

สำนักวิทยบริการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี



ผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี  
Information Perception of Tourists in Phetchaburi Province

วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัย

นางสาวอรุณรัตน์ ชินวรรณ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

302.9

2548

เลขหมู่

BS 413.6

ISBN 974-9768-46-9

เลขทะเบียน 002147

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง ผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยที่เกิดจากโครงการพัฒนานักวิจัยหน้าใหม่ของสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เพราะความกรุณาของท่านอาจารย์ธเนศ ต่วนชะเอม นายกสมาคมนักวิจัย ในความอุปถัมภ์ของสภาวิจัยแห่งชาติ ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ข้อบกพร่องต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มแรกจนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยนี้

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 2 ที่ให้ความร่วมมืออนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ นักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และคุณอาณา เข้มสีดา ที่ได้อนุเคราะห์การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

อรุณรัตน์ จินวรรณ

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

### ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ
2. สื่อมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งไม่ใช่สื่อใดสื่อหนึ่ง แต่เป็นการรับรู้จากสื่อหลายประเภท

## ABSTRACT

The objective of this research was to study the information perception of tourists in Phetchaburi province. The samples were 400 Thai tourists who traveled to Phetchaburi Province. Questionnaires were used to collect the data. Frequency, Percentage, mean and Pearson's product moment correlation coefficient were employed for the analysis of the data. Data processing was done by SPSS

### **The results of the study were as follows**

1. The tourists received information about tourism in Phetchaburi province from interpersonal media, mass media and specialized media respectively.
2. All forms of media, not any particular kind, had an effect on making decision to visit Phetchaburi province.

# สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. ปัญหาการวิจัย	4
3. วัตถุประสงค์	4
4. สมมติฐานการวิจัย	5
5. นิยามศัพท์	5
6. ขอบเขตการวิจัย	6
7. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
8. ข้อตกลงเบื้องต้น	6
9. หน่วยงานที่นำผลงานวิจัยไปใช้	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	10
3. สภาพของพื้นที่ที่ศึกษา	35
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
5. สรุปกรอบแนวคิด	50

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	51
1. ประชากรที่ศึกษา	51
2. เทคนิคและวิธีการเลือกตัวอย่าง	51
3. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	52
4. กรอบแนวคิดและกำหนดตัวแปร	52
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
6. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	53
7. การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
8. การวัดค่าตัวแปร	54
9. การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล	55
10. สถิติที่ใช้ในการวิจัย	55
11. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ	62
ตอนที่ 3 ผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยว	64
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	68
ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	76
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	78
1. สรุปผลการวิจัย	79
2. อภิปรายผลการวิจัย	82
3. ข้อเสนอแนะ	82
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	
ประวัติผู้วิจัย	

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	57
2 จำนวนร้อยละการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี	62
3 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	64
4 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวพระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	65
5 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวหาดเจ้าสำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	66
6 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวหาดชะอำ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	67
7 ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง)	68
8 ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน)	70
9 ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้าสำราญ	72
10 ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดชะอำ	74
11 จำนวนและร้อยละของปัญหาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี	76
12 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี	77

## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
2 แสดงร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
3 แสดงร้อยละการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
4 แสดงร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	60
5 แสดงร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
6 แสดงร้อยละถิ่นที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	61



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก แต่การที่จะมีการท่องเที่ยวได้นั้น จำเป็นต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว อาทิ การประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานทางการตลาด รวมไปถึงกิจกรรมที่จะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงทำวิจัยเรื่องนี้ โดยมีความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาตามลำดับดังต่อไปนี้

#### 1.1 ความเป็นมา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการชนิดหนึ่งที่เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในแต่ละภูมิภาค การขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยว การพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว ตลอดจนการลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ระลึก การบริการขนส่ง และการบริการอื่นๆ แก่นักท่องเที่ยว

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานานเกือบครึ่งศตวรรษ นับตั้งแต่การก่อตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อศท.) ในการรองรับนักท่องเที่ยวจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2522 มีการออกพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระดับ อศท. เป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จนกระทั่งในปัจจุบัน ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ในปี พ.ศ. 2545 ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งก่อตั้งตามพระราชบัญญัติปรับปรุง กระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มีภารกิจสำคัญในการบริหารยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา ให้ขับเคลื่อนอย่างเป็นเอกภาพไปในทิศทางเดียวกัน ถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศอยู่ในอันดับสูงมาโดยตลอด และประเทศไทยได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่ประสบความสำเร็จจนกลายเป็นแบบอย่างของหลายประเทศ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญ มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจทั้งในอดีตและปัจจุบันเสมือนว่าการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจหลุดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจ เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่าปีละ 250,000 ล้านบาท และมีส่วนช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วย (สุเทพ พันประสิทธิ์, เลิศพร ภาวะสกุล และวันเพ็ญ พินเผือก, 2547, หน้า 91)

และเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยมีกระจายอยู่ทุกภาคของประเทศ ซึ่งแต่ละแห่งก็จะมีลักษณะแตกต่างกันไป ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกไปท่องเที่ยวได้ตามความพึงพอใจของตน โดยทั่วไปแล้วแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองตามแต่ลักษณะภูมิศาสตร์และสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น มีจุดเด่นในด้านประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ หรือในส่วนของความงามตามธรรมชาติอย่าง หาดทราย ชายทะเล น้ำตก เทือกเขาลำเนาไพร ซึ่งจุดเด่นเหล่านี้จังหวัดเพชรบุรี ถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวประเภทนี้สูง และยังคงตรงตามปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ Burkart and Medlik (อ้างใน ทักษิณา นิยมรัตน์, 2537, หน้า 8-9) ที่กล่าวว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า 3 A's ได้แก่

**Accessibilities** คือ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวกจำเป็นจะต้องมีระบบการคมนาคมที่ดี เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น มีสนามบินที่ทันสมัย มีการขนส่ง ถนนหนทางที่เพียงพอ

**Amenities** คือ สิ่งเจริญตาเจริญใจ ซึ่งสร้างความเพลิดเพลินให้แก่ นักท่องเที่ยวระหว่างที่พักแรม ได้แก่ โรงพยาบาล โรงเรียน สถานบันเทิง ระบบโทรคมนาคมที่ทันสมัยที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวก

**Attractions** คือ สิ่งสวยงามต่าง ๆ สถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ นั้นจะต้องมีสิ่งสวยงาม ซึ่งโดยมากจะแบ่งสิ่งสวยงามออกเป็น 3 ประเภท คือ สิ่งสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดวาอาราม ประสาทราชวัง และสิ่งสวยงามอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม หรือเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ

## 1.2 ความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากจังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มี Attractions สูง เพราะมีสิ่งสวยงามทั้ง 3 ประเภท คือ สิ่งสวยงามที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ หาดชะอำ หาดเจ้าสำราญ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน สิ่งสวยงามที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ พระนครคีรี (เขาวัง) พระรามราชนิเวศน์ วัดกำแพงแลง วัดมหาธาตุวรวิหาร สิ่งสวยงามทางวัฒนธรรม ได้แก่ ศิลปะปูนปั้น ศิลปะการจำหลักไม้ งานช่างทอง ขนมหวานเมืองเพชร เป็นต้น

แต่เนื่องจากในปัจจุบันด้วยภาวะวิกฤตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจ หรือความไม่ปลอดภัยจากเหตุการณ์ต่างๆ เช่น กรณีการเกิดโรคไข้หวัดนก ไข้เลือดออก เกิดความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมไปถึงภัยพิบัติจากสึนามิ เมื่อปลายปี 2547 จึงทำให้ส่งผลกระทบต่ออย่างมากมาให้กับการท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีก็เป็นจังหวัดหนึ่งในจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมดที่ได้รับผลกระทบด้วย ในปี พ.ศ. 2547 จังหวัดเพชรบุรีมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 3,051,837 คน และชาวต่างประเทศ จำนวน 256,151 คน ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว

### สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชม เดือน ปี 2547

#### จังหวัดเพชรบุรี

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
<b>จำนวนผู้เยี่ยมชม</b>	<b>3,051,837</b>	<b>256,151</b>	<b>3,307,988</b>
นักท่องเที่ยว	1,207,421	185,125	1,392,546
นักท่องเที่ยว	1,844,416	71,026	1,915,442
<b>ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)</b>	<b>1,350.71</b>	<b>2,631.25</b>	<b>1,589.19</b>
นักท่องเที่ยว	1,728.80	2,759.22	2,022.83
นักท่องเที่ยว	928.46	1,149.44	936.67
<b>รายได้ (ล้านบาท)</b>	<b>5,273.48</b>	<b>2,351.01</b>	<b>7,624.49</b>
นักท่องเที่ยว	3,561.00	2,269.37	5,830.37
นักท่องเที่ยว	1,712.48	81.64	1,794.12

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี (ครั้ง)	2.01	2.08	2.02
นักท่องเที่ยวนักทัศนาจร	2.23	2.14	2.21
นักทัศนาจร	1.87	1.92	1.87

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลางเขต 2, 2548

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบกับภาวะวิกฤตค่อนข้างมาก และจังหวัดเพชรบุรีก็เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง การที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีได้มากน้อยเพียงไรนั้น มีปัจจัยร่วมหลายประการ โดยเฉพาะปัจจัยในส่วนของการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่ง และจากสภาพปัญหา สาเหตุ และผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ชุมชน ดังกล่าวมาแล้ว ย่อมแสดงให้เห็นเด่นชัดว่า ปัญหานี้เป็นปัญหาที่มีความจำเป็นเร่งด่วน (Hot Issue) ที่จำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกทำวิจัยเรื่องผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อกรมการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ว่ามีสาเหตุ ปัจจัยและองค์ประกอบใดบ้าง รวมทั้งมีแนวทางยุทธวิธีในการแก้ปัญหาเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไป

## 2. ปัญหาการวิจัย

2.1 นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อประเภทใดบ้าง

2.2 สื่อมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อกรมการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

## 3. วัตถุประสงค์

3.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อแต่ละประเภท

3.2 เพื่อวิเคราะห์สื่อที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารต่อกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

3.3 เพื่อทราบข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวต่อสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

4.2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

4.3 สื่อมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

#### 5. นิยามศัพท์

การวิจัยนี้มีคำศัพท์ที่เป็นนามธรรมและควรทำความเข้าใจตรงกัน ดังนี้

##### 5.1 นิยามศัพท์ทั่วไป

5.1.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือน โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำหรือศึกษา

5.1.2 การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การได้รับความรู้ที่เป็นข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

##### 5.2 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

5.2.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปเยือนจังหวัดเพชรบุรีที่เป็นคนไทย โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำหรือศึกษา และไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเพชรบุรี

5.2.2 การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

5.2.3 สื่อ หมายถึง สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

5.2.4 การตัดสินใจมาท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี

5.2.5 ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ ถิ่นที่อยู่ ที่มีผลต่อการรับสื่อและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

## 6. ขอบเขตการวิจัย

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

- 6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษาและตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร
- 6.2 ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน
- 6.3 ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา ได้แก่ อำเภอเมืองเพชรบุรีและอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) หาดเจ้าสำราญ และชายหาดชะอำ
- 6.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา คือ ใช้เวลาในการศึกษารวม 3 เดือน คือ ตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2548 – 23 กันยายน 2548 โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามระหว่างวันที่ 27 สิงหาคม 2548 – 19 กันยายน 2548 ประมาณ 1 เดือน

## 7. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

- 7.1 ได้นำผลการวิจัยไปจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อไป
- 7.2 ได้นำผลการวิจัยเพื่อนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปใช้ประโยชน์
- 7.3 ได้นำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางให้การท่องเที่ยวต่อไป
- 7.4 ได้นำผลการวิจัยไปเป็นพื้นฐานในการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ต่อไป

## 8. ข้อตกลงเบื้องต้น

การทำวิจัยเรื่องนี้เป็นการทำวิจัยในโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “การพัฒนาบุคลากรการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี” จัดโดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีร่วมกับสมาคมนักวิจัยในความอุปถัมภ์ของสภาวิจัยแห่งชาติ งานวิจัยนี้อาจมีข้อบกพร่องบ้าง อาจจะไม่ครอบคลุมเนื้อหาและตัวแปรที่ละเอียดอย่างลึกซึ้ง และอาจจะไม่ครอบคลุมในทุกแง่ทุกประเด็นอยู่บ้าง

## 9. หน่วยงานที่นำผลงานวิจัยไปใช้

ผลงานวิจัยนี้ ก่อให้เกิดคุณค่าทางวิชาการและเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

- 9.1 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 9.2 สำนักงานการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- 9.3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
- 9.4 ประชาสัมพันธ์จังหวัดเพชรบุรี
- 9.5 บริษัทเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 9.6 โรงแรมของจังหวัดเพชรบุรี

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “ผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี” ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาเพื่อการศึกษาออกเป็น ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
7. แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
8. สภาพข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ที่ศึกษา
9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
10. สรุปกรอบแนวคิดการวิจัย

#### 1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 1.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2546, หน้า 945) ได้ให้ความหมายของคำว่า การรับรู้ หมายถึง ยืนยันว่ารู้ รับว่ารู้

ศิริประภา พึ่งพงษ์ (2544) ได้อธิบายว่า “การรับรู้ คือ อาการสัมผัสที่มีความหมาย และการรับรู้เป็นการแปลหรือตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย อันเป็นที่รู้จักและเข้าใจกัน ซึ่งบุคคลจำเป็นที่จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม การสัมผัส และชนิดหรือธรรมชาติของสิ่งเร้า นั้น ๆ มาใช้ในการแปลหรือตีความการสัมผัสนั้น และโดยทั่วไปนั้นมนุษย์มักจะแปลความหมายตามสภาพความรู้สึกของตนมากกว่าตีความไปตามความจริงของสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งทำให้แต่ละบุคคลที่อยู่ในสถานการณ์เดียวกันอาจมีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้”



## 1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จ้านง, 2523)

อัทकिन (Atkin, p.1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เซอร์รี่ (Cherry, 1978) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An Act of Sharing) กันนั่นเอง การแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

ส่วนในเรื่องทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) จะประกอบไปด้วย (Klapper, 1960)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา หรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม และจะหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย

3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มี

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ เข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

จะเห็นได้ว่าการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะต่างกัน แล้วแต่ว่าบุคคลใดมีความสนใจและต้องการในข่าวนั้นมากน้อยแค่ไหน คนที่เปิดรับข่าวสารมากก็จะมีโลกทัศน์กว้าง เป็นคนที่ทันเหตุการณ์ ส่วนคนที่เปิดรับข่าวน้อย ก็จะมีโลกทัศน์แคบ นอกจากนั้นการที่คนเราจะเปิดรับข่าวสารใดก็ตามก็ต้องเป็นข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง เช่น ถ้านักท่องเที่ยวได้มีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีอยู่เสมอจากสื่อต่างๆ ประกอบกับทัศนคติที่เขามีต่อจังหวัดเพชรบุรีด้วยแล้ว ก็ย่อมทำให้การเปิดรับข่าวสารและการรับรู้ข่าวสารทางการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีมีมากขึ้น

## 2. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ปราณี รามสูต (อ้างถึงใน กัญญา สุวรรณแสง, 2542) ได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้ไว้ว่า

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่ร่างกายรับสัมผัสสิ่งแวดล้อมแล้วแปลความหมายการสัมผัสที่ได้รับนั้น ๆ โดยใช้ความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม เป็นเครื่องมือช่วยในการแปลความหมายของสิ่งนั้น ๆ ออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ

ดังนั้น การรับรู้เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวระหว่างความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making) การแสดงพฤติกรรม ซึ่งในกระบวนการรับรู้จะประกอบไปด้วย สิ่งเร้า (Stimulus) การรับรู้ (Perception) และการตอบสนอง (Response) และต้องอาศัยประสบการณ์เดิมเพื่อแปลความหมายจากสิ่งที่สัมผัสอีกด้วย

เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสาร ทัศนคติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้จึงเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

## อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (filter) บางอย่าง

### 1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ

เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ถ้า ก. ไม่ชอบ ข. จึงมักจะขัดแย้งกับ ข. ในเรื่องต่าง ๆ หาก ก. ได้รับสารซึ่ง ข. แสดงท่าทีเห็นด้วยกับ ก. ก.ก็จะตีความว่า ข. ได้หมายความอย่างที่ว่า ข. พูดยจริง เป็นต้น

### 2. ประสบการณ์เดิม

คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน จะเกิดทัศนคติที่แตกต่างกันไป

### 3. กรอบอ้างอิง

ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กันได้

### 4. สภาพแวดล้อม

คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ เวลา สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน

### 5. สภาวะ

ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อย ขณะที่มีความรัก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล (individual biology, or physical ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (cultural training) และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (personal psychology)

แนวความคิดเรื่องการรับรู้ได้เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้คือ ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงการรับรู้และตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการตลาดของนักท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งจะส่งผลถึงความสนใจในการรับรู้ข่าวสารทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น

จำเนียร ช่วงโชติ (2516) กล่าวถึง กระบวนการของการรับรู้ว่าจะต้องประกอบขึ้นด้วย

1. อาการสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะรับสัมผัสรับสิ่งเร้าหรือสิ่งที่ผ่านเข้ามากระทบอวัยวะรับสัมผัสต่าง ๆ

2. การแปลความหมายจากอาการสัมผัส เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การแปลความนั้นถูกต้องเพียงใด ซึ่งต้องอาศัยสติปัญญา ความเฉลียวฉลาด การสังเกต การตั้งใจ ความสนใจ และคุณภาพจิตใจของบุคคลในขณะนั้น

3. การใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์ที่ผ่านมาในการช่วยแปลความหมาย ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการกระทำที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้วในอดีต ความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมมีความสำคัญในการแปลความหมาย และในการแปลความหมายได้ดีต้องมีคุณสมบัติดังนี้ คือ เป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน และมีปริมาณมาก หมายถึง มีความรู้หลาย ๆ อย่างจึงจะช่วยแปลความหมายได้ง่ายและสะดวกขึ้น

สถิต วงศ์สวรรค์ (2529) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ แบ่งออกได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. ลักษณะของผู้รับรู้ การที่บุคคลแต่ละบุคคลจะเลือกรับรู้ได้แตกต่างกันอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้นั้น ซึ่งประกอบด้วย 2 ด้าน คือ

1.1 ด้านกายภาพ เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา เป็นต้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ต่างกันออกไป รวมถึงประสิทธิภาพของอวัยวะการรับสัมผัสต่าง ๆ เป็นปกติและสัมพันธ์กัน มีผลทำให้การรับรู้และการแปลความหมายถูกต้อง

1.2 ด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เช่นกัน เช่น ความจำ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ตั้งใจ ทักษะ ค่านิยม วัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้เดิม

2. ลักษณะของสิ่งเร้า เช่น สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ คุณสมบัติของสิ่งเร้า ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก มีผลทำให้คนเราเกิดความสนใจรับรู้หรือการรับรู้ของคนเราคาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง ได้แก่ ความใกล้ชิดกันของสิ่งเร้า ความคล้ายคลึงกันของสิ่งเร้า ความต่อเนื่องกันของสิ่งเร้า เป็นต้น

พัชนี วรกวิน (2526) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การรับรู้ของบุคคลนั้นมีทั้งการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง การรับรู้บุคคลอื่น และการรับรู้สังคม นอกจากนี้ยังได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้แก่

1. คุณสมบัติของผู้รับรู้ บทบาทของคุณสมบัติภายในของผู้รับรูมีส่วนในการรับรู้อย่างมากเพราะบอกแนวโน้มว่าจะเกี่ยวข้องกับสภาวะที่เป็นจริงของสิ่งเร้าอย่างไร คุณสมบัติเหล่านั้นได้แก่ แรงขับ ความต้องการ ทักษะคิด บุคลิกภาพ และคุณสมบัติส่วนตัว เป็นต้น
2. การใส่ใจ เกิดจากการมีสิ่งเร้าที่มีลักษณะเด่นผ่านเข้ามา ร่างกายเกิดความพร้อมและสนองตอบเนื่องจากการใส่ใจจะทำให้คนได้ยินได้เห็นสิ่งนั้นก่อนเสมอ ความใส่ใจอาจเกิดจากสภาพการณ์ สิ่งภายนอกและภายในที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล
3. การเตรียมพร้อมในการรับรู้ จะเกิดขึ้นก่อนมีสิ่งเร้ามากระตุ้น การเตรียมพร้อมจะช่วยให้บุคคลคาดการณ์ล่วงหน้าในสิ่งที่เกิดขึ้น และเตรียมตัวเองอย่างเต็มที่ และแสดงปฏิกิริยาตอบสนองให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ
4. บุคลิกภาพของบุคคล บุคลิกที่สำคัญต่อการรับรู้ทางสังคม ได้แก่ บุคลิกที่มีนิสัยชอบสังคม (extrovert) กับบุคคลที่ชอบเก็บตัว (introvert) บุคคลที่มองโลกในแง่ดีย่อมเห็นแต่ส่วนดี ตรงข้ามกับคนมองโลกในแง่ร้ายก็จะเห็นแต่ส่วนไม่ดี

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้เช่นกัน เช่น สมรรถภาพของอวัยวะรับสัมผัส เช่น หู ตา จมูก ปาก ลิ้น ผิวหนัง เป็นต้น ความสามารถของสมองและประสาทสัมผัสที่จะรับเลือก จัดหมวดหมู่ และตอบสนอง รวมทั้งลักษณะ ขนาด และชนิดของสิ่งเร้า กล่าวคือ บุคคลจะรับรู้สิ่งเร้าได้ดีและรวดเร็ว ถ้าสิ่งเร้านั้นมีความเข้มมาก ขนาดของสิ่งเร้านั้นมีขนาดใหญ่มากและสะกดตา โดยเฉพาะสิ่งเร้าใหม่ ๆ ที่เราไม่คุ้นเคย และมีความแตกต่างของสิ่งเร้าเกิดขึ้น บุคคลจะใส่ใจและเกิดการรับรู้ นอกจากนี้หากสิ่งเร้านั้นเกิดขึ้นซ้ำ ๆ และมีการเคลื่อนไหว บุคคลจะรับรู้ต่อสิ่งเร้านั้นได้ดีและรวดเร็ว (คาราพร ไชยรัตน์, 2545)

การรับรู้มีความสำคัญต่อทัศนคติ อารมณ์ และแนวโน้มการแสดงพฤติกรรมของบุคคล เมื่อมีการรับรู้ย่อมเกิดความรู้สึกและมีอารมณ์พัฒนาเป็นทัศนคติ และพฤติกรรมก็ตามมาในที่สุด นอกจากนี้ ประภัสรา เกษมสุวรรณ (2545) ได้กล่าวถึงการวัดการรับรู้ว่าจะอาจทำได้โดยการวัดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป็นผลมาจากการแปลความหมายหรือตีความหมายจากสิ่งเร้าที่ไปกระตุ้นว่าบุคคลนั้นมีความเข้าใจตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ ถ้าสิ่งเร้านั้นเป็นสิ่งเดียวกันกับที่ผู้รับรู้เข้าใจ ก็แสดงว่าการรับรู้เป็นผลสำเร็จ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ หมายถึง การมีลักษณะต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ไม่มีจุดเริ่มต้น หรือไม่มีจุดสิ้นสุด ไม่มีการหยุดนิ่ง จะต้องมีบางสิ่งบางอย่างเกิดขึ้น ก่อนและหลังกระบวนการอยู่เสมอหรือกล่าวได้ว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้นจะมีการกระทำโต้ตอบกลับไปมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดเวลา ผู้ส่งสารกลายเป็นผู้รับสาร และผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน

ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ การสื่อสารได้มีบทบาทสำคัญอย่างมาก เซอร์ เบิร์ต เอ ไชมอน (Simon, 1960, p.154 อ้างใน สุวารีย์ วงศ์วัฒนา, 2536) กล่าวว่า ถ้าองค์การหรือสังคมขาดการติดต่อสื่อสารก็จะอยู่ไม่ได้ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของการทำความเข้าใจระหว่างบุคคล องค์การหรือสังคม จึงมีปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการติดต่อหรือส่งข่าวสาร (Transmit) คือ

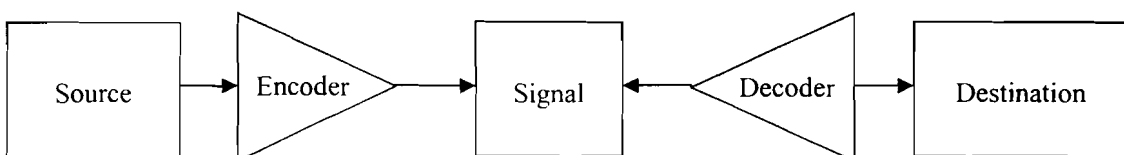
1. ปัจจัยเกี่ยวกับการเชื่อถือหรือรับรู้ (Cognitive Material) ได้แก่ เรื่องราวต่าง ๆ (Information) ข้อเท็จจริง (Facts) หรือปัญหาต่าง ๆ
2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจูงใจและอารมณ์ (Motivation and Emotional Material) ได้แก่ บรรยากาศที่เกี่ยวกับอารมณ์ ทศนคติและปฏิกิริยา ความจงรักภักดี หรือทำที่ที่เป็นศัตรู ความรู้สึกสนับสนุนหรือไม่เห็นด้วย และวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ต้องการ (Likert, 1961, p.45)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อหรือส่งข่าวสารนั้น จะมีผลกระทบต่อตัวบุคคล และต่อการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ อยู่เป็นอันมาก เพราะการติดต่อสื่อสาร (communication) เป็นศิลปะการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็นและทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

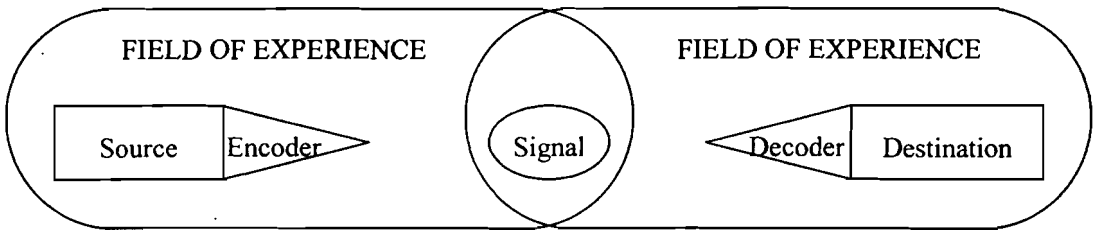
### แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร (Models of the Communication Process)

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารตามแนวความคิดของ ชรามม์ (The Schramm Model)

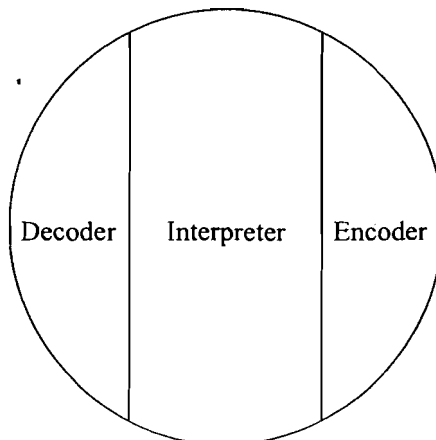
วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) ได้อธิบายกระบวนการสื่อสารไว้ในรูปของแบบจำลอง 4 แบบด้วยกัน โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้ (อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 50-52)



ในแบบจำลองแบบที่ 1 นั้น องค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (source) ผู้เข้ารหัส (encoder) สัญญาณ (signal) ผู้ถอดรหัส (decoder) และผู้รับสาร (destination) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ผู้ส่งสาร (source) กับผู้เข้ารหัส (encoder) สามารถรวมอยู่ในตัวคน ๆ เดียวกันได้ ในขณะที่เดียวกันผู้ถอดรหัส (decoder) กับผู้รับสาร (destination) ก็สามารถรวมอยู่ในตัวคนอีกคนหนึ่งได้เช่นกัน ส่วนสัญญาณ (signal) นั่นก็คือภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

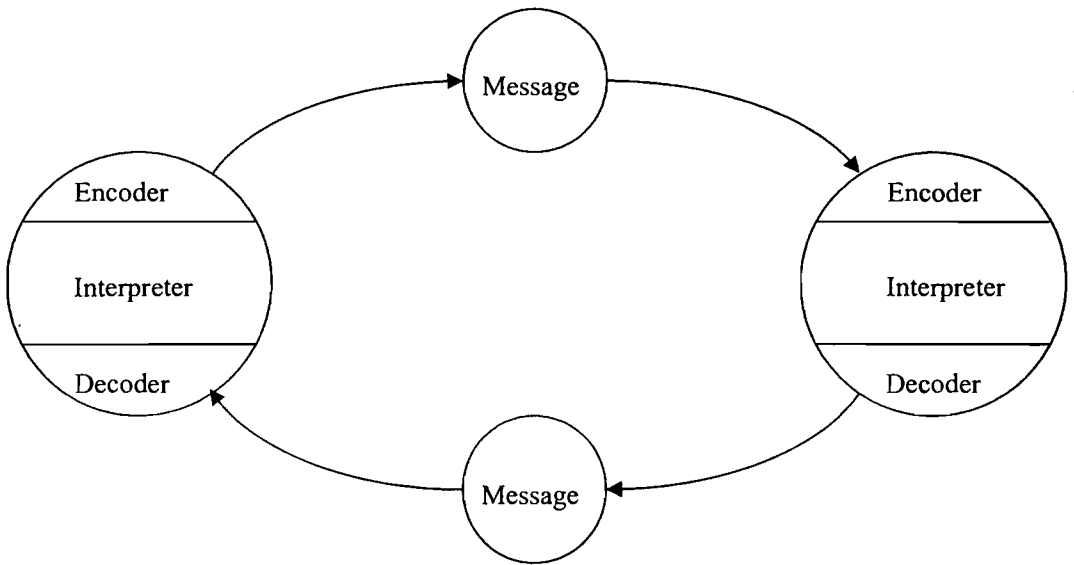


แบบจำลองที่ 2 อธิบายต่อไปว่าในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ผู้ส่งสาร (source) จะสามารถถอดเข้ารหัส (encoder) เพื่อที่จะทำการส่งสารได้เท่าที่ประสบการณ์ที่ตนเองพึงมีเท่านั้น ในทำนองเดียวกันผู้รับสาร (destination) ก็สามารถรวมอยู่ในตัวคนอีกคนหนึ่งได้เช่นกัน ส่วนสัญญาณ (signal) นั่นก็คือภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร (destination) ก็สามารถถอดรหัส (decoder) เพื่อที่จะทำความเข้าใจกับสารที่ได้รับเท่าที่ประสบการณ์ที่ตนเองมีอยู่เท่านั้นเช่นกัน วงกลมสองวงที่ล้อมรอบผู้ส่งสารและผู้รับสาร แสดงถึงขอบเขตของประสบการณ์ของแต่ละฝ่าย หากทั้งสองฝ่ายมีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกันมาก การสื่อสารก็สะดวก ในทางตรงกันข้ามหากทั้งสองฝ่ายไม่มีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารก็จะเกิดขึ้นไม่ได้



ชแรมม์ ได้อธิบายเพิ่มเติมตามแบบจำลองที่ 3 ว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้นบุคคลแต่ละคนเป็นทั้งผู้เข้ารหัส (encoder) และผู้ถอดรหัส (decoder) แต่ละคนสามารถทำได้ทั้งส่งสารและรับสาร นอกจากนั้นแต่ละคนยังทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมาย (interpreter) ด้วย กล่าวคือ เมื่อเราถอดรหัส (decoder) เราก็ตีความรหัส (interpreter) แล้วเข้ารหัส (encoder) ต่อไป

ในแบบจำลองแบบที่ 4 ชแรมม์ได้เพิ่มองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารอีก 2 องค์ประกอบคือ การสื่อสารกลับ (feedback) และสื่อ (channel) แบบจำลองแบบที่ 4 มีลักษณะดังนี้



ชแรมม์ ได้ยกตัวอย่างอธิบายถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน โดยกล่าวว่า ในการสื่อสารระหว่างคน 2 คนนั้น มีการสื่อสารโต้ตอบกันกลับไปกลับมา กระบวนการตอบกลับ (return process) นี้เรียกว่า การสื่อสารกลับ (feedback)

ในการสื่อสารนั้นจะต้องอาศัยสื่อ (channel) ในการส่งสาร เราสามารถใช้สื่อในการสื่อสารได้พร้อม ๆ กันหลายสื่อในเวลาเดียวกัน สารแต่ละสารที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อแต่ละสื่อในเวลาเดียวกัน สามารถให้ความหมายแก่ผู้รับสารได้ทั้งนั้น เช่น ในขณะที่เราพูด (คลื่นเสียงและอากาศเป็นสื่อ) เราแสดงกิริยาอาการ (แสงเป็นสื่อ) ประกอบการพูด สารที่ส่งผ่านสื่อทั้ง 2 ชนิดนี้มีความหมายสำหรับผู้ฟังทั้งสิ้น

ชแรมม์ ได้สรุปว่าแบบจำลองกระบวนการสื่อสารตามที่ได้เสนอมานี้ ใช้อธิบายได้ทั้งการสื่อสารมวลชน การสื่อสารในกลุ่ม และการสื่อสารระหว่างกัน 2 คน



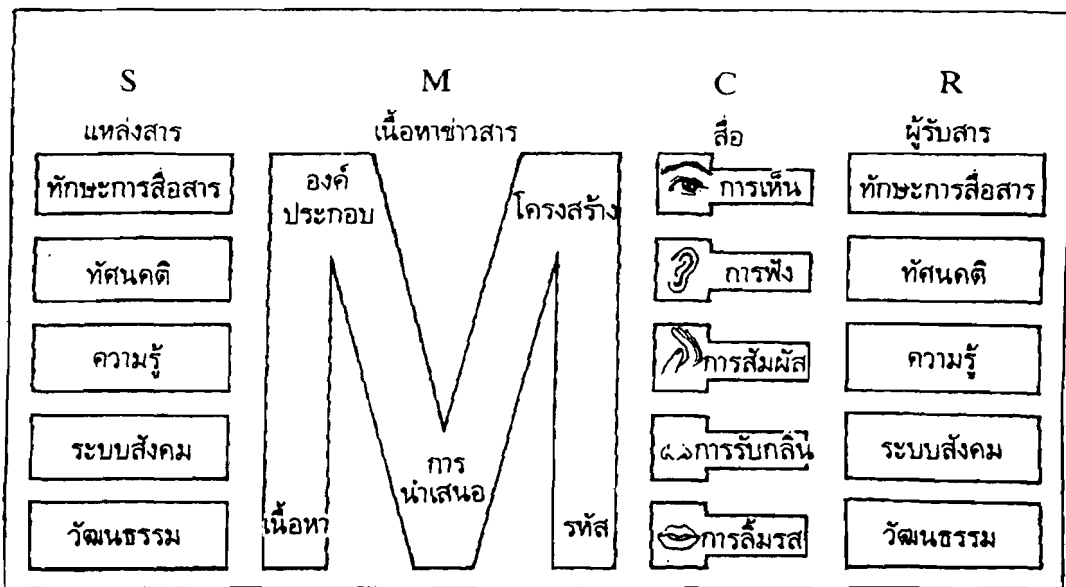
จากแบบจำลองที่ 4 เราจะเห็นได้ว่าซเรมมได้เสนอ แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication Process) โดยการสื่อสารกลับ (feedback) เป็นตัวแสดงลักษณะของการสื่อสารทางที่สอง

### แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โล (The Berlo Model)

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ได้อธิบายถึงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารไว้ในหนังสือชื่อ The Process of Communication โดยกล่าวว่าในกระบวนการสื่อสารนั้นมีองค์ประกอบอยู่ 6 ประการ คือ (อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 53-55)

1. ผู้ส่งสาร (communication source)
2. ผู้เข้ารหัส (encoder)
3. สาร (message)
4. สื่อ (channel)
5. ผู้ถอดรหัส (decoder)
6. ผู้รับสาร (communication receiver)

อย่างไรก็ตามเบอร์โลเห็นว่า ในกรณีของการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ผู้ทำหน้าที่ส่งสารและผู้ทำหน้าที่เข้ารหัสสามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้รวมเรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ในทำนองเดียวกันผู้ทำหน้าที่ในการถอดรหัสและผู้ทำหน้าที่ในการรับสาร ก็สามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้เช่นกัน รวมเรียกว่าผู้รับสาร (receiver) ดังนั้น องค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลจึงสามารถสรุปได้เหลือ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) สื่อ (channel) และผู้รับสาร (receiver) แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โลเป็นที่รู้จักกันดีในนามของ SMCR Model ซึ่งย่อมาจาก Source, Message, Channel และ Receiver ตามลำดับ แบบจำลองดังกล่าวมีลักษณะดังนี้



A MODEL OF THE INGREDIENTS IN COMMUNICATION

เบอร์โล กล่าวว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการนี้ ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร ปัจจัยของผู้ส่งสารประกอบด้วย

- ก. ทักษะในการสื่อสาร (communication skills)
- ข. ทัศนคติ (attitudes)
- ค. ความรู้ (knowledge)
- ง. ระดับสังคม (social system)
- จ. วัฒนธรรม (culture)

2. สาร ปัจจัยของสารประกอบด้วย

- ก. รหัส (code)
- ข. เนื้อหา (content)
- ค. การจัดเสนอ (treatment)

ทั้งรหัส เนื้อหา และการจัดเสนอสารนั้นประกอบด้วย ส่วนประกอบ (elements)

และโครงสร้าง (structure)

3. สื่อ

เบอร์โล กล่าวว่า สื่อมีความหมาย 3 ประการ คือ 1. หมายรวมถึง การเข้ารหัส และการถอดรหัส (mode of encoding and decoding) 2. หมายรวมถึง สิ่งที่น่าสาร (message

vehicle) เช่น คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น 3. หมายรวมถึงพาหนะของสิ่งที้นำสาร (vehicle-carrier) เช่น อากาศ

อย่างไรก็ตาม เบอร์โล กล่าวว่าสื่อในความหมายที่ 2 และ 3 นั้นเป็นเรื่องทางเทคนิค เป็นเรื่องของวิศวกร และนักวิทยาศาสตร์ ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ สื่อตามความหมายของเบอร์โล คือ ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก (sense mechanism) หรือการถอดรหัสของผู้รับสาร อันได้แก่ การเห็น (seeing) การได้ยิน (hearing) การสัมผัส (touching) การได้กลิ่น (smelling) และการลิ้มรส (tasting)

#### 4. ผู้รับสาร ปัจจัยของผู้รับสารประกอบด้วย

- ก. ทักษะในการสื่อสาร (communication skills)
- ข. ทัศนคติ (attitudes)
- ค. ความรู้ (knowledge)
- ง. ระบบสังคม (social system)
- จ. วัฒนธรรม (culture)

#### แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเวสลีย์และแมคลิน (The Westley and Mac Model)

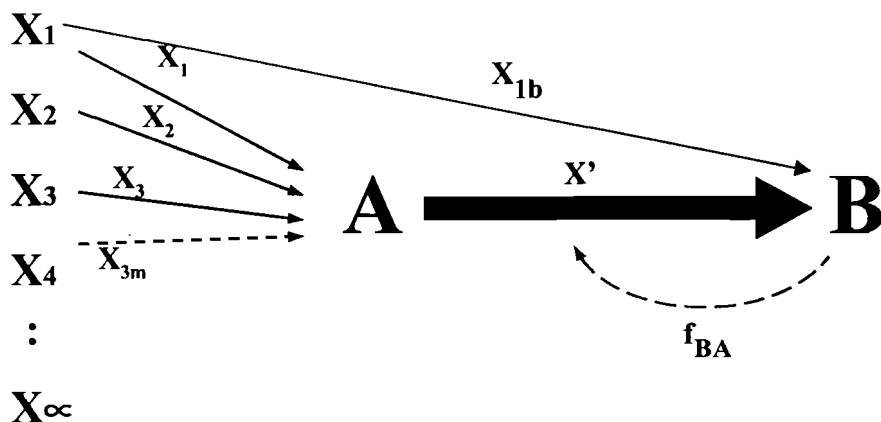
บรูซ เวสเลย์ และมาลคอล์ม แมคลิน (Bruce Westley and Malcolm Mac Lean) ได้พยายามสร้างแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่สามารถใช้อธิบายได้ ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face-to-face communication) และการสื่อสารมวลชน (Mass communication) และได้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างที่สำคัญ 2 ประการระหว่างการสื่อสารทั้ง 2 แบบนี้ ดังต่อไปนี้ (อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 48-50)

1. ในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากันนั้น คู่สื่อสาร (ผู้ส่งสารและผู้รับสาร) สามารถที่จะรับความรู้สึกของฝ่ายตรงข้ามได้มากกว่าการสื่อสารมวลชน เพราะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากัน มีประสาทที่จะสัมผัสความรู้สึกได้มากกว่า (more sense modalities) กล่าวคือ สามารถทั้งได้ยินเสียง (hearing) ได้เห็น (seeing) ตลอดจนจับต้องได้ (touching)

2. ในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากันนั้นทำให้คู่สื่อสาร ได้รับการสื่อสารกลับทันทีทันใด (immediate "feedback") กล่าวคือ สามารถทราบปฏิกิริยาและความรู้สึกของฝ่ายตรงข้ามได้รวดเร็ว ในขณะที่ในการสื่อสารมวลชนนั้น โอกาสที่คู่สื่อสารจะได้รับการสื่อสารกลับ (feedback) มีน้อยกว่าหรือเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (delayed "feedback")

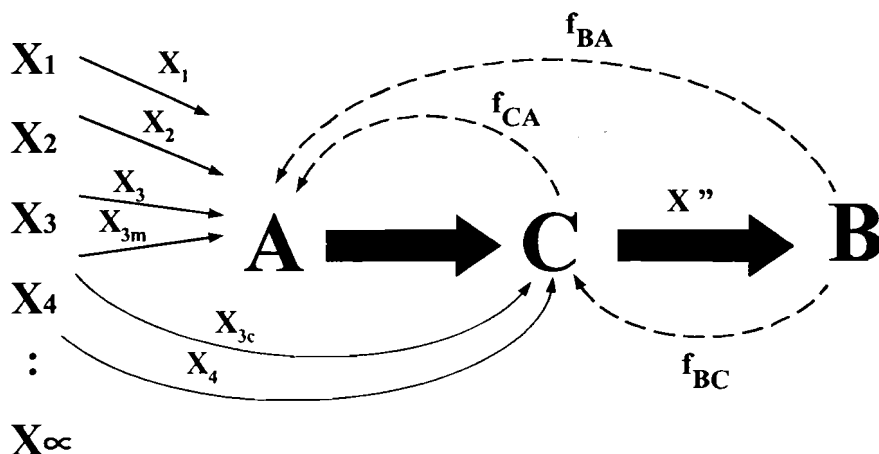
องค์ประกอบในกระบวนการการสื่อสารตามแบบจำลองของเวสเลย์ และแมคคิน ประกอบด้วย 1. สิ่งของและเหตุการณ์ (objects and events) 2. สาร (message) 3. ผู้ส่งสาร (source) 4. ผู้รับสาร (receiver) 5. การสื่อสารกลับ (feedback)

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเวสเลย์และแมคคิน แยกออกได้เป็น 2 แบบ แบบที่หนึ่ง คือ แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าคำตากัน ซึ่งมีลักษณะดังนี้



ผู้ส่งสาร (A) ได้พบเห็นสิ่งของหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ( $X_1$ ) ในบรรดาสิ่งของและเหตุการณ์ทั้งหลายที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมของตน ( $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_\infty$ ) เมื่อต้องการจะบอกเหตุการณ์นั้น ( $X_1$ ) ให้ผู้รับสาร (B) ทราบ ซึ่งผู้รับสารอาจจะทราบหรือไม่ทราบเหตุการณ์นั้นมาก่อนก็ได้ ( $X_{1b}$ ) ผู้ส่งสาร (A) จึงสร้างและส่งสารนั้นไป ( $X'$ ) ยังผู้รับสาร (B) เมื่อผู้รับสาร (B) ทราบ และมีความรู้สึกคิดอย่างไร ก็สื่อสารกลับ ( $f_{BA}$ ) ไปยังผู้ส่งสาร (A)

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารอีกแบบหนึ่งใช้สำหรับอธิบาย กระบวนการสื่อสารมวลชนซึ่งมีลักษณะดังนี้



ในแบบจำลองแสดงกระบวนการการสื่อสารมวลชน เวสเลย์และแมคลิน ได้เพิ่มองค์ประกอบเข้าไปอีกหนึ่งองค์ประกอบเรียกว่า Gatekeeper (C) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้รับสารในการคัดเลือกและถ่ายทอดข่าวสาร (สาร) จากสื่อมวลชนให้ผู้รับทราบ โดยปกติแล้วผู้ทำหน้าที่เป็น gatekeeper ก็คือ ผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ในสังคมและชุมชนทั้งหลายนั่นเอง

เวสเลย์และแมคลิน ได้อธิบายแบบจำลองกระบวนการการสื่อสารมวลชน ว่าเมื่อผู้ส่งสารอันได้แก่ สื่อมวลชน (A) ได้รับทราบเหตุการณ์ใดเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ( $X_1$ ) ในบรรดาเหตุการณ์ทั้งหลายที่อยู่ในสิ่งแวดล้อม ( $X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_\infty$ ) ก็รายงานเป็นข่าว ( $X'$ ) ออกไป เมื่อผู้นำความคิดเห็น (C) ได้ทราบรายงานข่าว ( $X'$ ) จากสื่อมวลชน (A) ก็นำมาเล่า ( $X''$ ) ให้ผู้รับสาร (B) ฟัง ในการเล่าให้ผู้รับสารฟังเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ปรากฏในรายงานข่าวนั้น ผู้นำความคิดเห็น (C) ได้เลือกเล่า โดยอาศัยทั้งข่าวจากสื่อมวลชน ( $X'$ ) และสอดแทรกความรู้สึกลึกซึ้งที่คิดตลอดจนประสบการณ์ของตน ( $X_3$  และ  $X_4$ ) เข้าไปด้วย

ในกรณีของการสื่อสารมวลชนนี้การสื่อสารกลับ (feedback) สามารถเกิดขึ้นได้ 3 ทาง ทางแรกคือ การสื่อสารกลับ (fBA) จากผู้รับสาร (B) ไปยังสื่อมวลชน (A) ทางที่สอง คือ การสื่อสารกลับ (fBC) จากผู้รับสาร (B) ไปยัง gatekeeper หรือผู้นำความคิดเห็น (C) และทางที่สามคือ การสื่อสารกลับ (fCA) จากผู้นำความคิดเห็น (C) ไปยังสื่อมวลชน (A)

ในการสื่อสารมวลชนนี้เราเห็นได้ว่ามี gatekeeper จำนวนมาก ( $C_s$ ) รับข่าวสารจากสื่อมวลชนจำนวนมาก ( $A_s$ ) และถ่ายทอดข่าวสารนั้นต่อไปยังประชาชนผู้รับสารจำนวนมาก ( $B_s$ )

### แบบจำลองกระบวนการสื่อสารตามแนวความคิดของโรเจอร์ส (The Rogers Concept)

เอฟเวอร์เรทท์ เอ็ม โรเจอร์ส (Rogers, 1973, หน้า 43) กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารคือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสาร (source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร

### แบบจำลองกระบวนการสื่อสารตามแนวความคิดของ โรเจอร์ส



กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับข่าวสาร แปลงเนื้อหาของสารให้เป็นรหัส (Encode) คือ แปลงข่าวสาร ความคิดเห็น ทักษะหรือความรู้สึกใด ๆ ให้อยู่ในลักษณะที่สามารถถ่ายทอดไปยังผู้อื่นได้ แล้วส่งเนื้อหาที่แปลงนี้ออกไปสู่ผู้รับ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารสมบูรณ์เมื่อเนื้อหาที่ส่งเป็นรหัสไปสู่ผู้รับนั้นได้ถูกถอดออก (Decode) และผู้รับได้รับรู้เนื้อหาที่ส่งไปนั้น แต่การที่จะตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่ก็แล้วแต่ประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร (Field of Experience) ในกระบวนการสื่อสารปฏิริยาซ้อนกลับ (Feedback) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อข่าวสารของผู้ส่งสาร ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาว่าการสื่อสารบรรลุผลสำเร็จหรือไม่

### แหล่งที่มา

โดยปกติในกระบวนการสื่อสารจะมีองค์ประกอบอย่างน้อย 6 ประการด้วยกัน คือ (อ้างถึงใน จินดา คุ่มกิตติชัย, 2532, หน้า 14)

1. ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร
2. สาร
3. ช่องทางที่สารถูกส่ง
4. ผู้รับสาร
5. ผลที่เกิดจากสาร
6. การสะท้อนกลับหรือปฏิริยาตอบสนอง

1. ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร อาจจะเป็นคน ๆ หนึ่งหรือคนหลาย ๆ คนที่ทำงานร่วมกัน เป็นองค์การที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลอื่นหรือองค์การอื่นทราบ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ

ก. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) คือ ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะบอก แจ้งหรือชี้แจงข่าวสารเรื่องราว เหตุการณ์ ข้อมูลหรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้ทราบหรือเกิดความเข้าใจ

ข. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Educate) ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะสอน วิชาความรู้หรือเรื่องราวที่มีลักษณะเป็นวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้ความรู้เพิ่มเติมขึ้นจากเดิม

ค. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) คือ การที่ผู้ส่งสารได้เสนอแนะสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และต้องการชักจูงให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตามหรือยอมรับปฏิบัติตาม การเสนอแนะของตน

ง. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) ในการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารปรารถนาที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรื่นเริงบันเทิงใจจากสารที่ตนส่งออกไปในรูปแบบต่าง ๆ

2. สาร หมายถึง สิ่งเร้าที่ผู้ส่งสารหรือแหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร สารอาจจะปรากฏในหลาย ๆ ลักษณะด้วยกัน เช่น ในลักษณะที่เป็นธรรมชาติของสาร คือ หมึกที่พิมพ์ลงบนแผ่นกระดาษ คลื่นเสียงในอากาศ หรือสารในลักษณะของสัญญาณที่ผู้รับสารสามารถแปลหรือเข้าใจได้สารถือได้ว่าเป็นผลผลิตของผู้ส่งสารที่ส่งไปตามช่องสารไปยังผู้รับสาร

3. ช่องทางที่สารถูกส่ง หมายถึง สื่อที่นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การเห็น ได้ยิน สัมผัส และลิ้มรส ผู้ส่งสารจะต้องเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมที่สุด โดยต้องคำนึงถึง

- เงินทุน
- กลุ่มเป้าหมาย
- เนื้อหาของสาร
- ข้อดีข้อจำกัดของสาร
- ค่าใช้จ่ายของสื่อแต่ละชนิด
- จำนวนผู้รับ
- พื้นฐานความรู้และขีดความสามารถของผู้รับ
- ผลย้อนกลับของสาร
- ความเหมาะสมของกาลเทศะ
- ความรีบด่วนในการสื่อสาร

4. ผู้รับสาร อาจจะเป็นคน ๆ หนึ่ง หรือคนกลุ่มหนึ่ง หรือเป็นองค์การก็ได้เช่นเดียวกับผู้ส่งสารหรือแหล่งสารโดยมีวัตถุประสงค์ คือ

ก. เพื่อทราบ (Understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารกับผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราวข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดที่มีผู้แจ้งหรือรายงานให้ทราบนั้นเป็นของใหม่ก็ทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารเพิ่มเติม หากข่าวสารที่ได้รับนั้น เป็นสิ่งที่ตนเคยทราบมาก่อนแล้วก็เป็นที่ยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่มีอยู่เดิม ผู้รับสารก็จะได้ใคร่ครวญว่าข่าวใดมีความน่าเชื่อถือ หรือมีความถูกต้องมากกว่ากัน

ข. เพื่อเรียนรู้ (Learn) การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสารในกรณีนี้ ลักษณะของสารมักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้และวิชาการ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการที่ทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

ค. เพื่อหาความพอใจ (Enjoy) โดยปกติคนเรานั้นนอกจากต้องการจะทราบข่าวสาร เหตุการณ์ และศึกษาหาความรู้แล้ว เรายังต้องการความบันเทิง ต้องการพักผ่อนหย่อนใจด้วย ดังนั้นในบางสถานการณ์ ผู้รับสารจึงมีความต้องการที่จะแสวงหาสิ่งที่สามารถสร้างความขบขัน บันเทิง และความสบายใจให้แก่ตนเองด้วย

ง. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเรานั้น สิ่งแรกที่เราต้องทำอยู่เสมอ คือ การตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในการตัดสินใจของคนเรานั้นมักจะได้รับการเสนอแนะหรือชักจูง

#### จ. แสวงหาความพอใจ

5. ผลที่เกิดจากสาร จะเป็นไปได้ตั้งแต่ผลในทางลบจนกระทั่งถึงผลในทางบวกหรือ อาจจะเป็นผลในระยะสั้น หรือผลในระยะยาวก็ได้

6. การสะท้อนกลับหรือมีปฏิริยาตอบสนอง เป็นการโต้ตอบสนองต่อสารที่ส่งมายัง บุคคลหรือองค์กรใน กระบวนการสื่อสารจึงเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน

### 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ในกระบวนการสื่อสารจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)
3. สื่อ (Media)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสาร ที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และมีพฤติกรรมไปในแนวที่ผู้ส่งสารปรารถนา (Rogers and Svenning, 1969)

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520) หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อ คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) (เสถียร เชย ประดับ, 2528)



## 1. สื่อมวลชน (Mass Media)

หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคล สามารถที่ส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

สื่อมวลชน (Mass Media) ในกระบวนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายและมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สิ่งที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุและสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

## 2. สื่อบุคคล (Personal Media)

หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

โรเจอร์ส (Rogers) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (Rogers, 1978) ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเบตติงเฮาส์ (Bettinghaus) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริม ความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่แต่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของ

ประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น (Bettinghaus, 1968)

แคทซ์ และ ลาซาสเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld) เห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน (Katz and Lazarsfeld, 1955)

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่า การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชนตามแนวความคิดของ ลาซาลเฟลด์ (Lazarsfeld) และคณะมี 4 ประการ คือ (Lazarsfeld and Manzel, 1968)

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จัก และนับถือ มากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-step flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จึงจะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่น ๆ ต่อกันไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติ หรือความคิดเห็นของตนเอง

ลงไปด้วย ทำให้ผู้รับสารคนท้าย ๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของกลุ่มสนทนาแรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Manzel and Katz, 1955)

นอกจากสื่อทั้งสองประเภทที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ถูกผู้ส่งสาร ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed Media) ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ จุลสาร สไลด์ เป็นต้น

ในเรื่องของการเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อเฉพาะกิจ ที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น แชรรมม์ (Schramm) กล่าวได้ว่า “จากหลักฐานที่ปรากฏชี้ให้เห็นว่า การโน้มน้าวใจโดยการเผชิญหน้า (Face-to-Face) จะมีประสิทธิภาพมากกว่าการโน้มน้าวใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media)” (Schramm, 1973)

นอกจากนี้ อาดัมส์ (Adams) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจ ไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิว ออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ (Adam, 1971)

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมชมเยือนสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว และอาจขยายความรวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปเข้าร่วมการประชุมทางธุรกิจหรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการวิจัยทางวิทยาศาสตร์ โดยผู้มาเยือนเหล่านี้สามารถใช้บริการคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ (เสรี วังไพจิตร, 2530, หน้า 11)

ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย (2527, หน้า 41) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ เบ็ดเสร็จ และปรากฏการณ์ทั้งหลาย ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยอย่างชั่วคราวของคน ต่างถิ่นที่พักอยู่ ทั้งนี้ มีเงื่อนไขมิใช่เป็นการตั้งหลักฐานเพื่อประกอบอาชีพเป็นการชั่วคราวหรือ ถาวร ทำให้เกิดผลกำไร

ชำนาญ ม่วงทับทิม (2527, หน้า 38-40) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวจากกรอบ การมองในแง่บทบาทของการท่องเที่ยว อาจให้ความหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 นัย คือ

ประการแรก ความหมายของการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยยกระดับรายได้ และมาตรฐาน ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้สูงขึ้น และถือว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าออกประเภท หนึ่งที่มีมองไม่เห็นตัว

ประการที่สอง เป็นการมองในความหมายของการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของ มนุษย์ ทั้งนี้ เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2537, หน้า 3) ได้ระบุถึง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพ

McIntosh and Gooldner (1986, p. 1) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำต่อกัน และกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้าน และชุมชนผู้เป็น เจ้าของบ้านในกระบวนการดึงดูดใจ และต้อนรับขับสู้นักท่องเที่ยว และผู้มาเยี่ยมชมอื่น ๆ

Robert Christie Nill and Alastair N. Norrissom (1988, pp. 6-7) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ (Recreation) ของมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นใน เวลาว่าง (Leisure Time) โดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่ง ซึ่งเป็นบ้านของตนเองไปสู่อีก ที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ถือว่าวัตถุประสงค์เพิ่มประสบการณ์ และความรู้เพื่อการ พักผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการตอบสนองตนเอง

ปัจจุบันได้มีนักวิชาการองค์การเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้พยายามที่จะให้คำนิยามของ “การท่องเที่ยว” โดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ กัน เช่น ยึดถือตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของ การเดินทาง ช่วงระยะเวลาของการเดินทาง และลักษณะของการเดินทาง ว่าอะไรไม่ใช้หรือไม่ใช้

การท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีความหมายอันใดเป็นความหมายสากล หรือมาตรฐานที่สามารถเป็นข้อสรุปอันเป็นที่พอใจของทุกคน

องค์การสหประชาชาติ (UN, 1978, หน้า 82-84) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

- 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงเชิงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร” พร้อมกับให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (Tourists)

Gea Makens and Choy (1984, p. 9) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นคือ นักท่องเที่ยวนั่นเอง”

McIntosh and Goeldner (1986, p. 4) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวมีความหมายได้ทั่ว ทั้งในด้านของการเป็นศาสตร์และศิลป์ และเป็นธุรกิจในการสร้างความพอใจให้นักท่องเที่ยว เช่น การจัดการด้านที่พักอาศัย และความสะดวกสบายต่าง ๆ เป็นต้น”

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2537, หน้า 3-4) กล่าวว่า การเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยว นั้นจำเป็นต้องมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ต้องมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งปกติจะประกอบไปด้วย
  - 1.1 การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทางกายภาพและทางจิตใจ เช่น การไปพักผ่อนที่สถานตากอากาศ การไปอาบน้ำแร่ เป็นต้น
  - 1.2 การเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น เช่น การได้เดินทางไปดูเห็นสังคม วัฒนธรรม การเมือง และภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากสิ่งแวดล้อมของตน
  - 1.3 การเดินทางเพื่อการแข่งหรือการชมกีฬา

1.4 การเดินทางเพื่อการสันถนาการ การไปชมการแสดง การไปชมโบราณสถาน ศิลปวัตถุ เป็นต้น

2. เป็นการเดินทางที่ผู้เดินทางนั้นไม่ได้ถูกบังคับ หากแต่เป็นไปด้วยความสมัครใจที่จะเดินทาง

3. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว อาจมีระยะเวลาน้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือมากกว่าจนเป็นปีก็ได้ แต่ไม่ว่าระยะเวลายาวนานเท่าใด ผู้เดินทางจะต้องมีความต้องการที่จะเดินทางกลับภูมิลำเนาของตน

จากที่กล่าวมาแล้ว ยังไม่มีความหมายที่เป็นมาตรฐานสากลที่เป็นข้อสรุป ให้ทุกคนพอใจได้ แต่พอจะสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการสมัครใจเดินทางจากที่อยู่อาศัยของตน เพื่อไปเที่ยวชม ทัศนศึกษา หรือร่วมกิจกรรม ณ สถานที่ต่าง ๆ โดยมีกำหนดระยะเวลาไปกลับที่ค่อนข้างแน่นอน ซึ่งแม้ว่าจะไปเพื่อทำธุรกิจ หรือหารายได้ด้วย น่าจะนับได้ว่าเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน เพราะเหตุผลสนับสนุนที่ว่า นักธุรกิจ ผู้หารายได้ที่แวะเที่ยวชม หรือร่วมกิจกรรม ณ สถานที่ท่องเที่ยวในขณะนั้น เขาย่อมที่จะต้องเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวไปโดยปริยาย

### ประเภทของการท่องเที่ยว

การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวประเภทใดนั้น ขึ้นอยู่กับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ เพื่อสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล

วรรณ วรชวานิช (2539, หน้า 17-18) กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตนและต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น สุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศและอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่มักจะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมี

โอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่น ๆ หลายอย่างมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกล ๆ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนั้นการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง หรือไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในชนบทรวมถึงการไปเยี่ยมชมเพื่อนฝูง เป็นต้น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน บางครั้งเป็นการไปเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสถานที่พักอาศัย การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ทัศนียภาพ ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังการเจ็บป่วยโดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักผ่อนจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาค้นคว้าความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาค้นคว้าความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่าง ๆ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ

ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ

ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่า เพื่อยิงนกตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลาย ๆ แบบ มักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนา มักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวก รวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง

จากจุดประสงค์ดังกล่าวข้างต้นทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้ากลายเป็นธุรกิจระหว่างชาติที่จะต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกัน ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการแข่งขันและปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศมากยิ่งขึ้น และมีรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบ Ecotourism หรือการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวแบบเกษตร (Agrotourism) เป็นต้น

สมพุทธ ธุระเจน (2540, หน้า 65) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจสามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจมีสิ่งจูงใจหลายอย่างหรือบางแห่งอาจมีสิ่งจูงใจเพียงอย่างเดียว สิ่งจูงใจในแหล่งท่องเที่ยวอาจแบ่งได้ดังนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ภูมิอากาศ ชายทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ทิวทัศน์ตามธรรมชาติ
2. ทรัพยากรวัฒนธรรม เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ
3. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสาธารณะ สวนสนุก
4. เทศกาล เช่น งานแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี งานช้างจังหวัดสุรินทร์
5. กิจกรรมเฉพาะอย่าง
6. สิ่งดึงดูดใจทางจิตวิทยา เช่น การล่องแก่งที่ค่อนข้างเสียวภัย การปีนเขา



ภาควิชาภูมิสถาปัตย์กรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2538, หน้า 4-5) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ตามลักษณะเด่นของความสนใจ และกิจกรรมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้าง อาคารที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ ปราสาท ป้อมปราการ นอกจากนี้ยังหมายความรวมถึง อนุสาวรีย์ต่างๆ ด้วย
2. ประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด โบสถ์ เจดีย์ ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา
3. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด ป่าไม้ แม่น้ำ ลำคลอง ภูเขา ถ้ำ น้ำตก น้ำพุร้อน ทะเลสาบ หนองบึง
4. ประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงละครและการแสดง ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ร้านขายของในศูนย์การค้าต่างๆ
5. ประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม อาจเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ทำเครื่องเงิน จักสาน ทอผ้า ทำร่ม ปั่นหม้อ ปั่นโอ่ง
6. ประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม ศูนย์วิจัยหรือย่านที่มีการผลิตสินค้าประจำวัน ประเพณีประจําถิ่น
7. ประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา สวนสนุก

นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ และปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่มีผลให้เกิดการเพิ่มการลดความต้องการทางการท่องเที่ยว คือ ลักษณะเฉพาะฤดูกาล ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะสิ่งดึงดูดใจ ความยากลำบากในการคมนาคมและแม้แต่ความสามารถที่จะไปเที่ยวได้ของนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะสวยงามชวนดูหรือมีกิจกรรมน่าสนใจเฉพาะฤดูหนาวหรือฤดูร้อนเท่านั้น เช่น การไปดูดอกบัวตองบานก็จะไปได้เฉพาะช่วงเดือนพฤศจิกายนของแต่ละปีเท่านั้น เป็นต้น

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

สำหรับ “นักท่องเที่ยว” นั้น องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO : World Tourism Organization) ได้เสนอคำนิยามไว้โดยใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.5.1 นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourists) ได้แก่ ผู้มาเยือนชั่วคราวโดยพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และการเดินทางนั้นมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ เพื่อการใช้เวลาว่างไปในการพักผ่อน การบันเทิง สุขภาพ ศาสนา และการศึกษาเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจ การเยี่ยมญาติ การปฏิบัติภารกิจต่างๆ และการประชุมสัมมนา

2.5.2 นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) โดยทั่วไปใช้คำว่า “นักท่องเที่ยว” ได้แก่ ผู้มาเยือนเป็นการชั่วคราว โดยใช้เวลาอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง ทั้งนี้รวมถึง ผู้โดยสารที่กับเรือเดินสมุทรด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2525, หน้า 4)

จากคำจำกัดความที่กำหนดโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ WTO ดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำนิยาม “นักท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ในประเทศไทยครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 90 วัน โดยเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ ที่ไม่ใช่มาทำงานทำ หรือการหารายได้ในประเทศไทย นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์การประชุม / สัมมนา การทูต การติดต่อธุรกิจ การค้าขาย หรือเดินทางมากับเรือเดินสมุทรแวะพักค้างคืน และเดินทางออกไป แต่สำหรับผู้เดินทางที่แวะเพื่อติดต่อเครื่องบิน เดินทางผ่าน หรือผู้ที่อาศัยอยู่ติดชายแดน มาเข้ากลับเย็นจะไม่นับรวมเป็นนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยงที่เข้ามาเยือนประเทศไทยนั้น ประกอบด้วยนักท่องเที่ยงที่ถือหนังสือสำคัญ 2 ประการ คือ

- นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทาง (Passport) คือ นักท่องเที่ยวทุกๆ ไป
- นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือผ่านแดน (Border Pass) คือ นักท่องเที่ยวที่อยู่ติดเขตแดนประเทศไทย ซึ่งเข้ามาเยือนประเทศไทยได้นาน 15 วัน

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง บุคคลที่เดินทางออกจากท้องถิ่นที่ตนเองพำนักอยู่จากจังหวัดหนึ่งไปยังอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทค้างแรม และประเภทเข้าไปเย็นกลับ นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะประกอบด้วยคนไทย (Thai National) คนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศ (Thailand Residence) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (International Tourists) ที่เข้ามาเยือนประเทศแล้วเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

3. นักท่องเที่ยวคนไทย หมายถึง กลุ่มคนไทยที่เดินทางออกนอกประเทศไทยและไปพำนักอยู่ต่างประเทศไม่เกิน 90 วัน โดยมีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวประเภทที่ 1 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540, หน้า 5-8)

McIntosh and Goeldner (1986, p.8) กล่าวถึงคุณสมบัติของนักท่องเที่ยวว่าจะต้องมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ที่เดินทางไปเพื่อความเพลิดเพลิน ด้วยเหตุผลทางครอบครัว ด้วยเหตุผลทางสุขภาพ และอื่นๆ ในทำนองนี้

- 2) ผู้ที่เดินทางไปประชุม หรือเดินทางไปเสนอผลงาน / ความสามารถต่างๆ (เช่น ผลงานทางด้านวิทยาศาสตร์ การบริหาร การทูต การศาสนา การกีฬา และอื่นๆ)
- 3) ผู้ที่เดินทางไปด้วยเหตุผลทางธุรกิจ
- 4) ผู้ที่เดินทางเข้าไปโดยเรือสมุทร ก็จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงประกอบไปด้วยกิจกรรมและบริการ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเดินทาง เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม สถานขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้า สถานบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการที่เต็มไปด้วยอัธยาศัยไมตรี ต่อผู้คนที่เดินทางจากบ้านตนเองมายังท้องถิ่นอื่น ซึ่งในที่นี้หมายความรวมถึง บริการสำหรับนักท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องไปถึงนักท่องเที่ยวทุกสาขาด้วย (เสรี วังสีไพจิตร, 2534, หน้า 18)

### 3. สภาพของพื้นที่ที่ศึกษา

เพชรบุรี เป็นจังหวัดในภาคกลางที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 123 กม. เป็นเมืองเก่าที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน โดยมีชื่อปรากฏอยู่ในศิลาจารึกหลักที่หนึ่งสมัยสุโขทัยและพบหลักฐานทางโบราณคดีซึ่งมีอายุย้อนไปถึงสมัยขอมและสมัยทวารวดี ทั้งยังคงเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญชั้นเมืองลูกหลวงในสมัยอยุธยา

เพชรบุรี มีพื้นที่ 6,255.138 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศทางด้านทิศตะวันตกเป็นป่าเขาสลับซับซ้อน มีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเส้นกั้นอาณาเขตระหว่างไทยกับสหภาพเมียนมาร์ ส่วนทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบไปจนถึงชายฝั่งทะเลอ่าวไทย พื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรีมีแม่น้ำสำคัญไหลผ่าน 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำเพชรบุรี แม่น้ำบางกลอย และแม่น้ำบางตะบูน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีการทำนา สวนผลไม้ ทำน้ำตาลโตนด เลี้ยงสัตว์ และทำการประมง

จังหวัดเพชรบุรี แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเพชรบุรี อำเภอเขาชัย อำเภอนองหญ้าปล้อง อำเภอบ้านแหลม อำเภอบ้านลาด อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน และอำเภอชะอำ สำหรับคำขวัญของจังหวัดเพชรบุรี คือ “เขาวังคูบ้าน ขนมหวานเมืองพระ เลิศล้ำ ศิลปะ แดนธรรมะ ทะเลงาม”

## อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี
ทิศใต้	ติดต่อกับอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อชายฝั่งทะเลอ่าวไทย
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับสหภาพเมียนมาร์

## การเดินทาง

**รถยนต์** ทางที่สะดวกและใกล้ที่สุดคือ จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 35 (สายธนบุรี-ปากท่อ) ผ่านสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และอำเภอปากท่อ แล้วแยกเข้าทางหลวงหมายเลข 4 ไปจังหวัดเพชรบุรี รวมระยะทางประมาณ 123 กม. หรือจากกรุงเทพฯ เดินทางไปตามทางหลวงหมายเลข 4 ผ่านจังหวัดนครปฐม ราชบุรี ไปยังเพชรบุรี เป็นระยะทาง 166 กม.

**รถโดยสารประจำทาง** จากกรุงเทพฯ มีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 0-2435-1199 หรือรถโดยสารของบริษัทเอกชนติดต่อที่เพชรบุรีทัวร์ โทร. 0-2435-7408 นอกจากนี้ ยังสามารถโดยสารรถประจำทางสายใต้หลายสายที่วิ่งผ่านเพชรบุรี เช่น สายกรุงเทพฯ-ชุมพร สายกรุงเทพฯ-หัวหิน-ปราณบุรี เป็นต้น จากกรุงเทพฯ ยังสามารถเดินทางไปยังอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเพชรบุรีได้ คือ กรุงเทพฯ-ชะอำ กรุงเทพฯ-ท่าสาย กรุงเทพฯ-บ้านแหลม อีกด้วย

นอกจากนี้ จากตัวเมืองเพชรบุรียังมีรถโดยสารไปหัวหิน ปราณบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และราชบุรี

**รถไฟ** จากกรุงเทพฯ มีบริการรถไฟไปเพชรบุรีและอำเภอชะอำทุกวัน รถไฟออกจากสถานีรถไฟหัวลำโพง สอบถามรายละเอียดติดต่อหน่วยบริการเดินทาง โทร. 1960, 0-2220-4334, 0-2621-8701 ต่อ 4334 หรือ [www.railway.co.th](http://www.railway.co.th) และยังมีรถไฟออกจากสถานีรถไฟธนบุรี (บางกอกน้อย) ทุกวัน สอบถามรายละเอียดติดต่อ โทร. 0-2411-3102

## แหล่งท่องเที่ยว

**เพชรบุรี** เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก ถ้ำ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน เช่น เขาวัง พระราชวังรามราชนิเวศน์หรือวังบ้านปืน พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน วัด

มหาธาตุวราวิหาร เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม เช่น ร้านขายขนมหวาน ข้าววัง หุบกะพง เป็นต้น ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะอำเภอเมือง และอำเภอชะอำ เพียง 2 อำเภอ เท่านั้น ซึ่งรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง มีดังนี้

### อำเภอเมืองเพชรบุรี

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เป็นโบราณสถานเก่าแก่คูเมืองเพชรบุรี ตั้งอยู่บนยอดเขาใหญ่ 3 ยอด ยอดที่สูงที่สุดสูง 95 เมตร แต่เดิมชาวบ้านเรียกภูเขานี้ว่า “เขาสมน” พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทรงพอพระราชหฤทัยที่จะสร้างพระราชวังสำหรับเสด็จแปรพระราชฐานขึ้นบนยอดเขาแห่งนี้ จึงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยา ศรีสุริยวงศ์ (ช่วง บุนนาค) ซึ่งในขณะนั้นเป็นพระสมุหกลาโหมเป็นแม่กองก่อสร้าง จนสำเร็จเรียบร้อยเมื่อปี พ.ศ. 2403 ทรงพระราชทานนามว่า พระนครคีรี แต่ชาวเมืองเพชรเรียกกันติดปากว่าเขาวังสืบมา จนบัดนี้ พระนครคีรีมีพระที่นั่ง พระตำหนัก วัด และกลุ่มอาคารต่างๆ มากมาย ส่วนใหญ่เป็นสถาปัตยกรรมตะวันตกแบบนีโอคลาสสิก ผสมสถาปัตยกรรมจีน ตั้งอยู่บนยอดเขาใหญ่ๆ 3 ยอดด้วยกัน ดังนี้

ยอดเขาด้านทิศตะวันออก บริเวณไหล่เขาเป็นที่ตั้งของวัดมหาสมณาราม ภายในพระอุโบสถมีภาพเขียนฝีมือชรัอิน โข่งบนผนังทั้งสี่ด้าน เป็นวัดประจำพระราชวังพระนครคีรี เช่นเดียวกับวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งเป็นวัดประจำพระบรมมหาราชวังในกรุงเทพฯ ภายในวัดพระแก้วประกอบด้วยพระอุโบสถขนาดเล็ก ประดับด้วยหินอ่อน ด้านหลังเป็นพระพุทธรูปเสลดเจดีย์ ด้านหน้าพระอุโบสถเป็นหอรระฆังรูปสี่เหลี่ยมย่อมุมขนาดเล็ก

เขายอดกลาง เป็นที่ประดิษฐานพระธาตุจอมเพชร มีความสูง 40 เมตร บรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ภายใน จากจุดนี้สามารถมองเห็นพระที่นั่งต่างๆ บนยอดเขาอีก 2 ยอด รวมทั้งทิวทัศน์ของตัวเมืองเพชรบุรีได้อีกด้วย

ยอดเขาด้านทิศตะวันตก เป็นที่ตั้งของพระราชวังที่ประทับ อันได้แก่ พระที่นั่งเพชรภูมิไพโรจน์ พระที่นั่งปราโมทย์มไหสวรรย์ พระที่นั่งเวษยันต์วิเชียรปราสาท พระที่นั่งราชธรรมสภา หอชัชวาลเวียงชัย หอพิมานเพชรมเหศวร์ พระที่นั่งสันถาคารสถาน หอจตุเวทปริตพจน์ ศาลาทักษานักขัตฤกษ์ นอกจากนี้แล้ว ยังมีโรงรถ โรงม้า ศาลาหัดเล็ก ศาลาลูกขุน ศาลาด่าน ศาลาเย็นใจ ทิมดาบองครักษ์ โรงครัว ตามแบบพระราชวังทั่วไป รอบพระราชวังมีป้อมล้อมอยู่ทั้ง 4 ทิศ คือ ป้อมธรรฐ ป้อมปกทางทิศตะวันออก ป้อมวิรุพหกบริรักษ์ทางทิศใต้ ป้อมวิรุปักษ์ ป้อมกันทางทิศตะวันตก และป้อมเวสสุวรรณรักษาทางทิศเหนือ

กรมศิลปากรได้ใช้บางส่วนของพระราชวังบวรฯ ด้านทิศตะวันตกนี้จัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนครศรีอยุธยา ภายในเก็บรักษาโบราณวัตถุต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องราชูปโภคของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รูปหล่อโลหะสำริดและทองเหลืองที่ใช้สำหรับตกแต่งห้องต่าง ๆ ในพระที่นั่ง และเครื่องกระเบื้องของจีน ญี่ปุ่น และยุโรป เฉพาะส่วนของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาตินี้เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 08.30-16.00 น.

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 08-30-16.30 น. ค่าเข้าชม (รวมค่าเข้าชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนครศรีอยุธยา) ชาวไทย 20 บาท ชาวต่างประเทศ 40 บาท นักท่องเที่ยวสามารถขึ้นชมอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (เขาวัง) ได้โดยการเดินขึ้นหรือโดยสารรถรางไฟฟ้า (ตัวไป-กลับ) ค่าบริการ ผู้ใหญ่ 30 บาท เด็ก 10 บาท สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 0-3242-5600

**วัดพุทธไสยาสน์** ตั้งอยู่เชิงเขาวังด้านทิศใต้ ถนนศิริรัฐยา ไม่ไกลจากศาลหลักเมือง เป็นวัดเก่าแก่สมัยอยุธยา ประดิษฐานพระพุทธรูปปางไสยาสน์ที่มีลักษณะงดงามและมีขนาดใหญ่ สร้างด้วยอิฐตลอดทั้งองค์และลงรักปิดทอง ฝีมือช่างสมัยอยุธยา

**วัดเขานันไดอิฐ** ไปตามทางหลวงหมายเลข 4 และเลี้ยวขวาเข้าทางหลวง 3171 ห่างจากเขาวังประมาณ 2 กม. เป็นเขาขนาดย่อมมียอดสูง 121 เมตร วัดนี้สร้างขึ้นในสมัยอยุธยา เป็นสำนักวิปัสสนากรรมฐานที่มีชื่อเสียง สมเด็จพระเจ้าเสือเคยเสด็จมาฝากตัวเป็นศิษย์ของวัดนี้ ในอดีตวัดเขานันไดอิฐมีชื่อเสียงมากทางวิทยาคมในช่วงที่หลวงพ่อด่าง พระเกจิชื่อดังของจังหวัดเพชรบุรี เป็นเจ้าอาวาส ทำให้มีผู้ให้ความเคารพและเดินทางมาสักการะเป็นจำนวนมาก วัดนี้เป็นวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านความงามของศิลปะปูนปั้นชั้นครูที่ฝากผลงานไว้เหนือหน้าบันพระอุโบสถ นอกจากนั้น บริเวณวัดยังมีถ้ำให้ชมอีกหลายแห่ง ถ้ำแรกคือ “ถ้ำประทุน” มีพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่ตามผนังถ้ำทั้งสองด้าน ลึกเข้าไปจะเป็น “ถ้ำพระเจ้าเสือ” ที่ชื่อเช่นนี้เพราะมีเรื่องเล่ากันว่า พระเจ้าเสือได้เสด็จมาหาอาจารย์แสง และได้ถวายพระพุทธรูปยืนปางห้ามสมุทรประดิษฐานไว้ในถ้ำแห่งนี้ ถัดจากถ้ำนี้เข้าไปทางด้านใต้เป็น “ถ้ำพระพุทธไสยาสน์” จะเห็นพระนอนองค์ใหญ่ประดิษฐานอยู่ และตรงซอกผนังถ้ำมีประทุนเรือทำด้วยไม้เก๋ ๆ เป็นประทุนเรือที่พระเจ้าเสือถวายอาจารย์แสง นอกจากถ้ำทั้งสามนี้แล้ว ยังมีถ้ำอื่น ๆ เช่น ถ้ำพระอาทิตย์ ถ้ำพระจันทร์ ถ้ำสว่างอารมณ์ ถ้ำข้างเฝือก และถ้ำคู่คี่ซึ่งมีชื่อตามคู้ โยฮันเบิร์ต ผู้สำเร็จราชการเมืองบอร์นสวิก (Braunschweig) ประเทศเยอรมนี ผู้เคยมาเยือนเพชรบุรีและมาเที่ยวถ้ำแห่งนี้

ถ้าเขาหลวง อยู่บนเขาหลวง ห่างจากเขาวังประมาณ 5 กม. จากเชิงเขามีบันไดคอนกรีต นำสู่ทางลงถ้ำ เขาหลวงเป็นภูเขาขนาดเล็กมีความสูง 92 เมตร มีหินงอกหินย้อยสวยงาม ภายในมีปล่องที่แสงอาทิตย์สามารถส่องเข้ามาภายในถ้ำได้ ทำให้สวยงามยิ่งขึ้น ถ้ำเขาหลวงถือเป็นถ้ำใหญ่และสำคัญที่สุดในเมืองเพชร ภายในถ้ำประดิษฐานพระพุทธรูปฉลองพระองค์อันสำคัญยิ่ง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเคยเสด็จประพาสมาและทรงโปรดถ้ำแห่งนี้มาก ทั้งยังทรงบูรณะพระพุทธรูปเก่าแก่ที่มีมาแต่โบราณภายในถ้ำนี้หลายองค์ด้วยกัน และโปรดให้สร้างบันไดหินลงไปในถ้ำ ตรงทางเข้าเชิงเขาหลวงด้านขวามือมีวัดใหญ่อยู่วัดหนึ่ง ชาวเมืองเรียกว่า “วัดถ้ำกลบ” ปัจจุบันชื่อ “วัดบุญทวี” ซึ่งเป็นวัดใหญ่น่าชมมาก เพราะท่านเจ้าอาวาสวัดนี้เป็นช่าง ได้ออกแบบและสร้างศาลาการเปรียญที่ใหญ่โต ประตูปอสต์เป็นไม้สลักลายสวยงามมาก วัดถ้ำกลบนี้มีตำนานเล่าว่า ปากถ้ำกลบที่วัดนี้คือทางเข้าสู่เมืองลับแลอันเป็นเมืองที่มีแต่หญิงสาวทั้งนั้น แต่ก็ยังเป็นเพียงตำนานของชาวเมืองเพชรนับร้อยปีมาแล้ว

**วัดมหาธาตุวรวิหาร** ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเพชร ห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 500 เมตร ภายในวัดมีพระปรางค์ห้ายอด สร้างตามศิลปะขอม ปรางค์แต่ละองค์สร้างด้วยศิลาแลง ปรางค์องค์ใหญ่สูง 42 เมตร ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ ภาพปูนปั้นที่ประดับอยู่ตามพระอุโบสถวิหารหลวง รวมถึงศาลาภายในวัดล้วนเป็นฝีมือช่างเมืองเพชร ซึ่งงดงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ ในวิหารยังบรรจุพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวเพชรบุรีนับถือมาก คือ รูปหลวงพ่อดมมหาธาตุ รูปหลวงพ่อบ้านแหลม และรูปหลวงพ่อดมเขาตะเครา

**วัดใหญ่สุวรรณาราม** อยู่ที่ถนนพยุหะสุริยา ห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 1 กม. วัดนี้สร้างในสมัยกรุงศรีอยุธยา และได้มีการบูรณะในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ภายในวัดมีศาลาการเปรียญ เป็นพระตำหนักไม้สักทั้งหลังที่พระเจ้าเสือแห่งกรุงศรีอยุธยาพระราชทานแด่พระสังฆราชชาวเพชรบุรี ศาลาการเปรียญนี้มีการแกะสลักไม้ที่สวยงาม โดยเฉพาะบานประตูสลักลายก้านขดปิดทอง และยังมีธรรมาสันเทศน์ ซึ่งแกะสลักลงรักปิดทองรูปทรงเป็นบุษบกทั้งงดงามและสมบูรณ์ บนผนังภายในพระอุโบสถ มีภาพเขียนเทพชุมนุม อายุกว่า 300 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าชมศิลปกรรมในพระอุโบสถและศาลาการเปรียญ ต้องไปติดต่อขอกุญแจที่เจ้าอาวาส

**วัดกำแพงแลง** ตั้งอยู่ที่ถนนพระทรง ห่างจากศาลากลางจังหวัดประมาณ 2 กม. วัดนี้เดิมเป็นเทวสถานในสมัยขอม สร้างตามลัทธิศาสนาพราหมณ์ ต่อมาเมื่ออิทธิพลของศาสนาพุทธได้แผ่ขยายเข้ามาในบริเวณนั้น จึงได้ตัดแปลงเทวสถานแห่งนี้เป็นศาสนสถานในพุทธศาสนานิกายมหายาน และหินยานตามลำดับ เทวสถานี่สร้างขึ้นเดิมมีปรารค์ 5 หลัง ทำด้วยศิลาแลง ปัจจุบันเหลือเพียง 4 หลัง สันนิษฐานว่าปรารค์แต่ละหลังใช้เป็นที่ประดิษฐานเทวรูป เช่น พระอิศวร พระนารายณ์ พระพรหม พระนางอูมา เพราะเมื่อปี พ.ศ. 2499 มีผู้ขุดพบรูปสลักของพระนางอูมาในปรารค์องค์หนึ่งที่พังลง วัดนี้เมื่อตัดแปลงเป็นศาสนสถานในพุทธศาสนาแล้วได้สร้างพระอุโบสถขึ้น โดยมีได้เปลี่ยนสภาพเดิมไปมากนัก จะเห็นได้ว่ารอบๆ วัดยังมีกำแพงที่ก่อด้วยศิลาแลงล้อมรอบอยู่

**หาดเจ้าสำราญ** เป็นชายหาดที่เคยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญมากตั้งแต่สมัยโบราณ ตามประวัติเล่ากันว่า สมเด็จพระนเรศวรมหาราชเคยเสด็จมาที่นี่พร้อมด้วยสมเด็จพระเอกาทศรถ ทรงพอพระราชหฤทัยในความงามของหาดแห่งนี้มาก ทรงประทับแรมอยู่หลายวัน จนกระทั่งชาวบ้านเรียกหาดนี้ว่า หาดเจ้าสำราญ มาจนปัจจุบัน หาดเจ้าสำราญเจริญถึงขีดสุดในสมัยรัชกาลที่ 6 และมีชื่อเสียงกว่าชายทะเลแห่งใดในเมืองไทยสมัยนั้น พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระตำหนักที่ประทับขึ้น ณ ริมหาดแห่งนี้เรียกว่า พระตำหนักหาดเจ้าสำราญ สำเร็จในปี พ.ศ. 2461 ต่อมาเรือไปสร้างใหม่ที่บริเวณอำเภอชะอำ เรียกชื่อว่า พระราชวินศน์มฤตทายวัน บริเวณหาดมีที่พักและร้านอาหารบริการด้วย

การเดินทาง อยู่ห่างจากตลาดเมืองเพชรบุรี 15 กม. ตามทางหลวงหมายเลข 3177 ผ่านสถาบันราชภัฏเพชรบุรีไปประมาณ 13 กม. สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง สามารถนั่งรถสองแถวที่วิ่งระหว่างตัวเมือง-หาดเจ้าสำราญ รถจะจอดบริเวณข้างธนาคารกรุงไทย ถนนวัดท่อ ใกล้หอนาฬิกา มีบริการตั้งแต่เวลา 07.30-18.15 น.

**พระรามราชนิเวศน์ หรือพระราชวังบ้านปืน** ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านหม้อ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีพระราชประสงค์ให้สร้างด้วยพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ เพื่อเป็นพระราชนิเวศน์สำหรับประทับแรมในฤดูฝน ทรงโปรดเกล้าฯ ให้จัดซื้อที่จากราษฎรและให้จอมพลเรือสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอเจ้าฟ้าบริพัตรสุขุมพันธุ์ กรมพระนครสวรรค์วรพินิตกับสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ เป็นแม่กองจัดการก่อสร้าง สร้างแบบสถาปัตยกรรมยุโรป ออกแบบโดยมิสเตอร์คาล เดอริง ชาวเยอรมัน เริ่มก่อสร้างในปี พ.ศ. 2452 แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2459 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระราชทานนามว่า พระที่นั่งศรเพ็ชรปราสาท และทรงเปลี่ยนเป็นพระรามราชนิเวศน์เมื่อปี พ.ศ. 2461 ใช้เป็นที่รับรอง



แขกเมือง ในสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ใช้เป็นที่ตั้งของ  
โรงเรียนผู้กำกับลูกเสือ โรงเรียนฝึกหัดครูเกษตรกรรม โรงเรียนประชาบาลประจำตำบล

พระรามราชนิเวศน์ เปิดให้เข้าชมทุกวันเวลา 08.00-16.00 น. โดยไม่เสียค่าเข้าชม  
สำหรับผู้ที่ต้องการจะเข้าชมเป็นหมู่คณะ และต้องการวิทยากรบรรยาย สามารถทำหนังสือถึงผู้  
บังคับการทหารบกจังหวัดเพชรบุรี ค่าชมพระรามราชนิเวศน์ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี  
76000 โทร. 0-3242-8506-10 ต่อ 259

### อำเภอชะอำ

**หุบกะพง** โครงการพระราชประสงค์หุบกะพง อยู่ในตำบลเขาใหญ่ และตำบลชะอำ  
อำเภอชะอำ โครงการนี้เริ่มปี พ.ศ. 2507 ตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่จะ  
ช่วยเหลือเกษตรกร กลุ่มชาวสวนผักชะอำที่ยากจนไม่มีที่ดินทำกิน จึงได้ให้คณะกรรมการพัฒนา  
เศรษฐกิจ สังคมแห่งชาติ จัดหาที่ดินในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำมา  
จัดสรรให้แก่เกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อน และได้รับความช่วยเหลือจากประเทศอิสราเอล ใน  
การส่งผู้เชี่ยวชาญการพัฒนารูปแบบทาสายต่าง ๆ ภายได้ชื่อ โครงการไทย-อิสราเอล เพื่อพัฒนา  
ชนบทหุบกะพง โครงการนี้เริ่มเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2509 ถึงวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2514  
คณะกรรมการได้เลือกที่ดินบริเวณหุบกะพงและทำการสำรวจวิเคราะห์ดิน แบ่งที่ดินให้เกษตรกร  
ทำการเพาะปลูก จัดระบบชลประทาน ศูนย์สาริตทดลองการเกษตร ปรับปรุงและศึกษาข้อมูล  
เกี่ยวกับการปลูกพืชผลต่าง ๆ ตามความต้องการของตลาด แนะนำให้เกษตรกรรู้จักการปลูกพืช  
ตามหลักวิชาการ และจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรหุบกะพงส่งเสริมให้เกษตรกรแปรรูปผลิตผลทาง  
การเกษตร และทำหัตถกรรมเครื่องจักสานจากป่านศรนารายณ์และหญ้าแฝก นักท่องเที่ยวสามารถ  
ซื้อผลิตผลทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์จากป่านศรนารายณ์และหญ้าแฝก เช่น กระเป๋า หมวก  
รองเท้า ตะกร้า และผลไม้อบแห้ง ได้ที่ศูนย์ศิลปาชีพป่านศรนารายณ์หุบกะพง เปิดให้ชมและ  
เลือกซื้อทุกวัน เว้นวันอังคาร เวลา 08.30-18.00 น. นอกจากนั้นในโครงการฯ ยังมีห้อง  
ประชุมสัมมนา บ้านพักบริการสำหรับผู้ที่ต้องการจะจัดประชุมสัมมนา สอบถามเพิ่มเติมได้ที่  
โทร. 0-3247-1100.0-3247-1543

การเดินทาง ประมาณ 4 กม. ตามเส้นทาง 3203 ตรงหลักกม.ที่ 201-202 จะมีทางลาด  
ยางแยกขวามือ เข้าไปอีก 6 กม.

หาดชะอำ อยู่ห่างจากตัวเมืองเพชรบุรี 41 กม. มีทางแยกซ้ายเข้าชายหาด ระยะทาง 2 กม. เป็นชายหาดที่สวยงามและมีชื่อเสียงของจังหวัดเพชรบุรี เดิมชะอำเป็นเพียงตำบลหนึ่งขึ้นอยู่กับอำเภอหนองจอก แต่ภายหลังที่หัวหินมีชื่อเสียง ที่คิบบแถบชายทะเลถูกจับจองหมด เจ้านายชั้นผู้ใหญ่สมัยนั้นจึงพยายามหาสถานที่พักผ่อนแห่งใหม่ โดยการนำของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระนราธิปประพันธ์พงศ์ และได้พบว่าหาดชะอำเป็นชายหาดที่สวยงามไม่แพ้หัวหิน ชะอำจึงเริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่นั้นมาชะอำได้รับการพัฒนาเจริญเติบโตขึ้นและยกฐานะเป็นอำเภอจนถึงปัจจุบัน

การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดขบวนรถไฟพิเศษนำเที่ยวกรุงเทพฯ-ชะอำ ทุกวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ รายละเอียดติดต่อหน่วยบริการเดินทาง โทร. 0-2621-8701 ต่อ 5217

**ศูนย์เพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์สัตว์ป่าห้วยทราย** ห่างจากอำเภอชะอำ 14 กม. อยู่บริเวณหลัก กม. ที่ 220 เลี้ยวขวาไปทางเดียวกับวิทยาลัยเกษตรกรรมเพชรบุรี เข้าไปประมาณ 4 กม. เป็นศูนย์อนุรักษ์และขยายพันธุ์สัตว์ป่าหลายชนิด ภายในศูนย์ฯ รมรื่นด้วยต้นไม้ใหญ่ และมีสัตว์ป่านานาชนิด เช่น เม่น หมีขอ ละอง ละมั่ง กวาง เนื้อทราย นกยูง นกเขาปีไหนด ไก่ฟ้าหลังขาว เป็นต้น เปิดให้เข้าชมฟรีทุกวัน เวลา 08.00-16.30 น. สอบถามข้อมูลได้ที่ โทร. 0-3259-3252

**สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชบรมราชชนนี** ศูนย์ศึกษาพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ผลงานโครงการศึกษาทดลองรูปแบบการเกษตรแบบยั่งยืน ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประจำปี 2545 รางวัลยอดเยี่ยม ประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร สอบถามข้อมูลได้ที่ โทร. 0-3259-3100

**พระราชนิเวศน์มฤตยูวัน** ตั้งอยู่ในบริเวณค่ายพระรามหก ตำบลห้วยทรายเหนือ ตรงหลัก กม. ที่ 216 เลยหาดชะอำมา 8 กม. เป็นพระตำหนักที่ประทับริมทะเล ซึ่งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดให้ริ้วพระตำหนักหาดเจ้าสำราญมาปลูกขึ้นใหม่เมื่อปี พ.ศ. 2466 ได้รับขนานนามว่า “พระราชนิเวศน์แห่งความรักและความหวัง” ลักษณะเป็นพระตำหนักแบบไทยผสมยุโรป เป็นอาคารไม้ได้ดูสูง สร้างด้วยไม้สักทอง พระตำหนักฝ่ายในอยู่ปีกขวา ทางปีกซ้ายเป็นส่วนของฝ่ายหน้า ประกอบด้วยพระที่นั่งสามองค์เชื่อมต่อถึงกันโดยตลอด พระที่นั่งสมุทรพิมานเป็นที่ประทับของพระนางเจ้าอินทรศักดิศจี พระวรชายา พระที่นั่งพิศาลสาคร เป็นที่ประทับของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีอาคารข้าราชการบริพารฝ่ายหน้าเป็นบริวารหลายหลัง และมีแนวระเบียงยื่นลงสู่ทะเลเป็นที่ลงสรงน้ำ และพระที่นั่งสโมสรเสวกามาตย์ เป็นอาคารโถงสองชั้นเปิดโล่งใช้เป็นที่พักผ่อนในโอกาสต่าง ๆ และเป็นโรงละครซึ่งเคยจัดแสดงละครครั้งสำคัญ 2 ครั้ง คือ เรื่องพระร่วงและวิเวกพระสมุทร ในปี พ.ศ. 2484 เจ้าพระยารามราฆพ ได้สร้างพระบรม

รูปพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ถวายเป็นพระราชานุสรณ์ ประดิษฐานไว้ ณ ท้องพระ  
 โรงพระราชนิเวศน์มฤคทายวัน และได้จัดงานบำเพ็ญพระราชกุศลถวายเป็นพระราชสักการะ เนื่อง  
 ในวันที่ระลึกคล้ายวันสวรรคตของพระองค์ในวันที่ 25 พฤศจิกายน เป็นประจำทุกปี พระราช  
 นิเวศน์มฤคทายวัน เปิดให้เข้าชมทุกวัน วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00-16.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ และ  
 วันหยุดราชการ เวลา 08.30-16.00 น. ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 30 บาท เด็ก 15 บาท ชาวต่างประเทศ 30  
 บาท ผู้เข้าชมเป็นหมู่คณะต้องทำหนังสือถึงผู้กำกับการกองบังคับการฝึกพิเศษ ค่าขพระรามหก  
 อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โทร. 0-3250-8039

#### 4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีผู้ทำการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้อง  
 กับผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งสามารถรวบรวมผลงาน  
 ดังกล่าวและสรุปสาระความสำคัญได้ดังนี้

วิภา รัตนพงศ์ชาติ (2542) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ  
 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อม  
 บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่  
 เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การจัดการธุรกิจ พัฒนาและ  
 ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว  
 ชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีในช่วง  
 วันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเดินทางมากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน แหล่ง  
 ท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไป ได้แก่ หาดชะอำ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เขาวัง หาดเจ้าสำราญ  
 และนิยมค้างคืนตามโรงแรม บ้านเพื่อน ญาติ บังกะโล รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ นักท่องเที่ยวชาวไทย  
 ส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง เป็นปัจจัยที่มี  
 อิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี และพิจารณาให้ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการ  
 เดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมา  
 จังหวัดเพชรบุรี สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้น  
 พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และภูมิถิ่นเนา มีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด  
 จากการตรวจเอกสารเล่มนี้ทำให้ทราบวิธีการออกแบบ สอบถามและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่ง  
 สามารถจะนำมาประยุกต์ให้เข้ากับการศึกษาในครั้งนี้ได้

Singh (1976) พบว่ามีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียว ย่อมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ขณะเดียวกันการใช้สื่อหลายสื่อแบบผสมผสาน จะทำให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชรัมม์ (Schramm) ได้กล่าวสนับสนุนผลการใช้สื่อหลายประเภทว่า มีประสิทธิผลมากกว่าการใช้สื่อประเภทเดียวว่า “การใช้สื่อหลายประเภทในลักษณะผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับ การสื่อสารโดยการใช้สื่ออื่นๆ มีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารโดยสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งประเภทเดียว” (Schramm, 1973)

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “โฉมใหม่ของตลาดการท่องเที่ยวอิตาลี” ของกองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2530) พบว่า แหล่งข่าวสารที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเมืองไทย ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากเพื่อนและญาติ ร้อยละ 17.6 รองลงมาคือ จากนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเมืองไทย ร้อยละ 14.4

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ (สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์, 2531) พบว่า เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทต่างๆ จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลกับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวแล้ว ปรากฏว่า ทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปริมาณการเปิดรับข่าวสารประเภทเกร็ดความรู้ และสารคดีจากโทรทัศน์ และประเภทข่าวสารบ้านเมืองจากสื่อบุคคล ส่วนผลประโยชน์ที่ครอบครัวได้รับจากการประกอบกิจการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ทักษิณ สุนทรวินิจ, 2532) พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย และปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย

จากการศึกษาของ วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2532) เกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นอกจากสื่อมวลชนจะมีความสำคัญต่อการนำข่าวสารไปสู่นักท่องเที่ยวแล้ว ปรากฏว่าสื่อระหว่างบุคคลมีอิทธิพลมากต่อการจูงใจนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสื่อระหว่างบุคคลที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ การพูดคุยอย่างเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัว มีผลให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น และทั้งสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลต่างก็มีผลต่อระบบการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องดังกล่าวด้วย

จากการศึกษาของ สมชาติ สุกฤตยานันท์ (2533) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ของการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อันได้แก่ สถานภาพการสมรสและขนาดของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย และขนาดของครอบครัว อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว แต่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้ยังพบว่า การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อเพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

รวมทั้งการศึกษาของ เคือนรัตน์ รัตนศิริ (2534) เกี่ยวกับเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อบุคคล รองมาคือ สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลปรากฏว่าไม่แตกต่างกัน และในส่วนของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น จากผลการวิจัยปรากฏว่า การเปิดรับสื่อบุคคล และการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการไปท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน แต่การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการไปท่องเที่ยว ส่วนการเปิดรับสื่อมวลชน ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการ

ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้ยึดเอาแนวคิด ทฤษฎีของการศึกษาเรื่องนี้มาอ้างอิงถึง และใช้เป็นแนวทางในการศึกษาด้วย

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับ ข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวของไทย ของประชาชนในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ศิริลา สอนศรี, 2541)

ผลการศึกษา พบว่า แผนการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยังขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่อง ของเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับข่าวสารจาก สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลในระดับปานกลาง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและ สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว การรับรู้เรื่องของไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการรับรู้เรื่องของไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมใน การท่องเที่ยว

จงพิศ ศิริรัตน์ และคณะ (2534, หน้า 17-27) ได้สำรวจสถิตินักท่องเที่ยวภาคใต้ปี 2534 พบว่า นักท่องเที่ยวยังมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวพักผ่อนมากที่สุด พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

จากการศึกษาของสุรพล ปธานวนิช (2536, หน้า 122-128, 146-147) พบว่า บุคคลเมื่อมี อายุมากขึ้นมักไม่นิยมที่จะท่องเที่ยวแบบเสี่ยงภัยหรือต้องใช้กำลังกายมาก แต่จะนิยมการท่องเที่ยว ที่สะดวกสบาย ตลอดจนมีความพอใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และโบราณสถานมากขึ้น นอกจากนี้ผู้มีอายุสูง (36 ปีขึ้นไป) มักจะเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในขณะที่มีอายุน้อยมักจะนิยมท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด และพบว่านักท่องเที่ยวเพศชายนิยม ที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทป่าเขา และน้ำตกมากกว่าเพศหญิง เพศหญิงจะนิยมที่จะ ท่องเที่ยวทางทะเลมากกว่าผู้ชาย และยังพบว่าระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความต้องการไปเที่ยวมากขึ้น และมี แนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า ส่วนในด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ผู้ ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวทะเล ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน นิยมเข้าพักใน โรงแรม และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า ในขณะที่ผู้มีการศึกษามีความนิยมที่จะ ท่องเที่ยวเข้าป่าเขา น้ำตก การท่องเที่ยวตามวัด และทำบุญ แล้วยังพบว่าผู้ที่มียาได้สูง มักจะมี

โอกาสในการท่องเที่ยวส่วนตัว หรือเกี่ยวกับครอบครัวมากขึ้น และชอบพักตามโรงแรมที่มีความ สะดวกสบาย และมีความเป็นส่วนตัว ในขณะที่ผู้มีรายได้น้อยมักจะเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ซึ่ง จะเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า ส่วนในด้านการพักแรมมักพักในสถานที่พักราคาถูก และพักกันเป็นกลุ่ม

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย (2536, หน้า 50-51) ได้วิเคราะห์การเลือก สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ ปรากฏว่าการตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

นักท่องเที่ยวหญิงมีแนวโน้มชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และศูนย์การค้า มากกว่านักท่องเที่ยวชาย นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ และรีสอร์ทมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของกิจการ มักจะเลือกเที่ยวหลายๆ แห่ง มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ แต่ชอบประเภทธรรมชาติน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ในขณะที่กลุ่มพนักงาน ประจำ มีรูปแบบการไปเที่ยวไม่ต่างจากอาชีพอื่น ๆ และกลุ่มที่มีรายได้ระดับกลาง คือ ระหว่าง 2,500-15,000 บาทต่อเดือน จะชอบเที่ยวประเภทสถานบันเทิงมากกว่ากลุ่มรายได้อื่น

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมีค่า สูงที่สุด เมื่อเทียบกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ และรายได้ ยกเว้นกลุ่มชายสูงอายุที่มีรายได้อยู่ในช่วง 2,500-15,000 บาทต่อเดือน และมีอาชีพเป็นพนักงาน ประจำหรือเป็นเจ้าของกิจการที่มีแนวโน้มเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีสิ่งดึงดูดใจอะไรเป็นพิเศษ

กลุ่มท่องเที่ยวชายอายุ 25-30 ปี และมีรายได้ระหว่าง 2,500-15,000 บาทต่อเดือน มีความ สนใจเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเรีงรมย์สูงสุดโดยเฉพาะเจ้าของกิจการ ในขณะที่นักท่องเที่ยว หญิงในทุกระดับ รายได้ และอาชีพ ไม่เลือกการท่องเที่ยวตามแหล่งบันเทิงเรีงรมย์

กลุ่มชายที่มีอายุมากขึ้นมีความน่าจะเป็นในการเลือกสถานที่บันเทิงเรีงรมย์น้อยลง แต่จะ หันไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด หรือสถานที่ประวัติศาสตร์แทน สำหรับหญิงที่มีอายุมาก ขึ้นก็มีแนวโน้มที่จะเลือกสถานที่ทางประวัติศาสตร์มากขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยว หญิงนิยมการไปเที่ยวตามศูนย์การค้ามากกว่านักท่องเที่ยวชายทุกกรณี

จากการวิเคราะห์หาความสอดคล้องของปรากฏการณ์ และพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า คนไทยเริ่มเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นมากขึ้น โดยให้คุณค่าว่าเป็น ส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเป็นรางวัลกับชีวิต มิใช่เป็นสิ่งฟุ่มเฟือยเช่นที่เคยคิดกันในอดีต พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ โครงสร้างของนักท่องเที่ยวในหลายๆ ด้านด้วยกัน ซึ่งมีทั้งทางด้าน

เศรษฐกิจ สังคม ถิ่นที่อยู่ ด้านประชากร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางชีวภาพ โดยเฉพาะในเรื่องอายุซึ่งคนที่มีอายุต่างกันก็จะมีความคิด ความสนใจ และมีความพร้อมทางด้านร่างกายที่แตกต่างกัน อันจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2537 ผลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในระดับบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ใช้วิธีการสัมภาษณ์ 3706 ตัวอย่าง และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ระดับครัวเรือน 4205 ครัวเรือน สรุปผลการวิจัยบางประการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

วัตถุประสงค์ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2537 ด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การพักผ่อน เยี่ยมญาติ และปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา แหล่งท่องเที่ยวที่ไปมาเรียงตามลำดับ คือ ศูนย์การค้า ตลาดในเือง วัด ภูเขา น้ำตก ทะเล และเกาะ

สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า สภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง และระยะเวลาที่มีเป็นเกณฑ์สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจ เด็กและผู้สูงอายุจะมีอำนาจตัดสินใจในการเลือกแหล่งเที่ยวน้อยกว่าผู้อื่น มักจะขึ้นอยู่กับผู้นำพาไปว่าจะนำไปท่องเที่ยวที่ใดบ้าง

อายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์การไปท่องเที่ยวหลักที่เหมือนกัน คือ การไปพักผ่อน และเยี่ยมญาติ แต่สำหรับวัตถุประสงค์ด้านอื่นจะแตกต่างกันไป เช่น กลุ่มอายุน้อยจะไปทัศนศึกษามากกว่า กลุ่มกลางคนจะไปสัมมนามากกว่า และกลุ่มสูงอายุจะไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนามากกว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มอาชีพที่ต่ำกว่า สำหรับจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวนั้นคล้ายคลึงกันทุกกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่อยู่คนละภูมิภาคกับที่อยู่อาศัย เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ทุกกลุ่มอายุประทับใจเป็นอันดับแรก ส่วนจังหวัดที่ประทับใจรองลงมานั้นแตกต่างกันไปตามกลุ่มอายุ กล่าวคือ กลุ่มอายุน้อย ประทับใจจังหวัดชลบุรี (พัทยา) กาญจนบุรี ภูเก็ต ขณะที่กลุ่มอายุมากประทับใจ กรุงเทพมหานครและเชียงราย

อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีอำนาจตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ทั้งหมด ทุกกลุ่มอาชีพที่ท่องเที่ยวในรอบปี 2537 ส่วนใหญ่จะไปท่องเที่ยวในจังหวัดที่อยู่คนละภูมิภาคกับจังหวัดที่อยู่ประจำ การพักผ่อนตามบ้านญาติ เพื่อน



เป็นรูปแบบการพักแรมหลัก แต่ผู้มีเงินเดือนประจำ และประกอบธุรกิจส่วนตัวจะพักโรงแรมมากกว่าอาชีพอื่นๆ

โสภณ สุทธิศักดิ์ (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีในช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2539 เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม สรุปผลการวิจัยดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง มากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ รวมไปถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสารก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นในการเผยแพร่ โดยเฉพาะเรื่องของการท่องเที่ยวเป็นเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติและภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น การเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้

พัฒนาพงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 200 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางมาจากภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน ทำบุญ และไหว้พระ ถ้าพักค้างแรมจะนิยมพักตามบ้านเพื่อนหรือบ้านญาติ และโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เนาวรัตน์ พลาญน้อยและคณะ ในปี 2537 พาหนะที่ใช้เดินทางได้แก่ รถส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟตามลำดับ

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นมากที่สุดในเรื่องความงดงามทางด้านสถาปัตยกรรมของแหล่งโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ การมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ควรค่าแก่การสักการะ การได้รับประกาศให้เป็นมรดกโลก

ปัจจัยด้านที่ตั้ง และระยะทาง ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การมีพาหนะเดินทางที่หลากหลาย และเพียงพอ จะเป็นปัจจัยเสริมที่จะช่วยให้นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น

## 5. สรุปกรอบแนวคิด

จากการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและแนวคิดที่ค้นคว้า ดังรายละเอียดข้างต้นมาตามลำดับแล้ว ผู้วิจัยขอกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อนำมาใช้ในการวิจัยเรื่องนี้ คือ

ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดและโครงสร้างของตัวแปรหลัก ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส ถิ่นที่อยู่) การรับสื่อ และตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากสถิติของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2547 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทยที่มาจากจังหวัดเพชรบุรีประมาณ 3,051,837 คน ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน

#### 2. เทคนิคและวิธีการเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีเป็นจำนวนมาก ในการศึกษานี้จะสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเลือกตัวอย่างจากประชากร 3,051,837 คน โดยคำนวณจากสูตรของ TARO YAMANE (บุญส่ง โกสะ, 2542, หน้า 167) ที่ความคลาดเคลื่อน .05 ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} && \text{เมื่อ } N = \text{จำนวนประชากร} \\ &= \frac{3,051,837}{1 + (3,051,837 \times .05^2)} && e = \text{ความคลาดเคลื่อน} \\ &= 399.947 && n = \text{ขนาดของตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ได้จำนวนประชากรที่เป็นตัวอย่าง 400 คน

วิธีการเลือกตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกที่จะศึกษา 2 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเพชรบุรี และอำเภอชะอำ โดยเลือกศึกษาเฉพาะอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) หาดเจ้าสำราญ และชายหาดชะอำ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีความสำคัญของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละแห่งมากน้อยไม่เท่ากัน โดยได้ทำการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยว แบบ Systematic Random Sampling แบ่งออกได้ดังนี้

1. ชายหาดชะอำ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมาก ผู้วิจัยได้สุ่มมาศึกษา จำนวน 200 คน
  2. อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) สุ่มมาศึกษา จำนวน 120 คน
  3. พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) สุ่มมาศึกษา จำนวน 40 คน
  4. หาดเจ้าสำราญ สุ่มมาศึกษา จำนวน 40 คน
- รวมกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 400 คน

### 3. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ประเภท คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้มีผู้ที่ศึกษารวบรวมไว้แล้ว อาทิ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดและทฤษฎี รวมทั้งการสร้างเครื่องมือ โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือ เอกสาร บทความ งานวิจัย อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

### 4. กรอบแนวคิดและการกำหนดตัวแปร

จากการศึกษาวรรณกรรมต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดและโครงสร้างของตัวแปรหลักไว้ ดังนี้

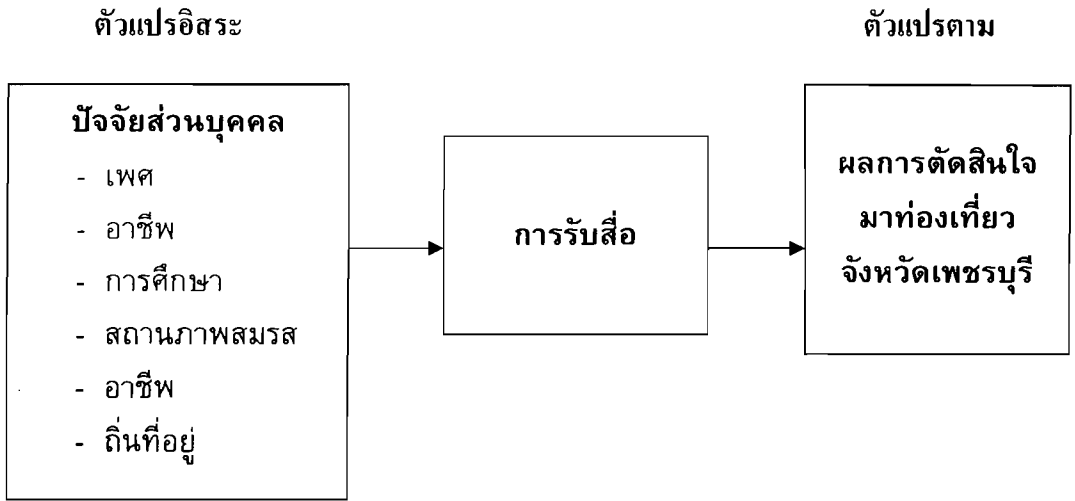
#### 4.1 ตัวแปรอิสระ

- 4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล
- 4.1.2 การรับสื่อ

#### 4.2 ตัวแปรตาม

ผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

## โครงสร้างกรอบแนวคิดและการกำหนดตัวแปร



### 5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

### 6. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้สอดคล้องกับโจทย์วิจัย วัตถุประสงค์ สมมติฐาน ขอบเขตการวิจัยและนิยามศัพท์ปฏิบัติการ โดยใช้คำถามแบบปิด (Close-ended questionnaire) คำถามประมาณค่า (Rating scale) รวมทั้งคำถามแบบเปิด (Open-ended questionnaire) ในส่วนที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งเมื่อได้สร้างขึ้นแล้วได้นำให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรง (Content validity) จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. อาจารย์ธเนศ ต่วนชะเอม นายกสมาคมนักวิจัย ในความอุปถัมภ์ของสภาวิจัยแห่งชาติ
2. ผศ.จารุวรรณ อรุณฤกษ์ อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
3. ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

และได้นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องเกี่ยวกับแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำเอาเครื่องมือดังกล่าวไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ราย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ สูตรที่ใช้ได้แก่ Alpha Coefficient ของ Cronbach ซึ่งได้ .9532 เมื่อได้ปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีคุณภาพ จึงนำมาเก็บกับประชากรกลุ่มตัวอย่างจริง โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี
- ตอนที่ 3 ผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
- ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ (ปรากฏในภาคผนวก)

## 7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ดังนี้

- 7.1 ผู้วิจัยมีหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้เกี่ยวข้องในการทำวิจัย
- 7.2 ผู้วิจัยได้เดินทางไปติดต่อและขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลวิจัย
- 7.3 ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 27 สิงหาคม – 19 กันยายน 2548 ประมาณ 1 เดือน พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถาม
- 7.4 ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามหลักเกณฑ์และวิธีที่กำหนดไว้
- 7.5 ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแล้ว และตรวจดูให้เรียบร้อย

## 8. การวัดค่าตัวแปร

ในการวิจัยเรื่องนี้มีตัวแปรที่เป็นนามธรรม จึงนำมาทำการกำหนดค่าของตัวแปรเพื่อประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ไว้ดังนี้

- 8.1 การรับรู้ข่าวสาร เป็นการวัดความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ โดยกำหนดคะแนนไว้ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนนระดับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

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

และจัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง	1.00 - 1.50	ระดับน้อยที่สุด
คะแนนระหว่าง	1.51 - 2.50	ระดับน้อย
คะแนนระหว่าง	2.51 - 3.50	ระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	3.51 - 4.50	ระดับมาก
คะแนนระหว่าง	4.51 - 5.00	ระดับมากที่สุด

## 9. การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 10.5 สำหรับการคำนวณหาค่าสถิติต่างๆ เพื่อนำมาตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนดไว้

## 10. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัยเรื่องนี้ มี 2 ประเภท คือ

10.1 สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) เป็นการบรรยายข้อมูลที่เป็นตารางเดียว ซึ่งได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และ Mode

10.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ได้แก่ ค่า  $X^2$ -test โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่  $p = .05$

## 11. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องนี้เมื่อได้วิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จึงนำมาเสนอในรูปของตารางประกอบความเรียง รวมทั้งมีการนำเสนอเป็นแผนภูมิด้วย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อแต่ละประเภท และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีแตกต่างกัน ซึ่งได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเขตอำเภอเมือง และอำเภอชะอำ จำนวน 400 คน ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผล เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ในการตอบปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ
  - ตอนที่ 3 ผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
  - ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย
  - ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ
- ซึ่งในแต่ละตอนมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้



## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรที่ศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเขตอำเภอเมือง และอำเภอชะอำ จำนวน 400 คน มีลักษณะข้อมูลทั่วไป ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	192	48.0
หญิง	208	52.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 21 ปี	90	22.5
21 – 30 ปี	156	39.0
31 – 40 ปี	97	24.3
41 ปี ขึ้นไป	57	14.2
อายุต่ำสุด 12 ปี		
อายุสูงสุด 80 ปี		
อายุเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) 29.2 ปี		
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 9.57 ปี		
อายุที่มีจำนวนมากที่สุด (Mode) 22 ปี		
<b>การศึกษาสูงสุด</b>		
ประถมศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช.	164	41.0
อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี	236	59.0
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	196	49.0
สมรส	179	44.8
หย่า/หม้าย	22	5.5
อื่น ๆ	3	0.7

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับจ้าง/ค้าขาย	197	49.3
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	105	26.3
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ	98	24.4
<b>ถิ่นที่อยู่</b>		
กรุงเทพมหานคร	159	39.8
เพชรบุรีและจังหวัดอื่น ๆ	241	60.2
รวม	400	100.0

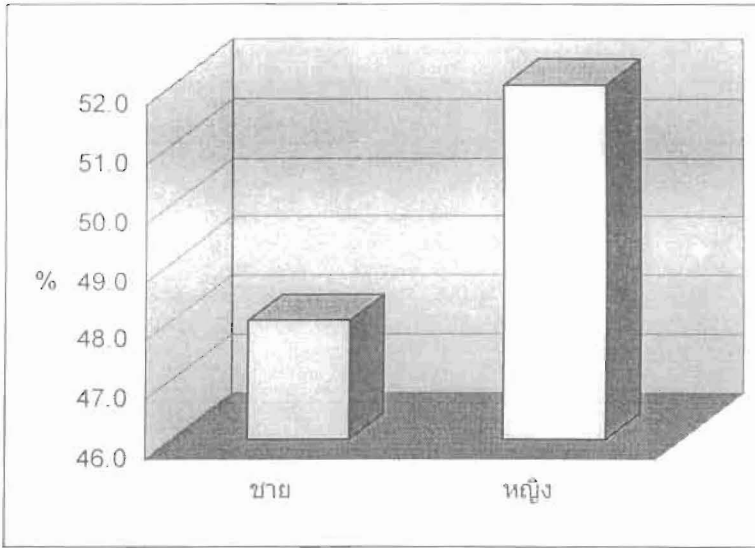
จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงร้อยละ 52.0 ส่วนที่เป็นเพศชาย มีร้อยละ 48.0 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 39.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 24.3 ส่วนอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปมีร้อยละ 14.3 มีอายุต่ำสุด 12 ปี และอายุสูงสุด 80 ปี มีอายุเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) 29.2 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 9.57 ปี อายุที่มีจำนวนมากที่สุด (Mode) 22 ปี

การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว จบอนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี มีร้อยละ 59.0 และประถมศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. มีร้อยละ 41

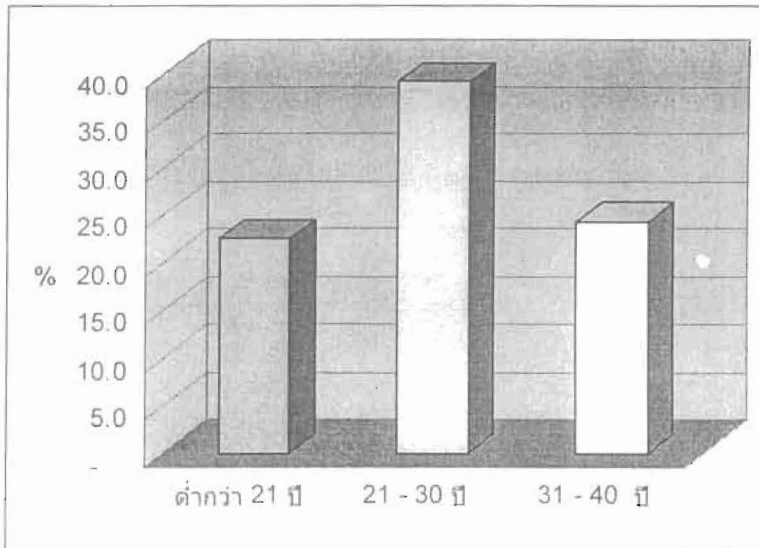
สถานภาพของของนักท่องเที่ยว โสด มีร้อยละ 49.0 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 44.8 ส่วนสถานภาพหย่า/หม้าย ร้อยละ 5.5

อาชีพของนักท่องเที่ยว มีอาชีพรับจ้าง/ค้าขาย มีร้อยละ 49.3 รองลงมา มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีร้อยละ 26.3 ส่วนอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ มีร้อยละ 24.5

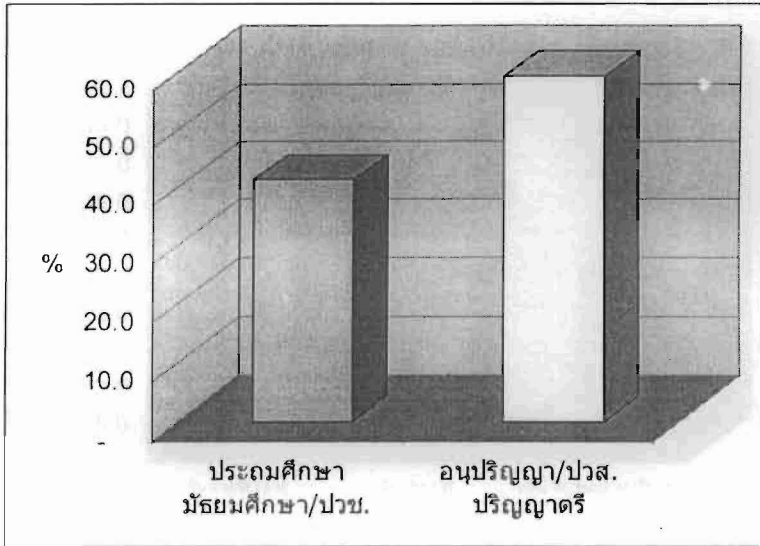
ถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว อยู่จังหวัดเพชรบุรีและอื่น ๆ มีร้อยละ 60.2 ส่วนกรุงเทพมหานคร มีร้อยละ 39.8 ปรากฏกฎผังแผนภูมิ ที่สำคัญดังนี้



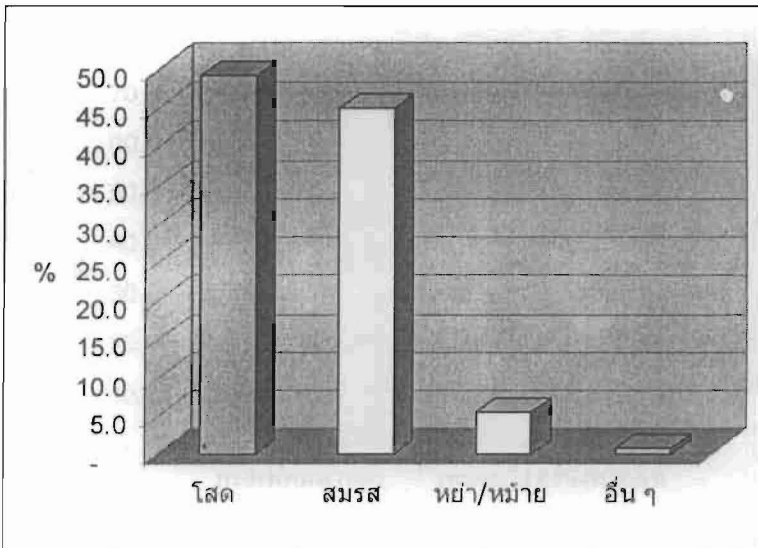
แผนภูมิที่ 1 แสดงร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม



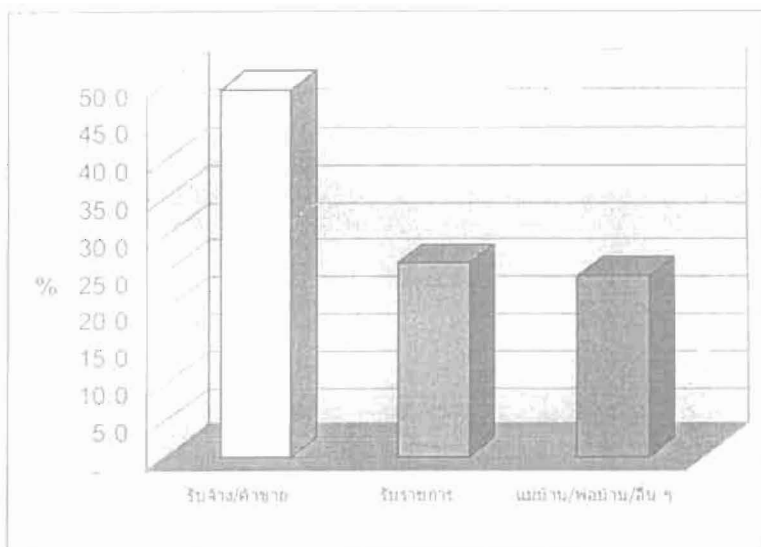
แผนภูมิที่ 2 แสดงร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



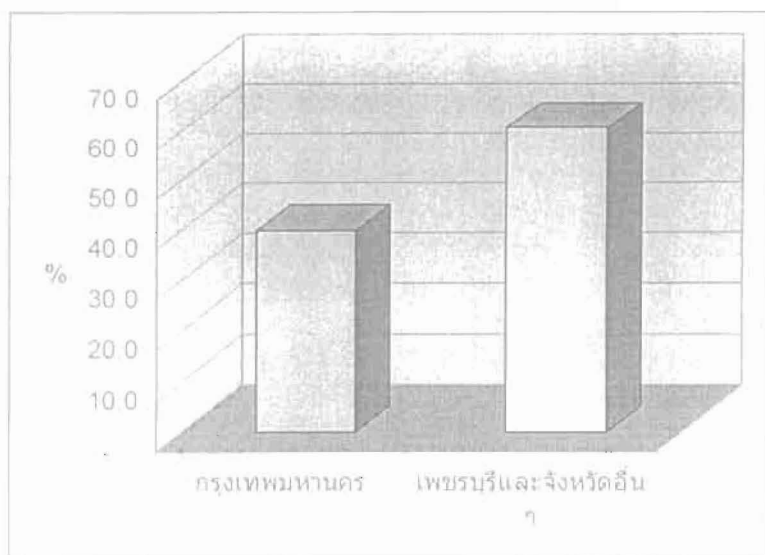
แผนภูมิที่ 3 แสดงร้อยละการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม



แผนภูมิที่ 4 แสดงร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม



แผนภูมิที่ 5 แสดงร้อยละอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม



แผนภูมิที่ 6 แสดงร้อยละถิ่นที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

## ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามแบบปิด (Close ended Questionnaire) เพื่อวัดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ข้อความ	เคย		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ก. สื่อมวลชน</b>						
1) หนังสือพิมพ์	270	67.8	128	32.2	398	100.0
2) นิตยสาร	263	66.1	135	33.9	398	100.0
3) วิทยุกระจายเสียง	262	65.5	136	34.2	398	100.0
4) วิทยุโทรทัศน์	304	76.0	96	24.0	400	100.0
5) อินเทอร์เน็ต	224	56.3	174	43.7	398	100.0
<b>ข. สื่อบุคคล</b>						
1) เพื่อน	294	73.9	104	26.1	398	100.0
2) เพื่อนบ้าน	245	61.6	153	38.4	398	100.0
3) เพื่อนร่วมงาน	271	67.9	128	32.1	399	100.0
4) บุคคลในครอบครัว	302	75.9	96	24.1	398	100.0
5) ครู – อาจารย์	216	54.0	181	45.6	397	100.0
6) เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	242	60.8	156	39.2	398	100.0
7) เจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว	225	56.4	174	43.6	399	100.0
<b>ค. สื่อเฉพาะกิจ</b>						
1) โปสเตอร์	232	58.3	166	41.7	398	100.0
2) แผ่นพับ	231	58.0	167	42.0	398	100.0
3) จุลสาร	182	45.7	216	54.3	398	100.0
4) วารสาร	223	56.0	175	44.0	398	100.0

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อความ	เคย		ไม่เคย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5) บริษัทการท่องเที่ยว	213	53.5	185	46.5	398	100.0
6) นิทรรศการ	212	53.3	186	46.7	398	100.0
7) หนังสือแนะนำแหล่ง ท่องเที่ยว	264	66.0	136	34.0	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 67.8 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 32.2 จากวิทยุกระจายเสียง ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 65.5 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 34.2 จากวิทยุโทรทัศน์ ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 76.0 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 24.2 และจากอินเทอร์เน็ต ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 56.3 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 43.7

สื่อบุคคล นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรี จากเพื่อนที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 73.9 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 26.1 จากเพื่อนบ้าน ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 61.6 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 38.4 จากเพื่อนร่วมงาน ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 67.9 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 32.1 จากบุคคลในครอบครัว ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 75.9 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 24.1 จากครู-อาจารย์ ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 54.0 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 45.6 จากเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 60.8 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 39.2 และจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยวที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 56.4 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 43.6

สื่อเฉพาะกิจ นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรี จากโปสเตอร์ที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 58.3 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 41.7 จากแผ่นพับที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 58.0 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 42.0 จากจุลสารที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 45.7 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 54.3 จากวารสารที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 56.0 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 44.0 จากบริษัทการท่องเที่ยวที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 53.5 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 46.5 จากนิทรรศการที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 53.3 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 46.7 และจากหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบว่าเคยมี ร้อยละ 66.0 ส่วนที่ไม่เคยมี ร้อยละ 34.0

### ตอนที่ 3 ผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามแบบปิด (Close ended Questionnaire) เพื่อวิเคราะห์ผลการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจากการได้รับข่าวสารประเภทต่าง ๆ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ผลการตัดสินใจ
1. วิทยุกระจายเสียง	2.99	1.15	ปานกลาง
2. วิทยุโทรทัศน์	3.51	1.14	มาก
3. หนังสือพิมพ์	2.95	1.09	ปานกลาง
4. นิตยสาร/วารสาร	3.22	1.23	ปานกลาง
5. อินเทอร์เน็ต	2.86	1.33	ปานกลาง
6. เพื่อน	3.54	1.06	มาก
7. บุคคลในครอบครัว	3.54	1.24	มาก
8. เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.69	1.06	ปานกลาง
9. เจ้าหน้าที่/บริษัทการท่องเที่ยว	2.73	1.13	ปานกลาง
10. แผ่นพับ / ไปสเตอร์	2.84	1.02	ปานกลาง
11. จุลสาร	2.43	1.02	น้อย
12. นิตรรศการ	2.59	1.07	ปานกลาง
13. หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3.31	1.26	ปานกลาง
รวม	3.02	.65	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ พระนครคีรี (เขาวัง) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก จำนวน 3 รายการ ได้แก่ จากบุคคลในครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.06 จากเพื่อน โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.24 และจากวิทยุโทรทัศน์ โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.14 ตามลำดับ



ส่วนที่เหลือมี 9 รายการเป็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครคีรี (เขาวัง) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระหว่าง 3.31 – 2.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระหว่าง 1.33 – 1.02

แต่มีรายการเดียวที่เป็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยว อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครคีรี (เขาวัง) อยู่ในระดับน้อย คือ จุลสาร โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 2.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.24

ตารางที่ 4 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวพระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ผลการตัดสินใจ
1. วิทยุกระจายเสียง	3.06	.98	ปานกลาง
2. วิทยุโทรทัศน์	3.41	1.17	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	3.17	1.09	ปานกลาง
4. นิตยสาร/วารสาร	3.18	1.07	ปานกลาง
5. อินเทอร์เน็ต	3.14	1.10	ปานกลาง
6. เพื่อน	3.62	1.07	มาก
7. บุคคลในครอบครัว	3.59	1.11	มาก
8. เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.10	1.14	ปานกลาง
9. เจ้าหน้าที่/บริษัทการท่องเที่ยว	3.18	1.14	ปานกลาง
10. แผ่นพับ / โปสเตอร์	3.16	1.06	ปานกลาง
11. จุลสาร	2.85	.99	ปานกลาง
12. นิตรรศการ	3.15	1.11	ปานกลาง
13. หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3.52	1.22	มาก
รวม	3.25	.078	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวพระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก จำนวน 2 รายการ ได้แก่ จากเพื่อน โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.07 จากบุคคลในครอบครัว โดยมี

ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.11 และจากหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.52 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.22 ตามลำดับ

ส่วนที่เหลือมี 11 รายการเป็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระหว่าง 3.41 - 2.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระหว่าง 1.17 - .98

ตารางที่ 5 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวหาดเจ้าสำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ผลการตัดสินใจ
1. วิทยุกระจายเสียง	2.93	1.23	ปานกลาง
2. วิทยุโทรทัศน์	2.89	1.17	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	2.79	1.19	ปานกลาง
4. นิตยสาร/วารสาร	2.88	1.15	ปานกลาง
5. อินเทอร์เน็ต	2.86	1.28	ปานกลาง
6. เพื่อน	3.51	1.16	มาก
7. บุคคลในครอบครัว	3.19	1.22	ปานกลาง
8. เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.71	1.27	ปานกลาง
9. เจ้าหน้าที่/บริษัทการท่องเที่ยว	2.71	1.14	ปานกลาง
10. แผ่นพับ / โปสเตอร์	2.68	1.05	ปานกลาง
11. จุลสาร	2.41	1.00	น้อย
12. นิตรรศการ	2.52	1.07	น้อย
13. หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	2.79	1.18	ปานกลาง
รวม	2.86	.92	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวหาดเจ้าสำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก จำนวน 1 รายการ ได้แก่ เพื่อน ( $\bar{X}$  = 3.51, S.D. = 1.16)

ส่วนที่เหลือมี 11 รายการเป็นการตัดสินใจมาเที่ยวหาดเจ้าสำราญ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระหว่าง 3.19 - 2.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระหว่าง 1.28 - 1.15

แต่มี 2 รายการที่เป็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยวหาคนเจ้าสำราญ อยู่ในระดับน้อย คือ จุลสาร โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 2.41 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.00 และจากนิตรรศการ โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 2.52 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.18

ตารางที่ 6 ผลการตัดสินใจมาเที่ยวหาคนเจ้าสำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	ผลการตัดสินใจ
1. วิทยุกระจายเสียง	3.44	1.01	ปานกลาง
2. วิทยุโทรทัศน์	3.82	1.00	มาก
3. หนังสือพิมพ์	3.26	1.02	ปานกลาง
4. นิตยสาร/วารสาร	3.41	1.00	ปานกลาง
5. อินเทอร์เน็ต	3.36	1.09	ปานกลาง
6. เพื่อน	3.60	1.03	มาก
7. บุคคลในครอบครัว	3.73	1.14	มาก
8. เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.38	1.08	ปานกลาง
9. เจ้าหน้าที่/บริษัทการท่องเที่ยว	3.19	1.13	ปานกลาง
10. แผ่นพับ / โปสเตอร์	3.28	1.04	ปานกลาง
11. จุลสาร	3.16	1.00	ปานกลาง
12. นิตรรศการ	3.16	1.18	ปานกลาง
13. หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	3.41	1.10	ปานกลาง
รวม	3.40	.73	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวหาคนเจ้าสำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก จำนวน 3 รายการ ได้แก่ จากวิทยุโทรทัศน์ โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.00 จากบุคคลในครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.14 และจากเพื่อน โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 3.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.03 ตามลำดับ

ส่วนที่เหลือมี 11 รายการที่เป็นการตัดสินใจมาท่องเที่ยวหาคนเจ้าสำราญ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ระหว่าง 3.44 – 3.16 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระหว่าง 1.18 – 1.00

#### ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง)

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>เพศ</b>							
ชาย	28 (30.1)	56 (60.2)	9 (9.7)	93 (100.0)	1.961	2	.37
หญิง	28 (30.4)	49 (53.3)	15 (16.3)	92 (100.0)			
<b>อายุ</b>							
ต่ำกว่า 21 ปี	8 (18.2)	24 (54.5)	12 (27.3)	44 (100.0)	16.201	4	.00
21 – 25 ปี	9 (23.1)	24 (61.5)	6 (15.4)	39 (100.0)			
26 ปี ขึ้นไป	39 (38.2)	57 (55.9)	6 (5.9)	102 (100.0)			
<b>การศึกษาสูงสุด</b>							
ประถมศึกษา	25 (34.2)	42 (57.5)	6 (8.2)	73 (100.0)	2.742	2	.25
มัธยมศึกษา/ปวช.							
อนุปริญญา/ปวส.	31 (27.7)	63 (56.3)	18 (16.1)	112 (100.0)			
ปริญญาตรี							

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>สถานภาพ</b>							
โสด	23 (24.2)	59 (62.1)	13 (13.7)	95 (100.0)	3.429	2	.18
สมรส/หม้าย	33 (36.7)	46 (51.1)	11 (12.2)	90 (100.0)			
<b>อาชีพ</b>							
รับจ้าง/ค้าขาย	30 (37.0)	47 (58.0)	4 (4.9)	81 (100.0)	9.842	4	.04
รับราชการ/พนักงาน	12 (22.2)	31 (57.4)	11 (20.4)	54 (100.0)			
รัฐวิสาหกิจ							
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ	14 (28.0)	27 (54.0)	9 (18.0)	50 (100.0)			
<b>ถิ่นที่อยู่</b>							
กรุงเทพมหานคร	13 (23.2)	36 (64.3)	7 (12.5)	56 (100.0)	2.137	2	.34
เพชรบุรีและจังหวัด อื่นๆ	43 (33.3)	69 (53.5)	17 (13.2)	129 (100.0)			

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) แล้ว ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ (p = .05) ได้แก่ ตัวแปร อายุ อาชีพ จึงสรุปได้ว่า อายุ และอาชีพ ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนตัวแปรที่เหลือ เพศ การศึกษา สถานภาพ และถิ่นที่อยู่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของ  
นักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระราม  
ราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน)

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>เพศ</b>							
ชาย	14 (26.9)	25 (48.1)	13 (25.0)	52 (100.0)	.774	2	.67
หญิง	7 (18.9)	20 (54.1)	10 (27.0)	37 (100.0)			
<b>อายุ</b>							
ต่ำกว่า 21 ปี	3 (10.7)	16 (57.1)	9 (32.1)	28 (100.0)	4.949	4	.29
21 – 25 ปี	4 (21.1)	10 (52.6)	5 (26.3)	19 (100.0)			
26 ปี ขึ้นไป	14 (33.3)	19 (45.2)	9 (21.4)	42 (100.0)			
<b>การศึกษาสูงสุด</b>							
ประถมศึกษา	2 (7.1)	19 (67.9)	7 (25.0)	28 (100.0)	7.115	2	.02
มัธยมศึกษา/ปวช.	19 (31.1)	26 (42.6)	16 (26.2)	61 (100.0)			
อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี							
<b>สถานภาพ</b>							
โสด	10 (18.9)	31 (58.5)	12 (22.6)	53 (100.0)	3.390	2	.18
สมรส/หม้าย	11 (30.6)	14 (38.9)	11 (30.6)	36 (100.0)			

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>อาชีพ</b>							
รับจ้าง/ค้าขาย	12 (30.8)	21 (53.8)	6 (15.4)	39 (100.0)	5.693	4	.22
รับราชการ/พนักงาน	3 (13.6)	10 (45.5)	9 (40.9)	22 (100.0)			
รัฐวิสาหกิจ	6 (21.4)	14 (50.0)	8 (28.6)	28 (100.0)			
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ							
<b>ถิ่นที่อยู่</b>							
กรุงเทพมหานคร	2 (6.3)	21 (65.6)	9 (28.1)	32 (100.0)	8.714	2	.01
เพชรบุรีและจังหวัด	19 (33.3)	24 (42.1)	14 (24.6)	57 (100.0)			
อื่น ๆ							

จากตารางที่ 8 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) แล้ว ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ (p = .05) ได้แก่ ตัวแปร การศึกษาและถิ่นที่อยู่ จึงสรุปได้ว่า วุฒิการศึกษา และถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนตัวแปรที่เหลือ เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของ  
นักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้า  
สำราญ

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>เพศ</b>							
ชาย	16 (45.7)	15 (42.9)	4 (11.4)	35 (100.0)	2.786	2	.24
หญิง	16 (42.1)	12 (31.6)	10 (26.3)	38 (100.0)			
<b>อายุ</b>							
ต่ำกว่า 21 ปี	5 (21.7)	8 (34.8)	10 (43.5)	23 (100.0)	14.190	4	.01
21 – 25 ปี	9 (56.3)	6 (37.5)	1 (6.3)	16 (100.0)			
26 ปี ขึ้นไป	18 (52.9)	13 (38.2)	3 (8.8)	34 (100.0)			
<b>การศึกษาสูงสุด</b>							
ประถมศึกษา	4 (19.0)	9 (42.9)	8 (38.1)	21 (100.0)	9.908	2	.00
มัธยมศึกษา/ปวช.	28 (53.8)	18 (34.6)	6 (11.5)	52 (100.0)			
อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี							
<b>สถานภาพ</b>							
โสด	19 (43.2)	15 (34.1)	10 (22.7)	44 (100.0)	.989	2	.61
สมรส/หม้าย	13 (44.8)	12 (41.4)	4 (13.8)	29 (100.0)			



ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>อาชีพ</b>							
รับจ้าง/ค้าขาย	15	12	1	28	7.487	4	.11
	(53.6)	(42.9)	(3.6)	(100.0)			
รับราชการ/พนักงาน	6	6	4	16			
รัฐวิสาหกิจ	(37.5)	(37.5)	(25.0)	(100.0)			
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ	11	9	9	29			
	(37.9)	(31.0)	(31.0)	(100.0)			
<b>ถิ่นที่อยู่</b>							
กรุงเทพมหานคร	6	11	2	19	4.919	2	.08
	(31.6)	(57.9)	(10.5)	(100.0)			
เพชรบุรีและจังหวัด	26	16	12	54			
อื่น ๆ	(48.1)	(29.6)	(22.2)	(100.0)			

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) แล้ว ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ( $p = .05$ ) ได้แก่ ตัวแปร อายุ และการศึกษา จึงสรุปได้ว่า อายุ และการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้าสำราญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนตัวแปรที่เหลือ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้าสำราญ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของ  
นักท่องเที่ยวยุคกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดชะอำ

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>เพศ</b>							
ชาย	35 (35.0)	42 (42.0)	23 (23.0)	100 (100.0)	.112	2	.94
หญิง	42 (33.1)	54 (42.5)	31 (24.4)	127 (100.0)			
<b>อายุ</b>							
ต่ำกว่า 21 ปี	11 (20.0)	27 (49.1)	17 (30.9)	55 (100.0)	10.835	4	.03
21 – 25 ปี	8 (23.5)	16 (47.1)	10 (29.4)	34 (100.0)			
26 ปี ขึ้นไป	58 (42.0)	53 (38.4)	27 (19.6)	138 (100.0)			
<b>การศึกษาสูงสุด</b>							
ประถมศึกษา	35 (37.2)	39 (41.5)	20 (21.3)	94 (100.0)	.969	2	.61
มัธยมศึกษา/ปวช.							
อนุปริญญา/ปวส.	42 (31.6)	57 (42.9)	34 (25.6)	133 (100.0)			
ปริญญาตรี							
<b>สถานภาพ</b>							
โสด	27 (24.3)	56 (50.5)	28 (25.2)	111 (100.0)	9.505	2	.01
สมรส/หม้าย	50 (43.1)	40 (34.5)	26 (22.4)	116 (100.0)			

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	$\chi^2$	df	P
<b>อาชีพ</b>							
รับจ้าง/ค้าขาย	49 (42.2)	50 (43.1)	17 (14.7)	116 (100.0)	17.336	4	.00
รับราชการ/พนักงาน	10 (18.9)	21 (39.6)	22 (41.5)	53 (100.0)			
รัฐวิสาหกิจ							
แม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ	18 (31.0)	25 (43.1)	15 (25.9)	58 (100.0)			
<b>ถิ่นที่อยู่</b>							
กรุงเทพมหานคร	25 (29.1)	38 (44.2)	23 (26.7)	86 (100.0)	1.587	2	.45
เพชรบุรีและจังหวัด	52 (36.9)	58 (41.1)	31 (22.0)	141 (100.0)			
อื่น ๆ							

จากตารางที่ 10 พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) แล้ว ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ (p = .05) ได้แก่ ตัวแปร อายุ สถานภาพ และอาชีพ จึงสรุปได้ว่า อายุ สถานภาพและอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดชะอำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนตัวแปรที่เหลือเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และถิ่นที่อยู่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดชะอำ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

## ตอนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### 1. ปัญหาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของปัญหาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

อันดับที่	ปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
1	เส้นทางการสัญจรไม่ค่อยสมบูรณ์ การเดินทางไม่สะดวก การเดินทางไปไม่มีรถประจำทางที่แน่นอน ถนนทางลัดไม่สะดวก การจราจรติดขัด ถนนไม่ดี ป้ายบอกเส้นทางการเดินทางไม่ค่อยชัดเจน	8	2.0
2	อาหารมีราคาแพงและอาหารไม่ค่อยสดเท่าที่ควร	4	1.0
3	การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ดีเท่าที่ควร	1	.3
3	จุดบริการนักท่องเที่ยวมีน้อย	1	.3
3	วันหยุดคนท่องเที่ยวมามาก	1	.3
3	สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ	1	.3
3	ระยะทางไกล เวลาท่องเที่ยวสั้น	1	.3
3	คนพื้นที่ค่อนข้างจะนักเลงไม่ค่อยยินดีต้อนรับเท่าที่ควร	1	.3
3	สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีที่พักน้าสนใจ	1	.3
3	ราคาที่พักแพง	1	.3
3	หาดเจ้าสำราญไม่พัฒนาให้ค่อยคนนักท่องเที่ยวเลย	1	.3

จากตารางที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัญหาในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 21 ราย อาทิ ปัญหาเรื่องเส้นทางการสัญจรไม่ค่อยสมบูรณ์ การเดินทางไม่สะดวก การเดินทางไปไม่มีรถประจำทางที่แน่นอน ถนนทางลัดไม่สะดวก การจราจรติดขัด ถนนไม่ดี ป้ายบอกเส้นทางการเดินทางไม่ค่อยชัดเจน จำนวน 8 ราย ปัญหาเรื่องอาหารมีราคาแพงและไม่ค่อยสดเท่าที่ควร จำนวน 4 ราย และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ดีเท่าที่ควร จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

## 2. แนวทางในการที่จะให้มีการสื่อสารเพื่อแนะนำให้คนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

อันดับที่	ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1	โฆษณาทางโทรทัศน์ให้มากขึ้นทั้งนิตยสารและหนังสือพิมพ์ และควรมีป้ายโฆษณาตามข้างทางเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว	4	1.0
2	ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ และบอกต่อกันไปปากต่อปาก ถึงความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	3	.8
3	แผ่นพับ/โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	2	.5
3	จัดนิทรรศการอนุรักษ์ธรรมชาติริมชายฝั่งทะเล	2	.5
5	จัดงานประจำปีทุกปี	1	.3
5	วิทยุกระจายเสียง	1	.3
5	บริษัทท่องเที่ยว	1	.3
5	อินเตอร์เน็ต	1	.3
5	แผนที่เดินทางท่องเที่ยวไว้ตามจุดต่าง ๆ	1	.3
5	ควรจัดทัวร์มาเป็นหมู่คณะ	1	.3

จากตารางที่ 12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีข้อเสนอแนะในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 17 ราย เสนอแนะว่า ควรให้มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ให้มากขึ้นทั้งนิตยสารและหนังสือพิมพ์ และควรมีป้ายโฆษณาตามข้างทาง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว จำนวน 4 ราย ควรให้มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ และบอกต่อกันไปปากต่อปาก จำนวน 3 ราย และควรมีแผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำนวน 2 ราย ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยได้ตั้งปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ สมมติฐานการวิจัย และขอบเขตของการวิจัย รวมทั้งวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### ปัญหาการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อประเภทใดบ้าง
2. สื่อมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวอย่างไรบ้าง

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อแต่ละประเภท
2. เพื่อวิเคราะห์สื่อที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อทราบข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวต่อสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

#### สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน
2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี
3. สื่อมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

#### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษาและตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร การตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว รวม 4 แห่ง ของอำเภอเมืองเพชรบุรีและอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี คือ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) หาดเจ้าสำราญ และชายหาดชะอำ
4. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา คือ ใช้เวลาในการศึกษารวม 3 เดือน คือ ตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2548 – 23 กันยายน 2548 โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามระหว่างวันที่ 27 สิงหาคม 2548 – 19 กันยายน 2548 ประมาณ 1 เดือน

### ๕ วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 400 คน โดยได้ทำการเลือกที่จะศึกษา 2 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเพชรบุรีและอำเภอชะอำ โดยเลือกศึกษาเฉพาะชายหาดชะอำ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมากที่สุด ผู้วิจัยได้สุ่มมาศึกษา จำนวน 200 คน อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) จำนวน 120 คน พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) จำนวน 40 คน และหาดเจ้าสำราญ จำนวน 40 คน โดยใช้คำนวณหาขนาดตัวอย่างแล้วทำการสุ่มแบบ Systematic Random Sampling ตามสัดส่วนของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว แล้วนำแบบสอบถามเป็นเครื่องมือใช้ในการวิจัย ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นดังต่อไปนี้ โดย นำหนังสือขอความร่วมมือในการทำวิจัยพร้อมแบบสอบถามไปให้นักท่องเที่ยว นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองและมีผู้ช่วยในการรวบรวมแบบสอบถาม นำไปวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติต่อ ซึ่งผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงร้อยละ 52.0 ส่วนที่เป็นเพศชายมีร้อยละ 48.0 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 39.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 24.3 ส่วนอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปมีร้อยละ 14.3 มีอายุต่ำสุด 12 ปี และอายุสูงสุด 80 ปี มีอายุเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) 29.2 ปี และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 9.57 ปี อายุที่มีจำนวนมากที่สุด (Mode) 22 ปี

การศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จบอนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี มีร้อยละ 59.0 และ  
ประถมศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. มีร้อยละ 41

สถานภาพของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว โสด มีร้อยละ 49.0 รองลงมา มีสถานภาพสมรสร้อยละ  
44.8 ส่วนสถานภาพหย่า/หม้าย ร้อยละ 5.5

อาชีพของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว มีอาชีพรับจ้าง/ค้าขาย มีร้อยละ 49.3 รองลงมา มีอาชีพรับ  
ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีร้อยละ 26.3 ส่วนอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน/อื่น ๆ มีร้อยละ 24.5 ถิ่น  
ที่อยู่ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว อยู่จังหวัดเพชรบุรีและอื่น ๆ มีร้อยละ 60.2 ส่วนกรุงเทพมหานคร มีร้อยละ  
39.8

การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี พบว่า  
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อมวลชน ประเภทวิทยุ  
โทรทัศน์ ร้อยละ 76.0 รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 67.8 และนิตยสาร ร้อยละ 66.1

สื่อบุคคล นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรี จากบุคคลใน  
ครอบครัว ร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 73.9 และเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 67.9

สื่อเฉพาะกิจ นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรี จาก  
หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ ร้อยละ 58.3 และแผ่นพับ  
ร้อยละ 58.0

ส่วนผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) พบว่า  
นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เพราะได้รับข่าวสารจาก  
สื่อในระดับมาก จำนวน 3 รายการ ได้แก่ จากเพื่อน ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.24) จากบุคคลใน  
ครอบครัว ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.06) และจากวิทยุโทรทัศน์ ( $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 1.14) ตามลำดับ

ผลการตัดสินใจมาเที่ยวพระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว  
ตัดสินใจมาเที่ยวพระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก  
จำนวน 2 รายการ ได้แก่ จากบุคคลในครอบครัว ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D. = 1.11) และจากเพื่อน ( $\bar{X} =$   
3.52, S.D. = 1.22) ตามลำดับ

ผลการตัดสินใจมาเที่ยวหาดเจ้าสำราญ พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวหาดเจ้า  
สำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก จำนวน 2 รายการ ได้แก่ จากนิตยสาร ( $\bar{X} =$   
3.52, S.D. = 1.07) และจากเพื่อน ( $\bar{X} = 3.51$ , S.D. = 1.16) ตามลำดับ

ผลการตัดสินใจมาเที่ยวชายหาดชะอำ พบว่า นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวชายหาด  
ชะอำ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อในระดับมาก จำนวน 3 รายการ ได้แก่ จากวิทยุโทรทัศน์ ( $\bar{X} =$



3.82, S.D. = 1.00) จากบุคคลในครอบครัว ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.14) และจากเพื่อน ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 1.03) ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จำแนกความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) แล้ว ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ( $\alpha = .05$ ) ได้แก่ ตัวแปร อายุ อาชีพ จึงสรุปได้ว่า อายุ อาชีพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ( $\alpha = .05$ ) ได้แก่ ตัวแปร การศึกษา ถิ่นที่อยู่ จึงสรุปได้ว่า การศึกษา ถิ่นที่อยู่ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้าสำราญ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ( $\alpha = .05$ ) ได้แก่ ตัวแปร อายุ การศึกษา สถานภาพ จึงสรุปได้ว่า อายุ การศึกษา สถานภาพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้าสำราญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จำแนกความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวกับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่ชายหาดชะอำ พบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi - Square) พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (p) ที่มีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ( $\alpha = .05$ )

ได้แก่ ตัวแปร อายุ อาชีพ สถานภาพ จึงสรุปได้ว่า อายุ อาชีพ สถานภาพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการได้รับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจมาเที่ยวที่ชายหาดชะอำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องนี้มีข้อค้นพบเกี่ยวกับผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีที่มีคุณค่าทางวิชาการมาอธิบาย ดังนี้

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ในประเด็นนี้สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวก่อนจะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีนั้น จะต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเพชรบุรีจากบุคคลใกล้ชิดตัวก่อน ซึ่งได้แก่ เพื่อน บุคคลในครอบครัว ดังนั้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลจึงมีสูง นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวยังสามารถติดตามข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนได้ อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ เป็นต้น ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (โสภภาพร สุทธิศักดิ์, 2539) ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) และพระรามราชนิเวศน์ (พระราชวังบ้านปืน) เพราะได้รับข่าวสารจากบุคคลในครอบครัวมากที่สุด ส่วนหาดเจ้าสำราญ และชายหาดชะอำนั้น ได้รับข่าวสารจากนิทรรศการและวิทยุโทรทัศน์ตามลำดับ

ส่วนการปฏิบัติงานของผู้เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ สื่อมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่สื่อใดสื่อหนึ่ง แต่เป็นการรับรู้จากสื่อหลายประเภท ซึ่งตรงกับงานวิจัยที่บอกว่า สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ต้องใช้สื่อหลายสื่อแบบผสมผสาน จะทำให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมาย (Singh, 1976) จากการตรวจเอกสารเล่มนี้ทำให้ทราบวิธีการออกแบบสอบถาม ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับผู้เกี่ยวข้องได้ต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

จากการอภิปรายและผลการวิจัยดังกล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยเป็น 3 ระดับ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิจัย พบว่า ผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองมาเป็นสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 67.8 จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายว่า สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเฉพาะสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ควรกำหนดมาตรการการนำเสนอสื่อโดยเฉพาะสื่อบุคคลและดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วนจริงจัง

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติหรือผู้เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งไม่ใช่สื่อใดสื่อหนึ่ง แต่เป็นการรับรู้จากสื่อหลายประเภท จึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้ปฏิบัติหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เช่น เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยว พนักงานตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ พ่อค้าแม่ค้า คนขับรถโดยสาร เป็นต้น ต้องตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี อาทิ การเดินทางไปไม่มีรถประจำทางที่แน่นอน ถนนทางลัดไม่สะดวก การจราจรติดขัด ถนนไม่ดี ป้ายบอกเส้นทาง การเดินทางไม่ค่อยชัดเจน อาหารมีราคาแพง ไม่ค่อยสด และการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ดีเท่าที่ควร นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังให้ข้อเสนอแนะว่าควรให้มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ให้มากขึ้น ทั้งนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ควรมีป้ายโฆษณาตามข้างทาง เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่าง ๆ และบอกต่อกันไปปากต่อปากและควรมีแผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วย จากปัญหาและข้อเสนอแนะข้างต้น ทำให้มีผลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีทั้งสิ้น ซึ่งบุคคลที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะต้องให้ความร่วมมือในการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

### 3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้นคว้าต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาในลักษณะของการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อจะได้ใช้เป็นข้อมูลและกระตุ้นส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีมากขึ้น

3.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับผู้ที่ไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เพื่อนำผลมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

3.3 ควรสนับสนุนให้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ โดยศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทในจังหวัดเพชรบุรี รวมไปถึงสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). รายงานประจำปี 2540 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จำเนียร ช่วงโชติ. (2526). จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินดา คุ่มกิตติชัย. (2532). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความร่วมมือของประชาชนในการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณะประโยชน์ : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดารารพร ไชยรัตน์. (2545). การรับรู้และพฤติกรรมเกี่ยวกับผลกระทบสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- คู่ย์ ชุมสาย, มล. (2527). จิตวิทยาแห่งการจัดตลาดเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ทักษิณา นิยมลรัตน์. (2537). จุลสารการท่องเที่ยว. ข้อสังเกตสำหรับประเทศที่กำลังจะก้าวสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ม.ป.ท. ฉบับที่ 13 เล่มที่ 3 หน้า 8-9.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. (2538). รายงานการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : การพิมพ์.
- ประภัสรา เกษมสุวรรณ. (2545). การรับรู้ปัญหาสภาพแวดล้อมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชนี วรกวิน. (2526). จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. (2542). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2532). การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วุฒิชัย จ้านง. (2523). **พฤติกรรมการณ์ตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ศิริประภา พึ่งพงษ์. (2544). **ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพ บุคลิกภาพ สุขภาพจิต กับคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการในสนามกอล์ฟ**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2540). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ**. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สถิต วงศ์สุวรรณ. (2529). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.
- สนั่น ปัทมะทิน. (2520). **ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์. (2531). **การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวารี วงศ์วัฒนา. (2536). **พฤติกรรมการณ์เปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วังสีไพจิตร. (2530). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวไทย 2530**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- โสภภาพ สุทธิศักดิ์. (2539). **ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Atkin, Charles K. (1973). **New Model for Mass Communication Research**. New York : The Free Press.
- Bettinghans, Erwin P. (1968). **Persuasive Communication**. New York : Holt, Rinehart and Winston.
- Cherry, Colin. (1978). **On Human Communication : A Review, A Survey and Criticism**. New York : Holt, Rinehart & Winston.
- Katz, E. and Lazarsfeld, P.F. (1955). **Personal Influence**. New York : The Free Press.
- Lazarsfeld, Paul F. and Menzel, Hurbert. (1968). **Mass Media and Personal Influence**. In the Science of Human Communication. New York : The Basic Books.

Rogers, Everett M. (1978). **Communication Channels : In Handbook of Communication.**

Chicago : Rand McNelly.

Schramm, Wilbus. (1973). **Men Message and Media : A look at Human Communication.**

New York : Harper & Row Publisher.

ภาคผนวก



## แบบสอบถามโครงการวิจัย

### เรื่อง

### ผลการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่อการมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หรือเติมคำลงในช่องว่าง ซึ่งข้อมูลที่ได้ลงจะปกปิดเป็นความลับ แต่จะนำมาวิเคราะห์เชิงวิชาการ เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีต่อไป

#### เลขที่แบบทดสอบ

#### สำหรับเจ้าหน้าที่

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- |                                     |                          |                            |
|-------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1. เพศ                              |                          | <input type="checkbox"/> 1 |
| ( ) 1. ชาย                          | ( ) 2. หญิง              |                            |
| 2. อายุ ..... ปี                    |                          | <input type="checkbox"/> 2 |
| 3. การศึกษาสูงสุด                   |                          | <input type="checkbox"/> 3 |
| ( ) 1. ประถมศึกษา                   | ( ) 2. มัธยมศึกษา/ปวช.   |                            |
| ( ) 3. อนุปริญญา/ปวส.               | ( ) 4. ปริญญาตรีขึ้นไป   |                            |
| 4. สถานภาพ                          |                          | <input type="checkbox"/> 4 |
| ( ) 1. โสด                          | ( ) 2. สมรส              |                            |
| ( ) 3. หย่า, หม้าย                  | ( ) 4. อื่นๆ (ระบุ)..... |                            |
| 5. อาชีพ                            |                          | <input type="checkbox"/> 5 |
| ( ) 1. รับจ้าง                      | ( ) 2. ค้าขาย            |                            |
| ( ) 3. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ( ) 4. แม่บ้าน/พ่อบ้าน   |                            |
| ( ) 5. อื่นๆ (ระบุ).....            |                          |                            |
| 6. ถิ่นที่อยู่                      |                          | <input type="checkbox"/> 6 |
| ( ) 1. กรุงเทพมหานคร                | ( ) 2. เพชรบุรี          |                            |
| ( ) 3. อื่นๆ (ระบุ).....            |                          |                            |

ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

7. ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

7

ดังข้อความต่อไปนี้ว่า เคยหรือไม่เคย

ข้อความ	เคย	ไม่เคย
ก. สื่อมวลชน		
1) หนังสือพิมพ์		
2) นิตยสาร		
3) วิทยุกระจายเสียง		
4) วิทยุโทรทัศน์		
5) อินเทอร์เน็ต		
ข. สื่อบุคคล		
1) เพื่อน		
2) เพื่อนบ้าน		
3) เพื่อนร่วมงาน		
4) บุคคลในครอบครัว		
5) ครู-อาจารย์		
6) เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย		
7) เจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว		
ค. สื่อเฉพาะกิจ		
1) โปสเตอร์		
2) แผ่นพับ		
3) จุลสาร		
4) วารสาร		
5) บริษัทการท่องเที่ยว		
6) นิทรรศการ		
7) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว		

หมายเหตุ แบบสอบถามตอนที่ 3 นี้ให้ตอบเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไปแหล่งท่องเที่ยวที่

ตอนที่ 3 การมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

8. ผลของการตัดสินใจมาเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครคีรี (เขาวัง) เพราะได้รับ  
ข่าวสารจากสื่อต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด

 8

ข้อความ	ผลของการตัดสินใจมาเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) วิทยุกระจายเสียง					
2) วิทยุโทรทัศน์					
3) หนังสือพิมพ์					
4) นิตยสาร / วารสาร					
5) อินเทอร์เน็ต					
6) เพื่อน					
7) บุคคลในครอบครัว					
8) เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
9) เจ้าหน้าที่ / บริษัทการท่องเที่ยว					
10) แผ่นพับ / โปสเตอร์					
11) จุลสาร					
12) นิทรรศการ					
13) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					

9. ผลของการตัดสินใจมาเที่ยวที่พระรามราชนิเวศ (พระราชวังบ้านปืน) เพราะได้รับข่าวสาร  9  
จากสื่อต่อไปนี้มาน้อยเพียงใด

ข้อความ	ผลของการตัดสินใจมาเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) วิทยุกระจายเสียง					
2) วิทยุโทรทัศน์					
3) หนังสือพิมพ์					
4) นิตยสาร / วารสาร					
5) อินเทอร์เน็ต					
6) เพื่อน					
7) บุคคลในครอบครัว					
8) เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
9) เจ้าหน้าที่ / บริษัทการท่องเที่ยว					
10) แผ่นพับ / โปสเตอร์					
11) จุลสาร					
12) นิทรรศการ					
13) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					

10. ผลของการตัดสินใจมาเที่ยวที่หาดเจ้าสำราญ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่อไปนี้  
 มากน้อยเพียงใด

 10

ข้อความ	ผลของการตัดสินใจมาเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) วิทยุกระจายเสียง					
2) วิทยุโทรทัศน์					
3) หนังสือพิมพ์					
4) นิตยสาร / วารสาร					
5) อินเทอร์เน็ต					
6) เพื่อน					
7) บุคคลในครอบครัว					
8) เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
9) เจ้าหน้าที่ / บริษัทการท่องเที่ยว					
10) แผ่นพับ / โปสเตอร์					
11) จุลสาร					
12) นิทรรศการ					
13) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					

11. ผลของการตัดสินใจมาเกี่ยวกับชายหาดชะอำ เพราะได้รับข่าวสารจากสื่อต่อไปนี้

11

มากน้อยเพียงใด

ข้อความ	ผลของการตัดสินใจมาเกี่ยวกับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) วิทยุกระจายเสียง					
2) วิทยุโทรทัศน์					
3) หนังสือพิมพ์					
4) นิตยสาร / วารสาร					
5) อินเทอร์เน็ต					
6) เพื่อน					
7) บุคคลในครอบครัว					
8) เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
9) เจ้าหน้าที่ / บริษัทการท่องเที่ยว					
10) แผ่นพับ / โปสเตอร์					
11) จุลสาร					
12) นิตรรศการ					
13) หนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

12. ท่านประทับใจกับปัญหาและอุปสรรคในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีในเรื่องอะไรบ้าง

12

1) .....

2) .....

13. ท่านมีแนวทางในการที่จะให้มีการสื่อสารเพื่อแนะนำให้นักท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรีให้มากขึ้นได้อย่างไร

13

1) .....

2) .....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

ผู้วิจัย

## ประวัติผู้วิจัย

นางสาวอรุณรัตน์ ชินวรรณ เกิดวันที่ 14 มิถุนายน 2502 ที่จังหวัดสมุทรปราการ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต จากวิทยาลัยครูจันทระเกษม และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปัจจุบันรับราชการเป็นอาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี