



การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยว
เหนือเขื่อนศรีนครินทร์จังหวัดกาญจนบุรี

โดย

นายไพโรจน์ สัจจวิบุตร

วันที่.....๒๐..S.A..2553.....
เลขทะเบียน.....๐๑๒๓๓๗.....๑๒

ภพ.
๑๑๕.๑๓๐๔
พ ๑๑๓ ๓
ฉ.กร.๕๕๓๓.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ.2553

**Media and information Exposure Affecting the Decision Making to visit
Touristic Destination Srinakarin Reservoir of Kanchanaburi Province**

By

Mr. Phairot Sungvaribud

**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

2010

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นายไพโรจน์ สังวริบุตร

เรื่อง

การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

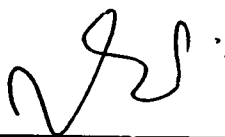
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

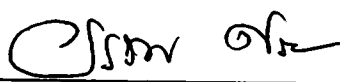
เมื่อวันที่ 15 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2553

ประธานกรรมการสารนิพนธ์



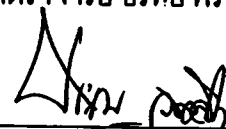
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ประชัน วัลลิโก)

กรรมการสารนิพนธ์



(อาจารย์จิรายุ อัครวิบูลย์กิจ)

หัวหน้าสาขาวิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อผู้เขียน	นายไพโรจน์ สัจจวิบุต
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ประจักษ์ วัลลิโก
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารซึ่งเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารกับ การตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและการศึกษาเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และสถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistics) คือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi – Square) มาวิเคราะห์

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

(1) ข้อมูลประชากรของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวที่เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 26-35ปี มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ระดับการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี

(2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

จากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสาร ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ ,นิตยสาร, วารสาร ,หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ,หนังสือพิมพ์ ,คำบอกเล่าของญาติพี่น้อง, เพื่อน, วิทยุ, ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์ ,นิทรรศการต่าง ๆ ,แผ่นพับ, ไปปลิ้ว ,เจ้าหน้าที่ของทางราชการ ,และพนักงานบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ

(3) ผลการศึกษาเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้ง 2 ประการคือ

1. ข้อมูลประชากรของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า สื่อกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อนิทรรศการ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ประจัน วัลลิโกที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาตลอดเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และมีคุณค่ายิ่ง อีกทั้งได้กรุณาตรวจสอบ ปรับปรุง และแก้ไขข้อบกพร่องในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์มีความถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น ผู้ศึกษาซาบซึ้งในความกรุณา และด้วยด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้ประสบการณ์ต่าง ๆ มากมายแก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาการศึกษาในสถาบันแห่งนี้ และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์มูทิดา อารยะ เศรษฐากร ผู้ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางสร้างแรงบันดาลใจให้ข้าพเจ้าเข้าสู่การศึกษาใน หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร การท่องเที่ยวและบันเทิง มหาวิทยาลัยเกริก แห่งนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกท่านที่ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือ มาโดยตลอด รวมทั้งขอบพระคุณนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรีทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และทุกท่านที่มีได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่มีส่วนผลักดันทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด และครอบครัวที่มอบความปรารถนาดี ความห่วงใย และเป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา

นายไพโรจน์ สัจจวิบุต

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2552

สารบัญ

	หน้า
บทกัณฑ์	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.5 นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
2.3 สมมติฐานการวิจัย	35
2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ	41
3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	41
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
4.1 ข้อมูลทั่วไป	44
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือ เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี	49
4.3 อิทธิพลของสื่อและข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือ เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี	55
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	58
 บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	 105
5.1 สรุปผลการวิจัย	106
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	110
5.3 การอภิปรายผลการวิจัย	111
5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	113
5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	116
5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	118
 บรรณานุกรม	 119
ภาคผนวก ก. ตัวอย่างแบบสอบถาม	123
ภาคผนวก ข. ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์	130
ภาคผนวก ค. อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์	132
ประวัติผู้ศึกษา	137

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ	44
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามอายุ	45
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษา	46
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามอาชีพ	47
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	48
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของการได้รับข่าวสารจากสื่อหรือแหล่งข้อมูล	49
4.7	แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนความถี่/ความบ่อยที่ได้รับข่าวสารจากสื่อ	50
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของสื่อข่าวสารที่ได้รับ	51
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	53
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	54
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้สึกต้องการไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว	55
4.12	แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร	56
4.13	แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	57
4.14	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจ	60
4.15	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจ	61
4.16	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจ	63
4.17	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเดินทาง	64
4.18	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจ	66
4.19	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจ	67
4.20	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจ	68
4.21	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจ	70
4.22	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจ	71
4.23	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจ	73

สารบัญญัตราง (ต่อ)

4.24	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจ	74
4.25	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจ	75
4.26	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจ	77
4.27	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจ	78
4.28	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจ	80
4.29	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อกระจายเสียงกับการตัดสินใจ	81
4.30	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์กับการตัดสินใจ	83
4.31	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	84
4.32	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจ	85
4.33	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อวิทยุกับการตัดสินใจ	86
4.34	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อบุคคลกับการตัดสินใจ	87
4.35	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อกระจายเสียงกับการตัดสินใจ	88
4.36	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์กับการตัดสินใจ	90
4.37	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	91
4.38	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจ	92
4.39	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อวิทยุกับการตัดสินใจ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

4.40	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย จากสื่อบุคคลกับการตัดสินใจ	95
4.41	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย	96
4.42	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย จากสื่อสิ่งพิมพ์กับการตัดสินใจ	98
4.43	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย จากสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	99
4.44	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจ	100
4.45	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย จากสื่อวิทยุกับการตัดสินใจ	101
4.46	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ย จากสื่อบุคคลกับการตัดสินใจ	102

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งมีส่วนในการสร้างงานและการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชน ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำและมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวสามารถสร้างเม็ดเงินทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ดังจะเห็นได้จากรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีสูงถึง 367.38 พันล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: ออนไลน์) เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวประเภททางธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นประเพณีและวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเกิดความประทับใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น โดยในแต่ละพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นจะมีศักยภาพที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งการเจริญเติบโตและการขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยปราศจากการวางแผนการควบคุมและการจัดการการประชาสัมพันธ์ที่ดีซึ่งควรคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และควรทราบถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป

การท่องเที่ยวมีรูปแบบต่างๆมากมายดังที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2529 : 7-8) ได้สรุปรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่สำคัญ 4 ประเภท คือ 1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) 2. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) 3. การท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism) 4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภทนั้น เป็นความต้องการของคณะที่เกิดขึ้นเมื่อมีความพร้อมทั้งทางร่างกายและจิตใจ เพื่อความอยากรู้อยากเห็น การพักผ่อนหย่อนใจ หาประสบการณ์ใหม่ และส่งเสริมคุณภาพชีวิต เป็นต้น

การท่องเที่ยวไม่ว่ารูปแบบใดๆผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและเอกชน มีความจำเป็นต้องจัดการในส่วนต่างๆเพื่อบริการกับผู้มาท่องเที่ยวที่อยู่ในหลักการใหญ่ๆ 3 ประการคือ แหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) การบริการท่องเที่ยว(Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้จะต้องเอื้ออำนวย สัมพันธ์ และสอดคล้องอย่างเป็นระบบของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (Tourism System)(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2540:11) ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่จะต้องมีการจัดการในเชิงบริการที่อาจก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ได้ ถ้าองค์กรการท่องเที่ยวต่างๆดำเนินการอย่างไม่สมบูรณ์และถูกหลักทฤษฎีของการท่องเที่ยวดังกล่าว และการจัดการเพื่อเกิดความสำเร็จได้ตามความมุ่งหมายหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้จะสื่อสารเกี่ยวกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังจำเป็นต้องมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ขาดความรับผิดชอบและจิตสำนึกที่คิดถึงสิ่งแวดล้อม แม้จะเกิดจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ก็ตาม แต่ผลที่เกิดขึ้นได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านต่างๆต่อการท่องเที่ยวมากมาย จนทำให้สถานที่ท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น บางแห่งเสื่อมโทรมและมีคุณค่าความงดงามน้อยลง

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางป่าไม้และมีศักยภาพของพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากตั้งอยู่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานครมากนัก การเดินทาง ไปมาสะดวก นอกจากนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ซึ่งจังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีอุทยานแห่งชาติมากถึง 5 แห่งด้วยกัน คือ อุทยานแห่งชาติเอราวัณ อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ อุทยานแห่งชาติเขาแหลม อุทยานแห่งชาติเฉลิมรัตน โกสินทร์ และอุทยานแห่งชาติไทรโยค

สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้าไปในอุทยานแห่งชาติต่างๆปีงบประมาณ2550-2551

	อุทยาน แห่งชาติ	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	รวม
1	เขื่อนศรีนครินทร์	304,223	255,484	286,099	331,751	45,360	108,336	114,584	108,936	69,166	68,329
2	เอราวัณ	328,839	347,921	409,586	439,588	511,373	463,467	389,818	399,265	327,120	317,130
3	เขาแหลม	14,869	13,415	1,661	2,639	4,593	7,431	8,140	6,611	9,003	10,734
4	ไทรโยค	260,588	96,642	97,223	127,701	187,959	169,964	156,217	166,993	140,114	133,705
5	เฉลิมรัตนโกสินทร์	61,436	70,639	70,631	53,489	62,069	58,873	42,942	37,740	31,409	27,717

ที่มา: ฝ่ายระบบฐานข้อมูล ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เขื่อนศรีนครินทร์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติแห่งหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เดินทางมาท่องเที่ยว มีที่ตั้งอยู่บริเวณบ้านเจ้าเพชร ตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี บริเวณแม่น้ำแควใหญ่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ประกอบด้วยอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ ภูเขา พืชพันธุ์ไม้ที่สวยงาม อุดมไปด้วยสัตว์นานาชนิด ความเงียบสงบและเป็นธรรมชาติทำให้มีคุณค่าต่อการศึกษาและนันทนาการต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง และเนื่องจากป่าต้นน้ำลำธารของแม่น้ำแควใหญ่เหนือเขื่อนศรีนครินทร์มีสภาพป่าสมบูรณ์เป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีสัตว์ป่าชุกชุม และมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สำคัญหลายแห่ง เช่น น้ำตกห้วยขมิ้น น้ำตกผาดาด น้ำพุร้อน ถ้ำ และทะเลสาป ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจำนวนมาก จากเหตุผลดังกล่าวจำนวนนักท่องเที่ยวไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ดังนั้นการที่โครงการให้นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวตามแหล่ง

ท่องเที่ยวต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกในทุกๆปี หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดกาญจนบุรี โดยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดกาญจนบุรี มีการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้นในแต่ละปี ให้บริการข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านการตลาดแนะนำและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ และรายงานสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นประโยชน์ในเขตพื้นที่รับผิดชอบให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ ตลอดจนให้คำปรึกษาแนะนำด้านการตลาดแก่นักท่องเที่ยวต่าง ๆ ในท้องถิ่นในเขตรับผิดชอบ ในการจัดกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนให้ท้องถิ่นรวมตัวกันจัดตั้งสมาคม หรือชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น และกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน(สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกลางเขต1) ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจในการศึกษา การสื่อสารการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อำเภอศรีสวัสดิ์ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บังเกิดผลสัมฤทธิ์ ซึ่งคาดว่าการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของอุทยานแห่งชาติ 5 แห่ง อันจะก่อให้เกิดเป็นนโยบายและแผนปฏิบัติในทิศทางเดียวกันและชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้จะนำไปสู่ความเข้าใจอันดีและความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน แล้วส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ หรือเหนือเขื่อนศรีนครินทร์มากยิ่งขึ้นในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารซึ่งเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารกับ การตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะปัจจัยการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณเหนือเขื่อนศรีนครินทร์จังหวัดกาญจนบุรี และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน
3. แหล่งท่องเที่ยวที่ทำการวิจัย จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
4. สถานที่ให้บริการพักรแรมริมเขื่อน และ สถานที่เล่นกีฬาทางน้ำ
5. รูปแบบตัวอย่างแบบสอบถามด้วยวิธีบังเอิญและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร และ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน ในระหว่างเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2553

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทำให้ทราบถึงการเปิดรับสื่อและข่าวสารการท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**
- 2.ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของการเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวบริเวณเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**
- 3.ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารกับ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**
- 4.สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้ ไปใช้ในการวางแผนเพื่อปรับปรุงแผนการสื่อสารการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรีในอนาคตได้ด้วย**

1.5 นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวไทยที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในราชอาณาจักรไทย

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในที่ต่างๆ และได้มีการใช้จ่ายเพื่อซื้อบริการด้านที่พัก อาหาร รวมไปถึงการซื้อหาของที่ระลึก

การสื่อสารการท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารที่มีจุดหมายชักชวนให้ประชาชนเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ปัจจัยสื่อสาร หมายถึง ปัจจัยด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่ แหล่งสาร ประเภทของสื่อ สารที่เผยแพร่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง ประเภทของสื่อที่เปิดรับ และความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทั้งในเรื่องต่างๆ ไปรวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของนักท่องเที่ยวไทยที่มายังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง การตัดสินใจเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จากการเปิดรับสื่อ

กีฬาทางน้ำ หมายถึง การว่ายน้ำ การพายเรือ การเล่นเรือเร็ว ขับสกีคเตอร์ เจ็ทสกีและการตกปลา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นข้อมูลในการสนับสนุนและใช้เป็นแนวทางในการศึกษา วิเคราะห์ และอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและความหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.1.4 แนวคิดพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสาร

2.1.5 ประวัติความเป็นมาของอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 สมมติฐานการวิจัย

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและความหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อให้เข้าใจคำจำกัดความของการท่องเที่ยว และยังได้ให้ความรู้เกี่ยวกับการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยว เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง รูปแบบของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง และการแบ่งตามรูปแบบกิจกรรมนันทนาการ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไข 3 ประการ ดังต่อไปนี้คือ

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำ ไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางที่ผู้เดินทางต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ดังนั้นการท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากท้องถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังถิ่นอื่นๆ ชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยการเดินทางนั้นเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและมีความหมายรวมถึง

1. ธุรกิจนำเที่ยว
2. ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
3. ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
4. ธุรกิจของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
5. ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
6. การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่หรือการ

ดำเนินการอื่นๆ ใด โดยมีความหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทาง

ประเภทของการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์หรือเหตุผลในการเดินทางของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้เป็น 18 ประเภทดังนี้

1. การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง
2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน
3. การท่องเที่ยวในวันหยุด
4. การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา
7. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ
8. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติพี่น้อง
9. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร
10. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
11. การท่องเที่ยวแบบชมวัฒนธรรม
12. การท่องเที่ยวแบบแสวงหาความสำราญ
13. การท่องเที่ยวเพื่อร่วมหรือทำกิจกรรม
14. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
15. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงอนุรักษ์
16. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
17. การท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจเฉพาะอย่าง
18. การท่องเที่ยวแบบผจญภัย

การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

สามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภทหลัก คือ (ศรีบุญญา วรากุลวิทย์, 2546 : 18)

1.การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายประการ เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณาหรือมีสิ่งชักจูงโดยเฉพาะของสถานที่นั้นๆ เช่น โบราณสถาน โบราณศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติอันงดงามในแต่ละท้องถิ่น

2.การท่องเที่ยวต่างประเทศ(International Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่แตกต่างไปจากประเทศของคน การเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศต้องผ่านขั้นตอนการเดินทางระหว่างประเทศหลายประการ ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ สถานทูตหรือกงสุลของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ตลอดจนด่านศุลกากรและด่านตรวจคนเข้าออกเมืองของแต่ละประเทศ

3.การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว (Individual Traveling) หมายถึง การท่องเที่ยวเฉพาะบุคคลหรือเป็นครอบครัวที่เดินทางโดยอิสระ ผู้เดินทางเป็นผู้รับผิดชอบการเดินทาง ที่พัก และค่าใช้จ่ายของตน หากต้องการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะอาจติดต่อให้บริษัทนำเที่ยวจัดการอำนวยความสะดวกเรื่องต่างๆ เช่น ที่พัก การเดินทางและรายการนำเที่ยว แต่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวประเภทนี้อาจเดินทางคนเดียว คู่สามีภรรยาหรือครอบครัว หรือเป็นหมู่คณะที่มีจำนวนต่ำกว่า 15 คน เมื่อเดินทางถึงจุดหมายปลายทางแล้วนักท่องเที่ยวจะติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวในเมืองนั้นๆ เพื่อซื้อรายการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจัดให้ไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวอื่นๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายถูกลง แต่ถ้านักท่องเที่ยวต้องการไปเป็นส่วนตัว บริษัทนำเที่ยวจะบริการให้ แต่จะเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่สูงกว่า การท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม สำหรับนักท่องเที่ยวอิสระที่ท่องเที่ยวเอง โดยศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจากคู่มือแนะนำเที่ยวเฉพาะประเทศที่ให้รายละเอียดสมบูรณ์ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางตามลำพังได้

4.การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (Group Traveling) การท่องเที่ยวประเภทนี้โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะ ไม่ต่ำกว่า 15 คน บริษัทจัดดำเนินการนำเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ตามรายการที่ตกลงไว้ เช่น การจัดการเรื่องการเดินทาง ที่พักอาศัย อาหารและแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้อำนวยความสะดวกตลอดการเดินทาง การท่องเที่ยวประเภทนี้จ่ายค่าบริการต่ำกว่าการเดินทางลักษณะส่วนตัว การเดินทางประเภทนี้เป็นที่นิยมทั่วโลก นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง การท่องเที่ยวประเภทนี้เรียกว่า GIT (Group

Inclusive Tour) นักท่องเที่ยวสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจ การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะชนิดทัวร์เหมาจ่าย (Package Tour) ลักษณะใกล้เคียงกับ GIT แตกต่างในลักษณะที่เส้นทางกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางมีหลากหลายอาชีพ และไม่รู้จักมาก่อน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ(2544) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ

1.ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ และจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ที่สำคัญในการรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องมักแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

2. ด้านการบริการท่องเที่ยว (Tourism Service) การบริการการท่องเที่ยวจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ซึ่งอาจไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นการบริการที่จัดไว้เพื่อรองรับให้เกิดความสะดวกสบายในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวเช่น บริการที่พัก การบริการนำเที่ยว การบริการขนส่ง หรือการบริการอาหารและเครื่องดื่มเป็นต้น ในบางครั้งการบริการเหล่านี้อาจสร้างความสนใจหรือดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ การบริการท่องเที่ยวยังรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ อันจำเป็นต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

3.ด้านตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกถึงอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงความปรารถนาของนักท่องเที่ยวในการเดินทางจาก ไปยังอีกที่หนึ่งด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ โดยทั่วไปแล้วการตลาดท่องเที่ยวมักจะมุ่งเน้นไปที่ความสำคัญของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆเกิดขึ้น

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์

รณวดี บุญถือ (2537)แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ลาสเวลล์ กล่าวว่า วิธีที่จะอธิบายกระบวนการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมที่สุด คือ การตอบคำถามต่างๆ เหล่านี้ ซึ่ง ได้แก่

กล่าวอะไร (says what)

ผ่านช่องทางใด (in which channel)

ถึงใคร (to whom)

ด้วยผลอะไร? (with what effect)

ซึ่งอาจเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ใคร → กล่าวอะไร → ผ่านช่องทางใด → ถึงใคร → ด้วยผลอะไร

แบบจำลองของลาสเวลล์นี้ สามารถใช้เป็น โครงสร้างสำหรับแบ่งงานวิจัยทางการสื่อสารออกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะการศึกษาที่เจาะจงในองค์ประกอบใดประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร คือ ถ้าศึกษาเกี่ยวกับผู้ส่งสาร โดยเฉพาะ ก็จะเรียกว่าเป็นการวิเคราะห์แหล่งสาร (Control Studies) ซึ่ง มุ่งเน้นที่คุณสมบัติและส่วนประกอบที่ช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าเป็น การศึกษาเจาะจงเกี่ยวกับสารและลักษณะของสื่อ ก็เรียกว่าเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเน้นการนำเอาสาระของสารมาวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นว่าสารที่ส่งมายังผู้รับสารนั้นประกอบ ไปด้วยเนื้อหา ด้านใดบ้าง ถ้าศึกษาเกี่ยวกับสื่อประเภทต่างๆ เรียกว่าเป็นการวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis) ซึ่งเป็น การศึกษาศักยภาพของสื่อประเภทต่างๆ ถ้าเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร ก็เรียกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) ซึ่งมักเน้นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนต่างๆ หรือการเปิดรับเนื้อหา ประเภทต่างๆ จากสื่อ ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสารเรียกว่าเป็นการ

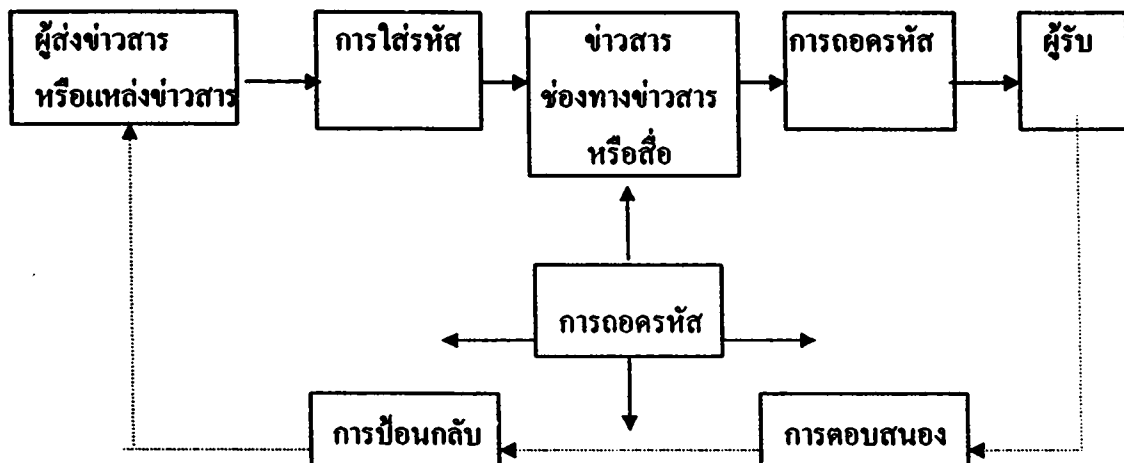
วิเคราะห์ผลกระทบของการสื่อสาร (Effect Analysis)

ทฤษฎีการสื่อสารของเบอร์โล

เบอร์โล อธิบายกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ว่า เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยปัจจัย หรือองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการคือ

1. แหล่งสาร (communication source)
2. ผู้เข้ารหัสสาร (encoder)
3. สาร (message)
4. ช่องทาง (channel)
5. ผู้ถอดรหัสสาร (decoder)
6. ผู้รับสาร (communication receiver)

ซึ่งเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้คือ



แสดงส่วนประกอบในกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Elements in the communication process)

ลักษณะของผู้ส่งข่าวสาร

ผู้ส่งข่าวสาร (Senders) หรือแหล่งข่าวสาร (Sources) เป็นบุคคลที่ส่งข่าวสารทั้งทางตรง (ใช้คน) และทางอ้อม (ใช้สื่อ) ผู้ส่งข่าวสารผ่านสื่ออาจจะเป็น 1.ผู้แสดง 2. การใช้บุคคลรับรองในกรณีนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ใช้สินค้า 3.การใช้บุคคลที่ใช้สินค้ารับรอง 4.ผู้เชี่ยวชาญ 5.ผู้มีชื่อเสียง 6.บุคคลทั่วไป 7.พิธีกร 8.ผู้พูด

ข่าวสาร

ข่าวสาร (Message) จะต้องพิจารณาถึงโครงสร้างข่าวสารและการจูงใจในข่าวสาร การให้ข่าวสารที่ดีประกอบด้วย

1. เนื้อหาข่าวสาร
2. ส่วนประกอบของข่าวสาร
3. การเลือกใช้คำ
4. อารมณ์ในการแสดงข้อความ
5. ลีลา
6. การใช้จุดจับใจหรือเว้าวอน
7. มีหลักฐานสนับสนุน
8. การใช้ตรรกวิทยา
9. กลยุทธ์การนำเสนอ

ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร (Channel) เป็นเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร ประกอบด้วย 6 ช่องทางดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคล เช่น การประชุม การให้สัมภาษณ์

2. การสื่อสาร โดยใช้สื่อสารมวลชน เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารเนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก

3. การสื่อสารแบบสองชั้นตอน หรือการสื่อสารแบบหลายชั้นตอน เป็นการสื่อสารที่ใช้ทั้งบุคคล (ผู้นำความคิด) และสื่อร่วมกัน ทำให้เกิดการเดินทางของข่าวสารหลายชั้นตอน ซึ่งช่วยให้สามารถกระจายข่าวสารไปได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นจึงต้องใช้ผู้นำความคิดที่มีความน่าเชื่อถือช่วยสนับสนุนในการกระจายข่าวสารอีกต่อหนึ่งซึ่งมีลักษณะเหมือนกับการบอกต่อ

4. การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นช่องทางการสื่อสารอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยกระจายข่าวสารได้ดีมาก ซึ่งในแต่ละกิจกรรมจะมีข่าวสารแฝงอยู่ด้วยว่ากิจกรรมนี้ต้องการสื่อว่าอย่างไร กิจกรรมนี้ต้องการสื่ออะไรให้คนทราบ

5. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่ใหม่และทันสมัยมากที่สุดที่นักสื่อสารกำลังนิยมใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น อินเทอร์เน็ต เครื่องโทรสาร ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องบันทึกเสียง

6. เอกสารต่างๆ ได้แก่จดหมายข่าว วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

ผู้รับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสาร (Receiver) เป็นกลุ่มผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งมีหลักในการพิจารณาลักษณะต่างๆ ของผู้รับข่าวสารดังนี้

1. ทะเบียนภูมิหลัง ลักษณะคล้ายกับทะเบียนบ้านซึ่งจะบอกรายละเอียดเกี่ยวกับเพศ ศาสนา สถานภาพสมรส อายุ และการศึกษา
2. สภาพจิตวิทยา เป็นลักษณะความต้องการด้านจิตใจ (ความต้องการภายใน) ของผู้รับข่าวสาร
3. ค่านิยม ผู้สื่อสารต้องศึกษาค่านิยมของผู้รับข่าวสาร
4. รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้รับข่าวสาร
5. สิ่งที่สะสมอยู่ในสมองหรือความคิดของผู้ฟังก่อนที่จะรับฟังข่าวสารจากเรา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อทัศนคติ และความคิดเห็น
6. สังคมของกลุ่มคนที่เราจะเข้าไปเกี่ยวข้องนั้นมีลักษณะอย่างไร เป็นลักษณะของกลุ่มสังคมที่จะเข้าไปเกี่ยวข้อง
7. วัฒนธรรม นักสื่อสารจะต้องปฏิบัติคนตามวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

ผลที่ต้องการ

ผลที่ต้องการ (Effects) เป็นวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร มีด้วยกัน 3 ด้าน คือ

1. ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive)
2. ด้านความรู้สึก (Affective)
3. ด้านพฤติกรรม (Behavioral)

เบอร์โลเห็นว่าการสื่อสารนั้นต้องมีจุดมุ่งหมายเสมอ และองค์ประกอบทั้งหลายทางการสื่อสารไม่สามารถอธิบายแยกเป็นส่วนๆ โดยเด็ดขาด และองค์ประกอบเหล่านี้เป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยองค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบซึ่งกันและกัน

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การที่คนทั่วไปเกิดการตัดสินใจโดยสมัครใจในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึก ที่ถูกพัฒนาจากความรู้สึกในทางที่ดี อันเป็นเบื้องต้นของแรงจูงใจที่จะเร้าให้เกิดการตัดสินใจในด้านบวกในที่สุด และความรู้สึกที่ไม่ดีก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจในด้านลบเช่นกัน

การตัดสินใจ (Decision making) มีนักวิชาการ ได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ศิริพร พงศ์ศรี โรจน์ (2540, หน้า 187) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรือควมวันการปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่ง จากทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการหรือการวินิจฉัยสั่งการ คือ การขังใจใคร่ครองและตัดสินใจเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่งจากหลายๆ ทางเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2547, หน้า 44-45) กล่าวว่า การตัดสินใจทางการจัดการ หมายถึง การที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งทำการเลือกทางเลือกใดจากหลายทางเลือกเพื่อให้แผนการบรรลุวัตถุประสงค์

บรรยงค์ ไตจินดา (2548, หน้า 178) กล่าวว่า การวินิจฉัยสั่งการหรือการตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาพิจารณาตัดสินใจและสั่งการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การวินิจฉัยสั่งการ หรือการตัดสินใจเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก เพราะการวินิจฉัยสั่งการจะเป็นการเลือกทางเลือก ดำเนินการที่ดีที่สุดในบรรดาทางเลือกหลายๆ ทาง

สมคิด บางโม (2548, หน้า 175)) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจเลือก ทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจ ที่จะกระทำการสิ่ง



ใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งหลายอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่งยากสลับซับซ้อน และมีวิธีการแก้ปัญหาให้วินิจฉัย มากกว่าหนึ่งทางเสมอ คั้งนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้วินิจฉัยปัญหาว่าจะเลือกตั้งการปฏิบัติ โดยวิธีใด จึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างดีที่สุดและบังเกิดผลประ โยชน์สูงสุดแก่องค์กรนั้น

วันที่..... 20 S.A. 2553

เลขทะเบียน..... ๐1๒33๗ ๑๖.๒

อาพ.

๑15.๑304

พ ๑๑3 ๓

ช.กร.ส.ส.ก.ท.

ทฤษฎีการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นการนำแนวความคิดที่มีเหตุผลที่ผู้บริหารใช้ในการเลือกทางเลือก ที่ดีที่สุด ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ และทฤษฎีการตัดสินใจตามบุคคลที่ตัดสินใจ (สุโขทัยธรรมาราช, 2548, หน้า 263-264) ดังนี้

1. ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ สามารถจำแนกทฤษฎีการตัดสินใจตามวิธีการตัดสินใจออกเป็น 3 วิธี ดังนี้

1.1 ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการคาดการณ์ มีการใช้เทคนิคการคาดการณ์และการพยากรณ์เข้ามาประกอบการตัดสินใจ เช่น การพยากรณ์โดยใช้แนวโน้ม เป็นต้น

1.2 ทฤษฎีการตัดสินใจโดยการพรรณนา เป็นการใช้กระบวนการวิจัยเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้วิจัยจะต้องมีการพิสูจน์และเห็นจริงจึงจะดำเนินการตัดสินใจได้ บางครั้งเรียก การตัดสินใจแบบนี้ว่า การตัดสินใจทางวิทยาศาสตร์

1.3 ทฤษฎีการตัดสินใจโดยกำหนดความ เป็นทฤษฎีที่คำนึงถึงว่าแนวทางการตัดสินใจควรจะเป็นหรือน่าจะเป็นอย่างไรจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้

2. ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามบุคคลที่ตัดสินใจ สามารถจำแนกทฤษฎีการตัดสินใจ โดยการจัดจำแนกตามบุคคลที่ตัดสินใจได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 การตัดสินใจโดยคนเดียว เป็นการตัดสินใจโดยคนเดียว เดี่ยวจะทำให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจ มักจะใช้ธุรกิจขนาดย่อมที่มีผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ และเป็นผู้ที่ใกล้ชิดปัญหาและทราบข้อมูลได้ดีกว่า

2.2 การตัดสินใจโดยกลุ่ม เป็นการตัดสินใจที่ยึดทีมงาน และคณะกรรมการเป็นผู้ร่วมตัดสินใจเป็นการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เมื่อใดก็ตามที่ต้องการความร่วมมือผู้บริหาร จึงควรให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม ดังนั้นการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จึงจำเป็นสำหรับองค์การในอนาคต (ศศ.ดร.วรพจน์บุษราคัมวดี : ออนไลน์)

2.1.4 แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสาร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media exposure)

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่ง ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่า การสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ข่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสาร เป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และ เพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการ ติดต่อของกระบวนการสังคม ซึ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการ เปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความตบสนต่าง ๆ จน อาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ เพื่อแก้ไขปัญหาคงกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537:3)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ไร้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการ ข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ชาร์ลส์ เค อัทกิน (Charles k. Atkin, 1973:208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับ ข่าวสารมาก ข่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วน ที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทาง ต่าง ๆ นั้น มักจะ ถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็น ข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533:46-47)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของคน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

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

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงงูใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาพทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกคัดทิ้ง ไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4.การเลือกจดจำ(Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

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

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

2.ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร ในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3.เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของคน

4.ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5.การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6.ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารด้วย นั่นคือจริตของเราซึ่งส่งผลต่อความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท คำนึงบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7.สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8.ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง คำนึงเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วน ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531: 23-26) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการ เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันคือ

1.ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่าคุณเราแต่ละคนมีความ แตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพ แวดล้อมที่แตกต่างกัน ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ

2.ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคมเนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3.ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973:121-122) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

- 1.ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
- 2.การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของคนอย่างหนึ่งอย่างใด
- 3.ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
- 4.การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือก รับสาร
- 5.ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
- 6.บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การ โน้มโน้มใจ และ พฤติกรรมของผู้รับสาร
- 7.อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
- 8.ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชาร์มม์ (Wilbur Scharm,) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหา ข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับ ข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจใฝ่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้นมีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สรพงษ์ ไสธนะเสถียร ก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการ คือ (สรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2533:40-44)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความ เร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน

3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่นการใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

4. การหลบเลี่ยงสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อ หลีกเลี่ยงงานประจำหรือ หลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้ว บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544: 13-14) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่าง ได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับ ความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสาร ได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ประมะ สตะเวทิน 2532: 99 อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540:135) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ โบปลิวิ คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคล แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้

2.1.5 ประวัติความเป็นมาของเขื่อนศรีนครินทร์และอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์

เขื่อนศรีนครินทร์เป็นเขื่อนประเภทหินถมแกนดินเหนียวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความสูงจากฐานราก 140 เมตร สันเขื่อนยาว 610 เมตร กว้าง 15 เมตร พื้นที่อ่างเก็บน้ำ 419 ตารางกิโลเมตร มีความจุมากเป็นอันดับหนึ่งคือ 17,745 ล้านลูกบาศก์เมตร ตั้งอยู่บริเวณอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ ซึ่งมีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอ ไทรโยค อำเภอศรีสวัสดิ์ และอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วยเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ และเกาะแก่งต่างๆ ในอ่างเก็บน้ำเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีเขตติดต่อกับพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ไทรโยค อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระมีเนื้อที่ประมาณ 957,500 ไร่ หรือ 1,532 ตารางกิโลเมตร ข้อมูลอื่นๆของอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์นำเสนอไว้ที่ภาคผนวกท้ายเล่ม

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2530) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชน โดยประเมินผลโครงการปีท่องเที่ยวไทย 2530 ในรอบ 6 เดือน (มกราคม-มิถุนายน) ซึ่งทำใน 5 จังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่ สงขลา ภูเก็ต ชลบุรี และขอนแก่น พบว่า ในเรื่องการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นปลิว และป้ายโฆษณา มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล โดยวิทยุและ โทรทัศน์มีบทบาทมากที่สุด ประมาณร้อยละ 38.31 ของสื่อทั้งหมด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และนิตยสารประมาณร้อยละ 28.48 ของสื่อทั้งหมด

ศุณิสา พัทธศรีเพ็ญจันทร์ (2531) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า สื่อบุคคล เช่น เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ของทางราชการ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือร้อยละ 96.9 รองลงมา ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสารกับวารสาร ตามลำดับ

วรรณา ธัญชัยวัฒนา (2537) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนาโครงการท่าอากาศยานสากลกรุงเทพฯ : ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุมากกว่าสื่อประเภทอื่น และเนื่องจากประชากรส่วนมากมีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และรองลงมาคือ ไม่ได้เข้ารับการศึกษามาก ดังนั้นจึงไม่นิยมการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ทั้งนี้ ประเภทของสื่อที่เปิดรับแตกต่างกัน จะก่อให้เกิดความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มที่เปิดรับสื่อประเภทจดหมาย/จุลสาร/สิ่งพิมพ์ของทางราชการ จะมีคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทอื่นๆ

ศิริกาญจน์ ปรับ ไควดใจโย (2539) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ บริษัททัวร์ ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทยและนิทรรศการเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ และการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

นริศรา นงนุช (2544) ศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารปรากฏขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด ประกอบด้วย 4 รูปแบบ คือ 1) การสื่อสารสองทางที่มาเป็นทางการ 2) การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ และมีปฏิริยาโต้ตอบมาก 3) การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ และปฏิริยาโต้ตอบน้อย 4) การสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ

ฉัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวไทย” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำและมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับปานกลาง และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

วัลลศรี แก้ววิรุฬ (2547) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข่าวสารและปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการมาเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าจากสื่อและแหล่งข้อมูลจำนวน 1-3 สื่อ โดยอันดับแรกเป็นการบอกต่อกันระหว่างเพื่อน อันดับที่สองคือ โทรทัศน์ อันดับที่สามคือ รับทราบจากหน่วยต้นสังกัด ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลสถานที่ตั้งของโรงเรียนพระจุลจอมเกล้า แต่จะ

ไม่ทราบข้อมูลรายละเอียด เช่น กิจกรรม เส้นทาง ที่พัก และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของโรงเรียนพระจุลจอมเกล้า

วัชรวิภา นุริศรี (2551) ศึกษาเรื่องกระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านช่องทาง/สื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชนอยู่ในระดับการรับรู้มาก, สื่อบุคคลอยู่ในระดับการรับรู้ปานกลาง และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับการรับรู้ต่ำ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุดและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลางเช่นเดียวกันทุกประเด็น และมีพฤติกรรมท่องเที่ยวด้านการเคารพธรรมชาติและรักษาสภาพเดิมของสถานที่ทางประวัติศาสตร์อุทยานแห่งชาติตะรุเตาอยู่ในระดับมากที่สุด

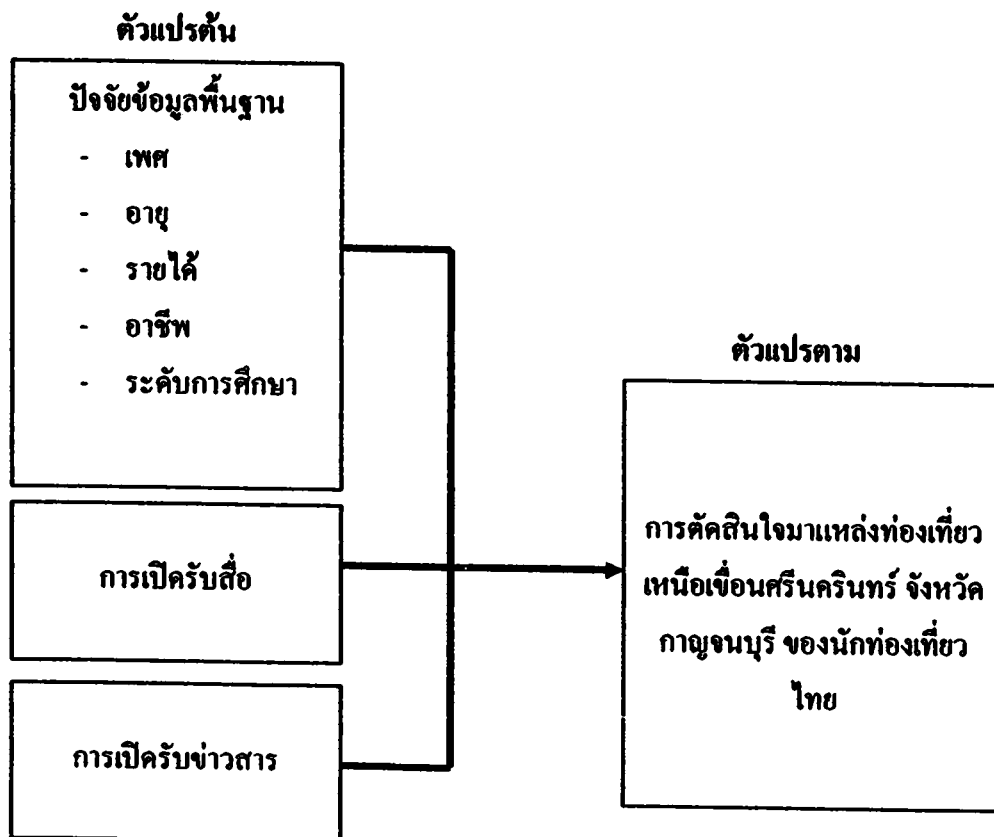
ทั้งหมดข้างต้นนี้เป็นผลการศึกษาที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับเรื่องที่คุณทำการศึกษา กำลังทำการศึกษาอยู่ โดยจะเห็นว่าปัจจัยที่นำมาศึกษาจะคล้ายคลึงกับปัจจัยต่างๆที่มีผู้ทำการศึกษาไว้แล้ว เพียงแต่ผู้ศึกษาเลือกทำการศึกษาแนวทางการสื่อสาร แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

2.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลประชากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี โดยผลการสำรวจของกองสถิติ และวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยล่าสุดเมื่อปี พ.ศ.2548-2550 ได้ระบุไว้ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4,452,740 คน (กองสถิติจังหวัดกาญจนบุรี)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537:27) ดังนี้

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

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง หรือกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้

การวิจัยในครั้งนี้ มีจำนวนประชากรเป้าหมาย 4,452,740 คน และในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ และกำหนดความเชื่อถือได้ 95% อาจแทนสูตร ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{4,452,740}{1 + 4,452,740 (.05)^2} \\ &= 399.96498 \end{aligned}$$

ดังนั้นผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างชั้นค่าไว้ที่ 400คน และมีวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) หลังจากผู้วิจัยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของแต่ละจังหวัดแล้ว ผู้วิจัยก็ทำการเก็บข้อมูลโดยการสุ่มจากนักท่องเที่ยวไทยที่เจอ โดยบังเอิญในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นบริเวณที่พบนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่นท่าข้ามแพขนานยนต์ ร้านอาหาร ท่าเรือที่ไช้จอกแพพักเป็นต้น

ด้านการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกิจการการท่องเที่ยวและกิจการให้เช่าที่พักแรม ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 7 ท่าน ได้ทำการติดต่อโดยตรงกับเจ้าของกิจการและมอบแบบคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ให้ไว้โดยนักหมายมาเก็บแบบในวันหลังเพื่อให้ท่านเหล่านั้น ได้มีเวลาใคร่ครองและให้คำตอบในเชิงลึก ได้อย่างมีนัยสำคัญ

อนึ่งก่อนที่จะได้ทำการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์นั้น ผู้ศึกษาได้นำร่างแนวทางแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจ และขอคำแนะนำในรายละเอียด ตลอดจนแก้ไขจนสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วจึงนำไปสุ่มตัวอย่างดังกล่าว

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือประกอบการวิจัยคือแบบสอบถาม ในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม ปลายปิดและปลายเปิด โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

1. เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด แบบเลือกตอบคือ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา
2. เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ
3. เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

แบบสอบถามมีข้อความให้นักท่องเที่ยวแสดงความรู้สึกถึงการตัดสินใจในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์จังหวัดกาญจนบุรี ให้ตอบว่ามีอิทธิพลมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กับข้อความที่กำหนดและมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

เพื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อระบุความมากน้อยของคำตอบต่างๆ

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายความว่า	มีอิทธิพลน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายความว่า	มีอิทธิพลน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายความว่า	มีอิทธิพลปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายความว่า	มีอิทธิพลมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายความว่า	มีอิทธิพลมากที่สุด

4. ปัญหาและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์จังหวัดกาญจนบุรี

3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม
3. ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา
4. ปรับปรุงก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.4 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร และดำเนินการสัมภาษณ์ในเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2553

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2553 ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งคำถามในแบบสอบถามมีทั้งลักษณะปลายปิดและปลายเปิดจำนวน 400 ชุด เพื่อวัดการสื่อสารการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยข้อมูลที่ได้นี้จำนวน 400 ชุดนั้นถูกนำมาจัดระเบียบลงรหัสเพื่อใช้ในการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากแหล่งค้นคว้าข้อมูลต่างๆ เช่น ตำรา วารสาร หนังสือพิมพ์ เอกสารทางวิชาการ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ตลอดจนงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย ได้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1. เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 2. เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 3. เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยด้วยค่า Chi-Square กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด แต่ได้รับกลับคืนจำนวน 396 ชุด

ข้อมูลที่ได้สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไป
- 4.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
- 4.3 อิทธิพลของข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
- 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่สอง เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริเวณโดยรอบเหนือเขื่อนศรีนครินทร์จำนวน 7 ท่าน เกี่ยวกับสื่อในการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์

4.1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	173	43.7
หญิง	223	56.3
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.3 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.7

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 18 ปี	12	3.0
18 – 25 ปี	105	26.5
26 – 35 ปี	142	35.9
36 – 45 ปี	68	17.2
46 – 55 ปี	57	14.4
55 ปีขึ้นไป	12	3.0
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ร้อยละ 35.9 รองลงมาคืออายุระหว่าง 18 – 25 ปี ร้อยละ 26.5

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา	12	3.0
ประถมศึกษา	36	9.1
มัธยมศึกษา	72	18.2
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา/ปวส.	43	10.9
ปริญญาตรี	210	53.0
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.8
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 18.2

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไป จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	167	42.2
นักเรียน/นักศึกษา	69	17.4
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	59	14.9
อื่นๆ	42	10.6
รับจ้างอิสระ	35	8.8
พนักงานบริษัท	12	3.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	12	3.0
รวม	396	100.0

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างราชการ/นักสังคมสงเคราะห์/ครูจ้างสอน/จนท.ธุรการ/ไม่ได้ทำอะไร

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 17.4

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	151	38.1
10,000 – 20,000 บาท	154	38.9
20,001 – 30,000 บาท	67	16.9
มากกว่า 30,000 บาท	24	6.1
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 38.9 รองลงมามีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 38.1

4.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของการได้รับข่าวสารจากสื่อหรือแหล่งข้อมูล (กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ)

สื่อหรือแหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	314	79.3
โทรทัศน์	272	68.7
นิตยสาร, วารสาร	200	50.5
หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	191	48.2
หนังสือพิมพ์	143	36.1
คำบอกเล่าของญาติพี่น้อง, เพื่อน	130	32.8
วิทยุ	120	30.3
ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์	72	18.2
นิทรรศการต่าง ๆ	47	11.9
แผ่นพับ, ใบปลิว	36	9.1
เจ้าหน้าที่ของทางราชการ	21	5.3
พนักงานบริษัทนำเที่ยว	12	3.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 79.3 รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 68.7 และสู่นิตยสาร, วารสาร ร้อยละ 50.5

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนความถี่/ความบ่อยที่ได้รับข่าวสารจากสื่อ

สื่อ/แหล่งข้อมูล	ความถี่/ความบ่อย (%)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
	ทุกวัน	วันเว้นวัน	สัปดาห์ละครั้ง	เดือนละครั้ง	นาน ๆ ครั้ง			
1) หนังสือพิมพ์	25.5	13.8	29.1	3.7	27.9	3.05	1.52	ปานกลาง
2) โทรทัศน์	32.9	6.9	10.3	13.4	32.9	3.01	1.73	ปานกลาง
3) อินเทอร์เน็ตวิทยุ	28.8	13.0	10.0	19.9	28.3	2.94	1.62	ปานกลาง
4) นิตยสาร, วารสาร	7.4	-	29.1	35.6	27.9	2.23	1.09	น้อย
5) วิทยุ	7.3	14.4	14.7	7.3	56.3	2.09	1.39	น้อย
6) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	7.6	7.3	11.5	22.0	51.6	1.97	1.27	น้อย
7) ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์	7.6	3.8	10.5	22.9	55.1	1.86	1.22	น้อย
8) ญาติพี่น้อง, เพื่อน	60.1	4.1	20.5	11.3	60.1	1.81	1.14	น้อย
9) เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว	83.0	-	4.3	8.5	83.0	1.49	.87	น้อยที่สุด
10) อื่น ๆ	-	-	24.7	-	75.3	1.49	.87	น้อยที่สุด
11) แฟนพับ, ใบปลิว	4.1	-	7.2	16.5	72.2	1.47	.94	น้อยที่สุด
12) นิทรรศการ	4.1	-	4.1	8.3	83.4	1.33	.90	น้อยที่สุด
รวม						2.11	1.19	น้อย

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ มาโดยบังเอิญ, แวะเที่ยวมาเรื่อย

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลโดยรวมอยู่ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.11 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลอยู่ระดับปานกลาง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.05 รองลงมาคือ โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.01 และอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 2.94 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข้อมูลอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ นิตยสาร, วารสาร มีค่าเฉลี่ย 2.23 รองลงมาคือ วิทยุ มีค่าเฉลี่ย 2.09 หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 1.97 ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 1.86 และญาติพี่น้อง, เพื่อน มีค่าเฉลี่ย 1.81 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข้อมูลในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยวและอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.49 รองลงมาคือ แฟนพับ, ใบปลิว มีค่าเฉลี่ย 1.47 และนิทรรศการ มีค่าเฉลี่ย 1.33

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบของสื่อข่าวสารที่ได้รับ
(กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ)

สื่อ/แหล่งข้อมูล	รูปแบบของข่าวสาร			
	ความรู้, สารคดี	โฆษณา, ประชาสัมพันธ์	ข่าว, ประกาศ	อื่นๆ
1) วิทยุ	4 (1.0)	104 (26.0)	144 (36.0)	32 (8.0)
2) โทรทัศน์	8 (2.0)	128 (32.0)	196 (49.0)	136 (34.0)
3) หนังสือพิมพ์	-	184 (46.0)	108 (27.0)	80 (20.0)
4) นิตยสาร, วารสาร	20 (5.0)	64 (16.0)	80 (20.0)	104 (26.0)
5) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	-	72 (18.0)	116 (29.0)	128 (32.0)
6) แผ่นพับ, โบปลิว	-	84 (21.0)	144 (36.0)	36 (9.0)
7) ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์	-	48 (12.0)	160 (40.0)	44 (11.0)
8) อินเทอร์เน็ต	24 (6.0)	84 (21.0)	196 (49.0)	152 (38.0)
9) นิตรรศการต่างๆ	24 (6.0)	84 (21.0)	92 (23.0)	60 (15.0)
10) ญาติพี่น้อง, เพื่อน	16 (4.0)	88 (22.0)	132 (33.0)	56 (14.0)
11) เจ้าหน้าที่ของทางราชการ	8 (2.0)	80 (20.0)	104 (26.0)	12 (3.0)
12) เจ้าหน้าที่งานบริษัทนำเที่ยว	-	40 (10.0)	148 (37.0)	16 (4.0)
13) อื่นๆ	16 (4.0)	20 (5.0)	12 (3.0)	-

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ มาโคบังเฮอญ,แวงเทียวมาเวือช

จากตารางที่ 4.8 พบว่า รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิทยุ มีรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 26.0 อื่น ๆ ร้อยละ 8.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 1.0
2. โทรทัศน์ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ อื่น ๆ ร้อยละ 34.0 โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 32.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 2.0
3. หนังสือพิมพ์ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทโฆษณา, ประชาสัมพันธ์ มากที่สุด ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ข่าว, ประกาศ ร้อยละ 27.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 20.0
4. นิตยสาร, วารสาร มีรูปแบบของข่าวสารประเภทอื่น ๆ มากที่สุด ร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ ข่าว, ประกาศ ร้อยละ 20.0 โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 16.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 5.0
5. หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มีรูปแบบของข่าวสารประเภทอื่น ๆ มากที่สุด ร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ ข่าว, ประกาศ ร้อยละ 29.0 และโฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 18.0
6. แผ่นพับ, โบปลิว มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 21.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 9.0
7. ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 12.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 11.0
8. อินเทอร์เน็ต มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ อื่น ๆ ร้อยละ 38.0 โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 21.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 6.0
9. นิตรกรต่าง ๆ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 21.0 อื่น ๆ ร้อยละ 15.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 6.0
10. ญาติพี่น้อง, เพื่อน มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 22.0 อื่น ๆ ร้อยละ 14.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 4.0
11. เจ้าหน้าที่ของทางราชการ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 20.0 อื่น ๆ ร้อยละ 3.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 2.0
12. เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว, ประกาศ มากที่สุด ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 10.0 และความรู้, สารคดี ร้อยละ 4.0
13. อื่น ๆ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทโฆษณา, ประชาสัมพันธ์ มากที่สุด ร้อยละ 5.0 รองลงมาคือ ความรู้, สารคดี ร้อยละ 4.0 และข่าว, ประกาศ ร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ที่ท่านได้รับมีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร (กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ)

เนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ท่องเที่ยว	330	83.3
2. สถานที่พัก, โรงแรม	272	68.7
3. การเดินทาง	165	41.7
4. ร้านอาหาร	96	24.2
5. บริษัทนำเที่ยว	82	20.7
6. ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก	47	11.9
7. อื่น ๆ (ธรรมชาติน่าเที่ยว)	11	2.8

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ ธรรมชาติน่าเที่ยว

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเนื้อหาสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด ร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ สถานที่พัก, โรงแรม ร้อยละ 68.7 และการเดินทาง ร้อยละ 41.7

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
(กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ล่องแพ/ล่องเรือ	343	86.6
2. เขื่อนน้ำตก	274	69.2
3. สัมผัสความงามของทะเลสาบเหนือเขื่อน	247	62.4
4. แคมป์ปิ้ง	152	38.4
5. เขียวถ้ำ/ธรณีวิทยา	96	24.2
6. เดินศึกษาป่าธรรมชาติ	96	24.2
7. ชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	93	23.5
8. กีฬาทางน้ำ	57	14.4

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทล่องแพ/ล่องเรือ มากที่สุด ร้อยละ 86.6 รองลงมาคือ เขื่อนน้ำตก ร้อยละ 69.2 และสัมผัสความงามของทะเลสาบเหนือเขื่อน ร้อยละ 62.4 ตามลำดับ

4.3 อิทธิพลของข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้สึกต้องการไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ความรู้สึกต้องการไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
อยาก	288	74.9
เฉย ๆ	77	18.7
ไม่อยาก	31	6.4
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกต้องการไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ ร้อยละ 74.9 รองลงมาคือ รู้สึกเฉย ๆ ร้อยละ 18.7 และมีความรู้สึกไม่ต้องการไป ร้อยละ 6.4

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์

รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร	ประสิทธิภาพ (%)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1) การให้ความรู้, สารคดี	19.6	42.7	34.7	3.0	-	3.79	.79	มาก
2) โฆษณา, ประชาสัมพันธ์	12.8	37.2	50.0	-	-	3.63	.70	มาก
3) ข่าว, ประกาศ	3.4	30.4	46.3	16.8	3.1	3.14	.85	ปานกลาง
4) อื่น ๆ	8.5	-	57.7	25.4	8.5	2.75	.93	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.33	.82	ปานกลาง

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต, ญาติเล่าให้ฟัง, ชักชวนกัน

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร อยู่ในระดับมาก คือ การให้ความรู้, สารคดี มีค่าเฉลี่ย 3.79 และ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข่าว, ประกาศ มีค่าเฉลี่ย 3.14 และอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.75

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ชื่อ/แหล่งข้อมูล	อิทธิพลต่อการตัดสินใจ (%)					\bar{X}	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	30.3	41.0	28.7	-	-	4.01	.77	มาก
2) อินเทอร์เน็ต	37.8	31.1	20.5	7.0	3.5	3.93	1.09	มาก
3) โทรทัศน์	20.4	43.6	29.2	6.8	-	3.78	.85	มาก
4) นิตยสาร, วารสาร	11.8	35.1	49.2	3.9	-	3.55	.75	มาก
5) ญาติพี่น้อง, เพื่อน	10.9	31.9	39.5	14.0	3.6	3.33	.97	ปานกลาง
6) หนังสือพิมพ์	-	31.5	53.1	15.4	-	3.16	.67	ปานกลาง
7) แผ่นพับ, โบปลิว	-	34.8	39.0	22.3	3.9	3.05	.85	ปานกลาง
8) หนังสือพิมพ์	-	31.5	53.1	15.4	-	3.16	.67	ปานกลาง
9) ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์	3.9	15.7	50.5	22.0	7.9	2.86	.91	ปานกลาง
10) นิตยสาร	3.9	27.2	27.2	26.2	15.4	2.78	1.12	ปานกลาง
11) เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว	7.6	7.6	48.6	25.6	10.7	2.76	1.00	ปานกลาง
12) อื่นๆ	-	-	85.4	-	14.6	2.71	.71	ปานกลาง
12) เจ้าหน้าที่ของทางราชการ	7.6	7.6	37.2	36.9	10.7	2.64	1.03	ปานกลาง
13) วิทยุ	3.8	7.6	48.6	25.9	14.2	2.61	.95	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.17	.83	ปานกลาง

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ ชักชวนกันจากเพื่อน,ญาติ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.93 โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.78 และนิตยสาร, วารสาร มีค่าเฉลี่ย 3.55 และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ญาติพี่น้อง, เพื่อน มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.16 แผ่นพับ, โบปลิว มีค่าเฉลี่ย 3.05 นิตยสาร มีค่าเฉลี่ย 2.78 เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.76 อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย 2.71 เจ้าหน้าที่ของทางราชการ มีค่าเฉลี่ย 2.64 และวิทยุ มีค่าเฉลี่ย 2.61

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการทดสอบสมมติฐาน 2 ประเด็น ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งประกอบด้วยข้อย่อยดังนี้

1.1 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.2 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.4 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.5 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งประกอบด้วยข้อย่อยดังนี้

2.1 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อกระจายเสียง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2.2 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2.3 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2.4 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2.5 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

2.6 การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ทั้งนี้ ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร และ สื่อ/แหล่งข่าวสาร

การวิเคราะห์ดังกล่าว ใช้วิธีทางสถิติ Chi-square ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.1 ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
หญิง	177 (79.4)	34 (15.2)	12 (5.4)	223 (100.0)
ชาย	104 (68.4)	36 (23.7)	12 (7.9)	152 (100.0)
รวม	281 (74.9)	70 (18.7)	24 (6.4)	375 (100.0)

Chi-Square = 5.786* Sig. = 0.055

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิงจะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับอยาก (ร้อยละ 79.4) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 15.2)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
น้อยกว่า 18 ปี	12 (100.0)	-	-	12 (100.0)
18 - 25 ปี	81 (77.1)	24 (22.9)	-	105 (100.0)
26 - 35 ปี	107 (75.4)	35 (24.6)	-	142 (100.0)
36 - 45 ปี	47 (79.7)	-	12 (20.3)	59 (100.0)
46 - 55 ปี	34 (75.6)	11 (24.4)	-	45 (100.0)
55 ปีขึ้นไป	-	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	281 (74.9)	70 (18.7)	64 (6.4)	375 (100.0)

Chi-Square = 231.891* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับอยาก (ร้อยละ 75.4) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 24.6)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกลที่
ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจ
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตาม
ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือ เขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
ระดับประถมศึกษา	24 (66.7)	-	12 (33.3)	36 (100.0)
ระดับมัธยมศึกษา / ปวช.	24 (33.3)	36 (50.0)	12 (16.7)	72 (100.0)
ระดับอาชีวะ / อนุปริญญา / ปวส.	23 (100.0)	-	-	23 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	187 (89.0)	23 (11.0)	-	210 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	23 (67.6)	11 (32.4)	-	34 (100.0)
รวม	281 (74.9)	70 (18.7)	24 (6.4)	375 (100.0)

Chi-Square = 153.447* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับอยาก (ร้อยละ 89.0) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 11.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	38 (76.0)	12 (24.0)	-	50 (100.0)
พนักงานบริษัท	12 (100.0)	-	-	12 (100.0)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	119 (76.8)	24 (15.5)	12 (7.7)	155 (100.0)
แม่บ้าน / ท่อบ้าน	-	-	12 (100.0)	12 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	57 (82.6)	12 (17.4)	-	69 (100.0)
รับจ้างอิสระ	23 (65.7)	12 (34.3)	-	35 (100.0)
อื่นๆ	32 (76.2)	10 (23.8)	-	42 (100.0)
รวม	281 (74.9)	70 (18.7)	24 (6.4)	375 (100.0)

หมายเหตุ- อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างราชการ/นักสังคม-สงเคราะห์/ครูจ้างสอน/จนท.ธุรการ/ไม่ได้ทำอะไร

Chi-Square = 200.353* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับอยาก (ร้อยละ 76.8) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 15.5)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจ
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตาม
ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
น้อยกว่า 10,000 บาท	139 (92.1)	12 (7.9)	-	151 (100.0)
10,000 – 20,000 บาท	107 (69.5)	47 (30.5)	-	154 (100.0)
20,001 – 30,000 บาท	11 (23.9)	11 (23.9)	24 (52.2)	46 (100.0)
มากกว่า 30,000 บาท	24 (100.0)	-	-	24 (100.0)
รวม	281 (74.9)	70 (18.7)	24 (6.4)	375 (100.0)

Chi-Square = 222.205* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับอยาก (ร้อยละ 69.5) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 30.5)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
ชาย	36 (50.0)	36 (50.0)	72 (100.0)
หญิง	34 (48.6)	36 (51.4)	70 (100.0)
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 0.029 Sig. = 0.865

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชาย จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลางและระดับน้อยเท่าๆ กัน (ร้อยละ 50.0) เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
น้อยกว่า 18 ปี	12 (100.0)	-	12 (100.0)
18 - 25 ปี	12 (25.0)	36 (75.0)	48 (100.0)
26 - 35 ปี	23 (65.7)	12 (34.3)	35 (100.0)
36 - 45 ปี	-	24 (100.0)	24 (100.0)
46 - 55 ปี	11 (100.0)	-	11 (100.0)
55 ปีขึ้นไป	12 (100.0)	-	12 (100.0)
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 74.444* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 75.0) รองลงมา ได้แก่ มีระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 25.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการ
เผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจเดินทาง ไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
ระดับประถมศึกษา	24 (66.7)	134 (63.8)	36 (100.0)
ระดับมัธยมศึกษา / ปวช.	12 (33.3)	134 (63.8)	36 (100.0)
ระดับอาชีวะ / อนุปริญญา / ปวศ.	11 (100.0)	134 (63.8)	11 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	23 (39.0)	134 (63.8)	59 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	-	-	-
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 21.841* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 63.8) รองลงมา มีระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ ในระดับน้อย (ร้อยละ 39.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	12 (92.3)	1 (7.7)	13 (100.0)
พนักงานบริษัท	-	-	-
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-	48 (100.0)	48 (100.0)
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	12 (100.0)	-	12 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	24 (66.7)	12 (33.3)	36 (100.0)
รับจ้างอิสระ	12 (100.0)	-	12 (100.0)
อื่นๆ (ลูกจ้างราชการ/นักสังคม- สงเคราะห์/ครูจ้างสอน/จนท.ธุรการ/ ไม่ได้ทำอะไร)	10 (47.6)	11 (52.4)	21 (100.0)
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 85.344* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.22 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 100.0) รองลงมา ได้แก่ อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ ในระดับน้อย (ร้อยละ 66.7)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
น้อยกว่า 10,000 บาท	24 (40.0)	36 (60.0)	60 (100.0)
10,000 – 20,000 บาท	34 (73.9)	12 (26.1)	46 (100.0)
20,001 – 30,000 บาท	12 (50.0)	12 (50.0)	24 (100.0)
มากกว่า 30,000 บาท	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 24.899* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน รองลงมา มีรายได้ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 60) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย(ร้อยละ 40)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 สื่อและแหล่งข่าวสาร

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
ชาย	24 (66.7)	12 (33.3)	36 (100.0)
หญิง	22 (47.8)	24 (52.2)	46 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 2.911 Sig. = 0.088

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 52.2) รองลงมาได้แก่มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 47.8)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามชื่อและแหล่งข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามชื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
น้อยกว่า 18 ปี	-	-	-
18 – 25 ปี	-	24 (100.0)	24 (100.0)
26 – 35 ปี	23 (100.0)	-	23 (100.0)
36 – 45 ปี	-	12 (100.0)	12 (100.0)
46 – 55 ปี	11 (100.0)	-	11 (100.0)
55 ปีขึ้นไป	12 (100.0)	-	12 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 82.000* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 100.0) รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 100.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ
เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่ง
ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
ระดับประถมศึกษา	12 (50.0)	12 (50.0)	24 (100.0)
ระดับมัธยมศึกษา / ปวช.	-	12 (100.0)	12 (100.0)
ระดับอาชีวะ / อนุปริญญา / ปวศ.	11 (100.0)	-	11 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	23 (65.7)	12 (34.3)	35 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	-	-	-
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 25.619* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.26 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับน้อย (ร้อยละ 65.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 34.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	12 (100.0)	-	12 (100.0)
พนักงานบริษัท	-	-	-
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	12 (33.3)	24 (66.7)	36 (100.0)
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	12 (100.0)	-	12 (100.0)
นักเรียน / นักศึกษา	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รับจ้างอิสระ	-	-	-
อื่นๆ	10 (100.0)	-	10 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 49.517* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.27 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับน้อย (ร้อยละ 33.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
น้อยกว่า 10,000 บาท	- (100.0)	24 (100.0)	24 (100.0)
10,000 – 20,000 บาท	22 (100.0)	-	22 (100.0)
20,001 – 30,000 บาท	12 (50.0)	12 (50.0)	24 (100.0)
มากกว่า 30,000 บาท	12 (100.0)	-	12 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 57.638* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.28 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 100.0) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลางและระดับน้อยเท่าๆ กัน (ร้อยละ 50.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1.1 ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อกระจายเสียงกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อกระจายเสียง	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
นานๆ ครั้ง	94 (79.7)	24 (20.3)	-	118 (100.0)
เดือนละครั้ง	36 (75.0)	12 (25.0)	-	48 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	45 (78.9)	12 (21.1)	-	57 (100.0)
วันเว้นวัน	24 (100.0)	-	-	24 (100.0)
ทุกวัน	36 (50.7)	11 (15.5)	24 (33.8)	71 (100.0)
รวม	235 (73.9)	59 (18.6)	24 (7.5)	318 (100.0)

Chi-Square = 97.890* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.29 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อกระจายเสียง รับชมนานๆ ครั้ง จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในระดับอยาก (ร้อยละ 79.7) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 20.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อกระจายเสียง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อสิ่งพิมพ์	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
นานๆ ครั้ง	58 (82.9)	12 (17.1)	-	70 (100.0)
เดือนละครั้ง	84 (77.8)	12 (11.1)	12 (11.1)	108 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	56 (83.6)	11 (16.4)	-	67 (100.0)
วันเว้นวัน	24 (100.0)	-	-	24 (100.0)
ทุกวัน	-	12 (50.0)	12 (50.0)	24 (100.0)
รวม	222 (75.8)	47 (16.0)	24 (8.2)	293 (100.0)

Chi-Square = 109.433* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.30 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ รับชมเดือนละครั้ง จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับอยาก (ร้อยละ 77.8) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ และ ไม่อยาก (ร้อยละ 11.1)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
นานๆ ครั้ง	154 (81.5)	23 (12.2)	12 (6.3)	189 (100.0)
เดือนละครั้ง	36 (75.0)	12 (25.0)	-	48 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	21 (100.0)	-	-	21 (100.0)
วันเว้นวัน	-	12 (100.0)	-	12 (100.0)
ทุกวัน	-	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	211 (75.8)	47 (16.7)	24 (8.5)	282 (100.0)

Chi-Square = 206.603* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.31 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ รับขมนานๆ ครั้ง จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับอยาก (ร้อยละ 81.5) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 12.2)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่ออินเทอร์เน็ต	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
นานๆ ครั้ง	81 (87.1)	-	12 (6.3)	93 (100.0)
เดือนละครั้ง	48 (66.7)	24 (33.3)	-	72 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	36 (100.0)	-	-	36 (100.0)
วันเว้นวัน	24 (51.1)	23 (48.9)	-	47 (100.0)
ทุกวัน	69 (66.3)	23 (22.1)	12 (11.5)	104 (100.0)
รวม	258 (73.3)	70 (19.9)	24 (6.8)	352 (100.0)

Chi-Square = 81.628* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.32 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต รับประทานทุกวัน จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในระดับอยาก (ร้อยละ 66.3) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 22.1)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
นานๆ ครั้ง	186 (79.8)	35 (15.0)	12 (6.3)	233 (100.0)
เดือนละครั้ง	12 (50.0)	12 (50.0)	-	24 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	12 (100.0)	-	-	12 (100.0)
วันเว้นวัน	-	-	-	-
ทุกวัน	-	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	210 (74.7)	47 (16.7)	24 (8.5)	281 (100.0)

Chi-Square = 156.809* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.33 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รับขมนานๆ ครั้ง จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในระดับอยาก (ร้อยละ 79.8) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในระดับเฉยๆ (ร้อยละ 15.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อบุคคลกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อบุคคล	ระดับความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยว เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตาม ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง			รวม
	อยาก	เฉยๆ	ไม่อยาก	
นานๆ ครั้ง	58 (71.6)	11 (13.6)	12 (14.8)	81 (100.0)
เดือนละครั้ง	-	-	-	-
สัปดาห์ละครั้ง	12 (100.0)	11 (11.8)	12 (12.9)	12 (100.0)
วันเว้นวัน	-	-	-	-
ทุกวัน	-	-	-	-
รวม	70 (75.3)	11 (11.8)	12 (12.9)	93 (100.0)

Chi-Square = 4.527 Sig. = 0.104

จากตารางที่ 4.34 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล รับขมนานๆ ครั้ง จะมีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับอยาก (ร้อยละ 71.6) รองลงมา ได้แก่ มีความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับไม่อยาก (ร้อยละ 14.8)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง

1.2 รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อกระจายเสียงกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อกระจายเสียง	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	35 (49.3)	36 (50.7)	71 (100.0)
เดือนละครั้ง	12 (100.0)	-	12 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
ทุกวัน	23 (48.9)	24 (51.1)	47 (100.0)
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 24.012* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.35 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อกระจายเสียง รับชมนานๆ ครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 50.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 49.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อกระจายเสียง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อสิ่งพิมพ์	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	12 (33.3)	24 (66.7)	36 (100.0)
เดือนละครั้ง	24 (50.0)	24 (50.0)	48 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	22 (100.0)	-	22 (100.0)
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	24 (100.0)	24 (100.0)
รวม	58 (44.6)	72 (55.4)	130 (100.0)

Chi-Square = 49.061* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.36 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ รับชมเดือนละครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง และระดับน้อยเท่าๆ กัน (ร้อยละ 50.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	46 (79.3)	12 (20.7)	58 (100.0)
เดือนละครั้ง	12 (25.0)	36 (75.0)	48 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
ทุกวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	58 (44.6)	72 (55.4)	130 (100.0)

Chi-Square = 55.062* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.37 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์รับชมนานๆ ครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับน้อย (ร้อยละ 79.3) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 20.7)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่ออินเทอร์เน็ต	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	23 (65.7)	12 (34.3)	35 (100.0)
เดือนละครั้ง	24 (66.7)	12 (33.3)	36 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	11 (31.4)	24 (68.6)	35 (100.0)
ทุกวัน	12 (33.3)	24 (66.7)	36 (100.0)
รวม	70 (49.3)	72 (50.7)	142 (100.0)

Chi-Square = 16.261* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.38 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต รับชมเดือนละครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับน้อย (ร้อยละ 66.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.3) และนักท่องเที่ยวรับชมทุกวัน จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 33.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อโทรทัศน์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อโทรทัศน์	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	58 (70.7)	24 (29.3)	82 (100.0)
เดือนละครั้ง	-	24 (100.0)	24 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	58 (49.2)	60 (50.8)	118 (100.0)

Chi-Square = 50.078* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.39 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์รับชมนานๆ ครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับน้อย (ร้อยละ 70.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 29.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อบุคคลกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อบุคคล	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	46 (100.0)	-	46 (100.0)
เดือนละครั้ง	-	-	-
สัปดาห์ละครั้ง	-	12 (100.0)	12 (100.0)
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	-	-
รวม	46 (79.3)	12 (20.7)	58 (100.0)

Chi-Square = 58.000* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.40 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล รับขมนานๆ ครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับน้อย (ร้อยละ 100.0) รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวรับขมนสัปดาห์ละครั้ง มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 100.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 สื่อและแหล่งข่าวสาร

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อกระจายเสียงกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อกระจายเสียง	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	23 (100.0)	-	23 (100.0)
เดือนละครั้ง	-	-	-
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
ทุกวัน	23 (48.9)	24 (51.1)	47 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 34.312* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4. 41 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อกระจายเสียง รับชมทุกวัน จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 51.1) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 48.9)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อกระจายเสียง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อสิ่งพิมพ์	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	-	12 (100.0)	12 (100.0)
เดือนละครั้ง	24 (66.7)	12 (33.3)	36 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	22 (100.0)	-	22 (100.0)
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 49.517* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.42 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ รับชมเดือนละครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับน้อย (ร้อยละ 66.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 33.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	34 (100.0)	-	34 (100.0)
เดือนละครั้ง	12 (33.3)	24 (66.7)	36 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 49.517* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.43 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ รับชมเดือนละครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 66.7) รองลงมา ได้แก่ มีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีในระดับน้อย (ร้อยละ 33.3)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่ออินเทอร์เน็ต	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	23 (100.0)	-	23 (100.0)
เดือนละครั้ง	12 (100.0)	-	12 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	11 (47.8)	12 (52.2)	23 (100.0)
ทุกวัน	-	24 (100.0)	24 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 58.697* Sig. = 0.000

จากตารางที่ 4.44 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตรับชมทุกวัน จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 100.0) รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวรับชมนานๆ ครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อย (ร้อยละ 100.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่ออินเทอร์เน็ต	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	34 (58.6)	24 (41.4)	58 (100.0)
เดือนละครั้ง	12 (100.0)	-	12 (100.0)
สัปดาห์ละครั้ง	-	-	-
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	12 (100.0)	12 (100.0)
รวม	46 (56.1)	36 (43.9)	82 (100.0)

Chi-Square = 24.875* Sig. = 0.000

ตารางที่ 4.46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จากสื่อบุคคลกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสื่อบุคคล	ระดับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่ง ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จำแนกตามสื่อและแหล่งข่าวสาร		รวม
	น้อย	ปานกลาง	
นานๆ ครั้ง	34 (100.0)	-	34 (100.0)
เดือนละครั้ง	-	-	-
สัปดาห์ละครั้ง	12 (100.0)	-	12 (100.0)
วันเว้นวัน	-	-	-
ทุกวัน	-	-	-
รวม	46 (100.0)	-	46 (100.0)

No statistics are computed because RPP3.3 is a constant.

จากตารางที่ 4.46 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล รับชม นานๆ ครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับน้อย (ร้อยละ 100.0) รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่รับชมสัปดาห์ละครั้ง จะมีการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวฯ ในระดับน้อยเช่นกัน (ร้อยละ 100.0)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ไม่สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ได้ เนื่องจากผลลัพธ์ ที่ได้เป็นข้อมูลคงที่

ส่วนที่ 2

ข้อมูลการสัมภาษณ์ส่วนที่สอง เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริเวณโดยรอบแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อีกจำนวน 7 ท่าน ถึงข้อมูลเกี่ยวกับสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

1) ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร เกี่ยวกับการให้ข่าวสารของสื่อหรือแหล่งข้อมูลต่างๆในด้านการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในปัจจุบัน

จากข้อมูลที่ได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มองเห็นว่าปัจจุบันยังไม่มีหน่วยงานใดทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาดูแลและประสานงานด้านประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ได้อย่างจริงจัง ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการเอง ที่เข้ามาช่วยกันดูแลในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์กันเอง ทำให้ปัจจุบันความนิยมในการมาท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ของนักท่องเที่ยวยังน้อยอยู่

2) จากการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ท่านคิดว่าแต่ละสื่อมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

ผู้ประกอบการจะมีสื่อที่ใช้เป็นสื่อหลักและสื่อรองในการทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอยู่แล้วนั้น ซึ่งสื่อเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญ ในการกระตุ้นนักท่องเที่ยว รู้สึกอยากจะเดินทางท่องเที่ยว และรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีการวางแผนการนำเสนอในสื่อต่างๆที่มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าสื่อเหล่านั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีเพียงไร สื่อแต่ละประเภทมีข้อดีในการเข้าถึงแตกต่างกัน เช่น สื่อวิทยุ สามารถเข้าถึงคนที่อยู่ในชนบทได้มาก สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลได้หลายกลุ่ม และสื่อบุคคล สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย เป็นต้น

ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์กิจการของตนเอง เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่เปิดกว้างสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้กว้างขวาง ส่วนสื่อบุคคล เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว มีความประทับใจต่อสถานที่

ท่องเที่ยว ได้มีการบอกต่อกับคนอื่นๆ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์จังหวัดกาญจนบุรีเป็นที่รู้จักมากขึ้น

3) ปัจจุบัน หน่วยงานขององค์กรท่านมีการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางสื่อใดบ้าง แต่ละสื่อมีรูปแบบอย่างไร

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ สื่ออินเทอร์เน็ต, การออกบูท, นิตยสารการท่องเที่ยว, ป้ายโฆษณา, และ โบว์ชัวร์ ผู้ประกอบการ ได้ให้ข้อมูลว่า ในส่วนของที่พัก รีสอร์ทนั้น สื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเข้าพักหรือมาท่องเที่ยว ในด้านของสื่อสิ่งพิมพ์ ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกัน เพราะส่วนใหญ่จะมีแผ่นพับ โบว์ชัวร์ให้กับลูกค้าอยู่แล้ว รวมไปถึงสื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ค้นหา

4) หน่วยงานขององค์กรของท่านมีนโยบายหรือมีแผนการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางสื่อใดบ้าง แต่ละสื่อมีรูปแบบอย่างไร

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาขยายแหล่งท่องเที่ยวให้มีระยะห่างจากรีสอร์ทไม่เกิน 50 กิโลเมตรเพื่อสร้างความสะดวกกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก รวมไปถึงต้องการให้มีหน่วยงานทางภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยพิมพ์ออกเป็นหนังสือพิมพ์เผยแพร่ และมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากสถิติในแต่ละปีเพิ่มมากขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นยุทธวิธีที่ได้ผลดีที่สุดในการเผยแพร่ข้อมูล โดยมีสื่อต่างๆเป็นสื่อสนับสนุน

5) ปัจจุบันท่านคิดว่านักท่องเที่ยวไทย รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีอยู่ในระดับใด และเพราะสาเหตุใด

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากยังขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ต่อเนื่อง และนักท่องเที่ยวยังไม่มั่นใจในด้านของความสะดวก ความปลอดภัย และข้อมูลประชาสัมพันธ์แผ่นพับที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐที่มีอยู่ยังไม่สามารถให้ข้อมูลที่กระจ่างแก่นักท่องเที่ยวได้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี” เป็นการศึกษาปัจจัยต่างๆ เกี่ยวกับการสื่อสารการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของการเปิดรับสื่อ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด แต่ได้รับกลับคืนจำนวน 396 ชุด โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อำเภอศรีสวัสดิ์ จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 4 เป็นการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/Window โดยใช้ตารางแสดงจำนวนร้อยละในการแจกแจงปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี และใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi Square) ในการทดสอบสมมติฐานที่วางไว้โดยผลจากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1.ลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 26-35ปี มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ระดับการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี

2.พฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

จากการสำรวจพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในด้านการเปิดรับสื่อที่มีส่วนทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีนี้พบว่า

ได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ ,นิตยสาร, วารสาร , หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ,หนังสือพิมพ์ ,คำบอกเล่าของญาติพี่น้อง, เพื่อน, วิทยุ, ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์ ,นิทรรศการต่าง ๆ ,แผ่นพับ, โบปลิว ,เจ้าหน้าที่ของทางราชการ ,และพนักงานบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ

3.ความถี่/ความบ่อย ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อ

ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูล โดยรวมบ่อย เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการรับข้อมูลจากสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ นิตยสาร, วารสาร รองลงมาคือ วิทยุ หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์ และญาติพี่น้อง,เพื่อน และอยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของทางราชการนำเที่ยวรองลงมาคืออื่น ๆ (มาโดยบังเอิญ,แวะเที่ยวมาเรื่อย), แผ่นพับ, โบปลิว และนิทรรศการ

4.รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า

วิทยุ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ อื่นๆ(รายการเพลง,พูดคุย)ความรู้ และสารคดี คิดเป็นร้อยละ 1.0

โทรทัศน์ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ อื่นๆ(เกมโชว์,นำเที่ยว) โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ และความรู้, สารคดี

หนังสือพิมพ์ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทโฆษณา, ประชาสัมพันธ์ มากที่สุดรองลงมาคือ ข่าว, ประกาศ และอื่น ๆ(บทความนำเที่ยว)

นิตยสาร, วารสาร มีรูปแบบของข่าวสารประเภทอื่นๆ (นำเที่ยว,บทความพิเศษ)มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าว, ประกาศ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ และความรู้, สารคดี

หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว มีรูปแบบของข่าวสารประเภทอื่นๆ (นำเที่ยว,บทความพิเศษ)มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าว, ประกาศ และ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์

แผ่นพับ, ใบปลิว มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์

ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์

อินเทอร์เน็ต มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ อื่นๆ (ข้อมูลสถานที่ต่างๆ)โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ และความรู้, สารคดี

นิตยสารต่าง ๆ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ และความรู้, สารคดี

ญาติพี่น้อง, เพื่อน มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ และความรู้, สารคดี

เจ้าหน้าที่ของทางราชการ มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ อื่นๆ (ข้อมูลสถานที่)และความรู้, สารคดี

เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว มีรูปแบบของข่าวสารประเภทข่าว,ประกาศ มากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณา, ประชาสัมพันธ์ 0 และความรู้, สารคดี

5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ที่นักท่องเที่ยวได้รับ

ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเนื้อหาสถานที่ท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่พัก,โรงแรม การเดินทาง ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และอื่นๆ (มาโดยบังเอิญ,แวะเที่ยวมาเรื่อย)

6.ข้อมูลประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

ส่วนใหญ่สนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทล่องแพ/ล่องเรือ มากที่สุด รองลงมาคือ เขื่อนน้ำตก ตัมคีตความงามของทะเลสาบเหนือเขื่อน แคมป์ปิ้ง เขียวถ้ำ/ธรณีวิทยา และเดินศึกษาป่าธรรมชาติ ชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกีฬาทางน้ำ

7. อิทธิพลของข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนใหญ่มีความรู้สึกอยากไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ รู้สึกเฉย ๆ และมีความรู้สึกไม่อยากไป

**8.ประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว
เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**

ส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารในการเดินทางมายังแหล่ง
ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นแต่ละด้าน
พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความรู้, สารคดี และ โฆษณา,ประชาสัมพันธ์ และอยู่ในระดับ
ปานกลาง ได้แก่ ข่าว, ประกาศ อื่นๆ (ชักชวน โดยคนรู้จัก)

**9.อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมา แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัด
กาญจนบุรี**

อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัด
กาญจนบุรี อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่
หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และนิตยสาร, วารสาร และอยู่
ในระดับปานกลาง ได้แก่ ญาติพี่น้อง, เพื่อน รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ, โบปปลิว
นิทรรศการ เจ้าหน้าที่งานบริษัทนำเที่ยว เจ้าหน้าที่ของทางราชการ

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ ได้ข้อสรุปผลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า สื่อกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อนิทรรศการ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ ผลปรากฏว่าเป็นไปตามสมมติฐานทุกประการ

5.3 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบของการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปเที่ยวบริเวณเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่า

1. พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดรองลงมาคือ โทรทัศน์, นิตยสาร, วารสาร, หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว, หนังสือพิมพ์ คำบอกเล่าของญาติพี่น้อง, เพื่อน, วิทยุ, ป้ายโฆษณา, ไปสเตอร์, นิตยสารต่าง ๆ, แผ่นพับ, ใบปลิว, เจ้าหน้าที่ของทางราชการ และพนักงานบริษัทนำเที่ยว สอดคล้องกับทฤษฎีของวิลเบอร์ ชาร์มม (Wilbur Scharmm) ได้กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่มีความพยายามน้อยที่สุด หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของวัลลศรี แก้ววิรุฬ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข่าวสารและปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยว โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการมาเที่ยว โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าจากสื่อและแหล่งข้อมูลจำนวน 1-3 สื่อ โดยอันดับแรกเป็นการบอกต่อกันระหว่างเพื่อน อันดับที่สองคือ โทรทัศน์ อันดับที่สามคือ รับทราบจากหน่วยต้นสังกัด ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลสถานที่ตั้งของ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า แต่จะไม่ทราบข้อมูลรายละเอียด เช่น กิจกรรม เส้นทาง ที่พัก และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของ โรงเรียนพระจุลจอมเกล้า จากผลการศึกษาที่แตกต่างกันดังกล่าวอาจเป็นเพราะความแตกต่างของพื้นที่ในการศึกษา และวิธีการใช้สื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทำให้ผลการศึกษาที่ได้มีความแตกต่างกัน

2.อิทธิพลของข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ในด้านความรู้ที่สื่ออยากไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความรู้ที่สื่ออยากไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเพราะมีความชื่นชอบและสนใจแหล่งท่องเที่ยวประเภทล่องแพ/ล่องเรือ มากที่สุด รองลงมาคือ เขื่อนน้ำคอก ได้สัมผัสความงามของทะเลสาบเหนือเขื่อน กิจกรรมแคมป์ปิ้ง เดินเที่ยวถ้ำ/ธรณีวิทยา และเดินศึกษาป่า ชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และกีฬาทางน้ำ ตรงกับแนวความคิดของสมบัติ กาญจนกิจ(2544) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ 1.ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) 2.ด้านการบริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และ 3.ด้านตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) ในที่นี้คือนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ มีความชื่นชอบในองค์ประกอบหลักคือด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของชินวัณน์ อรรถเวทิน (2545) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือพักผ่อนและท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชอบไปมากที่สุด คือ ทะเล เกาะ ด้านกระบวนการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวครั้งหลังสุด ได้แก่ สาเหตุส่วนใหญ่ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศคือประหยัดกว่าการเดินทางไปต่างประเทศ โดยสาเหตุที่ต้องการไปเที่ยวสถานที่นั้นๆ คือ คนในครอบครัวระบุว่าต้องการไป มีการหาข้อมูลโดยการถามเพื่อน ญาติ คนรู้จักที่เคยไปมาแล้ว ในการประเมินทางเลือก ส่วนใหญ่เลือกเอง โดยใช้เกณฑ์ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว

ในด้านของประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่มีประสิทธิภาพของรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ความรู้, สารคดี และโฆษณา, ประชาสัมพันธ์ ข่าว, ประกาศ ตรงกับทฤษฎีของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐชามณู สุวิทย์พันธุ์ (2545) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้าง

ค้าและมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคแบบไฮมสเคย์อยู่ในระดับปานกลาง และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไฮมสเคย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ในด้านอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือ โทรทัศน์ และนิตยสาร, วารสาร ,ญาติพี่น้อง, เพื่อน, หนังสือพิมพ์ ,แผ่นพับ, ใบปลิว ,นิทรรศการ ,เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว ,เจ้าหน้าที่ของทางราชการ และวิทยุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริภาณจน์ ปรับ ไควิดใจโย (2539) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ, บริษัททัวร์ ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน, สายการบิน, เพื่อน, และบุคคลในครอบครัว, องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศและนิทรรศการเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ และการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการศึกษา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ความรู้สึกที่ต้องการมาเที่ยวอีกครั้ง รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร และสื่อ/แหล่งข่าวสาร

4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการศึกษาพบว่า สื่อกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อประชาสัมพันธ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อนิทรรศการ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรณานัญชัยวัฒนา (2537) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนาโครงการท่าอากาศยานสากลกรุงเทพฯ : ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า” พบว่าประเภทของสื่อที่เปิดรับแตกต่างกัน จะก่อให้เกิดความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มที่เปิดรับสื่อประเภทจดหมาย/จุลสาร/สิ่งพิมพ์ของทางราชการ จะมีคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทอื่น

5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการท่องเที่ยวที่ได้ดำเนินการในแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในลักษณะที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ ต่างคนต่างทำ ไม่มีการบูรณาการการสื่อสารให้ไปในทิศทางเดียวกัน ส่งผลให้การสื่อสารไม่ได้ผลตามที่ควรจะเป็น อีกทั้งหน่วยราชการในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว ยังไม่ได้ให้ความสำคัญ และสนับสนุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น นอกจากนี้ ประเด็นของการใช้สื่อประเภทต่างๆ ต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่จะได้จากการประกอบธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยวจากขนาดของธุรกิจที่มีขนาดเล็กเป็นส่วนใหญ่ จึงไม่สามารถคำนวณความคุ้มค่า คำนวณได้

จากผลการวิจัยที่พบปัญหาในภาพรวมของการสื่อสารการท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวคิดดังต่อไปนี้

1.ควรมีการพัฒนาและปรับปรุง โครงสร้างการสื่อสารการท่องเที่ยวบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาเที่ยวมากขึ้น จากการต่างคนต่างทำดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เป็นการร่วมกันทำแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยการรวมตัวกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จัดตั้งชมรม หรือสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางทำแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกัน รวมทั้งนำเสนอแนวทางต่างๆ เพื่อเรียกร้องหาความสนับสนุนจากภาครัฐในเรื่องการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นสื่อที่ต้องใช้งบประมาณที่สูงและต้องอาศัยช่องทางสื่อสารมวลชนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

2.ร่วมกันจัดทำ Website ที่จะป็นศูนย์กลางของข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี โดยร่วมกันรับผิดชอบหรือพยายามผลักดันให้หน่วยงานของรัฐในระดับอำเภอ ซึ่งก็คืออำเภอศรีสวัสดิ์รับเป็นผู้นำที่ศูนย์กลาง และภาคเอกชนต้องช่วยกันจัดทำข้อมูลการสื่อสารและ เสนอแนะแผนงานต่างๆอันเนื่องจากภาครัฐไม่มีบุคลากร หรือมีก็ขาดแรงบันดาลใจที่จะดูแลอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ในการทำวิจัยครั้งนี้ นอกเหนือจากการสุ่มแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวแล้ว ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์เจ้าของกิจการบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมความคิดเห็นของผู้ที่อยู่ในอาชีพจริงๆ ซึ่งก็ได้รับข้อมูลสรุปบางประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นด้วย จึงนำเสนอเพื่อประโยชน์ดังนี้คือ

มีการให้ข่าวสารของสื่อหรือแหล่งข้อมูลต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับน้อยมาก ไม่มีสื่อมวลชนใดให้ความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวนี้ ทำให้ไม่มีความต่อเนื่อง จะมีบ้างก็คือการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี แต่ก็ยังเป็นเพียงการเก็บข้อมูล และตอบผู้สอบถามเท่านั้น การเผยแพร่สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์จากราชการน่าจะไม่มีประสิทธิภาพเลย ส่วนมากจะต้องเป็นผู้ประกอบกิจการชวนขายกันเอง เช่นลงโฆษณาทางนิตยสาร

สื่อที่ผู้ประกอบกิจการบริการท่องเที่ยวมีการใช้แพร่หลายมากที่สุดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างเดียว แต่ก็ยังไม่ส่งประสิทธิผลมากนัก ประสิทธิภาพโดดเด่นเฉพาะกลุ่ม เป็นลักษณะต่างคนต่างทำ สื่ออื่นก็จะมี โบชัวร์ นิตยสารทางการท่องเที่ยว นิตยสารกีฬาตกปลา ป้ายคำเข้าที่ ไปสเตอร์ที่ผลิตเองเพื่อเผยแพร่ติดตามสถานที่ที่สามารถเผยแพร่ได้ สื่อโทรทัศน์มีบ้างน้อยมาก แต่ละสื่อจะมีผลเฉพาะกลุ่ม การเผยแพร่ข่าวสารในอนาคตก็ควรจะใช้อินเทอร์เน็ตไปเรื่อยๆ และหวังการบอกต่อจากนักท่องเที่ยว

ระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนี้ ถ้าใช้คำว่ารู้จัก ก่อนข้างรู้จักมาก แต่มาเที่ยวแล้ว น้อยคนก็จะซ้ำ เพราะความสะดวกความปลอดภัยอยู่ในเกณฑ์ต่ำ ไม่มีตลาด ไม่มีแสงสว่าง ถนนหนทางแทบจะไม่มีข้อมูล ป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวก็ชำรุดทรุดโทรม

5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในครั้งนี้ ได้มุ่งเน้นศึกษาการสื่อสารการท่องเที่ยวเป็นการเฉพาะ แต่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนนั้น จำต้องพัฒนาองค์ประกอบด้านอื่นๆควบคู่กันไป ดังนั้นเพื่อให้เข้าถึงข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงต่อแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าสมควรจะศึกษาวิจัยในเรื่องอื่นๆด้วย ดังนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆนอกเหนือจากปัจจัยทางการสื่อสารการท่องเที่ยว เช่นปัจจัย ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วไป กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว ว่าแตกต่างกันอย่างไรเพื่อค้นหาปัจจัยที่จะรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากขึ้น และนำผลนั้นมาปรับใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป
3. ควรศึกษาความรู้สึกรักของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความปลอดภัย ระยะทาง สภาพถนน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม : พิมพ์ครั้งที่ 2
สถาบันราชภัฏนครปฐม.2540.

ขวัญเรือน กิติวัฒน์. เอกสารการสอนชุดวิชา 51202 พลศาสตร์ของการสื่อสาร. นนทบุรี : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2532

เอกสารอื่น ๆ

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากร
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”.ปริญญามหาบัณฑิตวิทยาลัย ภาควิชาการบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545

ฉัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
เชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหา
บัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2545.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขต
กรุงเทพมหานคร”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาคนิเทศศาสตร์
พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2544.

ธนวดี บุญลือ เอกสารการสอน ชุดวิชาการสื่อสาร นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537.

นริณี ขวนเกริกกุล. “การศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยว
จังหวัดสุโขทัย”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหา ภาควิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.2537

- ประมะ สดะเวทิน. เอกสารการสอนชุดวิชา 16410 สื่อสารเพื่อการพัฒนา. [นนทบุรี] : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532.
- ยุพดี จุติกุลเจริญ. ทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2537
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักวิชาการ, มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตศึกษ์, 2540.
- ชนงกรณ์ คุณชลบุตร การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ :ทฤษฎีและกลยุทธ์ทางการจัดการ, 2547.
- บรรยงค์ โคจินดา การบริหารงานบุคคล (การจัดการทรัพยากรมนุษย์), 2548.
- วัลยศรี แก้ววิรุฬ. “การรับรู้ข่าวสารและปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยจุลจอมเกล้า”. ปริชญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตศึกษ์. 2547
- วัชรรา นุรีศรี. “กระบวนการและเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอุทยาน แห่งชาติตะรุเตา และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว”. ปริชญานิเทศศาสตรมหา บัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2551
- วรรณมา ธัญชัยวัฒนา. “กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การพัฒนา โครงการทำอากาศยาน สาทลกรุงเทพฯ: ศึกษาเฉพาะกรณีสนามบินหนองงูเห่า”. ปริชญานิเทศศาสตรมหา บัณฑิต สาขา สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต. 2537
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. “ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.พระนครศรีอยุธยา” :สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา ท่าวาสุกรี, 2546.
- สมบัติ กาญจนกิจ. “นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว”. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับการเมือง. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ประสิทธิ์กัณฑ์เอนด์พรีนติ้ง, 2541. หน้า 10

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

สิริกาญจน์ ปรับ โควิด โจ โย. “การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539

สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์. “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2531

อัญชิสา สรรพาวัตร. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมใน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของเจ้าหน้าที่ อบต”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

Book

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

เว็บไซต์

<http://www.takchamber.com/index.php?>

<http://images.bellystay.multiply.multiplycontent.com/attachment>

http://www.human.cmu.ac.th/~thai/sompong/res_kanokphan.doc

ภาคผนวก ก.
ตัวอย่างแบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง

การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
วัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลจัดทำสารนิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิงคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ท่านเลือก หรือเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ

(1) น้อยกว่า 18 ปี

(2) 18-25 ปี

(3) 26-35 ปี

(4) 36-45 ปี

(5) 46-55 ปี

(6) 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

(1) ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา

(2) ระดับประถมศึกษา

(3) ระดับมัธยมศึกษา/ปวช

(4) ระดับอาชีวะ/อนุปริญญา/ปวส

(5) ระดับปริญญาตรี

(6) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

(1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

(2) พนักงานบริษัท

(3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

(4) แม่บ้าน/พ่อบ้าน

(5) นักเรียน/นักศึกษา

(6) รับจ้างอิสระ

(7) เกษียณอายุ

(9) อื่นๆ (กรุณาระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

(1) น้อยกว่า 10,000 บาท

(2) 10,000-20,000 บาท

(3) 20,001-30,000 บาท

(4) 30,001-40,000 บาท

(5) มากกว่า 40,000

**ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว
เหนือเขื่อน ศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**

1. ท่านเคยได้รับข่าวสาร จากสื่อหรือแหล่งข้อมูลใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1.) วิทยุ | <input type="checkbox"/> (8.) อินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> (2.) โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> (9.) นิตรรศการต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> (3.) หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> (10.) คำบอกเล่าของญาติพี่น้อง, เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> (4.) นิตยสาร, วารสาร | <input type="checkbox"/> (11.) เจ้าหน้าที่ของทางราชการ |
| <input type="checkbox"/> (5.) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> (12.) พนักงานบริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> (6.) แผ่นพับ, โบปลิว | <input type="checkbox"/> (13.) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> (7.) ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์ | |

2. ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อบ่อยเพียงใด

สื่อ/แหล่งข้อมูล	ความถี่/ความบ่อย				
	ทุกวัน	วันเว้นวัน	สัปดาห์ ละครั้ง	เดือนละ ครั้ง	นานๆครั้ง
1) วิทยุ					
2) โทรทัศน์					
3) หนังสือพิมพ์					
4) นิตยสาร, วารสาร					
5) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					
6) แผ่นพับ, โบปลิว					
7) ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์					
8) อินเทอร์เน็ต					
9) นิตรรศการต่างๆ					

10) ญาติพี่น้อง, เพื่อน					
11) เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว					
12) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

3. รูปแบบของสื่อข่าวสารที่ท่านได้รับเป็นประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

สื่อ/แหล่งข้อมูล	รูปแบบของข่าวสาร			
	ความรู้, สารคดี	โฆษณา, ประชาสัมพันธ์	ข่าว, ประกาศ	อื่นๆ (โปรดระบุ)
1) วิทยุ				
2) โทรทัศน์				
3) หนังสือพิมพ์				
4) นิตยสาร, วารสาร				
5) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว				
6) แผ่นพับ, โบปลิวิ				
7) ป้ายโฆษณา, โปสเตอร์				
8) อินเทอร์เน็ต				
9) นิตรสารต่างๆ				
10) ญาติพี่น้อง, เพื่อน				
11) เจ้าหน้าที่ของทางราชการ				
12) เจ้าพนักงานบริษัทนำเที่ยว				
13) อื่นๆ (โปรดระบุ).....				

4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ที่ท่านได้รับ มีเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. สถานที่ท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 5. ร้านจำหน่ายสินค้า/ที่ระลึก |
| <input type="checkbox"/> 2. การเดินทาง | <input type="checkbox"/> 6. บริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 3. สถานที่พัก, โรงแรม | <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |
| <input type="checkbox"/> 4. ร้านอาหาร | |

5. ภายหลังจากท่านได้รับข่าวสาร ท่านสนใจการท่องเที่ยวประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> (1) สัมผัสความงามของทะเลสาบเหนือเขื่อน | <input type="checkbox"/> (2) ชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ |
| <input type="checkbox"/> (3) เที่ยวถ้ำ/ธรณีวิทยา | <input type="checkbox"/> (4) ล่องแพ/ล่องเรือ |
| <input type="checkbox"/> (5) กีฬาทางน้ำ | <input type="checkbox"/> (6) เขื่อนน้ำตก |
| <input type="checkbox"/> (7) เดินศึกษาป่าธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> (8) แคมป์ปิ้ง |
| <input type="checkbox"/> (9) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

**ตอนที่ 3 : อิทธิพลของสื่อและข่าวสารในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือ
เขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี**

1. หลังได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆแล้ว ท่านมีความรู้สึกอยากไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรีหรือไม่

1. ออยาก

3. ไม่อยาก

2. เฉยๆ

4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ข่าวสารรูปแบบต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ของท่านมากน้อยเพียงใด

รูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร	ประสิทธิภาพ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) การให้ความรู้, สารคดี					
2) โฆษณา, ประชาสัมพันธ์					
3) ข่าว, ประกาศ					
4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....					

3. สื่อและแหล่งข่าวสารต่างๆมีอิทธิพลมากน้อยเพียงใดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี

สื่อ/แหล่งข้อมูล	อิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) วิทยุ					
2) โทรทัศน์					

ภาคผนวก ข.
ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เรื่อง

**การเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี
วัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลจัดทำสารนิพนธ์ตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก**

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

บริษัท/องค์กร.....

1. ท่านมีความเห็นอย่างไร เกี่ยวกับการให้ข่าวสารของสื่อหรือแหล่งข้อมูลต่างๆ ในด้าน
การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี ในปัจจุบัน

.....

.....

2. จากผลการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัด
กาญจนบุรีท่านคิดว่าแต่ละสื่อมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

.....

.....

3. ปัจจุบัน หน่วยงานองค์กรของท่านมีการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ผ่านทางสื่อ
ใดบ้าง แต่ละสื่อมีรูปแบบอย่างไร

.....

.....

4. หน่วยงานองค์กรของท่านมีนโยบายหรือมีแผนการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับแหล่ง
ท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ในอนาคตอย่างไร

.....

.....

5. ปัจจุบันท่านคิดว่านักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยวเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัด
กาญจนบุรี อยู่ในระดับใด และเพราะสาเหตุใด

.....

.....

ภาคผนวก ค.
อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์

อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์

อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ มีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอ ไทรโยค อำเภอศรีสวัสดิ์ และอำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วยเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตก น้ำพุร้อน ถ้ำ และเกาะแก่งต่างๆ ในอ่างเก็บน้ำเหนือเขื่อนศรีนครินทร์ที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีเขตติดต่อกับพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ไทรโยค อุทยานแห่งชาติเอราวัณ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าสลักพระมีเนื้อที่ประมาณ 957,500 ไร่ หรือ 1,532 ตารางกิโลเมตร ตัวเขื่อนเป็นเขื่อนประเภทหินถมแกนดินเหนียวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความสูงจากฐานราก 140 เมตร สันเขื่อนยาว 610 เมตร กว้าง 15 เมตร พื้นที่อ่างเก็บน้ำ 419 ตารางกิโลเมตร มีความจุมากเป็นอันดับหนึ่งคือ 17,745 ล้านลูกบาศก์เมตร

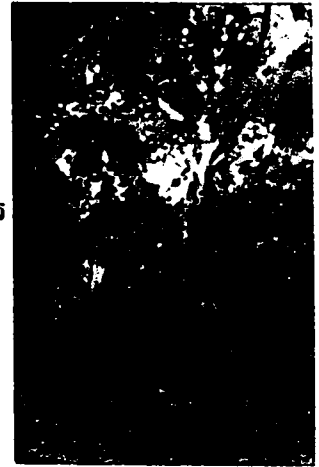


ความเป็นมา : เนื่องจากป่าต้นน้ำลำธารของแม่น้ำแควใหญ่เหนือเขื่อนศรีนครินทร์ มีสภาพป่าสมบูรณ์เป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีสัตว์ป่าชุกชุม และมีเอกลักษณ์ทางธรรมชาติที่สำคัญหลายแห่ง เช่น น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น น้ำพุร้อน ถ้ำ และทะเลสาบ ทั้งเพื่อเป็นการสนองมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2522 ที่ให้รักษาป่าไว้โดยการประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติ ในปี พ.ศ.2523 กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ได้มีคำสั่งที่ 71/2523 ลงวันที่ 11 มกราคม 2523 ให้นายนิตย์ พึ่งขจร นักวิชาการป่าไม้ 5 ทำหน้าที่หัวหน้าอุทยานแห่งชาติเอราวัณทำการสำรวจพื้นที่ ประกอบกับในคราวประชุมคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ครั้งที่ 3/2522 เมื่อวันที่ 27 ธันวาคม 2522 นายคอง เล็งอี ผู้อำนวยการกองอุทยานแห่งชาติ ได้เสนอข้อที่ประชุมว่า กรมป่าไม้ มีโครงการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติบริเวณน้ำตกห้วยแม่ขมิ้น อำเภอศรีสวัสดิ์ ดังนั้นจังหวัดกาญจนบุรี จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการสำรวจของจังหวัดทำการสำรวจด้วยเช่นกัน ซึ่งพบว่า พื้นที่ป่ามีสภาพภูมิประเทศและทิวทัศน์สวยงาม มีลักษณะทางธรรมชาติที่เด่นหลายแห่งเหมาะสมจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติ

กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ได้นำเสนอคณะกรรมการอุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีมติในการประชุม ครั้งที่ 2/2523 เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2523 เห็นสมควรดำเนินการกำหนดพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นอุทยานแห่งชาติ โดยได้มีพระราชกฤษฎีกากำหนดบริเวณที่ดินป่าเขาพระฤาษีและป่าเขาบ่อแร่ ในท้องที่ตำบลชะแล ตำบลท่าขนุน ตำบลหินลาด ตำบลลิ้นถิ่น อำเภอทองผาภูมิ ตำบลเขาโจด ตำบลนาสวน ตำบลค่านแม่แลง ตำบลหนองเป็ด ตำบลท่ากระดาน อำเภอศรีสวัสดิ์ และตำบลไทรโยค อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี เป็นอุทยานแห่งชาติ ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 98 ตอนที่ 210 ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2524 นับเป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 38 ของประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่อุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ส่วนหนึ่งเกิดจากสร้างเขื่อนศรีนครินทร์กั้นขวางแม่น้ำแม่กลอง (แควใหญ่) โดยมีแม่น้ำ ลำห้วย ลำธารที่สำคัญหลายสายไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำแห่งนี้ เช่น ห้วยแม่ขมิ้น ห้วยขาแข้ง ห้วยแม่วัง ห้วยเกรียงไกร และห้วยแม่พลู เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีลำห้วยลำธารอีกหลายสายที่ไหลลงสู่แม่น้ำแควน้อยบริเวณเขตอำเภอ ไทรโยค เช่น ห้วยลิ้นถิ่น เป็นต้น สภาพภูมิประเทศเป็นภูเขาหินปูนและหินตะกอนเป็นส่วนใหญ่ ระดับความสูง สูงสุดประมาณ 1,100 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง โดยมีความสูงเฉลี่ยประมาณ 400 เมตร พื้นที่น้ำในทะเลสาบเหนือเขื่อนศรีนครินทร์มีระดับความสูงสุดประมาณ 180 เมตรจากระดับน้ำทะเลปานกลาง



ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพพื้นที่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์เป็นพื้นที่เงาฝน (rain shadow) ทำให้มีฝนตกน้อย อากาศร้อนจัดในฤดูร้อน และหนาวจัดในฤดูหนาว โดยมีอุณหภูมิสูงสุดประมาณ 44-45 องศาเซลเซียสในเดือนเมษายน อุณหภูมิต่ำสุดในเดือนธันวาคมประมาณ 8-9 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 27 องศาเซลเซียส ช่วงฤดูฝนเริ่มตกจากกลางเดือนเมษายน และสิ้นสุดในช่วงกลางเดือนตุลาคม โดยมีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยประมาณ 1,600 มิลลิเมตร



พืชพรรณและสัตว์ป่า

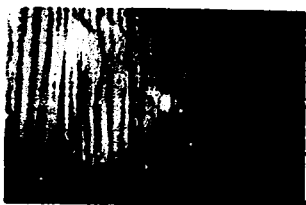
สภาพป่าในเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และป่าดิบแล้ง ป่าเบญจพรรณ พบขึ้นปกคลุมเป็นส่วนใหญ่ของพื้นที่ในบริเวณค่อนข้างราบถึงเนินเขา ในบางพื้นที่จะพบไม้ไผ่ขึ้นอยู่เป็นกลุ่มหนาแน่นมาก มีไม้ยืนต้นอื่นขึ้นแทรกอยู่บ้างเพียงประปราย พบมากในบริเวณตอนกลางติดกับชายฝั่งอ่างเก็บน้ำ ประกอบด้วยพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ แดง มะค่าโมง ประดู่ รกฟ้า มะกอกป่า กระโดน ตะแบก ไผ่บาง ไผ่รวก และไผ่ซาง มีสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในสังคมป่าชนิดนี้ได้แก่ ลิงกัง พญากระรอกดำ เม่นใหญ่แผงคอสั้น หม่าจิ้งจอก หม่าใน กระตัง ช้างป่า เขี้ยวถึงดำสีดำ ไก่ป่า นกเขาเปล้าธรรมดา นกกระเรียนแดง นกโพระดกธรรมดา นกแอ่นฟ้าหงอน นกกระรางสร้อยคอใหญ่ นกจับแมลงคอสีฟ้า เต่าเหลือง ตะกวด จิ้งเหลนภูเขาเกล็ดเรียบ งูเหลือม งูหมอก งูปีแก้วลายหัวใจ และกบหนอง เป็นต้น ส่วนบริเวณยอดเขาหินปูนที่เป็นสังคมป่าชนิดนี้จะพบเพียงผาอาศัยอยู่

ป่าเต็งรัง ประกอบด้วยพันธุ์ไม้ที่สำคัญ ได้แก่ เต็ง รัง แดง ตะคร้อ ฯลฯ พืชพื้นล่างเป็นพวก เป้งคอย ปรังป่า และ ไม้เพ็ก สัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในบริเวณสังคมพืชป่าเต็งรัง ได้แก่ กระรอกปลายหางดำ กระงะเล็ก กวางป่า

นกกระรางหัวขวาน นกคันทอง นกหัวขวานตีนี้อหลังทอง นกหัวขวานสามนิ้วหลังทอง นกแซงแซวหางปลา
ตุ๊กแกบ้าน จิ้งจกหางหนาม จิ้งเหลนหลากหลาย งูกระจับ เป็นต้น

ป่าดิบแล้ง พบขึ้นประปรายอยู่ทั่วเขตอุทยานแห่งชาติเขื่อนศรีนครินทร์ มักจะพบในบริเวณที่อยู่ทางด้านรับ
ลมที่พัดพาฝนมาปะทะภูเขา หรืออยู่ริมสองฝั่งของลำธาร พันธุ์ไม้ที่สำคัญได้แก่ ตะเคียนหิน มะกั้ม ขมิ้น
กระเบาหลัก ขมหอม สมพง จีวป่า พลอง ขะเจี๊ยะ กระ โคน และเปล้า เป็นต้น สัตว์ป่าที่พบได้แก่ ลิงลม ค่าง
แว่นถิ่นเหนือ ชะนีมือขาว พญากระรอกบินหูแดง หมาไม้ อีเห็นธรรมดา เสือโคร่ง ไก่ฟ้าหลังเทา นกเขาเขียว
นกตะขาบดง นกแก๊ก นกกก นกไต่ไม้หน้าผากกำมะหยี่ เต่าหก เขี้ย ภูเขาสาบคอแดง งูเขียวหางไหม้ท้อง
เขียว งูหลาม และเขียดคะปาด เป็นต้น

บริเวณอ่างเก็บน้ำและลำห้วยต่างๆ สัตว์ป่าและสัตว์น้ำที่พบอาศัยอยู่ได้แก่ คางคกแคระ เขียดอ่อง กบทูต กบ
ชะง่อนหินเมืองเหนือ ปาดลายหินเมืองเหนือ อึ่งแม่หนาว ปลาทราย ปลากระสูบขีด ปลาเกล็ดเหลือง ปลาชะโด
ปลาเวียน ปลาปลาเลียหิน ปลากระทิงดำ เป็นต้น สำหรับในบริเวณพื้นที่ที่ถูกรายถูกรุกเข้าไปเพื่อปลูกพืช
เกษตรภายหลังได้อพยพออกไปแล้ว และบริเวณริมอ่างเก็บน้ำที่ถูกตัดต้นไม้ออกหมด สัตว์ป่าที่อาศัยอยู่
ได้แก่ เก้ง กระต่ายป่า อ้น นกยางกรอกพันธุ์จีนนกกาง โทนใหญ่ นกกระแตแต้แว๊ด นกกระปูดใหญ่ นกอิวา
ดักแตน นกตะขาบทุ่ง นกปรอดสวน กิ้งก่าแก้ว กิ้งก่าหัวแดง แย้ อึ่งอ่างบ้าน และอึ่งขาดำ เป็นต้น



ถ้ำพระ

แยกจากทางเข้าถ้ำน้ำมุดไปตามทางลำลองประมาณ 2 กิโลเมตร เดินขึ้นเขา
ประมาณ 300 เมตร ถึงปากถ้ำ ถ้ำพระเป็นถ้ำธรรมชาติแวดล้อมด้วยป่าไม้ มีขนาด
ใหญ่ เพดานสูงประมาณ 20 เมตร กว้างประมาณ 15 เมตร มีพระพุทธรูปปั้นที่
ชาวบ้านสร้างไว้ ประดิษฐานอยู่ในถ้ำบริเวณห้องโถงใหญ่ มีถ้ำโพรงออกจากห้องโถงใหญ่ไปทั้งสองปีก
เป็นถ้ำลึกที่ลาดเทลงต่ำ ภายในมีหินงอกหินย้อยสวยงาม มีโพรงลึกลงไปใต้ถ้ำ ซึ่งเป็นโพรงที่ติดต่อกับถ้ำน้ำ
มุดส่วนใน ซึ่งไม่สามารถเข้าทางปากถ้ำน้ำมุดได้ มีค้างคาวอาศัยอยู่ภายในถ้ำด้วย สมัยก่อนเคยเป็นที่หลบ
ซ่อนของทหารไทยที่หลบหนีกองทัพพม่า ซึ่งบุกรุกเข้าโจมตีกรุงศรีอยุธยาในศตวรรษที่ 18
กิจกรรม - ชมประวัติศาสตร์ - เทียวถ้ำ/ธรณีวิทยา

น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น

อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติเพียง 100 เมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย
เกิดจากลำห้วยแม่ขมิ้นที่ไหลผ่านเทือกเขาหินปูนลดหลั่นลงมาเป็นชั้นๆ ก่อให้เกิดน้ำตกที่สวยงามทั้งหมด 7
ชั้น คล้ายกับน้ำตกเอราวัณ แต่ละชั้นมีชื่อเรียกเรียงลำดับจากชั้นที่ 1 - 7 ดังนี้ คือ คงว่น ม่านขมิ้น วังหน้าผา
ฉัตรแก้ว ไหลจนหลง ดงผีเสื้อ และร่มเกล้า ระยะทางรวม 2,270 เมตร : จากภาพ คือ น้ำตกห้วยแม่ขมิ้น ชั้นที่
4 ฉัตรแก้ว ซึ่งเป็นชั้นที่สวยงามที่สุด ถ่ายเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2547

นอกจากนี้อุทยานแห่งชาติได้จัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติของป่าเบญจพรรณและป่าเต็งรัง โดยจะผ่านจุดชมทิวทัศน์ของอ่างเก็บน้ำเขื่อนศรีนครินทร์ ผู้สนใจติดต่อเจ้าหน้าที่ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
กิจกรรม - เขื่อนน้ำคอก - เข้มปีโป้ง - เดินป่าศึกษาธรรมชาติ

ถ้ำนรมิต

อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานแห่งชาติไปทางทิศใต้ประมาณ 13 กิโลเมตร บริเวณบ้านต้นมะพร้าว ตำบลแม่กระบุง อำเภอศรีสวัสดิ์ เดินเท้าถึงปากถ้ำระยะทางประมาณ 300 เมตร เป็นถ้ำหินปูนขนาดกลาง แบ่งออกเป็น 3 ห้อง คือ ห้องโถงใหญ่ เป็นห้องที่กว้างที่สุดและมีความสวยงามของหินงอกหินย้อยบริเวณเพดานและผนังถ้ำ ห้องพิธีกรรม มีหินงอกขนาดต่างกันตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่รูปร่างคล้ายเทียนเข้าพรรษา ตั้งอยู่เรียงรายทั่วไปคล้ายกับการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ห้องลูกนิมิต หรือห้องไขเอเลี่ยน มีหินย้อยคล้ายลูกนิมิตติดอยู่ตามเพดานถ้ำจำนวนมาก มีรูปร่างแปลกตา ความอลังการของห้องนี้ หลายคนกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า เหมือนไขเอเลี่ยนในภาพยนตร์

กิจกรรม - เขียวถ้ำ/ธรณีวิทยา

น้ำโจน

เป็นแหล่งน้ำที่สวยงาม อยู่เกือบติดเขตด้านทิศเหนือของอุทยานแห่งชาติ
กิจกรรม - ล่องแพ/ล่องเรือ

พุน้ำร้อนห้วยแม่ขมิ้น

เป็นที่นิยมลงอาบกันของนักท่องเที่ยว การคมนาคมสะดวกอยู่ติดเส้นทางรถยนต์
กิจกรรม - อาบน้ำแร่



น้ำตกผาตาด

เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามมากแห่งหนึ่งในเขตอำเภอทองผาภูมิ ทางเข้าบริเวณริมทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 323 บริเวณบ้านหินคาคมีทางแยกเข้าสู่ น้ำตก ระยะทางประมาณ 12 กิโลเมตร ถึงหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติที่ สร.4 (ผาตาด) จากนั้นเดินต่อไปยังน้ำตกอีก 200 เมตร ในฤดูฝนเส้นทางเดินจะลื่น นักท่องเที่ยวควรเดินด้วยความระมัดระวัง และไม่นำอาหารขึ้นไปบริเวณน้ำตก ควรรับประทานอาหารบริเวณที่อุทยานแห่งชาติจัดเตรียมสถานที่ไว้เท่านั้น น้ำตกผาตาดเกิดจากลำห้วยกุ่มมั่ง ไหลลดหลั่นตกลงมาตามหน้าผาหินปูนสูง 30 เมตร มี 3 ชั้น แต่ละชั้นมีขนาดใหญ่และมีแอ่งน้ำให้เล่นน้ำ มีความร่มรื่นของพันธุ์ไม้นานาชนิด มีต้นไม้ใหญ่ขึ้นอยู่หนาแน่น

นอกจากการเขื่อน้ำตกผาตาดแล้ว บริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติ ที่ สร.4 (ผาตาด) ยังมีบ้านพักสถานที่กางเต็นท์ ซึ่งอยู่ท่ามกลางป่าเขาและน้ำตก มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ไว้บริการ

นักท่องเที่ยวที่นิยมการพักผ่อนกางเต็นท์ และการเดินป่าระยะไกล
กิจกรรม - แคมป์ปิ้ง - ชมพรรณไม้ - เดินป่าระยะไกล - เทียน้ำตก

ถ้ำพระปรารักษ์

ถ้ำพระปรารักษ์ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าถ้ำคันมะพร้าว อยู่บริเวณบ้านคันมะพร้าว ตำบลหนองเป็ด อำเภอศรีสวัสดิ์ โดยเดินเลียบห้วยกระบุรีประมาณ 500 เมตร ถึงบริเวณปากถ้ำ ภายในถ้ำมีหินงอกเป็นรูปคล้ายพระปรารักษ์ที่สวยงามมาก บริเวณหินงอกหินย้อยมีแร่ไมก้าปะปนอยู่ เวลาต้องแสงไฟจะสะท้อนเป็นประกายที่งดงามมาก

กิจกรรม - เทียน้ำ/ธรณีวิทยา

ถ้ำน้ำมุด

ใช้ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3199 แยกเข้าทางแยกบ้านแก่งเรียงประมาณ 30 กิโลเมตร ถึงทางแยกบริเวณจุดสกัดหนองเป็ด เดินทางเข้าไปอีกประมาณ 1.5 กิโลเมตร จะถึงวัดถ้ำน้ำมุด แล้วเดินเท้าอีกประมาณ 500 เมตร ก็จะถึงบริเวณถ้ำ ปากถ้ำอยู่บริเวณลาดเขา มีขนาดใหญ่ ในถ้ำมีห้วยน้ำมุดไหลตลอดเขาหินปูน ซึ่งจะไหลออกที่ปากน้ำมุดบริเวณเชิงเขา สวยงามมาก

กิจกรรม - เทียน้ำ/ธรณีวิทยา

น้ำตกผาสุวรรณค์

เป็นน้ำตกที่มีขนาดใหญ่สวยงาม มีความสูงประมาณ 80 เมตร ไหลลดหลั่นกันถึง 7 ชั้น ช่วงเวลาที่สวยงามที่สุดจะอยู่ในช่วงเดือนกรกฎาคม - มกราคม น้ำตกอยู่ห่างจากตัวเมืองกาญจนบุรี ประมาณ 155 กิโลเมตร โดยใช้ทางหลวงหมายเลข 323 เส้นทางกาญจนบุรี - ทองผาภูมิ บริเวณกิโลเมตรที่ 108 เข้าไปประมาณ 15 กิโลเมตร และเลี้ยวขวาบริเวณทางแยกดินลูกรังอีก 13 กิโลเมตร

ประวัติการศึกษาของผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นายไพโรจน์ สัมบริบุตร
วัน เดือน ปีเกิด	18 พฤษภาคม 2496
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2550 นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกริก
ประวัติการทำงาน	นักแสดง ผู้กำกับภาพยนตร์/ละครโทรทัศน์ เขียนบทภาพยนตร์ ปัจจุบัน/ เจ้าของและกรรมการผู้จัดการ บริษัทไม่จำกัดฝืนจำกัด ผลิตสื่อเพื่อการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ สารคดี และภาพยนตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	525/183 ม.7 พรสว่างนิเวศน์ ซอย 4 ถ.สุขุมวิท ต.สำโรงเหนือ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ 10270