทธรายได้บูรณะซ่อมสร้างขึ้นใหม่เสมอมา มีศาลาจัตุรมุข ที่ประดิษฐานพระเชียงแสนซึ่งมีพุทธลักษณะงดงามมาก และพระปางทวาราวดี ต่อมาก็ได้สร้างพระปางอุ้มทอง ประดิษฐานอยู่ด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือพระปางเชียงแสน พร้อมด้วยวิหารนอกจากนั้น ทางวัดยังได้จัดสร้างถาวรวัตถุต่าง ๆ อีกหลายประการ รวมทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สนามนั่งพักผ่อนสำหรับไว้เป็นที่สงบจิตใจสติอารมณ์เป็นอย่างดี ทางวัดได้จัดสร้างมณฑปพระพุทธรายอีกครั้งสำเร็จเรียบร้อยโดยเปลี่ยนเป็นคอนกรีตทั้งห้อง ซึ่งนับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จะได้ถาวรอีกต่อไปเป็นเวลานาน การก่อสร้างวิหาร ศาลาการเปรียญ ศาสนสถานต่าง ๆ ทางวัดจะดำเนินการพัฒนาเป็นลำดับไป โดยไม่มีการหยุดยั้ง เพื่อจรรโลงพระพุทธรายให้เจริญยิ่ง ๆ ขึ้นไป

สิ่งสำคัญ

1. พระพุทธรูป จากลานวัดเชิงภูเขา มีบันไดคอนกรีต (๗๒ ขั้น) ขึ้นไปยังระเบียงคต ซึ่งล้อมหน้าผา ตอนที่ปรากฏพระพุทธรูป องค์พระพุทธรูปเป็นเส้นเงาสีแดงจ้ำ แม้ไม่คมชัดก็พอให้เห็นขอบนอกพระบรมฉายาลักษณ์ได้ซึ่งสูงประมาณ ๕ เมตร ตรงเชิงหน้าผาประดิษฐานพระพุทธรูปข้างละ ๕ องค์

2. พระพุทธไสยาสน์ องค์ใหญ่ยาว ๑๕ วาเศษ อยู่ทางด้านตะวันตกเฉียงเหนือ มณฑปพระพุทธรูป ไสยาสน์ทอดองค์หันพระบาทมาทางมณฑปพระพุทธรูป (พระพุทธรูปไสยาสน์องค์นี้ต่างกับองค์อื่น คือ พระบาทซ้ายไว้ทับขวาซ้อนเหลื่อมกัน) และตรงหน้าผาทางด้านหลัง มีรอยจารึกพระปรมาภิไธย "จปร." กับพระนามพระราชวงศ์องค์อื่น ๆ และพระปรมาภิไธยของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวองค์ปัจจุบัน ของพระบรมราชินีนาถ และพระเจ้าลูกเธอฯ (เมื่อครั้งทอดผ้าพระกฐิน ๓ พ.ย. ๒๕๑๖)

3. วิหารที่ประดิษฐานพระพุทธรูปเชียงแสน และพระบาทจำลอง อยู่เชิงภูเขาระดับเดียวกับวิหารคด ไกล ๆ มีพระพุทธรูปปั้น ๓ องค์ (ปางเชียงแสน สุโขทัย อุ้มทอง) หน้าวิหารมี ต้นพระศรีมหาโพธิ์ซึ่งนำมาจากลังกาประเทศ และหอรบขัง ซึ่งผู้ไปนมัสการฯ ตีดังแห่งห่างดังอยู่เป็นประจำทุกวัน อันเป็นที่น่าอนุโมทนาให้เกิดศรัทธาปสาทะเป็นอย่างยิ่ง และใกล้สถานที่นั้นมีถ้ำพระฤๅษี ซึ่งมีมาตั้งแต่ครั้งโบราณกาล

4. พื้นด้านข้างล่าง มีสนามสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ มีศาลารายที่พักสงฆ์ บริเวณวัดมีกุฏิเจ้าอาวาส ศาลาจัตุรมุขประดิษฐานพระปางเชียงแสน และปางทวาราวดี วิหารพระปางอุ้มทอง ด้านหลังวิหารได้ก่อสร้างฌาปนสถาน บริเวณด้านตะวันออกมีศาลาการเปรียญ และวิหารที่เสนาสนะสงฆ์อีกหลายประการ

5. พระอุโบสถ อยู่บนยอดเขาพระพุทธรูป ภายในมีพระพุทธรูปปางคันธารราชฎ์เป็นประธาน ทางด้านตะวันออกของพระอุโบสถมีพระสถูป หรือมณฑปเก่าสมัยกรุงศรีอยุธยาที่ประดิษฐาน พระบาทจำลอง ด้านหน้ามณฑปเป็นลานที่ชื่อว่า ลานโมคคัลลานะ ไว้เป็นที่สักการะแทนพลับพลาที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวองค์ปัจจุบัน ฯ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูล การท่องเที่ยวเกาะเกร็ด มากที่สุดคือ จากเพื่อน/ปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 36.55 ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.25 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 50.0 และมักเดินทางมาเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

92.50 ความพึงพอใจต่อแหล่งสินค้าพื้นเมืองที่ระลึกโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้) ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและประวัติศาสตร์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในด้านความถี่ในการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดในรอบ 5 ปี (รวมครั้งนี้)

เขาวภา จันทร (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากตลาดหนองมนมีสินค้าให้เลือกซื้อเลือกชมหลายชนิด และหลายร้านค้าทำให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ได้เปรียบเทียบสินค้าและราคารวมถึงคุณภาพ และปริมาณของสินค้านั้นๆ ผลการวิจัยตารางไขว้ พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดหนองมนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ระยะเวลาในการเดินทาง

ฉัตรสุดา อุ้เจื่อง (2546) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในโบราณสถานเวียงพุกามจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานของเอกชน และมีระดับรายได้ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 10,001-30,000 บาทต่อเดือนส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัวโดยเดินทางมาเป็นครั้งแรกมากที่สุด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับโบราณสถานเวียงพุกามนั้นจะได้จากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือญาติ สาเหตุที่มาเที่ยวเนื่องจากต้องการทราบถึงประวัติของท้องถิ่น และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าฤดูกาลมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เช่น ในฤดูฝนจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวไม่สะดวก ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวชมโบราณสถานเวียงพุกามแต่ละครั้งจะน้อยกว่า 500 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา เห็นว่าราคาใช้บริการรถราง 5 บาทต่อคนต่อเที่ยวและราคาค่าเช่ารถจักรยาน 20 บาทต่อคันต่อเที่ยวนั้นไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานแต่อย่างใด ปัจจัยด้านการคมนาคมนั้น เห็นว่า ความใกล้กับตัวเมืองมีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ส่วนการมีรถบริการรับส่งจากโบราณสถานไปกลับยังสนามบินหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกามแต่อย่างใด ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน เห็นว่า ความพอเพียงของสถานที่พักผ่อน ความใกล้ของสถานที่พักผ่อน มีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ปัจจัยด้านร้านอาหาร เห็นว่า ความสะอาดของ

ร้านอาหาร รสชาติ มีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ปัจจัยด้านบริการ เห็นว่า ความพอเพียงของธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ร้านถ่ายรูป อัด และล้างรูป ไม่มีผลต่อการท่องเที่ยว ส่วน การให้บริการของพนักงานขาย การใช้บรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมีผลน้อยต่อการท่องเที่ยว โบราณสถานเวียงพุกาม ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจ เห็นว่า สถานที่ท่องเที่ยวหรือตัวโบราณสถานเวียง พุกาม สภาพแวดล้อมหรือชุมชนรอบข้าง มีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม

ปัจจัยด้านความสามารถในการพัฒนาให้เป็นแหล่งรายได้ เห็นว่า นโยบายของชุมชน จังหวัด หน่วยงานรัฐ หน่วยงานของเอกชน มีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ปัจจัยด้านของที่ระลึกนั้นกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 300 คน เห็นว่า รูปแบบ และราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นั้นมีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ส่วน การให้บริการของพนักงานที่ขายของที่ระลึก การใช้บรรจุภัณฑ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับของที่ระลึกมีผลน้อยต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ปัจจัยด้านความปลอดภัย เห็นว่า ความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อนและความปลอดภัยจากการบริโภคอาหารมีผลมากต่อ การท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม ปัจจัยสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เห็นว่า ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว มีความสะดวก รวดเร็ว ความง่ายในการเข้าถึงบริการหรือ การ ให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่อำนวยความสะดวกต่างๆ นั้นมีผลน้อยต่อการท่องเที่ยวโบราณสถาน เวียงพุกาม

สมพร จรุงแสง (2546) ศึกษาเรื่องการพัฒนาคู่มือศึกษารมชาติเพื่อการท่องเที่ยว ประจำเส้นทางเดินป่า อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน พบว่า คู่มือศึกษารมชาติเพื่อการท่องเที่ยว ประจำเส้นทางเดินป่าในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความรู้ ความ เข้าใจเกี่ยวกับสภาพธรรมชาติ ในพื้นที่อุทยานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจคู่มือมากและมีความเห็นว่าคู่มือมีความสนใจควรที่จะพัฒนา และ ผลิตคู่มือขึ้นเพื่อเผยแพร่ และจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ใช้ในโอกาสต่อไปและจากการวิจัยการ พัฒนาและผลิตคู่มือเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใน อุทยานแห่งชาตินั้น เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะสื่อประเภทนี้ สามารถเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ อันเป็นประโยชน์ทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่อไป

สรรพพงศ์ จันท์เลิศ (2546) ศึกษาเรื่อง การสร้างเว็บไซต์ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานในบริษัท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ภูมิภาคที่เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าชมเว็บไซต์มากที่สุดคือภาคกลาง ส่วนใหญ่ต้องการนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย การวิจัย พบว่า ผู้เข้าใช้อินเทอร์เน็ตมีความต้องการข้อมูลที่เพียงพอเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับรูปภาพ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การท่องเที่ยวและตัดสินใจ

ประสพพร พุ่มพวง (2545:บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยทางรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาสิ่งพิมพ์ / โทรทัศน์ / วิทยุ มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1-3 วัน ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ฤดูร้อนและฤดูใบไม้ร่วง และภูมิภาคที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายได้อยู่ในระดับมาก ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางด้านบริการท่องเที่ยวโดยรวม และรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่สำคัญระดับ .01 ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ศรินุญ ศรีรักษา (2544) ศึกษาเรื่องการเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย บนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา พบว่า 1) นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย บนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ 2) การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ 3) นิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยเฉพาะด้านอุปกรณ์และสถานที่ใช้

นอกจากนี้ พบว่านิสิตนักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการ Search Engine มากกว่าการค้นหาจากแหล่งข้อมูล (WWW) ซึ่งรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสาร และต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริงประกอบ และสามารถ Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ ปัญหาที่พบในการแสวงหาข่าวสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดเกี่ยวกับข้อมูล คือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก

วิธินี วรรณสกุล (2542) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน จากสื่อประเภทต่างๆต่างกัน 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน 3) การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ 4) การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ 5) ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ในอันดับที่ 4 เท่านั้น

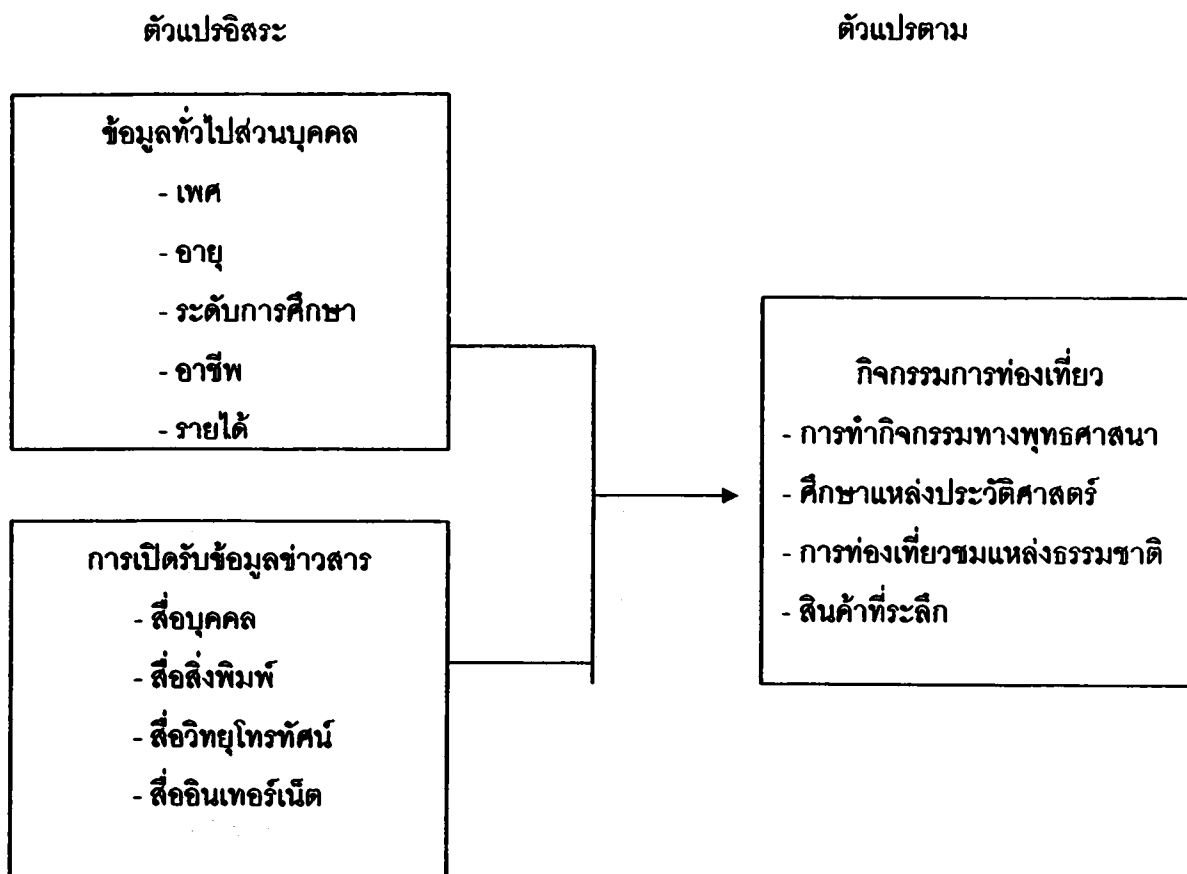
ศิรสา สอนศรี (2541) ศึกษาเรื่องการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสารการรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า 1) แผนการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง 2) การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา 3) กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 5) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ 6) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว 7) การรับรู้เรื่องของปีท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว 8) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการรับรู้เรื่องของปีท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

ทาสาท กิติกุล (2540) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ส่วนใหญ่เกิดจากความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยว สะสมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของคนไทยที่ส่วนใหญ่ค้นหา และคนไทยให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวที่คนไทยอยากไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ แต่แหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่คนไทยเดินทางไปมากที่สุดคือ เมืองคุนหมิง ประเทศจีน

สิริกาญจน์ ปรับโตวิดิใจโย (2539) ศึกษาเรื่องการศึกษาการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ และเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย มีอายุในวัยทำงาน และเป็นโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัท 2) อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรตัวอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ 3) ปัจจัยทางด้านประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ 4) การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ 5) การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.7 สมมุติฐานในการวิจัย

1. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี
3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี
4. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- การเก็บรวบรวมข้อมูล
- การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี ในปี พ.ศ. 2551 จำนวน 152,988 คน (เทียบเคียงจากข้อมูลผู้เยี่ยมเยียนปี 2550 จากศูนย์การท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี ในปี พ.ศ. 2551 กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการใช้ตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgen.1970:607-610) ได้จำนวน 400 คน จากประชากรจำนวน 152,988 คนโดยทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน รวม 37 ข้อคำถาม คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล มีจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวไทย มี 4 ด้าน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต มีจำนวน 20 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 12 ข้อ ได้แก่การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึก ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale มี 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่นๆเพิ่มเติมทางการท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลจากเอกสาร ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์โดยการทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังเจ้าหน้าที่ วัดพระพุทธฉาย เพื่อศึกษาเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวบริเวณวัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี
3. สร้างแบบสอบถามได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างเป็นคำถาม
4. นำแบบสอบถามที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและแก้ไข
5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์
6. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การส่งแบบสอบถาม ให้กับนักท่องเที่ยวด้วยตนเองและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามภายในเวลา 2 สัปดาห์ (วันที่ 1-14 ตุลาคม 2551)
8. เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม
 2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส

3. การประมวลผล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้า File โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และการแจกแจงความถี่ของตัวแปรแล้วคำนวณ ค่าร้อยละ (Percentage)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลใช้ สถิติ คือ ร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาสรุปเป็นหัวข้อและเสนอเป็นตารางร้อยละ

6. ในการวัดตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยพิจารณาจาก สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 20 ข้อ ได้กำหนดคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งกำหนดคำตอบเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และข้อกำหนดคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, และ 1

5	หมายความว่า	มากที่สุด
4	หมายความว่า	มาก
3	หมายความว่า	ปานกลาง
2	หมายความว่า	น้อย
1	หมายความว่า	น้อยที่สุด

ในการวัดตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยพิจารณาจาก สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่อทางอินเทอร์เน็ต ได้ใช้คำถาม จำนวน 20 ข้อ ซึ่งในแต่ละข้อผู้ตอบได้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน และผู้ที่ตอบได้ต่ำสุดเท่ากับ 1 คะแนน สามารถจัดแบ่งกลุ่มคะแนนได้ 5 ระดับ จากการหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

พิสัยของข้อมูลดิบ (Range) = คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

$$5 - 1 = 4$$

กำหนดให้จำนวนชั้นของข้อมูลมี 5 ชั้น และให้แต่ละชั้นมีช่วงห่างเท่ากัน

$$\text{ชั้นกว้าง} = \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น}$$

$$= 4 / 5$$

$$= .80$$

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับการเปิดรับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับการเปิดรับน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับการเปิดรับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับการเปิดรับมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับการเปิดรับมากที่สุด

7. ในการวัดตัวแปรเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยพิจารณาในด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึก ได้ใช้คำถาม จำนวน 12 ข้อ ได้กำหนดคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ ลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งกำหนดคำตอบเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และข้อกำหนดคะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, และ 1

5	หมายความว่า	มากที่สุด
4	หมายความว่า	มาก
3	หมายความว่า	ปานกลาง
2	หมายความว่า	น้อย
1	หมายความว่า	น้อยที่สุด

ในการวัดตัวแปรเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยพิจารณาในด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึกได้ใช้คำถาม จำนวน 12 ข้อ ซึ่งในแต่ละข้อผู้ตอบได้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน และผู้ที่ตอบได้ต่ำสุดเท่ากับ 1 คะแนน สามารถจัดแบ่งกลุ่มคะแนนได้ 5 ระดับ จากการหาชั้นกว้าง ดังนี้

พิสัยของข้อมูลดิบ (Range) = คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

$$5 - 1 = 4$$

กำหนดให้จำนวนชั้นของข้อมูลมี 5 ชั้น และให้แต่ละชั้นมีช่วงห่างเท่ากัน

ชั้นกว้าง = พิสัย / จำนวนชั้น

$$= 4 / 5$$

$$= .80$$

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	ให้ความสำคัญการทองเที่ยวด้านนั้นในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	ให้ความสำคัญการทองเที่ยวด้านนั้น ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ให้ความสำคัญการทองเที่ยวด้านนั้น ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	ให้ความสำคัญการทองเที่ยวด้านนั้นในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	ให้ความสำคัญการทองเที่ยวด้านนั้นในระดับมากที่สุด

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ และเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี โดยจำแนกออกเป็น 4 ด้านคือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี โดยจำแนกออกเป็น 4 ด้านคือ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่นๆเพิ่มเติมทางด้านการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

(n=400)

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	114	28.5
หญิง	286	71.5
2. อายุ		
อายุ 15-29 ปี	212	53.0
อายุ 30-45 ปี	119	29.8
อายุ 46 ปีขึ้นไป	69	17.3
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	248	62.0
ปริญญาตรี	41	10.3
สูงกว่าปริญญาตรี	111	27.8
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	128	32.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	76	19.0
พนักงานบริษัท	133	33.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	63	15.8
5. รายได้		
ต่ำกว่า 7,200 บาท	175	43.8
7,200-18,000 บาท	173	43.3
18,001 บาทขึ้นไป	52	13.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.5) มีอายุระหว่าง 15-29 ปี (ร้อยละ 53.0) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 62.0) มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 33.3) และมีรายได้ต่ำกว่า 7,200 บาท (ร้อยละ 43.8)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จากสื่อต่างๆในภาพรวม

(n=400)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
สื่อบุคคล	4.10	0.80	มาก
สื่อสิ่งพิมพ์	4.09	0.73	มาก
สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์	3.88	0.84	มาก
สื่ออินเทอร์เน็ต	3.91	0.91	มาก
รวม	3.99	0.83	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.99$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ สื่อบุคคล ($\bar{x}=4.10$) รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{x}=4.09$) สื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{x}=3.91$) และสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ($\bar{x}=3.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อบุคคล

(n=400)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
จากสื่อบุคคล			
1. เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท. ได้ช่วยอธิบายและชี้นำสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดพระพุทธฉายแก่ท่าน	4.12	0.89	มาก
2. การติดต่อข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ของวัดเป็นอย่างดี	3.95	0.73	มาก
3. พระสงฆ์ในวัดพระพุทธฉายช่วยอธิบายเล่าเรื่องของวัดพระพุทธฉายให้ท่านได้รับรู้	4.15	0.76	มาก
4. ท่านได้รับการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธฉายจากผู้นำชุมชนของท่าน	4.01	0.84	มาก
5. ท่านได้รับการแนะนำมาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายจากญาติมิตร	4.30	0.79	มากที่สุด
รวม	4.10	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.10$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมากที่สุด ได้แก่ การ ได้รับการแนะนำมาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายจากญาติมิตร ($\bar{x}=4.30$) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ พระสงฆ์ในวัดพระพุทธฉายช่วยอธิบายเล่าเรื่องของวัดให้รับรู้ ($\bar{x}=4.15$) รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท. ได้ช่วยอธิบายและชี้นำสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดพระพุทธฉาย ($\bar{x}=4.12$)

ตารางที่ 4.4 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่วัดพระพุทธฉาย จากสื่อสิ่งพิมพ์

(n=400)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
จากสื่อสิ่งพิมพ์			
1.ท่านได้ให้ความสนใจสื่อสิ่งพิมพ์ของวัดที่มีข้อมูลทั้งภาพและข้อความที่น่าสนใจ	4.25	0.83	มากที่สุด
2.ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดเพราะได้เห็น ภาพ ข้อมูลและข้อความจากนิตยสาร	4.05	0.79	มาก
3.เมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธฉายท่านมีความต้องการคู่มือการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งนำเที่ยวในพื้นที่	4.18	0.65	มาก
4.ท่านได้รับแจกเอกสารการท่องเที่ยวที่ทางวัดพระพุทธฉายทำให้แก่นักท่องเที่ยว	3.91	0.73	มาก
5.ข้อมูลท่องเที่ยวจากเอกสารที่แจกทำให้ท่านมีข้อมูลและมีความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว เป็นอย่างดี	4.07	0.68	มาก
รวม	4.09	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ของวัดมีทั้งข้อมูลภาพและข้อความที่น่าสนใจ ($\bar{x}=4.25$) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ เมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่วัดมีความต้องการคู่มือการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งนำเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{x}=4.18$) รองลงมา ได้แก่ ข้อมูลท่องเที่ยวจากเอกสารที่แจกทำให้มีข้อมูลและมีความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว เป็นอย่างดี ($\bar{x}=4.07$)

ตารางที่ 4.5 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่วัดพระพุทธฉาย จากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์

(n=400)

การรับเปิดข้อมูลข่าวสาร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
จากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์			
16. ท่านเคยพบเห็นแหล่งท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายผ่านรายการทางโทรทัศน์บ่อย ๆ	3.85	0.87	มาก
17. ท่านเคยฟังรายการทางวิทยุที่ชักชวนให้ท่านมาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย	3.91	0.86	มาก
18. รายการทางโทรทัศน์ที่ท่านเคยพบเห็นเกี่ยวกับวัดพระพุทธฉายส่วนใหญ่เป็นสารคดีท่องเที่ยว	3.84	0.84	มาก
19. ท่านเคยได้ยินรายการทางวิทยุแหล่งข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายจากคลื่นวิทยุชุมชน	3.87	0.86	มาก
20. การชมรายการโทรทัศน์ด้านการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้ท่านเกิดความกระตือรือร้นที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว	3.94	0.77	มาก
รวม	3.88	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก ได้แก่ การชมรายการโทรทัศน์ด้านการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.94$) รองลงมา ได้แก่ เคยฟังรายการทางวิทยุที่ชักชวนให้มาท่องเที่ยววัด ($\bar{x} = 3.91$)

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่วัดพระพุทธฉาย จากสื่ออินเทอร์เน็ต
(n=400)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	\bar{x}	S.D.	แปลผล
จากสื่ออินเทอร์เน็ต			
1. ท่านจะค้นหาข้อมูลวัดพระพุทธฉายจากสื่อ Internet ก่อนมาท่องเที่ยวเป็นประจำ	3.82	1.01	มาก
2. ก่อนมาท่องเที่ยวท่านจะเข้า Internet เพื่อตรวจสอบรายการพยากรณ์อากาศว่าวัดพระพุทธฉายมีท้องฟ้าอากาศเป็นอย่างไร	3.77	1.01	มาก
3. ข้อมูล รีสอร์ท ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรีทาง Internet มีการแนะนำวัดพระพุทธฉายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	3.98	0.85	มาก
4. ท่านพบเห็นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จาก www.Google	3.85	0.89	มาก
5. สื่อ Internet เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวและให้ความสะดวกสบายมากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ	4.13	0.80	มาก
รวม	3.91	0.91	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่ออินเทอร์เน็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ Internet เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงและให้ความสะดวกสบายมากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ($\bar{x} = 4.13$) รองลงมา ได้แก่ ข้อมูล รีสอร์ท ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรีทาง Internet มีการแนะนำวัดพระพุทธฉาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ($\bar{x} = 3.98$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี โดยจำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก

ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกทางด้านต่างๆ ในภาพรวม

(n=400)

กิจกรรมด้านต่างๆ	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา	4.38	0.66	มากที่สุด
ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์	4.33	0.66	มากที่สุด
ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ	4.37	0.66	มากที่สุด
ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก	3.98	0.81	มาก
รวม	4.26	0.69	มากที่สุด

จากตาราง 4.7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.26$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ($\bar{x}=4.38$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ($\bar{x}=4.37$) และด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ($\bar{x}=4.33$) ตามลำดับ ส่วน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ($\bar{x}=3.98$)

ตาราง 4.8 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการทำกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา

(n=400)

กิจกรรมการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านการทำกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา			
1.ประชาชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาที่วัดได้อย่างสะดวก	4.55	0.54	มากที่สุด
2.ทางวัดพระพุทธฉายมีกิจกรรมส่งเสริมด้านพุทธศาสนา โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	4.30	0.72	มากที่สุด
3.งานศักกบาตรข้าวต้มลูกโยนเป็นประเพณีที่มีความสำคัญที่ท่านตั้งใจมาเที่ยวชม	4.29	0.73	มากที่สุด
รวม	4.38	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาได้อย่างสะดวก ($\bar{x}=4.55$) รองลงมา ได้แก่ ทางวัดมีกิจกรรมส่งเสริมด้านพุทธศาสนา โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ($\bar{x}=4.30$) และ งานศักกบาตรข้าวต้มลูกโยนเป็นประเพณีที่มีความสำคัญและตั้งใจมาเที่ยวชม ($\bar{x}=4.29$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์

(n=400)

กิจกรรมการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์			
1.ท่านมีความเข้าใจในการเผยแพร่ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์จากเจ้าหน้าที่ของวัดเป็นอย่างดี	4.21	0.71	มากที่สุด
2.ท่านมีความศรัทธาและเลื่อมใสศานาจากรอยพระพุทธรูปเป็นอย่างมาก	4.45	0.63	มากที่สุด
3.การท่องเที่ยวของวัดที่น่าเสนอด้านประวัติศาสตร์ช่วยให้เกิดความคุ้มค่า ในการมาท่องเที่ยว	4.34	0.66	มากที่สุด
รวม	4.33	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.33$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความศรัทธาและเลื่อมใสศานาจากรอยพระพุทธรูป ($\bar{x}=4.45$) รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวที่น่าเสนอด้านประวัติศาสตร์ช่วยให้เกิดความคุ้มค่า ในการมาท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.34$) และนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในการเผยแพร่ข้อมูล ด้านประวัติศาสตร์จากเจ้าหน้าที่ของวัดเป็นอย่างดี ($\bar{x}=4.21$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ

(n=400)

กิจกรรมการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ			
1.เงาพระพุทธเจ้าที่ปรากฏบนหน้าผาสร้าง ความอัศจรรย์ใจแก่ผู้ที่พบเห็นเป็นอย่างมาก	4.41	0.59	มากที่สุด
3.รอยพระพุทธบาทเบื้องขวาที่อยู่บนยอดเขา ทำให้ได้สัมผัสบรรยากาศที่สดชื่นสบายตา	4.44	0.68	มากที่สุด
3.การขึ้นยอดเขาพระพุทธฉายมีความสะดวก และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	4.27	0.72	มากที่สุด
รวม	4.37	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.37$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับ กิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รอยพระพุทธบาทเบื้องขวาที่อยู่บนยอดเขาทำให้ได้ สัมผัสบรรยากาศที่สดชื่นสบายตา ($\bar{x}=4.44$) รองลงมา ได้แก่ เงาพระพุทธเจ้าที่ปรากฏบนหน้าผา สร้างความอัศจรรย์ใจแก่ผู้ที่พบเห็นเป็นอย่างมาก($\bar{x}=4.41$) และการขึ้นยอดเขาพระพุทธฉายมี ความสะดวกและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว($\bar{x}=4.27$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก

(n=400)

กิจกรรมการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก			
1.มีแหล่งจำหน่ายไม้กวาด, พรมเช็ดเท้าซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว อย่างเพียงพอ	4.03	0.77	มาก
2.สินค้าที่ระลึกมีเอกลักษณ์และโดดเด่น	3.90	0.88	มาก
3.คุณภาพและราคาของสินค้ามีความเหมาะสม	4.02	0.79	มาก
รวม	3.98	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมาก ได้แก่ มีแหล่งจำหน่ายไม้กวาด, พรมเช็ดเท้าซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.03$) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพและราคาของสินค้ามีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.02$) และสินค้าที่ระลึกมีเอกลักษณ์และโดดเด่น ($\bar{x} = 3.90$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

ตาราง 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา	r
สื่อบุคคล	.320**
สื่อสิ่งพิมพ์	.356**
สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์	.302**
สื่ออินเทอร์เน็ต	.254**

** P<.01

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ กับกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

กิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์	r
สื่อบุคคล	.347**
สื่อสิ่งพิมพ์	.537**
สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์	.285**
สื่ออินเทอร์เน็ต	.264**

** P<.01

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การเปิดข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ	r
สื่อบุคคล	.316**
สื่อสิ่งพิมพ์	.255**
สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์	.336**
สื่ออินเทอร์เน็ต	.200**

** P<.01

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย การซื้อสินค้าที่ระลึกที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก	r
สื่อบุคคล	.402**
สื่อสิ่งพิมพ์	.459**
สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์	.626**
สื่ออินเทอร์เน็ต	.508**

** P<.01

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์กับการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการซื้อสินค้า ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่นๆ เพิ่มเติมทางการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

ตาราง 4.16 จากการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดจากแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีหลายด้านที่สรุปความใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

แสดงความคิดเห็นอื่นๆ เพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี

(n=328)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ห้องน้ำที่เปิดให้บริการไม่เพียงพอ	65	19.8
2. ถึงระยะที่มีไม่แข็งแรงมี	33	10.07
3. ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกควรจัดให้มีระเบียบและเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้เหมาะสมแก่การเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายและสะดวก	52	15.85
4. ไม่มีการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องไปชมก่อนหลัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่สับสนเพราะสถานที่แต่ละจุดอยู่ห่างกันและต้องเดินขึ้น ถึงแม้ว่าบางจุดจะสามารถนำรถยนต์ขึ้นไปได้ก็ตาม	47	14.33
5. ควรจัดสถานที่สำหรับให้อาหารลิงโดยเฉพาะ	15	4.57
6. ควรทำความสะอาดบริเวณภายในวัดเพื่อความสะอาดและน่ามอง	23	7.01
7. เก้าอี้หรือที่นั่งพักผ่อนยังน้อยเกินไปมีไม่เพียงพอ	45	13.72
8. ป้ายบอกทางมีจำนวนน้อยและเก่า	13	3.96
9. สร้างแนวกันไฟฟ้า	35	10.67

จากตาราง 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวน 328 คน มีประเด็นที่นำเสนอแนะหัวข้อใกล้เคียงกันทั้งหมด 9 หัวข้อส่วนใหญ่ ได้แก่ห้องน้ำที่เปิดให้บริการไม่เพียงพอ (ร้อยละ19.8) รองลงมา ได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกควรจัดให้มีระเบียบและเป็นหมวดหมู่เพื่อให้เหมาะสมแก่การเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายและสะดวก (ร้อยละ15.85) และ ไม่มีการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องไปชมก่อนหลัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่สับสนเพราะสถานที่แต่ละจุดอยู่ห่างกันและต้องเดินขึ้น ถึงแม้ว่าบางจุดจะสามารถนำรถยนต์ขึ้นไปได้ก็ตาม (ร้อยละ14.33) ตามลำดับ

บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในบทนี้เป็นบทสรุป อภิปรายผลที่ได้จากข้อมูลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ โดยมีสาระสำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ทางด้าน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

2. เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ทางด้าน การทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา การศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และการซื้อสินค้าที่ระลึก

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2551 จำนวน 400คน โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือแบบสอบถามแบบปลายปิด จำนวน 4 ตอนและปลายเปิด 1 ตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 71.5) มีอายุระหว่าง 15-29 ปี (ร้อยละ 53.0) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 62.0) มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 33.3) และมีรายได้ต่ำกว่า 7,200 บาท (ร้อยละ 43.8)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.99$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ สื่อบุคคล ($\bar{x}=4.10$) รองลงมา ได้แก่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{x}=4.09$) สื่ออินเทอร์เน็ต ($\bar{x}=3.91$) และสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ($\bar{x}=3.88$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จาก สื่อบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.10$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมากที่สุด ได้แก่ การ ได้รับการแนะนำมาท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายจากญาติมิตร ($\bar{x}=4.30$) ส่วน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก ได้แก่ พระสงฆ์ในวัดพระพุทธฉายช่วยอธิบายเล่าเรื่องของวัดให้รับรู้ ($\bar{x}=4.15$) รองลงมา ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท. ได้อธิบายและชี้นำสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดพระพุทธฉาย ($\bar{x}=4.12$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จาก สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ของวัดมีทั้งข้อมูลภาพและข้อความที่น่าสนใจ ($\bar{x}=4.25$) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ เมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่วัดมีความต้องการคู่มือการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งนำเที่ยวในพื้นที่ ($\bar{x}=4.18$) รองลงมา ได้แก่ ข้อมูลท่องเที่ยวจากเอกสารที่แจกทำให้มีข้อมูลและมีความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ($\bar{x}=4.07$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จาก สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก ได้แก่ การชมรายการโทรทัศน์ด้านการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.94$) รองลงมา ได้แก่ เคยฟังรายการทางวิทยุที่ชักชวนให้มาท่องเที่ยววัด ($\bar{x}=3.91$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จากสื่ออินเทอร์เน็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.91$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ Internet เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงและให้ความสะดวกสบายมากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ($\bar{x}=4.13$) รองลงมา ได้แก่ ข้อมูล วีรกรรม ที่หัก แล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรี Internet มีการแนะนำวัดพระพุทธฉาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ($\bar{x}=3.98$)

3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.26$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ($\bar{x}=4.38$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ($\bar{x}=4.37$) ส่วน ให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ($\bar{x}=3.98$)

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาได้อย่างสะดวก ($\bar{x}=4.55$) รองลงมา ได้แก่ ทางวัดมีกิจกรรมส่งเสริมด้านพุทธศาสนา โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ($\bar{x}=4.30$) และ งานตักบาตรข้าวต้มลูกโยนเป็นประเพณีที่มีความสำคัญและตั้งใจมาเที่ยวชม ($\bar{x}=4.29$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.33$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความศรัทธาและเลื่อมใสศานา จากรอยพระพุทธรูป ($\bar{x}=4.45$) รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นำเสนอด้านประวัติศาสตร์ช่วยให้เกิดความคุ้มค่า ในการมาท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.34$) และนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในการเผยแพร่ข้อมูล ด้านประวัติศาสตร์จากเจ้าหน้าที่ของวัดเป็นอย่างดี ($\bar{x}=4.21$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.37$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รอยพระพุทธรูปเบื้องขวาที่อยู่บนยอดเขาทำให้ได้สัมผัสบรรยากาศที่สดชื่นสบายตา ($\bar{x}=4.44$) รองลงมา ได้แก่ เงาพระพุทธรูปเจ้าที่ปรากฏบนหน้าผาสร้างความอัศจรรย์ใจแก่ผู้ที่พบเห็นเป็นอย่างมาก ($\bar{x}=4.41$) และการขึ้นยอดเขาพระพุทธรายมีความสะดวกและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.27$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี จำแนกด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีแหล่งจำหน่ายไม้กวาด, พรมเจ็ดเท้าซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ ($\bar{x}=4.03$) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพและราคาของสินค้ามีความเหมาะสม ($\bar{x}=4.02$) และสินค้าที่ระลึกมีเอกลักษณ์และโดดเด่น ($\bar{x}=3.90$) ตามลำดับ

4.ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ไปในทิศทางเดียวกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.ผลการวิเคราะห์การแสดงความคิดเห็นจากคำถามปลายเปิด

จากการรวบรวมข้อมูลแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้ ห่องน้ำที่เปิดให้บริการไม่เพียงพอ (ร้อยละ19.8) รองลงมา ได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกควรจัดให้มีระเบียบและเป็นหมวดหมู่เพื่อให้เหมาะสมแก่การเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายและสะดวก (ร้อยละ15.85) และ ไม่มีการแนะนำจากเจ้าหน้าที่ถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องไปชมก่อนหลัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่สับสนเพราะสถานที่แต่ละจุดอยู่ห่างกันและต้องเดินขึ้นถึงแม้ว่าบางจุดจะสามารถนำรถยนต์ขึ้นไปได้ก็ตาม (ร้อยละ14.33) ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่วัดพระพุทธราย จังหวัดสระบุรี สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. เมื่อพิจารณาถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากสื่อต่างๆ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

จากสื่อบุคคล การเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.10$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลในระดับมากที่สุด ได้แก่ การได้รับการแนะนำให้มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธรายจากญาติ มิตร ($\bar{x} = 4.30$) อธิบายได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธราย ได้สัมผัสกับบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ และทัศนียภาพที่สวยงาม จึงมีการบอกปากต่อปาก และแนะนำให้ญาติหรือเพื่อน มาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550:187) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ รับประทานข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมากที่สุด คือ จากเพื่อน/ปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 36.55

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ โรเจอร์ (Rogers, 1978:291) อ้างถึงใน ศศิณี อุดมศักดิ์ (2545:21-22) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ไว้ว่า จากผลการวิจัยต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อมีวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

และยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบท ทิง ฮอส (Bettinghaus 1968:180) อ้างถึงใน ศศิณี อุดมศักดิ์ (2545:21-22) กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้าง ในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งนั้น

จากสื่อสิ่งพิมพ์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก สื่อสิ่งพิมพ์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ของวัดมีทั้งข้อมูลภาพ และข้อความที่น่าสนใจ ($\bar{x} = 4.25$) อธิบายได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธราย ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์ของวัด เช่น แผ่นพับ โบปลิว โบรชัวร์ หรือคู่มือการท่องเที่ยวที่มีทั้งรูปภาพและข้อความที่น่าสนใจ ทั้งนี้เพราะสื่อสิ่งพิมพ์มีความละเอียด สามารถเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัดพระพุทธรายได้เป็นอย่างดี จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทาษาท กิติกุล (2540:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย ส่วนใหญ่เกิดจากความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวสะสมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของคนไทยที่ส่วนใหญ่ค้นหา

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพร จรุงแสง (2546:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนาคู่มือศึกษารวมชาติเพื่อการท่องเที่ยวประจำเส้นทางเดินป่าอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน พบว่า คู่มือศึกษารวมชาติเพื่อการท่องเที่ยวประจำเส้นทางเดินป่าในอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพธรรมชาติ ในพื้นที่อุทยานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ในระดับมาก ได้แก่ การชมรายการโทรทัศน์ด้านการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{x} = 3.94$) อธิบายได้ว่า รายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้อยากมาท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพ และเสียง สามารถดึงดูดใจ โน้มน้าวใจ จากผู้ดูผู้ฟังได้ มีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารด้านต่างๆ และสามารถรับชมรับฟังได้บ่อยๆ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ประมะ สตะเวทิน (2538:35) กล่าวว่า สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง มีความรวดเร็วในการเสนอข่าวสารเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง จึงดึงดูดความสนใจจากผู้ดู ผู้ฟังได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ และเป็นสื่อที่สามารถสร้างแรงจูงใจ ทศนคติ และเสนอเรื่องต่าง ๆ ได้ดี จึงมีพลังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้ดี

จากสื่ออินเทอร์เน็ต การเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$) และเมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต ในระดับมาก ได้แก่ Internet เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงและให้ความสะดวกสบายมากกว่าสื่อชนิดอื่น ($\bar{x} = 4.13$) อธิบายได้ว่า Internet เป็นแหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหา ทั้งนี้เพราะ Internet มีความสะดวก รวดเร็ว มีทั้งข้อมูล รูปภาพ และรายละเอียดต่างๆ เช่น ข้อมูลที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลโปรแกรมทัวร์การท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรพพงศ์ จันทเลิศ (2546:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การสร้างเว็บไซต์ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลที่ได้ ไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย และ ผู้เข้าใช้อินเทอร์เน็ตมีความต้องการข้อมูลที่เพียงพอเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับรูปภาพ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการท่องเที่ยวและตัดสินใจ

2. เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกทางด้านต่างๆ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.38$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญการท่องเที่ยว ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประชาชนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาได้อย่างสะดวก ($\bar{x} = 4.55$) อธิบายได้ว่า การประกอบพิธีกรรมทางพุทธศาสนาของวัด เป็นพิธีกรรมที่ดั้งเดิม มีเอกลักษณ์ เป็นการปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ราณี อธิชัยกุล (2546) กล่าวว่า ศาสนสถาน หมายถึง สถานที่แสดงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของมนุษย์ที่มีต่อศาสนาอันมีหลักสำคัญ เช่น แสดงกำหนดและความสิ้นสุดของโลกหรือแสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาป รวมทั้งสถานที่ประกอบพิธีกรรมตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อนั้น ๆ ศาสนสถานเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจริยธรรมจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมักมีจุดประสงค์เพื่อไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศาสนาเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ เช่น วัด โบสถ์ วิหาร มัสยิด สถานที่จาริกแสวงบุญ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ชำนาญ ม่วงทิม (การสร้างบุคคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) อ้างถึงใน วิฑูรย์เทพย์ นวเดโช, 2547:10 กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปเยือนหรือท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้นๆ

เช่น สภาพชีวิตชนบท สภาพชีวิตริมคลอง หมู่บ้านชาวเขา หมู่บ้านประมง ตลาดน้ำ เรือนแพ ศูนย์วัฒนธรรม แหล่งสินค้าพื้นเมือง งานเทศกาลประเพณีต่างๆ ได้แก่ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ ฯลฯ

ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความศรัทธาและเลื่อมใสศรัทธา จากรอยพระพุทธรูป ($\bar{x} = 4.55$) อธิบายได้ว่า รอยพระพุทธรูปมีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์ของวัดพระพุทธรูป ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความศรัทธาและเลื่อมใสในพุทธศาสนา ที่มีมาตั้งแต่อดีตกาล ซึ่งสอดคล้องกับ Smith (1977:2-3) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามประเภทการที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยว กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน มีความรุ่งเรืองในอดีต เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เพื่อศึกษาถึงประวัติศาสตร์และเรื่องราวความเป็นมาในอดีตกาล

ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.37$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รอยพระพุทธรูปเบื้องขวาที่อยู่บนยอดเขา ทำให้ได้สัมผัสบรรยากาศที่สดชื่นสบายตา ($\bar{x} = 4.44$) อธิบายได้ว่า ในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวใดๆ นั้นนักท่องเที่ยวได้มีการ ตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ที่น่าสนใจ ดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ชัย เสนาพรหม (2543:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะมีสิ่งจูงใจอยากได้พบ อยากได้เห็นทัศนียภาพด้วยความอึดอึดใจทั้งสิ้น ในการท่องเที่ยววัดต่างๆ ซึ่งเป็นสถานที่เก่าแก่ เป็นที่เลื่องลือ เช่น วัดปรมัยยิกาวาส วัดไผ่ล้อม วัดเสารงทอง ที่มีประเพณีการทำบุญในวัดของชาวอมฤ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสพพร ทุ่มพวง (2545:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติเก่า ๆ และพบความแตกต่างของการเปรียบเทียบความสนใจในปัจจัยอิทธิพลต่างๆ โดยพิจารณาจากตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา พบว่า เห็นความสำคัญของปัจจัยอิทธิพล แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ให้ความสำคัญการท่องเที่ยวด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ในระดับมาก ได้แก่ มีแหล่งจำหน่ายไม้กวาด, พรหมเช็ดเท้าซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.03$) อธิบายได้ว่า สินค้าที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น ราคาและคุณภาพมีความเหมาะสม มีสินค้าให้เลือกชมหลายชนิด สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขาวภา จันทร (2550:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความหลากหลายของสินค้า เนื่องจากตลาดหนองมนมีสินค้าให้เลือกซื้อเลือกชมหลายชนิด และหลายร้านค้าทำให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ได้เปรียบเทียบสินค้าและราคารวมถึงคุณภาพ และปริมาณของสินค้านั้นๆ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรสุตา อุ้เจื่อง (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม พบว่า ปัจจัยด้านของที่ระลึก นั้นกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 300 คน เห็นว่า รูปแบบและราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นั้นมีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพุกาม

3. เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลกับตัวแปร กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกทางด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับบรรยากาศและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของวัด จึงมีการบอกเล่าให้ญาติ มิตร หรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิธินิ วรณสกุล (2542:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิรดา สอนศรี (2541:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสารการรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยว ในปีท่องเที่ยวของไทยของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการรับรู้ของปีท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

4. เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์กับตัวแปร กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกทางด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า ทางวัดมีการตักบาตรข้าวต้มลูกโยนในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 11 และได้มีการเชิญชวนให้พุทธศาสนิกชนมาทำบุญที่วัดเพื่อความเป็นสิริมงคล โดยผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยวของวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริภาณุจน์ ปรับโตวิตโจโย (2539:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากนิตยสาร ด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ บริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

5. เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์กับตัวแปร กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกทางด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า ทางวัดมีการนำเสนอรายการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับซิมบาร์ดและไลป์ (Zimbardo and leippe, 1991) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของการนำเสนอข่าวสาร ไว้ว่า การที่สารนั้นๆ มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ซ้ำกันบ่อยๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสารอันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญ ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอ นั้นๆ หากเป็นเนื้อหาในทางที่ดี ก็มีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตาม ก็จะมีการปฏิบัติตามคำแนะนำนั้นๆ ในที่สุด

6. เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตกับตัวแปร กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกทางด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ และด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายได้ว่า ทางวัดมีการจัดทำ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ค้นหาข้อมูลได้สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีหญิง ศรีชชา (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออื่นๆ

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี สามารถนำผลการศึกษาที่ค้นพบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เพื่อการพัฒนาให้ดีขึ้น ในประเด็นหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก และยังพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้นทางวัดพระพุทธฉายจึงควรมีการรักษาคุณภาพ สื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสื่อบุคคลที่เคยมาท่องเที่ยวก็จะแนะนำญาติ พี่น้อง ในสิ่งที่ได้พบเห็นสิ่งที่ดี สื่อบุคคล จะต้องมีการบอกต่อกันไป ดังนั้น ถ้าบอกต่อสิ่งที่ดี นักท่องเที่ยวก็จะเดินทางมาเที่ยว แต่ถ้านักท่องเที่ยวบอกในสิ่งที่ไม่ดีก็จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางมาเที่ยวที่วัดพระพุทธฉาย จากเหตุผลนี้จึงจำเป็นต้องพัฒนาสื่อบุคคลให้มากขึ้น

ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ควรจะมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ อย่างสม่ำเสมอ ด้วยการนำเสนอในรูปของแผ่นพับประชาสัมพันธ์ แผ่นโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ หรือส่งข้อมูลไปยังประชาสัมพันธ์จังหวัดเพื่อเผยแพร่ในวารสาร หรือนิตยสารของจังหวัดต่อไป และยังพบว่า ด้านสื่ออินเทอร์เน็ตควรมีการ ปรับเพิ่มข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งที่เป็นประโยชน์

นักท่องเที่ยวยุโรป และสื่อวิทยุและวิทยุโทรทัศน์ ควรมีการลงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข่าว ด้านการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธฉาย ผ่านทางรายการท่องเที่ยว หรือทางรายการของวิทยุชุมชน

2. จากการวิจัยพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และยังพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา และด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ดังนั้นทางวัดพระพุทธฉายจึงควรจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาและมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวหรือทำบุญเพื่อความเป็นสิริมงคล เช่น การไหว้พระในวันสำคัญทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะประเพณีการตักบาตรข้าวต้มลูกโยนซึ่งเป็นประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์และควรแก่การปฏิบัติ สืบทอดกันต่อไป

ส่วนด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติทางวัดพระพุทธฉายจึงควรมีการดูแลและรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ มีบรรยากาศที่ร่มรื่น ควรปรับปรุงระบบนิเวศ เช่น ปลูกผลไม้ป่า ที่สามารถเป็นอาหารของลิง นก และสัตว์ป่าชนิดอื่นๆ เพื่อไม่ให้สัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในบริเวณวัดขาดแคลนอาหารและเป็นการส่งผลให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวไม่เดือดร้อนจากการที่สัตว์ โดยเฉพาะลิงลงมาขโมยอาหารของชาวบ้านและรบกวนนักท่องเที่ยว

ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ควรจัดสรรงบประมาณสำหรับสร้างสถานที่ท่องเที่ยวจำลองที่สำคัญของวัดพระพุทธฉายเพื่อบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่สูงอายุและนักท่องเที่ยวที่พิการให้สามารถศึกษาเรียนรู้ความเป็นมาของแหล่งประวัติศาสตร์ให้มีเกิดความรู้ความเข้าใจจากสถานที่ท่องเที่ยวจำลอง โดยไม่ต้องขึ้นไปชมสถานที่จริง ซึ่งสถานที่จริงแต่ละจุดจะต้องเดินเท้าขึ้นไปซึ่งมีความสูงและอยู่ห่างกันจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่สูงอายุและคนพิการลำบาก

ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก ควรจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เช่น สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องจักรสาน และของฝากประเภทอาหาร ขนม โดยแยกให้เป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารการท่องเที่ยว ในวัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดพระพุทธฉาย จังหวัด สระบุรี
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กรณีศึกษา วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี
4. ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้านอื่นๆที่เหมาะสมกับหัวข้อเรื่อง เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพ

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับกิจกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ วัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามแต่ละตอน กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรง
ความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 15-29 ปี 30-45 ปี
 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 7,200 บาท 7,200-18,000 บาท
 18,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	ระดับการเปิดรับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>จากสื่อบุคคล</u>					
6.เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท.ได้ช่วยอธิบายและชี้นำสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดพระพุทธรายแก่ท่าน					
7.การติดต่อข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ของวัดเป็นอย่างดี					
8.พระสงฆ์ในวัดพระพุทธรายช่วยอธิบายเล่าเรื่องของวัดพระพุทธรายให้ท่านรับรู้					
9.ท่านได้รับการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธรายจากผู้นำชุมชนของท่าน					
10.ท่านได้รับการแนะนำมาท่องเที่ยววัดพระพุทธรายจากญาติมิตรและเพื่อนๆ ของท่าน					

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	ระดับการเปิดรับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>จากสื่อสิ่งพิมพ์</u>					
11. ท่านได้ให้ความสนใจสื่อสิ่งพิมพ์ของวัดที่มีข้อมูลทั้งภาพและข้อความที่น่าสนใจ					
12. ท่านเดินมาท่องเที่ยวที่วัดเพราะได้เห็น ภาพข้อมูลและข้อความจากนิตยสาร					
13. เมื่อมาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่วัดพระพุทธราย ท่านมีความต้องการคู่มือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นสิ่งนำเที่ยวในพื้นที่					
14. ท่านได้รับแจกเอกสารการท่องเที่ยวที่ทางวัดพระพุทธรายทำไว้แจกนักท่องเที่ยว					
15. ข้อมูลท่องเที่ยวจากเอกสารที่ท่านแจกทำให้ท่านมีข้อมูลและมีความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี					
<u>จากสื่อวิทยุ และวิทยุโทรทัศน์โทรทัศน์</u>					
16. ท่านเคยพบเห็นแหล่งท่องเที่ยววัดพระพุทธรายผ่านรายการทางโทรทัศน์บ่อยๆ					
17. ท่านเคยฟังรายการทางวิทยุที่ชักชวนให้ท่านมาท่องเที่ยววัดพระพุทธราย					
18. รายการทางโทรทัศน์ที่ท่านเคยพบเห็นเกี่ยวกับวัดพระพุทธรายส่วนใหญ่เป็นสารคดีท่องเที่ยว					
19. ท่านเคยได้ยินรายการทางวิทยุแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยววัดพระพุทธรายจากคลื่นวิทยุชุมชน					
20. การชมรายการโทรทัศน์ด้านการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้ท่านเกิดความกระตือรือร้นที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว					

การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	ระดับการเปิดรับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>จากสื่ออินเทอร์เน็ต</u>					
21. ท่านจะค้นหาข้อมูลวัดพระพุทธฉายจากสื่อ Internet ก่อนมาท่องเที่ยวเป็นประจำ					
22. ก่อนมาท่องเที่ยวท่านจะเข้า Internet เพื่อตรวจสอบดูรายการพยากรณ์อากาศว่าวัดพระพุทธฉายมีท้องฟ้าอากาศเป็นอย่างไร					
23. ข้อมูลรีลลอร์ท ที่พัก แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรีทาง Internet มีการแนะนำวัดพระพุทธฉายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
24. ท่านพบเห็นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยววัดพระพุทธฉายจาก WWW. Google					
25. สื่อ Internet เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวและให้ความสะดวกสบายมากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ					

ตอนที่ 3 เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยววัดพระพุทธฉาย จังหวัดสระบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย
คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

กิจกรรม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการทำกิจกรรมทางพุทธศาสนา					
26. ท่านสามารถเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาที่วัดได้อย่างสะดวก					
27. ทางวัดพระพุทธฉายมีกิจกรรมส่งเสริมด้านพระพุทธศาสนาโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม					
28. งานตักบาตรข้าวต้มลูกโยนเป็นประเพณีที่มีความสำคัญที่ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวชม					
ด้านการศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์					
29. ท่านมีความเข้าใจในการเผยแพร่ข้อมูลด้านประวัติศาสตร์จากเจ้าหน้าที่ ของวัดเป็นอย่างดี					
30. ท่านมีความศรัทธาและเลื่อมใสศรัทธาจากรอยพระพุทธรูปเป็นอย่างมาก					
31. การท่องเที่ยวของวัดที่ทำเสนอด้านประวัติศาสตร์ช่วยให้เกิดความคุ้มค่าในการมาท่องเที่ยว					

กิจกรรม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านการท่องเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ</u>					
32.เงาพระพุทธเจ้าที่ปรากฏบนหน้าผาสร้างความอัศจรรย์ใจแก่ผู้ที่พบเห็นเป็นอย่างมาก					
33.รอยพระพุทธบาทเบื้องขวาที่อยู่บนยอดเขาทำให้ได้สัมผัสกับบรรยากาศที่สดชื่นสบายใจ					
34.การขึ้นยอดเขาพระพุทธฉายมีความสะดวกและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					
<u>ด้านการซื้อสินค้าที่ระลึก</u>					
35.มีแหล่งจำหน่ายไม้กวาด,ครก ซึ่งเป็นสินค้าที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
36.สินค้าที่ระลึกมีเอกลักษณ์และโดดเด่น					
37.คุณภาพและราคาของสินค้ามีความเหมาะสม					

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่นๆเพิ่มเติมทางการท่องเที่ยว
วัดพระพุทธราย อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. คู่มือปฏิบัติงานท่องเที่ยวสำหรับข้าราชการและพนักงานงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ :
ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเลทกรุ๊ป,2547.

ขวัญเรือน กิตกวีวัฒน์,วรลักษณ์ ธิราโมกษ์ และยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศาสตร์.เอกสารการ
การสอนชุดวิชา พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2531.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2542

ชวรัตน์ เจริญชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน กรุงเทพมหานคร:
บริษัทบพิตรการพิมพ์,2527.

คณูพล อุ่นจินดาภรณ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยใน
เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2545.

คณัฏ เทียนพุดม. นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ:บุคแบงค์,2543.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักการนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ:รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์,2529.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักการนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ:ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์
,2538.

ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน :กระบวนการและทฤษฎี พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์,2541.

ราณี อิลิชัยกุล. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2546.

วิชัย เทียนน้อย. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์,2528.

สุพงษ์ โสณะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2533.

เอกสารอื่น ๆ

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์. รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา: สถาบันราชภัฏราชชนครินทร์,2544.

ฉัตรสุดา อุ้เจื่อง. "ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงพูกาม".วิทยานิพนธ์.ศศ.ม.เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2546.

ทนายท กิตติกุล."ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย. กรณีศึกษาคนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่."วิทยานิพนธ์ บธ.ม.(บริหารธุรกิจ).เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้,2540.

ประสพพร พุ่มพวง."พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร". สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,2545.

เยาวภา จันทร. "ปัจจัยที่มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี" . วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2550.

วิฑูรย์เทพย์ นวเดโช."กฎหมายเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล".วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยรามคำแหง,2547.

วิธินี วรรณสกุล. "การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน
สภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ". วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย,2542.

ศศิณีย์ อุดมศักดิ์. "การแสวงหาและการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อปฏิบัติการกิจที่ต้องทำและ
อาจต้องทำขององค์การบริหารส่วนตำบลโดยสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล".
วิทยานิพนธ์. นศ.ม. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,2545.

ศักดิ์ชัย เสนาพรม. "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของ
นักท่องเที่ยวไทย". ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการนันทนาการ) กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,2548.

ศิรสา สอนศรี. "การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับ
ข่าวสารการรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชน ใน
เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่". วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

ศรินทร์ญา ศรีรักษา. "การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย บนสื่อ
อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา". วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.

สายทิพย์ บัวเผือก. "พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เกาะ
เกร็ด จังหวัดนนทบุรี". สารนิพนธ์ บธ.ม.(การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,2550.

สมพร จรูญแสง. "การพัฒนาคู่มือศึกษาธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวประจำเส้นทางเดินป่า อุทยาน
แห่งชาติแก่งกระจาน." วิทยานิพนธ์. ศษ.ม.(สิ่งแวดล้อมศึกษา). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล,2550.

สิริกาญจน์ ปรับโตวิตใจโย "การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ."วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

สรรพพงศ์ จันทร์เลิศ. "การสร้างเว็บไซต์ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย". วิทยานิพนธ์.ศศ.ม.เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2546.

Books

Atkin,Charles K. " Intrumental Utilities and Information Seeking." New Model for Mass Communication Research,ed,Peter Clark; Beverlg Hill:SAGE Publication,19793

Joseph T.Klapper. The Effect of Mass Communication. New York:The Free-Press,1960.

Schramm,Wilber. The Process and Effect of Mass Communication. Urbana: University Of Illinois press, 1954.

Smith, Valene. Hosts and Duests. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Zimbardo and Lieppe. The psychology of attitude chang and social influence.New York: McGraw -Hill.

แหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์

(<http://www.watphraphutthachai.com>)

(<http://www.bangkokbizweek.com>)

(<http://www.riclib.nrct.go.th>)

(<http://research.doae.go.th>)

ประวัติการศึกษา(การทำงาน)ผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล นางสาวปวิฉัตร แพ่งศรีสาร
วัน เดือน ปีเกิด วันเสาร์ที่ 5 พฤษภาคม 2522
สถานที่เกิด มหาสารคาม

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2549 มนุษยศาสตร์ สาขาสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2544-ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจส่วนตัว