RAMKHAM... LIBRARY
สำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยรามคำแหง

การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

เอกชัย สมบูรณ์

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (มนุษยศาสตร์)
ปีการศึกษา 2547

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ISBN 974-09-1791-7

INFORMATION SERVICES TO THE TOURIST OF BANGKOK TOURIST BUREAU STAFF

EAKKACHAI SOMBOON

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULLFILLMENT OF REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ART
(MASTER OF ARTS)
2004

COPY RIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ISBN 974-09-1791-7

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้เขียน นายเอกชัย สมบูรณ์

คณะ มนุษยศาสตร์

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร. สุนีย์ กาศจำรูญ ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์ทิพวรรณ พุ่มมณี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เภาชิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พูพิพิธ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุนีย์ กาศจำรูญ)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ทิพวรรณ พุ่มมณี)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เภาชิต)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้เขียน นายเอกชัย สมบูรณ์

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (มนุษยศาสตร์)

ปีการศึกษา 2547

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. สุนีย์ กาจจำรูญ ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ทิพวรรณ พุ่มมณี
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เภาชิต

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อศึกษาการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย คือเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 60 คน ใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจโดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอายุต่ำกว่า 25 ปีสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ให้บริการสารสนเทศโดยเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด 11-30 ครั้ง/วัน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสารสนเทศในแต่ละวัน เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศร้อยละ 21.56 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 78.44 ในด้านความต้องการใช้เอกสารเผยแพร่เพื่อให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ แผ่นพับเมืองฉบับภาษาอังกฤษและภาษาไทย แผ่นพับวังและแผ่นผับวัดฉบับภาษาอังกฤษ คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี หนังสือของดีกรุงเทพ และหนังสือ The must see sight in Bangkok ในด้านความ

ต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทยในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร และภัตตาคาร

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สถานทูตและสถานกงศุล องค์กรท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และข้อมูลการสื่อสาร ในด้านความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความต้องการใช้ประเภทของข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความต้องการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ หนังสือทั่วไป เว็บไซต์ และหนังสือพิมพ์ ในด้านการใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ ในระดับมาก ได้แก่ ประสบการณ์ของตนเอง สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนร่วมงาน โทรทัศน์ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ และศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในด้านปัญหาและแนวทางในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว พบว่า บุคลากรไม่ได้รับ การอบรมเกี่ยวกับสารสนเทศด้านท่องเที่ยวมากที่สุด สำหรับในด้านสื่อสารสนเทศนั้นพบว่า ปัญหาที่พบในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลในสื่อสารสนเทศไม่ทันสมัย สื่อสารสนเทศมีข้อมูลไม่ครบถ้วน และสื่อสารสนเทศไม่ตรงต่อความต้องการ ในด้านปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบาย ปัญหาที่พบในระดับมาก ได้แก่ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตล่าช้า เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพ การไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม และอุปกรณ์สื่อสารมีไม่เพียงพอ ในด้านปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว พบว่า การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการค้นหาแหล่งสารสนเทศแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุด

ABSTRACT

Thesis Title	Information Services to the Tourist of Bangkok Tourist Bureau Staff
Student Name	Mr. Eakkachai Somboon
Degree Sought	Master of Arts
Major	Information Science and Library
Academic Year	2004

Advisory Committee

1. Assoc. Prof. Dr. Sunee Karshamroon — Chairperson
2. Assoc. Prof. Tippavan Poommanee
3. Asst. Prof. Chieng Pawchit

This thesis aims to (1) study the information services provided to tourists by the staff of the Bangkok Tourist Bureau, and (2) study the problems and difficulties in providing information services to tourists by the staff of the Bangkok Tourist Bureau. The population consisted of 60 officials from Bangkok Tourist Bureau. The tool employed in this research was in the form of questionnaires.

The result reveals that most Bangkok Tourist Bureau staff members are under 25 years of age, female, with a Bachelor's degree. They provide informational services 11-30 times per day on average, with 21.56% of the tourists being Thai, while the remaining 78.44% consisting of foreigners. Regarding the tourist information handouts, the City Information Handout (Thai and English versions), Palaces Information Handout (Thai and English versions), Rattanakosin Island Tourist Routes in the Bangkok and the Thonburi

Area Booklet, The Best of Bangkok Book and The Must-See Sights in Bangkok Book are all in high demand. Moreover, handouts on Tourist Spots, Excursions, Hotels, Restaurants, Public Relations Activities, Embassies and Consulates, Tourist Organizations, Tourist Agencies and Communication are all available in a Thai version, the use of which shows a high level of need. Concerning the demand for information in English, the demand for information on tourist sites is highest. With regard to the information category, the information on tourist spots accounts for the highest level of need. Concerning the information media employed in services, books, websites and newspapers enjoy a high level of use. Lastly, regarding the sources utilized to acquire information, people relied to a large degree on their own personal experience, Internet media, co-workers, television programs, tourism-related organizations, newspapers and the Academic Center of the Tourism Authority of Thailand.

As for the problems encountered in the provision of information services, the results show that the personnel lack the requisite training in providing tourist information. As regards information media, the problems found at a high level were that the media are outdated or incomplete or unable to fulfill the needs of tourists. Concerning the facilities and policy-related problems, the low speed of Internet access, inefficient computers, insufficient communication devices and lack of training support are problems found at a high level. Finally, as regards the matter of the improvement of information services, additional training programs on information search skills should be provided for the public relations officers as far as possible.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีโดยได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. สุนีย์ กาจจำรูญ เป็นประธานกรรมการ และกรรมการอีก 2 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์ทิพวรรณ พุ่มมณี และผู้ช่วยศาสตราจารย์เชียง เภาชิต ที่เมตตาให้คำปรึกษา ให้คำชี้แนะตลอดจนเอาใจใส่ถามไถ่และติดตามความก้าวหน้าของงานมาโดยตลอด ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณและระลึกในความกรุณานี้เสมอไป

ขอบพระคุณผู้อำนวยการศูนย์ และเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครทุกท่านที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์และอนุเคราะห์รายละเอียดข้อมูลอย่างดียิ่ง

ขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนกลุ่มโต๊ะหน้าคณะฯ ซึ่งไม่สามารถเอ่ยนามได้หมด ที่คอยกระตุ้นเตือนถึงวิทยานิพนธ์มาโดยตลอดและคอยเป็นกำลังใจให้ยามที่รู้สึกเหนื่อยล้า

กราบขอบพระคุณพ่อ แม่ และป้า ครอบครัวที่รักมากที่สุด ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของทุกช่วงชีวิต

เอกชัย สมบูรณ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... (4)

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... (6)

กิตติกรรมประกาศ ..... (8)

สารบัญตาราง ..... (11)

สารบัญแผนภูมิ ..... (13)

บทที่

1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 3

นิยามศัพท์เฉพาะ 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 6

การท่องเที่ยว 7

ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร 19

การให้บริการสารสนเทศ 23

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 35

3 วิธีดำเนินการวิจัย 40

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย 40

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 41

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม 42

การทดสอบเครื่องมือวิจัย 43

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 43

บทที่ หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล 44
สถิติที่ใช้ในการวิจัย 44
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 46
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 46
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ
สารสนเทศ 48
ตอนที่ 3 ปัญหาและแนวทางในการให้บริการสารสเทศ
แก่นักท่องเที่ยว 69
ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและ
ความถี่ในการบริการสารสนเทศ 76
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 81
สรุป 82
อภิปรายผล 84
ข้อเสนอแนะ 87
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 88
บรรณานุกรม 89
ประวัติผู้เขียน 92

สารบัญตาราง

ตาราง หน้า

1 รายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2534-2544 11

2 เปรียบเทียบรายได้ที่เกิดจากการส่งสินค้าออกที่สำคัญของประเทศกับรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2541 และ พ.ศ. 2542 12

3 สภาพแวดล้อมภายในของงานบริการสารนิเทศ 27

4 สภาพแวดล้อมภายนอกของงานบริการสารนิเทศ 27

5 แบบจำลองตามแนวคิดของเบอร์โล หรือ SMCR 31

6 จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม 46

7 จำนวนและร้อยละของจำนวนเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวที่มาขอใช้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว 48

8 ความถี่ในการให้บริการสารสนเทศโดยเฉลี่ยต่อวัน 49

9 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสารสนเทศในแต่ละวัน 49

10 ความต้องการใช้เอกสารเผยแพร่เพื่อให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว 50

11 ความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทย 54

12 ความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษ 57

13 ความต้องการใช้ประเภทของข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 60

14 ความต้องการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 63

15 การใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ 67

16 ปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว 70

17 ปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศ 72

18 ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบาย 74

19 แนวทางการปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว 75

ตาราง หน้า

20 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน 76
21 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน 77
22 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและความถี่ในการบริการ
สารสนเทศต่อวัน..... 78
23 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุราชการและความถี่ในการบริการ
สารสนเทศต่อวัน..... 79

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1 งานด้านนโยบาย	21
2 งานด้านงบประมาณและการบริหารงานทั่วไป	21

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมด้านการบริการขนาดใหญ่ที่มีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก โดยสามารถนำมาชดเชยภาวะเศรษฐกิจตกต่ำของภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมสาขาอื่นในช่วงที่เศรษฐกิจของโลกถดถอย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กองสถิติและวิจัย (2547, หน้า 3) จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทยปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนถึง 10,004,453 คน และรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนถึง 289,484 ล้านบาท อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศมายังประเทศไทยแล้วยังก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นตามมาจากจากอุตสาหกรรมบริการ และอุตสาหกรรมการผลิตสาขาอื่นซึ่งจะก่อให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้อื่น ๆ ตามมาอีกมากมาย

จากอดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยได้รับเงินตราเป็นจำนวนมหาศาลจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังนั้นในปี พ.ศ. 2545 จึงได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้กำหนดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 จนถึงฉบับปัจจุบันคือ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 โดยในแต่ละแผนมีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจนเสมอมา ตัวอย่างเช่นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยมีการกำหนดเป้าหมายรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ให้รายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมเฉลี่ยถึงร้อยละ 7-8 ต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, หน้า 3)

ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นจุดหมายหลักในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดคือกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองหลวงและเป็นศูนย์กลางในทุกด้านของประเทศ กรุงเทพมหานครจึงเปรียบเสมือนเมืองหน้าด่านในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นจุดแรกที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวนอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ อีกมากมาย ซึ่งในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานครที่แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 50 เขตล้วนแต่มีของดีเด่นสมควรแก่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น และถือเป็นหนทางหนึ่งที่จะทำรายได้เพิ่มขึ้นให้กับประเทศ ทางกรุงเทพมหานครได้เห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครขึ้น เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และวัตถุประสงค์หลักอีกด้านหนึ่งเพื่อบริการข้อมูลข่าวสารในด้านการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวโดยศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครได้จัดส่งนักประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปประจำตามซุ้มประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันซุ้มประชาสัมพันธ์กระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญในกรุงเทพมหานครรวม 20 จุด เพื่อให้บริการสารสนเทศและข้อมูลข่าวสารในด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือและแผ่นผับเป็นต้น ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องโดยการตอบคำถามซึ่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจะต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญอย่างมากในการที่จะตอบคำถามและให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจใคร่ที่จะศึกษาการให้บริการสารสนเทศของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้มองเห็นถึงสภาพของการให้บริการสารสนเทศ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

สารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศให้ดียิ่งขึ้นเพื่อที่จะนำรายได้จำนวนมากเข้าประเทศต่อไป (กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, หน้า 6)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงสภาพการให้บริการสารสนเทศ รวมถึงปัญหา และอุปสรรคในการให้บริการสารสนเทศของเจ้าหน้าประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจำนวน 60 คน ที่ปฏิบัติงานประจำอยู่ตามซุ้มประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจำนวน 20 จุดคือ

1. บริเวณหน้าวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง
2. บริเวณหน้าวัดชนะสงคราม ย่านถนนข้าวสาร
3. บริเวณหน้าศูนย์การค้ามาบุญครอง สี่แยกปทุมวัน
4. บริเวณหน้าศูนย์การค้าโรบินสันสีลม ถนนสีลม
5. บริเวณหน้าโรงแรมแอมบาสเดอร์ ถนนสุขุมวิท
6. บริเวณภายในวัดสุทัศน์วราราม
7. บริเวณหน้าศาลพระพรหมร่วมกับธนาคารเอเซีย
8. บริเวณทางเท้าด้านข้างโรงพยาบาลจุฬาฯ

9. บริเวณห้างเวิร์ดเทรดเซ็นเตอร์
10. บริเวณทางเท้าตรงข้ามสยามแสควร์
11. บริเวณด้านข้างอุทยานเบญจศิริ
12. บริเวณด้านหน้าศูนย์การค้านายเลิศ ราชเทวี
13. บริเวณย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ทางเท้าด้านพงษ์หลี
14. บริเวณด้านหน้าโรงแรมฮอลิเดย์ อิน คราวน์
15. บริเวณหน้าอาคารบุญมิตร เขตบางรัก
16. บริเวณทางเท้าหน้าการบินไทย ถนนสีลม
17. บริเวณทางเท้าหน้าโรงแรมแพน แปซิฟิก
18. บริเวณด้านหน้าศูนย์สรรพสินค้าริเวอร์ซิตี้
19. บริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง (อาคาร 1)
20. บริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง (อาคาร 2)

นิยามศัพท์เฉพาะ

การให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติงานในด้านการให้บริการสารสนเทศ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และบริการตอบคำถาม

สารสนเทศ หมายถึงข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ ได้แก่หนังสือ แผ่นพับและเอกสารเผยแพร่ เป็นต้น

นักท่องเที่ยว หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยแยกเป็น (1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศหมายถึงบุคคลที่มิได้มีถิ่นถาวรในประเทศไทยและเดินทางมาประเทศไทยเป็นการชั่วคราว เพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภาระกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย (2) นักท่องเที่ยวภายในประเทศหมายถึงบุคคลที่มีที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่อื่นซึ่ง

ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่ประจำ เพื่อการพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจหรือประกอบกิจการใด ๆ (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2546, หน้า 51)

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร หมายถึง บุคลากรที่ดำรงตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 60 อัตรา ที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ตามซุ้มประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
2. ทราบความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว
3. ทราบปัญหาและอุปสรรคของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว
4. เป็นแนวทางในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (The Information Services to the Tourists of Bangkok Tourist Bureau Staff) ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นพื้นฐานการศึกษาและประกอบการอภิปรายผลการวิจัยโดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยว
   - 1.1 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
   - 1.2 ความหมายของการท่องเที่ยว
   - 1.3 ประวัติการท่องเที่ยวประเทศไทย
   - 1.4 ธุรกิจการท่องเที่ยว
   - 1.5 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
2. ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
   - 2.1 ประวัติ ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
   - 2.2 นโยบายและการบริหารงาน
   - 2.3 การบริหารและการสั่งราชการ
   - 2.4 เจ้าหน้าที่และบุคลากร
   - 2.5 งบประมาณ
3. การให้บริการสารสนเทศ
   - 3.1 ความหมายของการให้บริการสารสนเทศ
   - 3.2 คุณสมบัติของผู้ให้บริการสารสนเทศ
   - 3.3 สภาพแวดล้อมในการให้บริการสารสนเทศ
   - 3.4 ภาษาและการสื่อสาร
   - 3.5 การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 งานวิจัยในประเทศ

4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

การท่องเที่ยว

ความเป็นมาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การเดินทางเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นคู่กับมนุษย์มาแต่สมัยดึกดำบรรพ์ เริ่มตั้งแต่การเดินทางเร่ร่อนเพื่อหาถิ่นฐานใหม่เป็นที่ทำกินที่ดีกว่าเดิม ปลอดภัยกว่าเดิม หรือขยับขยายหนีความแออัด เมื่อตั้งถิ่นฐานได้แล้วจะมีการเดินทางเพราะอยากรู้อยากเห็นความแปลกใหม่ของสถานที่ ความลี้ลับของธรรมชาติ และค่อย ๆ พัฒนาจากการเดินทางเพื่อการเรียนรู้ไปเป็นวัตถุประสงค์หลายอย่างตามยุคสมัย ซึ่งมีความเจริญทางศิลปวิทยาการและสังคมที่ต่างกัน มีความเจริญและตกต่ำบ้าง แต่ก็ไม่มีอะไรมาหยุดยั้งความเจริญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ นับตั้งแต่ยุคเมโสโปเตเมีย ไปจนถึงยุคอียิปต์ กรีก และโรมัน ความเจริญของการท่องเที่ยวมีส่วนสัมพันธ์กับความมั่นคงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การพัฒนาระบบคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก

การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเริ่มจากการประดิษฐ์เครื่องจักรไอน้ำซึ่งเป็นจุดกำเนิดของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ทำให้สามารถเดินทางได้ไกลขึ้น และรวดเร็วขึ้นได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากสังคมชนบทเกษตรเป็นสังคมเมือง ทำให้มีเวลาพักผ่อนและมีรายได้เพิ่มขึ้น และทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเจริญเติบโตตามความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจสังคมและการเมือง และจากความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของผู้นำในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมได้เกิดการล่าเมืองขึ้นซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ค้าขาย และเยี่ยมเยือนญาติมิตร มีการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเรือเดินสมุทรสามารถกำหนดเวลาให้สั้นลง และแน่นอน นอกจากนี้ ยังเกิดมีตัวแทนท่องเที่ยวที่ช่วยบริการให้ความสะดวก ความปลอดภัย ช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อไม่ให้บานปลาย

ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคใหม่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการประดิษฐ์เครื่องยนต์ รถยนต์ เครื่องบิน ทำให้เกิดการเดินทางข้ามประเทศ

ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ และมีการเริ่มใช้กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ในกิจการท่องเที่ยวนานาชาติมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางจากอเมริกาไปเยือนยุโรป และเกิดวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแบบเศรษฐีใหม่ขึ้น นอกจากนี้หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการเตรียมการในด้านคมนาคมและการค้าระหว่างประเทศ จึงเกิดปัจจัยสนับสนุนทำให้เกิดความสะดวกในการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการนำเครื่องบินที่เหลือใช้หลังสงครามมาใช้ในการเดินทางทำให้สามารถเดินทางได้ด้วยระยะเวลาอันสั้น และการจัดนำเที่ยวมีราคาต่ำลง ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวระดับนานาชาติจึงกระจายไปทั่วโลก แม้ว่าจะมีอุปสรรคบ้างแต่สามารถฝ่าฟันได้จนสู่ยุคโลกาภิวัตน์มีการแข่งขันสูงและมีเสรีภาพที่จะท่องเที่ยวทั่วโลกอย่างไร้พรมแดน

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเดินทาง แม้ว่าคำว่า "การท่องเที่ยว" และ "การเดินทาง" จะใช้สลับกันจนเกือบมีความหมายเดียวกัน แต่การเดินทางบางประเภทก็ไม่นับว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เป็นไปตามข้อตกลงระหว่างนักวิชาการทางการท่องเที่ยวของสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ที่นำเสนอในการประชุมขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับกรุงโรม อิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ซึ่งกำหนดว่าการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

การนำเสนอความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการมองเฉพาะในส่วนของผู้ที่เดินทาง คือ นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือนเท่านั้น หากจะมองให้ครอบคลุมกระบวนการของคำว่าการท่องเที่ยวทั้งหมด จะต้องพิจารณาในส่วนของผู้ให้บริการหรืออำนวยความสะดวกในการเดินทางประกอบกันด้วย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ แม็ค อินทอช และโกลด์เนอร์

(Mc Intosh and Goeldner) ที่สรุปว่า "การท่องเที่ยว" หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

ดังนั้น หากจะอธิบายคำว่า "การท่องเที่ยว" ให้ครอบคลุมที่สุด จักต้องพิจารณา 4 ประเด็นหลักต่อไปนี้ คือ

1. นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยทางกายสัมผัสและทางจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไป

2. ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามแนวนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว โดยนอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังเป็นหน่วยที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อประชาชนเข้ามาทำงานเป็นพนักงานส่วนหนึ่งของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

โดยสรุป การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหลของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ

ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง (นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน) ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว

ประวัติการท่องเที่ยวประเทศไทย

การเดินทางท่องเที่ยวของไทยในสมัยกรุงสุโขทัยซึ่งมีการปกครองแบบบิดาปกครองบุตร ผู้คนมีอิสระและเสรีภาพในการเดินทางมาก ส่วนในสมัยกรุงศรีอยุธยาการเดินทางท่องเที่ยวค่อย ๆ ลดลงเนื่องจากมีการปกครองระบอบเจ้าขุนมูลนายทำให้ขาดการมีอิสระในการเดินทาง ในสมัยกรุงธนบุรีมีการประกันราคาข้าว และสินค้าทำให้มีการเดินทางค้าขายมากขึ้น ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น บ้านเมืองค่อนข้างสงบมีการขุดคลองหลายสายทำให้การเดินทางท่องเที่ยวสะดวกยิ่งขึ้น และมีการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำเพิ่มขึ้น ช่วงหลังกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นมีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตกับชาติตะวันตก กรุงเทพมหานครได้รับการขนานนามว่าเป็น เวนิสตะวันออก ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีการเสด็จต่างประเทศแบบแกรนด์ทัวร์ ทรงทำให้มีการพัฒนาทุกด้านทั้งด้านการคมนาคมและด้านสาธารณูปโภคอันเป็นปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกอาณาเขต ส่วนในสมัยรัชการที่ 6 มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนากิจการรถไฟจนถึงขีดสูงสุด

การเดินทางท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันเริ่มตั้งแต่สมัยรัชการที่ 8 โดยเริ่มจากที่กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินทรงสร้างโรงรถไฟหัวหิน โรงแรมวังพญาไทย และโรงแรมราชธานี มีการจัดพิมพ์เอกสารนำเที่ยวโดยกรมรถไฟหลวงปีนผู้ดำเนินการพร้อมจัดตั้งแผนกท่องเที่ยว ต่อมามีการโอนแผนกท่องเที่ยวไปขึ้นกับกรมโฆษณาการ ส่วนเหตุการณ์ครั้งสำคัญของประเทศไทย คือมีการเริ่มต้นการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อสท.) เมื่อ พ.ศ. 2503 พร้อม ๆ กับการจัดตั้งบริษัทการบินไทยจำกัด การส่งเสริมให้เอกชนสร้างโรงแรมขึ้นหลายแห่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตลอดมาโดยมีองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นแกนนำมีบทบาทในการเข้าร่วมกิจกรรมนานาชาติ ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งองค์กรเอกชนในการท่องเที่ยว ซึ่งสนับสนุนให้เกิดธุรกิจเอกชนเฉพาะอย่างขึ้นเรื่อย ๆ และเริ่มมีบทบาทในการพัฒนาบุคลากร

สถานที่และคุณภาพของการบริการจนประเทศไทยได้รับการยกย่องเป็นประเทศชั้นแนวหน้าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

ธุรกิจการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา และครองอยู่ในระดับต้น ๆ มาจนถึงปัจจุบัน

ตาราง 1

รายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2534-2544

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: 2545)

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	อัตราเปลี่ยนแปลง	จำนวนรายได้ (ล้านบาท)
2534	5,086,899	-4.00%	100,004
2535	5,136,443	0.97%	123,135
2536	5,760,533	12.15%	127,802
2537	6,166,496	7.05%	145,211
2538	6,951,566	12.73%	190,765
2539	7,192,145	3.46%	219,364
2540	7,221,345	0.41%	220,754
2541	7,764,930	7.53%	242,177
2542	8,580,332	10.50%	253,018
2543	9,508,623	10.82%	285,272
2544	10,061,950	5.82%	299,047
2545	10,799,067	7.33%	323,484
2546	10,004,453	-7.36%	289,484

ที่มา: จาก *"รายงานสถิติประจำปี 2545,"* (หน้า 16), โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ปี พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยว อัตราการเปลี่ยนแปลง และรายได้ลดลงเนื่องจากเกิดวิกฤตการโรคซาร์ และสงครามอิรัค

ตาราง 2

เปรียบเทียบรายได้ที่เกิดจากการส่งสินค้าออกที่สำคัญของประเทศกับรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2541 และ พ.ศ. 2542

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: 2545)

ปี พ.ศ. 2541	ล้านบาท	ปี พ.ศ. 2542	ล้านบาท
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	316,102	คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	299,780
การท่องเที่ยว	242,177	การท่องเที่ยว	253,018
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	183,029	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	166,108
อุปกรณ์อิเล็กทรินิค	161,821	อุปกรณ์อิเล็กทรินิค	153,768
แผงวงจรไฟฟ้าและชิ้นส่วน	92,906	แผงวงจรไฟฟ้าและชิ้นส่วน	111,645
ข้าว	86,801	อาหารทะเลและกระป๋อง	10,283
ยางพารา	73,142	ผลิตภัณฑ์พลาสติก	75,712
อาหารทะเลและกระป๋อง	70,574	ข้าว	73,811
เครื่องประดับและอัญมณี	64,416	ผลิตภัณฑ์เหล็ก	61,723
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	58,342	กุ้งแช่แข็ง	48,348

ที่มา: จาก *"รายงานสถิติประจำปี 2545,"* (หน้า 23), โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

ธุรกิจที่พักแรม (Accomodation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางหรือบุคคลที่ต้องการที่พักค้างแรม โดยอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้

บริการด้วย การบริหารงานในธุรกิจโรงแรมแบ่งเป็นงานบริการห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม และงานบำรุงรักษา

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) หมายถึง ธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารภายในสถานที่ที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจุอาหารใส่กล่องเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปรับประทานที่อื่นได้ แบ่งเป็นภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ในศูนย์การค้า ในห้างสรรพสินค้า ในสนามบิน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบนพาหนะในระหว่างเดินทาง การบริหารงานธุรกิจอาหารและเครื่องประกอบด้วย การกำหนดรายการอาหารและราคา การจัดซื้อ การจัดเก็บและเบิกจ่าย การผลิตอาหารและสุขาภิบาลการบริการ และการตลาด

ธุรกิจคมนาคมขนส่ง (Transportation) หมายถึง ธุรกิจการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่งโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็นการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ธุรกิจคมนาคมขนส่งทางบกประกอบด้วยรถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่า และรถโดยสาร ธุรกิจขนส่งทางน้ำจะใช้เรือเป็นพาหนะ เช่น เรือเดินทะเล เรือข้ามฟาก เรือใบ เรือยอชต์ เรือล่องแม่น้ำ และเรือสำราญ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นเรือขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน สำหรับธุรกิจคมนาคมขนส่งทางอากาศเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางข้ามประเทศหรือเดินทางระยะไกลโดยใช้เครื่องบินเป็นพาหนะ ประกอบด้วย สนามบิน การควบคุมการจราจรทางอากาศ สายการบินต่าง ๆ และผู้ผลิตเครื่องยนต์และเครื่องบิน

ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยว การให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม ทัศนาจรหรือการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวอาจขายบริการแก่นักท่องเที่ยวเองโดยตรงหรือขายผ่านตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ การจัดนำเที่ยวภายในประเทศ การจัดนำเที่ยวต่างประเทศ และการจัดนำเที่ยวในประเทศ การจัดนำเที่ยวต่างประเทศ และการจัดนำเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การ

บริหารงานจัดนำเที่ยวประกอบด้วยการบริหารทั่วไป การวางแผนและการจัดนำเที่ยว การตลาดและการขาย และการบัญชีและการเงิน

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agent) หมายถึงการประกอบกิจการในรูปของตัวแทนที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการในนามของธุรกิจท่องเที่ยว โดยได้รับค่านายหน้าเป็นการตอบแทน จึงเป็นผู้ที่อยู่ตรงกลางระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ คือ ตัวแทนจำหน่ายบัตร โดยสารสายการบิน ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ และตัวแทนสายการบิน การบริหารงานตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วยงานขายและบริการส่วนหน้าและระบบบัญชีในส่วนหลัง

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (Souvenirs) หมายถึง ธุรกิจผลิต และจำหน่ายสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อเป็นที่ระลึก ของฝาก หรือแม้แต่เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สินค้าที่ระลึกมักถูกพัฒนาขึ้นมาจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นอยู่ของท้องถิ่น โดยใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบ และใช้แรงงานฝีมือคนท้องถิ่น การบริหารงานสินค้าที่ระลึกประกอบด้วยการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การตลาดและการขายและการบัญชีและการเงิน

ธุรกิจนันทนาการ (Recreation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการให้บริการเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและบันเทิงสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยสวนสนุกในรูปแบบต่าง ๆ สถานบันเทิง เช่น ไนต์คลับ บาร์ ดิสโก้เธค คาสิโน โรงภาพยนตร์และโรงละคร และสนามกีฬาที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเล่นหรือแข่งขันกีฬาหรือไปเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเล่นหรือแข่งขันกีฬาหรือไปเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้นเป็นเทศกาลต่าง ๆ เช่น กีฬาเอเชียนเกมส์ โอลิมปิค เป็นต้น

ธุรกิจการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meeting Incentive Convention and Exhibition--MICE) หมายถึง ธุรกิจการให้บริการจัดประชุมแก่กลุ่มหรือสมาคมหรือบริษัทที่ต้องการจัดประชุม ซึ่งมักมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนล่วงหน้า ธุรกิจการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า และธุรกิจจัดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้พนักงานบริษัทเป็นการตอบแทนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายของบริษัทหรือองค์การ โดยบริษัทเป็นผู้รับผิด

ชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดหรือส่วนหนึ่ง ผู้ประกอบการต่าง ๆ ในธุรกิจการประชุมและนิทรรศการ ได้แก่ ผู้จัดงานการประชุมมืออาชีพ ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ ศูนย์ประชุม โรงแรมที่จัดประชุม ผู้รับเหมาในการออกแบบ ตกแต่งและติดตั้งระบบต่าง ๆ เช่น ระบบแสงเสียง ระบบสื่อสาร เป็นต้น ผู้ดำเนินการขนส่งสินค้าและผู้ประกอบการคมนาคมขนส่ง เช่น สายการบิน รถเช่า รถแท็กซี่ เป็นต้น

ธุรกิจทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะมีความสัมพันธ์กันและประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อมุ่งให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและคนเดินทาง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545, หน้า 6-7)

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สังคมและวัฒนธรรมและต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้

ด้านเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทั้งในแง่ของการสร้างเงินตราต่างประเทศ ความสำคัญต่อดุลการค้าและบริการของประเทศ การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) การกระจายรายได้ การจ้างงานและการลงทุนของประเทศ

ด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม โดยสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวสร้างสันติภาพให้แก่โลก เสริมสร้างความเป็นมิตรไมตรีระหว่างประเทศ และเชื่อมโยงโลกทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน

2. การท่องเที่ยวช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน และโบราณวัตถุ ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่าของท้องถิ่นเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวทำให้ประชาชนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในท้องถิ่น

4. การท่องเที่ยวส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพจิตที่ดี เนื่องจากได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งช่วยลดปัญหาทางสังคมในทางอ้อม

5. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนรู้จักการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

6. การท่องเที่ยวเสริมสร้างพื้นฐานของสังคมที่ดี

ความสำคัญต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันประเทศทั่วโลกที่เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ร่วมกันศึกษาการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่โดยให้สอดคล้องกับธรรมชาติและทำลายสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ภายใต้โครงการ "โลกสีเขียว" (green globe) ของสภาการเดินทางและการเดินทางท่องเที่ยวโลก ซึ่งประเทศไทยได้เข้าร่วมโครงการนี้เช่นกัน โดยใช้พื้นที่เกาะสมุยเป็นโครงการนำร่อง นอกจากนี้ยังเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) ขึ้น เพื่อการท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างถูกวิธี และเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งรวมถึงการวางแผนการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) ของแต่ละพื้นท่องเที่ยว การกำหนดขอบเขตพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวจะเข้าถึงธรรมชาติได้ โดยป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงธรรมชาติส่วนที่บอบบาง การออกแนวทางปฏิบัติ (code of conduct) ให้แก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการขึ้นทะเบียนบริษัททัวร์และมัคคุเทศก์เชิงอนุรักษ์ เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์และมาตรการในการตรวจสอบบริษัทนำเที่ยว

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจการการท่องเที่ยวในประเทศไทยขยายตัวอย่าง รวดเร็วเป็นเพราะประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. ทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ ลำธาร ทะเล หาดทราย หาดดิน ทะเลสาบ เกาะ แก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งเก็บน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง) ปะการัง และธรรมชาติใต้ทะเล

2. ทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยเป็นต้น

3. ทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ได้แก่งานประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว เช่น หมู่บ้าน

ชาวเขา งานช้างสุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นต้น สำหรับงานเทศกาลประเพณีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

3.1 งานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและความเชื่อ เช่น งานแห่เทียนพรรษา งานชักพระ งานบุญบั้งไฟ งานเทศกาลกินเจ งานสงกรานต์ และงานลอยกระทง

3.2 งานเทศกาลตามฤดูกาล เช่น งานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ งานระกำหวาน งานลางสาด งานลำไย งานวันลิ้นจี่

3.3 งานประเพณีพื้นบ้าน เช่น งานแข่งเรือ วิ่งควาย ผูกเสี่ยว งานแสดงของช้าง งานที่มีการริเริ่มขึ้นใหม่ เช่น งานเทศกาลร่มบ่อสร้าง งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว งานแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าลิไท งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย งานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาค (ยุพดี เสตพรรณ, 2539, หน้า 189-191)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (Tourism Authority of Thailand–TAT) เป็นองค์กรของรัฐ ยกฐานะมาจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อสท.) ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 โดยมีนโยบายหลักเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ ดังนี้

1. ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยรีบด่วน

2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่น เพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค

3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด

4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้มีมาตรฐานที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น

5. เพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศไทย ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ

6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนไทย

7. สร้างกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด

8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง

สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents--ATTA) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2511 จากการรวมตัวของบริษัทนำเที่ยว มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบวิสาหกิจการท่องเที่ยว

2. ทำการวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจ แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการตลอดจนข่าวสารอันเกี่ยวกับวิสาหกิจการท่องเที่ยว

3. เพื่อคุ้มครองและส่งเสริมผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก ตลอดจนประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างสมาชิกกับบุคคลภายนอก

4. เพื่อสนับสนุนและร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและรัฐบาล ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของประเทศไทย

5. เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนมีความปรารถนาที่จะท่องเที่ยว

6. ทำความตกลงหรือวางระเบียบให้สมาชิกปฏิบัติ หรืองดเว้นการปฏิบัติเพื่อให้การประกอบวิสาหกิจการท่องเที่ยวได้ดำเนินไปโดยมีประสิทธิภาพเป็นที่ไว้วางใจของประชาชน

7. เพื่อส่งเสริมการแข่งขันในการประกอบวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยไม่ผิดกฎหมาย ความสงบเรียบร้อย ศีลธรรมอันดีของประชาชน และมารยาททางการค้า

8. เพื่อแก้ไขอุปสรรคขัดข้องต่าง ๆ รวมทั้งการเจรจาทำความตกลงกับบุคคลภายนอกเพื่อประโยชน์ร่วมกันในการประกอบวิสาหกิจการท่องเที่ยว

9. ส่งเสริมบริการท่องเที่ยวของสมาชิกให้เข้ามาตรฐานและปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

10. ไม่ดำเนินการในทางการค้า หรือการเมืองอย่างใดทั้งสิ้น

นโยบายหลักของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว

1. รณรงค์ให้ชาวไทยเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งในสถานศึกษาทุกระดับ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีและความเป็นเจ้าบ้านที่ดี

2. รณรงค์ให้มีการกำหนดแผนการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจังในทุกจังหวัด

3. ฝึกอบรมและให้ความรู้แก่สมาชิกเพื่อยกระดับและเพิ่มศักยภาพในการบริหารธุรกิจการเดินทาง

4. จัดทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การประชุมปฏิบัติการ ฯลฯ

5. ประสานงานระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย (สมอ.) Professional Guide Association Thailand (P.G.A.) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2518 จากการรวมตัวกันของบรรดาผู้ประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ มีวัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งสมาชิกสมาคม ดังนี้

1. คุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์อันชอบธรรมของมัคคุเทศก์
2. ยกระดับมาตรฐานและส่งเสริมวิทยะฐานะแห่งอาชีพมัคคุเทศก์
3. ป้องกันและเผยแพร่ชื่อเสียง เกียรติคุณแห่งอาชีพมัคคุเทศก์
4. สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวและเผยแพร่ข่าวสาร
5. จัดสวัสดิการระหว่างสมาชิก
6. ส่งเสริมสามัคคีธรรมและภราดรภาพ
7. บำเพ็ญสาธารณประโยชน์
8. ส่งเสริมการกีฬาและบันเทิงทั้งนี้ไม่เกี่ยวกับการเมือง

ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ประวัติศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานใหม่ของกรุงเทพมหานคร เริ่มเปิดดำเนินการขึ้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2540 ตามนโยบายของ ดร. พิจิตต รัตตกุล เพื่อสนับสนุนปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542 และสนับสนุนการที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชี่ยนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในปี พ.ศ. 2541 แต่เดิมศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมีที่ทำการ ณ ห้องทำงานเล็กบนชั้น 2 ของศาลาว่าการกรุงเทพมหานครเป็นที่ทำการชั่วคราวจนกระทั่งวันที่ 2 มิถุนายน 2542 สำนักนโยบายและ

แผนกรุงเทพมหานครได้จัดตั้งฝ่ายประสานงานและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สังกัดกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพ จนกระทั่งเดือนสิงหาคม 2542 ได้ย้ายมาที่ทำการปัจจุบัน เป็นการถาวรที่อาคารเชิงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า ตั้งอยู่เลขที่ 17/1 ถนนพระอาทิตย์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

นโยบายและการบริหารงาน

ภาระกิจและหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครได้แก่

1. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ ส่งเสริมวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตชุมชนและสิ่งแวดล้อม

2. วางแผนและพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

3. พัฒนาด้านบริการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

4. จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามประเพณีและวันสำคัญ ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

5. ประชาสัมพันธ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวโดยศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครได้จัดทำเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวในรูปแบบ หนังสือ แผ่นพับ แผนที่ดังนี้

หนังสือ Amazing Bangkok

หนังสือ Bangkok 2000

หนังสือ Bangkok Bangkok

หนังสือของดีกรุงเทพ

หนังสือ The Must see Sight in Bangkok

หนังสือบางกอกสัญจร

หนังสือตลาดนัดจตุจักร

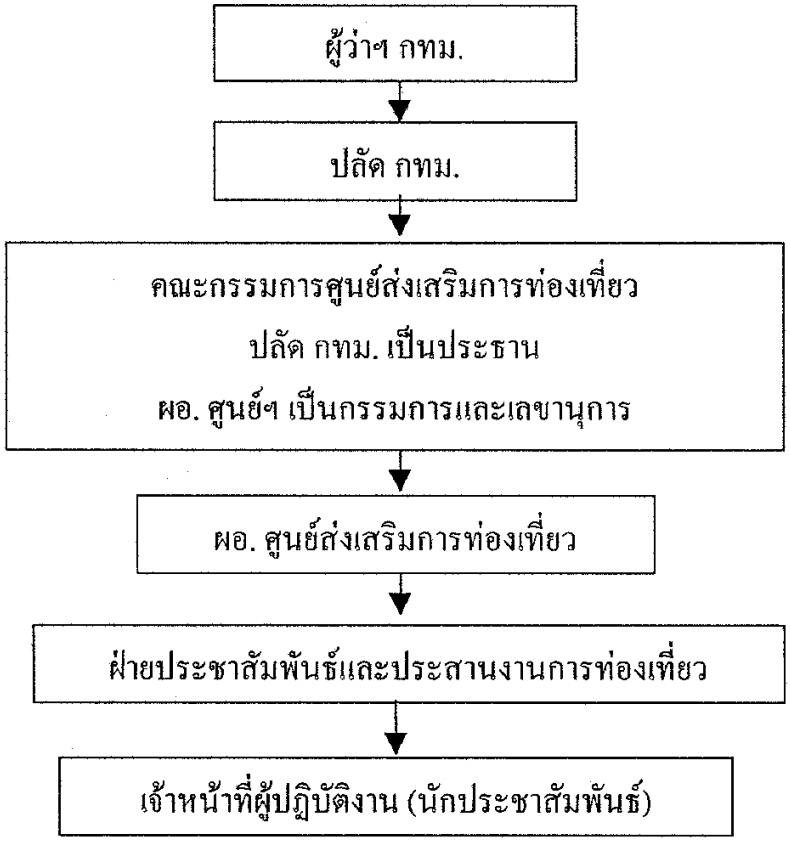
แผ่นพับ ได้แก่ แผ่นพับสถานที่ท่องเที่ยวของสำนักงานเขต แผ่นพับวัด วัง เมือง ทั้งภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

Bangkok Attraction

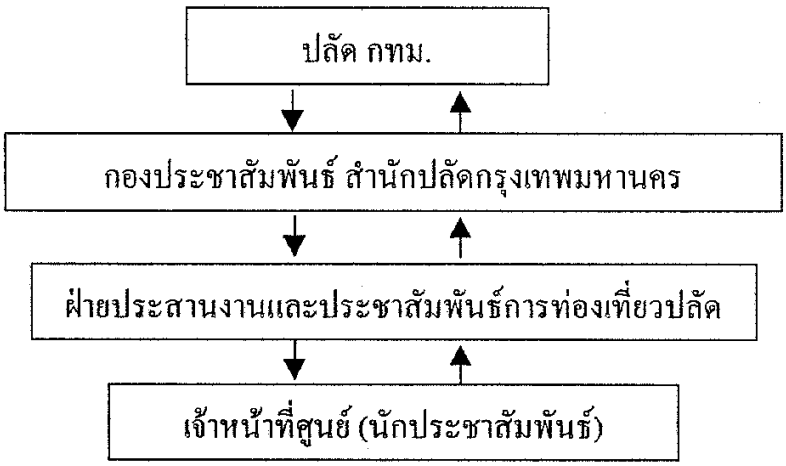
คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ ฝั่งพระนคร และฝั่งธนบุรี

การบริหารและการสั่งราชการ

ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครได้รับการสั่งราชการจากผู้บังคับบัญชาตามสายงานบังคับบัญชาดังนี้



แผนภูมิ 1 งานด้านนโยบาย



แผนภูมิ 2 งานด้านงบประมาณและการบริหารงานทั่วไป

เจ้าหน้าที่และบุคลากร

เจ้าหน้าที่และบุคลากรของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ข้าราชการสังกัดฝ่ายประสานงานและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 อัตราดังนี้

ข้าราชการระดับ 7 1 อัตรา ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่บริหารงานประชาสัมพันธ์ 7

ข้าราชการระดับ 6 1 อัตรา ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ 6

ข้าราชการระดับ 3-5 1 อัตรา ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ 3-5

ข้าราชการระดับ 2-4 1 อัตรา ตำแหน่ง เจ้าพนักงานธุรการ 2-4

2. ข้าราชการยืมตัวมาช่วยราชการ จำนวน 1 อัตรา ได้แก่

ข้าราชการระดับ 6 1 อัตรา ตำแหน่ง นักพัฒนาชุมชน 6

3. ลูกจ้างชั่วคราวจำนวน 88 อัตราดังนี้

ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 60 อัตรา (วุฒิปริญญาตรี)

ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 อัตรา (วุฒิ ปวส.)

ตำแหน่งภารโรง จำนวน 1 อัตรา

ตำแหน่งพนักงานขับรถ จำนวน 3 อัตรา

งบประมาณ

การใช้จ่ายงบประมาณของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะดำเนินการผ่านกองประชาสัมพันธ์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งที่มาของงบประมาณดังนี้

1. งบประมาณประจำปี (งบกรุงเทพมหานคร) ได้แก่

ค่าสาธารณูปโภค

ค่าครุภัณฑ์ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง

เงินเดือนและค่าจ้างประจำ

ค่าจ้างชั่วคราว

ค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ

รายจ่ายอื่น ๆ

2. เงินงบกลาง (งบกรุงเทพมหานคร) สำนักงานงบประมาณได้จัดสรรงบประมาณเป็นเงินงบกลางในแต่ละปีไว้โดยตั้งไว้ในรายการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

การให้บริการสารสนเทศ

ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ (2537, หน้า 112) กล่าวว่า การบริการสารสนเทศ (information service) หมายถึง งานบริการที่จะให้ข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงอย่างละเอียดลึกซึ้ง โดยมุ่งเน้นให้ผู้ใช้ได้รับสารสนเทศตามที่ต้องการอย่างสะดวกรวดเร็วถูกต้องและตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด นอกจากนี้ยังติดต่อกับแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการรวมทั้งการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ บริการสารสนเทศจะเน้นให้ผู้ใช้ได้รับสารสนเทศที่ดี ครบถ้วนตรงกับความต้องการและรวดเร็ว ดังนั้นนักสารสนเทศจึงมีบทบาทที่สำคัญในการจัดเตรียมสารสนเทศที่มีคุณค่า สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ และในขั้นตอนสุดท้ายนักสารสนเทศจะเป็นผู้เตรียมสารสนเทศไว้ให้ผู้ใช้ โดยผู้ใช้ไม่ต้องไปค้นหาเอง บริการสารสนเทศจึงเป็นบริการที่สถาบันบริการสารสนเทศจัดขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้หรือผู้ที่มีศักยภาพเป็นผู้ใช้สารสนเทศ

ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ระดับสูงระหว่างนักสารสนเทศกับผู้ใช้สารสนเทศแต่ละคน หรือผู้ใช้สารสนเทศเฉพาะกลุ่ม

ความหมายของผู้ให้บริการสารสนเทศ

จิรวรรณ ภักดีบุตร (2532, หน้า 191) ได้ให้ความหมายของผู้ให้บริการสารสนเทศ คือ ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดการและการค้นหาสารสนเทศเพื่อบริการแก่ผู้อื่น วิเคราะห์ และวินิจฉัยความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้ ค้นหาสารสนเทศที่มีคำตอบตามที่ผู้ใช้ต้องการตลอดจนชี้แนะหรือเชื่อมโยงไปยังแหล่งสารสนเทศที่สามารถให้ข้อมูลและสารสนเทศที่ต้องการได้ ผู้ให้บริการสารสนเทศควรมีความรู้ทางการจัดการสารสนเทศความรู้เฉพาะสาขาวิชาที่ให้บริการในหน่วยงานที่สังกัดและความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศรวมทั้งความรู้รอบตัว มีทักษะ คือ ความชำนาญงานด้านการให้บริการสารสนเทศ

พิมลพรรณ เรพเพอร์ (2533, หน้า 715) ได้ให้ความหมายของบุคลากรผู้ให้บริการสารสนเทศว่า หมายถึงผู้มีหน้าที่ให้บริการสารสนเทศภายในห้องสมุด ศูนย์สารสนเทศหรือสถาบันบริการสารสนเทศประเภทอื่น เป็นผู้ที่ต้องดำเนินการคัดเลือก วิเคราะห์และประมวลผลทรัพยากรสารสนเทศ ตลอดจนเตรียมการค้นคืนและเผยแพร่สารสนเทศให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อเท็จจริง ค้นหาทรัพยากรสารสนเทศให้ผู้ใช้ คัดเลือกสารสนเทศตามความต้องการของผู้ใช้เป็นรายบุคคล รวมทั้งแนะนำการใช้ทรัพยากรสารสนเทศให้กับผู้ใช้ได้รับข่าวสารข้อมูลที่ต้องการได้อย่างสะดวกและเหมาะสม ความสำเร็จของการให้บริการและเผยแพร่สารสนเทศขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ผู้ให้บริการสารสนเทศถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมให้ผู้ใช้ได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และได้รับบริการที่มีคุณภาพ โดยการคัดเลือกสารสนเทศให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้จากแหล่งสารสนเทศ

นอกจากนี้ ประภาวดี สืบสนธ์ (2543, หน้า 183) ได้กล่าวถึงบทบาทของผู้ให้บริการสารสนเทศว่า เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศที่ตนมีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการตลอดจนทรัพยากรสารสนเทศที่มีอยู่ตามแหล่งต่าง ๆ และให้บริการสารสนเทศที่ถูกต้องเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ การงาน เพื่อเป็นวิทยบริการแก่บุคคล และสังคม ผู้ให้บริการสารสนเทศจึงเป็นบุคลากรที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างแหล่งสารสนเทศและผู้ใช้

คุณสมบัติของผู้ให้บริการสารสนเทศ

นักสารสนเทศเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการให้บริการสารสนเทศ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีความถูกต้องและครบถ้วน นักสารสนเทศและผู้ให้บริการสารสนเทศจำเป็นต้องเข้าใจองค์ประกอบในกระบวนการสารสนเทศ ซึ่งมีสาระสำคัญบางประการดังนี้

1. มีความรู้ (knowledge) นักสารสนเทศจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องทรัพยากรสารสนเทศเป็นอย่างดี รวมถึงมีความรู้ สามารถในเครื่องมือช่วยค้นทรัพยากรสารสนเทศและเข้าใจระบบสารสนเทศ นอกจากนี้มีความรู้ ความเข้าใจในปัญหาในการใช้สารสนเทศของผู้รับบริการ

2. มีทัศนคติ (attitude) นักสารสนเทศต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ มีความจริงใจที่จะช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ โดยจะให้บริการที่ดีที่สุดและยึดปรัชญาที่ว่า "to serve the user like the king"

3. มีทักษะ (skill) นักสารสนเทศจำเป็นต้องมีทักษะในการให้บริการสารสนเทศ สามารถนำความรู้และทัศนคติมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

4. มีความน่าเชื่อถือ (reliability) งานบริการที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการจัดบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยจัดเตรียมทรัพยากรสารสนเทศให้พร้อมที่จะให้บริการกับผู้ใช้ทุกเมื่อ (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2537, หน้า 117-118)

การสร้างสัมพันธ์ภาพที่อบอุ่นเป็นกันเอง เป็นหน้าที่ของนักสารสนเทศต้องสำรวจความพร้อมของตนเองก่อนว่าพร้อมที่จะให้บริการหรือยัง การแสดงออกทางหน้าตาท่าทาง (non verble) เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างบรรยากาศเชิญชวนให้ผู้ใช้มาใช้บริการ มองผู้ใช้ด้วยความสนใจที่จะให้ความช่วยเหลือ ไม่แสดงกิริยาให้ผู้ใช้รู้สึกไม่สบายใจว่ามาสร้างความลำบาก หรือรบกวน ทำให้ผู้ใช้รู้สึกเกรงใจ ดังนั้นจึงควรแสดงให้ผู้ใช้เห็นว่าเรามีความจริงใจจากส่วนลึกที่คิดจะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้การพูดคุยหรือสัมภาษณ์ผู้ใช้ควรเปิดโอกาสให้ผู้ใช้แสดงความต้องการออกมาเอง โดยไม่ต้องเดาความต้องการของผู้ใช้ การตั้งใจฟังหรือบางครั้งการเงียบเพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้แสดงความต้องการออกมาให้ชัดเจน ในบางครั้งควรทวนซ้ำความต้องการของผู้ใช้เพื่อยืนยันความต้องการของผู้ใช้ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ใช้มีความต้องการในสิ่งที่พูดจริง ๆ ซึ่งอาจจะเปลี่ยนการใช้ภาษาเสียใหม่ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อได้คำถามที่ชัดเจนแล้วให้พิจารณาแหล่งสารสนเทศหรือเครื่องมือช่วยค้นที่จะช่วยในการตอบคำถามนั้นได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ทันเหตุการณ์มากที่สุด

เพื่อการให้บริการสารสนเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการสารสนเทศควรมีคุณสมบัติที่ช่วยส่งเสริมการปฏิบัติงานให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ของการให้บริการสารสนเทศ จิรวรรณ ภักดีบุตร (2532, หน้า 194-197) ได้แบ่งคุณสมบัติของผู้ให้บริการสารสนเทศไว้ 3 ประการคือ

1. ความรู้ แบ่งออกเป็น

1.1 ความรู้ด้านการจัดการสารสนเทศ คือ ความรู้ที่ได้จากการศึกษาอบรมในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องเช่น สารสนเทศศาสตร์ บรรณารักษศาสตร์ คอมพิวเตอร์

1.2 ความรู้ในสาขาวิชาเฉพาะที่ให้บริการ เพราะจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้เบื้องต้น และเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศสาขาวิชาเฉพาะ ช่วยให้สามารถจัดการและค้นหาสารสนเทศในสาขาวิชาเฉพาะได้ดี

1.3 ความรู้เกี่ยวกับสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ ตลอดจนกลยุทธ์การค้นหาสารสนเทศ รวมไปถึงความรู้รอบตัว

2. ทักษะ คือมีความชำนาญทางการจัดการสารสนเทศ

2.1 สามารถจัดการข้อมูลและสารสนเทศให้เหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละกลุ่ม แต่ละประเภท และสาขา

2.2 รู้จักและใช้มวลทรัพยากรสารสนเทศ แหล่งสารสนเทศ และคู่มือช่วยการค้นคว้าต่าง ๆ ตลอดจนรู้จักวิธีการเทคนิค และกลยุทธ์ที่เหมาะสม

2.3 รู้จักเทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริการเพื่อให้งานบริการดำเนินไปในด้านที่อำนวยประโยชน์แก่ผู้ใช้มากที่สุด

2.4 สามารถเจรจาสอบถามความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้

2.5 สามารถประเมิน แนะนำ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ใช้เกี่ยวกับบริการสารสนเทศที่ผู้ใช้จะได้ประโยชน์อย่างเต็มที่

3. คุณสมบัติส่วนตัว

3.1 มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับวิชาชีพ งานบริการสารสนเทศ ตลอดจนผู้ใช้บริการ

3.2 มีจิตใจมุ่งบริการ โดยยึดถือความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นหลัก

3.3 ต้องเป็นผู้มีมานะ อดทน อุตสาหะ รอบคอบ และมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี

3.4 สามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้ เพราะงานบริการสารสนเทศเป็นงานที่เกี่ยวเนื่องกับงานสารสนเทศอื่น เช่น การจัดหา จัดระบบ และนำสารสนเทศออกให้บริการ

สภาพแวดล้อมในงานบริการสารสนเทศ

โครงสร้างของระบบสารสนเทศซึ่งหมายถึงหน่วยงานสารสนเทศหรือสถาบันบริการสารสนเทศ ซึ่งเกิดจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและให้บริการสารสนเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ใช้สารสนเทศได้รับสารสนเทศและสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว (แม้นมาส ชวลิต, 2533, หน้า 43) และสภาพแวดล้อมของระบบสารสนสนเทศ ศิริพร สุวรรณะ (2532, หน้า 30) ได้กล่าวไว้ว่าสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร โดยปัจจัยเหล่านั้นจะส่งผลกระทบโดยตรงต่องานบริการสารสนเทศ ซึ่งได้แก่ นโยบายขององค์กร การจัดองค์กร งบประมาณ บุคลากร สถานที่ และความต้องการสารสนเทศ ดังตาราง 3

ตาราง 3

สภาพแวดล้อมภายในของงานบริการสารนิเทศ

นโยบาย	การจัดองค์การ	งบประมาณ	บุคลากร	สถานที่	ความต้องการสารนิเทศ
- นโยบายขององค์การ	- การจัดองค์การต้นสังกัด	- ที่มาของรายได้	- ความสามารถเฉพาะตำแหน่ง	- ความสะดวกในการใช้	- ประเภทของผู้ใช้บริการ
- นโยบายของสถาบันบริการสารนิเทศ	- การจัดองค์การของสถาบันบริการสารนิเทศ	- การบริหารรายได้	- ทัศนคติต่องาน	- การจัดสถานที่	- เนื้อหาของสารนิเทศ
			- ความพึงพอใจต่องาน		- บริการที่ผู้ใช้ต้องการ - ความเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการ

2. สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์การโดยสถาบันบริการสารนิเทศไม่ได้มีบทบาทโดยตรงในการกำหนดหรือสร้างสภาพแวดล้อมนั้นแต่สภาพแวดล้อมภายนอกนี้จะมีผลกระทบไม่ทางตรงก็ทางอ้อมต่อการปฏิบัติงานให้บริการสารนิเทศ สภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านั้น ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจและสังคม กฎหมาย ชุมชน เทคโนโลยี ดังตาราง 4

ตาราง 4

สภาพแวดล้อมภายนอกของงานบริการสารนิเทศ

ภาวะเศรษฐกิจและสังคม	กฎหมาย	มาตรฐาน	ชุมชน	เทคโนโลยี
- ความเติบโตทางเศรษฐกิจ	- กฎหมายสิ่งพิมพ์	- มาตรฐานงาน	- ความคิด-เห็นของชุมชน	- ศักยภาพของเทคโนโลยีสารนิเทศ
- ปัญหาทางเศรษฐกิจ	- กฎหมายลิขสิทธิ์	- มาตรฐาน งานคอมพิวเตอร์	- ความต้องการของชุมชน	- การแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีสารนิเทศ

ตาราง 4 (ต่อ)

ภาวะเศรษฐกิจและสังคม	กฎหมาย	มาตรฐาน	ชุมชน	เทคโนโลยี
- ค่านิยมต่อการศึกษาค้นคว้า - ความตระหนักเรื่องสารนิเทศ	- กฎหมายที่เกี่ยวกับสถาบันบริการสารนิเทศ - กฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง			

งานบริการสารนิเทศไม่อาจหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นได้ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานจึงควรตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลง และต้องมีความสามารถในการปรับตนโดยไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำให้งานบริการสารนิเทศเป็นงานที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้และขององค์การได้โดยสมบูรณ์

ภาษาและการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันกับพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจะแยกจากกระบวนการสื่อสาร และการสื่อสารถึงกันมิได้ การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่ได้มาซึ่งข้อมูล และเปลี่ยนแปลงข้อมูลดิบไปสู่ข่าวสาร เป้าหมายของการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้บุคคลสร้างความสัมพันธ์หรือมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาบุคคล การสร้างกลุ่มและการทำให้กลุ่มคงอยู่ต่อไป (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2537, หน้า 29) ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นของชีวิตทางสังคมมนุษย์

บทบาทของการสื่อสารถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสังคม การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นสังคมนั้นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐาน และเป็นเครื่องมือในการที่จะทำความเข้าใจระหว่างกัน เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ ทัศนคติและพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพของสังคมและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ การสื่อสารเป็นพื้นฐาน และเป็นเครื่องมือในการที่จะทำความเข้าใจระหว่างกัน เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ ทัศนคติ และพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพของสังคม การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งหรือคนกลุ่มหนึ่งในสังคม ไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งหรืออีกกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งการส่งผ่านและถ่ายเทวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปสู่สังคมหนึ่งด้วย

ประภาส ภาวินันท์ (2542, หน้า 2-3) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อจะได้มีความรู้ความเข้าใจ จูงใจ หรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ความต้องการสารสื่อสารมีความจำเป็นเช่นเดียวกันกับปัจจัยอื่น ๆ เพื่อให้มีชีวิตอยู่รอด การสื่อสารจึงเป็นการสื่อความหมายในทางใดทางหนึ่ง และมีลักษณะของการส่งและรับสารการติดต่อระหว่างมนุษย์โดยใช้รหัสความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง จะเป็นการพูด การเขียน การแสดงท่าทาง หรือการกระทำใด ๆ ถ้าการกระทำนั้นทำให้มนุษย์เกิดการเข้าใจกัน

อย่างไรก็ตามคำนิยามความหมายของการสื่อสารก็มีหลากหลาย ดังที่ วิจิตร อวิรุทธิ์ (2534, หน้า 35) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่าการสื่อสารนั้นเป็นตัวจักรกลที่ประสานสังคมเข้าด้วยกัน และเป็นสื่อกลางสำหรับการปฏิสัมพันธ์ (interaction) กันทางสังคม รวมทั้งเป็นปัจจัยสำหรับที่ผู้มาปฏิบัติงานในต่างถิ่นหรือผู้โยกย้ายถิ่นต้องคำนึงถึง เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

ส่วน เบอร์เรลสันและสไตเนอร์ (Berelson and Steiner, 1990 อ้างถึงใน ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2537, หน้า 23) เน้นการสื่อสารในเรื่องของพฤติกรรม หรือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก โดยผ่านสัญลักษณ์ทางคำพูด หนังสือ ภาพ และตัวเลข เป็นต้น

รจิตลักษณ์ แสงอุไร (2530, หน้า 7) ให้ความหมายของการสื่อสารว่าเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง เป็นกระบวนการที่ถ่ายทอดความหมาย และมีผลกระทบเกิดขึ้นทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร การสื่อสารเป็นเรื่องเฉพาะตัว และจำเป็นต้องมีการอธิบายความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้เพื่อความเข้าใจของทุกฝ่าย

ในส่วน วรพล พรหมิกบุตร (2534, หน้า 34) ได้กล่าวไว้ว่าการสื่อสารนับเป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่งเป็นการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม (acculturation) ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อนำข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการสื่อความหมายหรือทำความเข้าใจความหมายร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งมีองค์ประกอบพื้นฐาน 2 ส่วน คือ องค์ประกอบที่เป็นบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิสังสรรค์ และองค์ประกอบที่เป็นผลผลิตเชิงวัฒนธรรมซึ่งถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อความหมายร่วมกัน โดยอาศัยองค์ประกอบ

ที่เป็นบุคคลในกระบวนการสื่อสารอาจแยกได้เป็น 2 ฝ่าย ได้แก่ (1) ผู้ส่งสารหรือผู้เข้ารหัส (2) ผู้รับสาร หรือผู้ถอดรหัส ส่วนองค์ประกอบที่เป็นผลผลิตเชิงวัฒนธรรมแยกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข่าวสาร และเทคนิคการสื่อสาร ส่วนปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดประสิทธิผลของการสื่อสารจึงเกี่ยวข้องกับ ผู้ส่งสาร สารช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และการป้อนกลับ องค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละตัวนี้จะเป็นดัชนีบ่งชี้ถึงการเพิ่ม หรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร ถ้าหากผู้ส่งสารเป็นผู้มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ช่องทางการสื่อสารด้อยคุณภาพ หรือผู้รับสารขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารก็ย่อมด้อยประสิทธิภาพตามไปด้วย

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้บุคคลเกิดพฤติกรรมการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ กันนั้น แอ็ตกิน (Atkin, 1973, pp. 36-37) กล่าวว่า ปัจจัยประการแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นแนวคิดเชิงพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งมีรากฐานมาจากทฤษฎีทางจิตวิทยาว่าด้วยสิ่งเร้า และการตอบสนองในการดำรงชีวิตภายในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ โดยเฉพาะในแง่ของการเปิดรับ การเลือกรับรู้ และเลือกจดจำ ปัจจัยส่วนที่สองคือ ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมสื่อสารของคน เนื่องจากคนมักจะยึดถือกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ให้เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม ส่วนปัจจัยประการสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร ซึ่งเป็นแนวความคิดในเชิงทฤษฎีสังคมวิทยาและจิตวิทยาสังคม โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานของคนบางประการที่เหมือนกัน มาจัดแยกบุคคลเข้าไว้ประเภทเดียวกัน เช่น เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกัน และย่อมมีการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไปในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันนัก

ดังนั้นหากต้องการให้พฤติกรรมการสื่อสารประสบผลสำเร็จมากที่สุด วิจิตร อวิรุทธิ์ (2534, หน้า 25) ได้กล่าวไว้ว่าจำเป็นต้องทำให้องค์ประกอบในการสื่อสารทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพควบคู่กันไป ซึ่งความมีประสิทธิภาพขององค์ประกอบเหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะปัจจัยย่อยต่าง ๆ ตามแนวคิดของ เบอร์โล (Berlo) ที่กล่าวว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ผู้ส่งสารกับผู้เข้ารหัสสามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้ รวมเรียกว่าแหล่งสาร ในทำนองเดียวกัน

คือ ผู้รับสารก็สามารถเป็นคน ๆ เดียวกับผู้ถอดรหัสรวมเรียกว่าผู้รับสาร เบอร์โลได้ตั้งแบบจำลองที่เรียกว่า แบบจำลอง SMCR (Berlo's SMCR Model) ซึ่งมีรายละเอียดตามตาราง 5

ตาราง 5

แบบจำลองตามแนวคิดของเบอร์โล หรือ SMCR

S (source) แหล่งสาร	M (message) สาร	C (channel) ช่องทางการสื่อสาร	R (receiver) ผู้รับสาร
ทักษะการสื่อสาร	รหัส	การได้ยิน	ทักษะการสื่อสาร
ทัศนคติ	เนื้อหา	การได้ยิน	ทัศนคติ
ความรู้	การจัดเสนอ	การจับต้อง	ความรู้
ระบบสังคม		การดมกลิ่น	ระบบสังคม
วัฒนธรรม		การลิ้มรส	วัฒนธรรม

ตามแนวคิดของเบอร์โลนี้ องค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วยแหล่งสาร (S = source) สาร (M = message) ช่องทางการสื่อสาร (C = channel) และผู้รับสาร (R = receiver) ซึ่งกระบวนการนี้จะมีลักษณะเป็นเส้นตรง คือ จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารทางเดียว แต่ในกระบวนการสื่อสารนั้นนอกจากจะมีผลของการสื่อสารแล้ว การสื่อสารยังมีผลที่เกิดจากกระบวนการสื่อสารของผู้รับสารด้วย กล่าวคือ แหล่งสารนั้นจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสารให้บุคคลอื่น หรือกลุ่มอื่นทราบ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญในการกำหนดประสิทธิผลมากน้อยของผู้ส่งสาร คือทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ปัจจัยเหล่านี้จะพบมากในสื่อบุคคล เพื่อใช้ในการโน้มน้าวใจของผู้รับสาร ซึ่งในการนี้จะต้องมีตัวของสารซึ่งเป็นผลผลิตของผู้ส่งสารที่จะถ่ายทอดความคิด ความต้องการตามวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส เนื้อหา และการจัดเสนอ ทั้งนี้โดยผ่านกระบวนการของสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร ที่จะเป็นสิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสารให้ปรากฏ ในลักษณะประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การดมกลิ่นและการลิ้มรส ซึ่งทั้งหมดนี้จะเข้าสู่กระบวนการขั้นสุดท้ายคือ ผู้รับสารที่เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นคนคนเดียวหรือเป็นสถาบัน ซึ่งประกอบด้วยทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรมเช่นเดียวกับ

ผู้ส่งสาร ในกระบวนการสื่อสารจากผู้รับสารไปถึงผู้ส่งสารนั้นหากขาดปัจจัยข้อใดข้อหนึ่งย่อมแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารนั้นไม่ประสบความสำเร็จ (ระวิวรรณ ประกอบผล, 2533, หน้า 137-138)

นอกจากองค์ประกอบของการสื่อสารตามที่เบอร์โลได้กล่าวไว้แล้วนั้นเสน่ห์ นครสันติภาพ (2541, หน้า 20) ได้กล่าวไว้ว่ายังมีองค์ประกอบส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องคือ ผลของการสื่อสาร (effect) ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากการสื่อสาร อาจเป็นผลในทางลบจนถึงผลในทางบวก หรืออาจเป็นผลในระยะสั้นหรือยาวก็ได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร การที่จะแสดงว่าผลของการสื่อสารเป็นบวกหรือลบได้ชัดเจนนั้น ผู้ส่งสารสามารถดูได้จากการส่งสารกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) ซึ่งในกระบวนการสื่อสารแบบสองทางจะมีลักษณะที่โต้ตอบกันได้ ดังนั้นบุคคลหรือองค์กรจะเป็นทั้งแหล่งสาร และผู้รับสารในเวลาเดียวกัน ในการสื่อสารกลับนี้จะทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ในการสื่อสารทุกครั้งต้องมีแหล่งสารที่จะนำสารเข้ารหัส (encode) เพื่อส่งไปตามช่องสารถึงผู้รับสาร และก่อนที่ผู้รับสารจะเข้าใจต้องมีการถอดรหัส (decode) ที่ผู้ส่งสารส่งมาให้กลายเป็นสารไปเสียก่อนจึงจะเข้าใจสารนี้ได้ ในกระบวนการสื่อสารทุกขั้นตอนนั้น จะมีอุปสรรคต่าง ๆ ที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพน้อยลง หรือไม่บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

ในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวนั้น ควรมีการพิจารณาเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เสน่ห์ นครสันติภาพ (2541, หน้า 21) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรกระหว่างสื่อซึ่งเป็นตัวกระตุ้น (stimulus) กับพฤติกรรมการตอบสนอง (response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ คือ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล ทฤษฎีการลำดับชั้นในสังคม ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมและทฤษฎีบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะทฤษฎีสุดท้ายนี้ให้ความสำคัญของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม และเหตุการณ์แวดล้อมในสังคมว่ามีผลต่อพฤติกรรม เพราะโดยปกติแล้วบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม สิ่งที่มีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีผลให้บุคคลคล้อยตามไปด้วย

การรับสารสนเทศ หรือข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (selective processes) ดังที่ เคลปเปอร์ (Klapper,

1990) กล่าวถึงทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวกับกระบวนการในการเปิดรับข้อมูลว่า กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์นั้นเหมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่หนึ่งเป็นการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติ และความสนใจของตนเอง โดยเลือกรับในสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเองเสมอ ส่วนขั้นตอนที่สอง คือ การร่วมรับรู้ หรือตีความ (selective perception or selective interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมาย ความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังและแรงจูงใจ ขั้นตอนสุดท้ายคือ กระบวนการเลือกจดจำ (selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร

ดังนั้นเพื่อเกิดประสิทธิภาพในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่จะต้องให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ ดังนั้นในเรื่องของการสื่อสารต่างวัฒนธรรมจึงจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญ และทำความรู้จักกับวัฒนธรรมของชาติอื่นเพื่อการอยู่ร่วมกัน ดังที่ กูดี้คันท์ และคิม (Gudykunst and Kim, 1992, p. 22) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบที่ทำให้การสื่อสารต่างวัฒนธรรมมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การอดกลั้นต่อสิ่งที่ยังคลุมเครือ การที่ต้องเผชิญกับสิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งมีส่วนร่วมในความรู้สึก (empathy) ของผู้รับสาร ย่อมดีกว่าความเห็นอกเห็นใจ (sympathy) ในด้านการสื่อสารต่างวัฒนธรรม เนื่องจากความเห็นอกเห็นใจจะรวมถึงการจินตนาการอย่างชาญฉลาด และการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ความรู้สึกในประสบการณ์ของบุคคลอื่น ซึ่งเป็นที่แน่นอนความเห็นอกเห็นใจจะไม่เกิดขึ้นถ้าไม่มีการศึกษาวัฒนธรรมของบุคคลที่ต้องการสื่อสารด้วย ซึ่งอย่างน้อยที่สุดก็ทำให้การสื่อสารต่างวัฒนธรรมมีประสิทธิภาพ ผู้เชี่ยวชาญทางวัฒนธรรมมีความคิดที่ขัดแย้งกับความเชื่อนี้ โดยภาษาเป็นเพียงสื่อที่นำพาความคิด การใช้ภาษาให้เกิดประสิทธิภาพ ควรมีการศึกษาวัฒนธรรมของบุคคลที่เราจะสื่อสารด้วย

PROPERTIES OF
RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
LIBRARY

หากผู้สื่อสารมาจากต่างวัฒนธรรมกัน มีความสามารถและความจำกัดในการใช้ภาษา อาจไม่สะดวกในการหาข่าวสารเพิ่มเติมด้วยการใช้คำพูด และต้องอาศัยการสื่อสารแบบอวัจนภาษาเป็นสำคัญ การตีความสารที่ได้รับอาจไม่ตรงกับความหมายของผู้ส่งสาร หากทั้งสองไม่มีความเข้าใจในวัฒนธรรมของกันและกันพอ (กาญจนา แก้วเทพ, 2531, หน้า 24)

ดังนั้นในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ซึ่งต้องใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อจะช่วยให้เกิดความเข้าใจกันนั้น จะต้องเป็นการสื่อสารต่างวัฒนธรรมซึ่งซาโมวาร์ และพอร์เตอร์ (Samovar and Porter, 1995, p. 2) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารต่างวัฒนธรรมว่า เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีการรับรู้ทางวัฒนธรรมและระบบการให้ความหมายที่สามารถบดบังความสำคัญของสถานการณ์ทางการสื่อสาร หรือความหมายกว้าง ๆ โดยทั่วไป คือ การสื่อสารต่างวัฒนธรรม เป็นการสื่อสารเมื่อบุคคลในวัฒนธรรมหนึ่งได้ส่งสารให้คนอีกวัฒนธรรมหนึ่ง แต่ความแตกต่างทางวัฒนธรรมทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้ที่อยู่ในแต่ละวัฒนธรรม มีความแตกต่างกันไปด้วย การสื่อสารต่างวัฒนธรรมจึงเป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างของแต่ละวัฒนธรรม เพื่อหาสาเหตุและองค์ประกอบที่มีผลต่อความแตกต่าง และหาแนวทางแก้ไขเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาของพิมพ์ใจ สุรินทรเสรี (2534) พบว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะตีความสารที่ได้รับ โดยยึดถือวัฒนธรรมของตนเองเป็นหลัก ซึ่งอาจผิดพลาดได้ง่าย และมีผลทำให้เกิดความล้มเหลวในการสื่อสารต่างวัฒนธรรม เนื่องจากสิ่งที่ถูกต้องในวัฒนธรรมหนึ่งอาจเป็นความผิดพลาดในอีกวัฒนธรรมหนึ่งได้ ซึ่งไม่อาจระบุได้ว่าสิ่งนั้นถูกหรือผิด แต่เป็นเพียงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมเท่านั้นเอง การสื่อสารต่างวัฒนธรรมอาจมีความล้มเหลวน้อยลง ถ้าผู้สื่อสารมีความอดทน ความเข้าใจ การยอมรับ และการปรับตัว รวมทั้งการที่ผู้รับสารต้องตีความตามวัฒนธรรมของผู้ส่งสาร มิใช่ตามวัฒนธรรมของตนเอง

การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการสารสนเทศควรมีการวางแผนเพื่อจัดบริการสารนิเทศให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการสามารถนำเอาทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ มาให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยทั่วไปมีขั้นตอนของการวางแผนดังนี้

1. สำรวจความต้องการของผู้ใช้สารนิเทศ เป็นการสำรวจถึงมูลเหตุจูงใจที่ทำให้บุคคลต้องกาสารนิเทศ ซึ่งบุคคลจะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป ทั้งที่นี้ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบในหน้าที่การงานหรือเป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคลโดยทั่ว ๆ ไปอาทิเช่น ความต้องการทางด้านปัจจัย 4 ความต้องการการมีชื่อเสียง หรือความต้องการอยากที่จะรู้จักและเข้าใจตัวเองอย่างถ่องแท้ เป็นต้น

2. การตั้งเป้าหมาย เป็นผลมาจากการได้รับข้อมูลซึ่งได้ผ่านการวิเคราะห์วิจัยให้ทราบว่า บริการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์อะไร มีลักษณะและขอบเขตของบริการอย่างไร ซึ่งการตั้งแหมายนี้อาจจะทำอย่างกว้างหรือจะให้แคบลงไปในลักษณะเชิงพฤติกรรมก็เป็นไป

3. เทคนิคและยุทธ์วิธีการนำเสนอบริการ เป็นการหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อจัดส่งสารนิเทศไปให้ถึงผู้ใช้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และทันต่อความต้องการของผู้ใช้มากที่สุดทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของผู้ใช้บริการสารนิเทศ ประเภทของสารนิเทศ และวิธีการนำส่งสารนิเทศซึ่งอาจใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารนิเทศต่าง ๆ เช่น ใช้ระบบส่งข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ในลักษณะออนไลน์ และออฟไลน์ หรือส่งทาง โทรสาร เป็นต้น

4. การติดตามและประเมินผล การติดตามและประเมินผลของงานที่ให้บริการ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบถึงเป้าหมายที่ได้วางไว้ หรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากน้อยเพียงไร ทั้งนี้อาจจัดทำการติดตามผลโดยการใช้แบบสอบถาม แบบสำรวจ การสังเกตหรือการสัมภาษณ์ ผลของการติดตามจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การให้บริการประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2537, หน้า 115-117)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล (2528) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ตาราง ปัจจัย-ผลผลิตเพื่อแสดงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อการสร้างมวลรวมผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ การทวีรายได้ของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อสาขาการผลิตหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการลดการ

ขาดดุลการชำระเงินของประเทศ บทบาทของการท่องเที่ยวที่มีต่อการจ้างงาน และผลของการลดอุปสงค์การท่องเที่ยว จากผลการศึกษาพบว่า ภาวะการท่องเที่ยวของโลกมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวในอัตราที่ช้าลง กลุ่มประเทศในเอเชีย และแปซิฟิกจะกลับมีความสำคัญมากขึ้น ส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยยังไม่เป็นที่นิยมของผู้มีรายได้สูงเท่าที่ควร แต่ผลทางเศรษฐกิจด้านรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีส่วนช่วยลดการขาดดุลการค้าของประเทสไทยในปี พ.ศ. 2525 ได้ประมาณร้อยละ 40

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2532) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับข้อมูลข่าวสารก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลทั้งในประเทศและนอกประเทศ โดยสื่อนอกประเทศเป็นสื่อบุคคลที่เป็นทางการ ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว รองลงมาคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือนำเที่ยว รองลงมาคือ จุลสาร และสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร รองลงมาคือ โทรทัศน์ ส่วนสื่อในประเทศได้แก่สื่อที่เป็นสื่อบุคคลที่เป็นทางการคือ บริษัทนำเที่ยว รองลงมาคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจได้แก่ จุลสาร และสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร รองลงมาคือ โทรทัศน์

ประทุมพร แสนกล้า เอสติงส์ (2534) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จากผลการศึกษาพบว่า การรับสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ได้รับจากการแนะนำจากเพื่อน และญาติ เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวแล้วกลับไปก็จะไปบอกเล่าต่อ ๆ กัน ทำให้สารสนเทศ แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือได้รับสารสนเทศจากการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยว หรือบริษัทสารการบินโดยตรง ซึ่งเนื้อสารสนเทศจะถูกต้องและเป็นปัจจุบัน อีกทั้งยังมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ส่วนหนังสือท่องเที่ยวต่าง ๆ ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้ตรงตามความต้องการได้โดยตรง และมีลักษณะที่นักท่องเที่ยวสามารศึกษาข้อมูลได้ด้วยตัวเอง ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวพบว่าแหล่งโฆษณาเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยว หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และประชาสัมพันธ์ข้อมูลจากสนามบิน และเนื้อหาสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวพบว่า ด้านอำนวยความสะดวก เช่นการให้ข่าวสารต่าง ๆ ตารางการบิน แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมและ

สถานที่พักเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวต้องการรายละเอียดและข่าวสารรอบตัวเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

วันทนา สุรชีวิน (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยว 2541-2542 จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีพ.ศ. 2542 เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับปานกลางจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว และจากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ วารสารการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่ออื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเปิดรับข่าวสารในระดับที่ต่ำและต่ำมาก

พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อนโยบายการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในด้านงานบริการและเผยแพร่ข้อมูลพบว่า ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางคือเท่ากับ 3.08 และเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อนโยบายและการดำเนินงานของศูนย์ส่งสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจากคำถามทั้ง 6 ข้อ พบว่าข้อคำถามที่ว่า "นักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสำคัญกับการบริการและเผยแพร่ข้อมูลของศูนย์ฯ มากที่สุด" มีค่าเฉลี่ยของคะแนนสูงสุดคือเท่ากับ 3.84 ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับที่ว่านักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสำคัญกับงานบริการและเผยแพร่ข้อมูลของศูนย์ฯ มากที่สุด รองลงได้แก่ข้อคำถามที่ว่า "เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในด้านงานบริการและเผยแพร่ข้อมูลมีมนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยต่อนักท่องเที่ยวที่ดีแล้ว" มีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 3.70 แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับที่ว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในด้านงานบริการและเผยแพร่ข้อมูลมีมนุษย์สัมพันธ์และอัธยาศัยต่อนักท่องเที่ยวที่ดีแล้ว

งานวิจัยต่างประเทศ

แฮร์ริแกน (Harrigan, 1989) ได้ทำการศึกษาปัญหาของภาษาในด้านการท่องเที่ยว พบว่า ภาษาเป็นอุปสรรคที่สำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจไปเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ของ

นักท่องเที่ยว แฮร์ริแกนกล่าวอีกว่า หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีความร่วมมือกันจัดทำคู่มือท่องเที่ยวแจกตามประเทศต่าง ๆ ด้วยภาษาของเจ้าของประเทศ และควรมีศูนย์บริการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวตามสนามบิน สถานีรถไฟ และสถานีรถประจำทางให้มากยิ่งขึ้น ส่วนป้ายบอกชื่อถนน อาคาร ร้านค้า และสถานที่ต่าง ๆ ควรมีภาษาสากลกำกับให้มากที่สุด รวมไปถึงการฝึกอบรมบุคลากรและให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษสำหรับบุคคลในอุสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานบริการ และพนักงานขับรถรับจ้าง

เซมโมวาร์ และ โปร์เตอร์ (Samovar and Porter, 1995, p. 26) กล่าวว่าในการติดต่อสื่อสารกับคนต่างถิ่นต่างภาษา ย่อมมีเรื่องของการปรับตัวทางวัฒธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ เพราะวัฒนธรรมจะส่งผลและมีอิทธิพลต่อการติดต่อสื่อสารความคิดและทัศนคติของมนุษย์ ซึ่งแสดงออกเมื่อมีการสื่อสาร การที่บุคคลในต่างวัฒนธรรม โดยเฉพาะในสังคมที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โปร์เตอร์ เรียกสิ่งนี้ว่า ความตระหนกทางวัฒนธรรม (culture shock) เป็นอาการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลที่เกิดจากความรู้สึกว่า ตนเองได้สูญเสียในสิ่งที่คุ้นเคย และต้องไปอยู่ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน บุคคลที่ตกอยู่ในสถานการณ์เช่นนี้จะไม่มีการปรับตัว และรู้สึกว่าตนเองโดดเดี่ยว สับสน วิตกกังวล ไม่กล้าเผชิญหน้า ปฏิเสธสิ่งแวดล้อม แยกตัวออกจากสังคม โกรธง่ายและแสดงออกมาโดยที่ไม่ได้ตั้งใจ ดังนั้นเมื่อคนเกิดความตระหนกทางวัฒนธรรม และเริ่มรู้สึกถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม เขาจะเริ่มปรับตัวและเริ่มทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัว หรือเริ่มเรียนรู้ประสบการณ์ข้ามวัฒนธรรม (cross culture) ได้มากขึ้น

ดังนั้นปัญหาหลักของการสื่อสารต่างวัฒนธรรม คือ ความแตกต่างของลักษณะ การให้ความหมายและพฤติกรรมการสื่อสาร เพราะผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน การสร้างความเข้าใจร่วมกันของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อกัน และจะต้องไม่มีความรู้สึกว่าเด่นกว่าหรือด้อยกว่าในการมีปฏิสัมพันธ์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติศาสนาและชนเผ่า

อี.ไอ.ยู. (Economic Intelligent Unit, 1990, p. 21) ได้ทำการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกไกลและแปซิฟิก จากการผลการวิจัยอัตราการท่องเที่ยวของโลกพบว่าอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2533 สูงสุดเมื่อเทียบกับช่วง

ระยะเวลาอื่น ๆ โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ต่อปีและจำนวน 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกัน โดยไทยจะเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้คู่กับฮาวาย โดย อี.ไอ.ยู. ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนนักท่องเที่ยวดังนี้คือ

1. ชายหาดของประเทศไทยได้รับความนิยมจากชาวยุโรปที่มีรายได้สูง ที่เริ่มหันเหจากแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน

2. ชาวแคนาดาที่มีวันหยุดพักผ่อนประจำปีที่มีจำนวนวันมาก หันมาสนใจที่จะมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น

3. ชาวออสเตรเลียและนิวซีแลนด์มีความนิยมที่จะเดินทางไปเยี่ยมญาติในประเทศต่าง ๆ ลดลง แต่ความนิยมที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวชายหาดของประเทศไทยยังคงขยายตัวและเป็นที่นิยม

4. นักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยมากขึ้น การเดินทางมาประเทศไทยสะดวกขึ้น สถานภาพทางเศรษฐกิจของไทยมีความเจริญก้าวหน้า และที่สำคัญมีสถานการณ์ทางการเมืองที่มั่นคง

5. แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความหลากหลายครบทุกรูปแบบตามที่นักท่องเที่ยวนิยม คือเป็น city tourism, shopping paradise และ beach resort destination ซึ่งในภูมิภาคนี้มีเพียง 2 ประทศคือ ประเทศไทยและประเทศออสเตรเลีย

แมน ลัว และคณะ (Man Lau, et al., 2004, p. 15) ได้ศึกษาถึงการสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ กับลักษณะของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ รายได้ จุดประสงค์ในการท่องเที่ยวและประเภทของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งสืบค้นสารสนเทศผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติการวิจัยดังกล่าวสามารถกำหนดแนวทางการตลาดในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูล ทฤษฎี เกี่ยวกับการให้บริการสารสนเทศการท่องเที่ยวและศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว จากหนังสือ วารสาร เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการสืบค้นสารสนเทศต่าง ๆ จากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต

2. สำรวจจำนวนเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

3. สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย เรื่อง การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

4. ทดสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับประชากรแล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์และเข้าใจยิ่งขึ้น

5. แจกแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูล

6. วิเคราะห์ข้อมูล

7. สรุปผลการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้จะศึกษาจากประชากรที่เป็นเจ้าหน้าศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 จุด รวม 60 คน ดังนี้

1. หน้าวัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง 3 คน

2. หน้าวัดชนะสงคราม ย่านถนนข้าวสาร	3 คน
3. บริเวณหน้าศูนย์การค้ามาบุญครอง สี่แยกปทุมวัน	3 คน
4. หน้าศูนย์การค้าโรบินสันสีลม ถนนสีลม	3 คน
5. หน้าโรงแรมแอมบาสเดอร์ ถนนสุขุมวิท	3 คน
6. ภายในวัดสุทัศน์วราราม	3 คน
7. หน้าศาลพระพรหมร่วมกับธนาคารเอเซีย	3 คน
8. ทางเท้าด้านข้างโรงพยาบาลจุฬาฯ	3 คน
9. บริเวณห้างเวิร์ดเทรดเซ็นเตอร์	3 คน
10. บริเวณทางเท้าตรงข้ามสยามแสควร์	3 คน
11. บริเวณด้านข้างอุทยานเบญจศิริ	3 คน
12. บริเวณด้านหน้าศูนย์การค้านายเลิศ ราชเทวี	3 คน
13. บริเวณย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ทางเท้าด้านพงษ์หลี	3 คน
14. บริเวณด้านหน้าโรงแรมฮอลิเดย์ อิน ทาวน์	3 คน
15. บริเวณหน้าอาคารบุญมิตร เขตบางรัก	3 คน
16. บริเวณทางเท้าหน้าการบินไทย ถนนสีลม	3 คน
17. บริเวณทางเท้าหน้าโรงแรมแพน แปซิฟิก	3 คน
18. บริเวณด้านหน้าศูนย์สรรพสินค้าริเวอร์ซิตี้	3 คน
19. บริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง (อาคาร 1)	3 คน
20. บริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง (อาคาร 2)	3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยรูปแบบของแบบสอบถามเป็นลักษณะ คำถามแบบกำหนดให้เลือกตอบ (check list) และคำถามปลายเปิด (open form)

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นการสำรวจรายการ (check list)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับสภาพการให้บริการสารสนเทศ มีลักษณะเป็นการสำรวจรายการ (check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scales)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการ สารสนเทศ

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลคะแนนเฉลี่ยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scales) โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ (ประคอง กรรณสูต, 2545, หน้า 73)

5	หมายถึง	มีระดับการใช้	มากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับการใช้	มาก
3	หมายถึง	มีระดับการใช้	ปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับการใช้	น้อย
1	หมายถึง	มีระดับการใช้	น้อยที่สุด

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยถือเกณฑ์ของการแปลความหมายตามข้อคะแนนดังนี้ (ประคอง กรรณสูต, 2545, หน้า 77)

คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึง มีการใช้	ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง มีการใช้	ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึง มีการใช้	ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึง มีการใช้	ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง มีการใช้	ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

การทดสอบเครื่องมือวิจัยหรือการตรวจคุณภาพของเครื่องมือนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในการวิจัยไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (validity) และความเข้าใจของผู้ตอบ โดย

1. การหาความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหา (content validity) ของแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเพื่อทำการปรับปรุงก่อนนำไปทอลองใช้

2. การทดสอบความเข้าใจ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ (pilot test) เพื่อทดสอบความเข้าใจของผู้ตอบที่มีต่อคำถาม จำนวน 30 ชุด เพื่อที่จะได้นำมาแก้ไขข้อบกพร่องก่อนที่จะเก็บข้อมูลภาคสนามจริง และทำการหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Cronbach's Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.77

3. นำผลการทดสอบแบบสอบถามไปแก้ไขปรับปรุงในส่วนที่บกพร่องทั้งด้านเนื้อความ ภาษา และความเข้าใจในคำถาม แล้วนำแบบสอบถามที่ได้กลับมาแก้ไขให้เรียบร้อยแล้วจึงนำไปใช้กับกลุ่มประชากรจริง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองตามศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

2. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลอภิปราย และสรุปผลและให้ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การสร้างตารางแจกแจงความถี่

2. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviotion) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิชาทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (The Statistical Package for the Social Sciences)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณา (descriptive statistic analysis) โดยใช้

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามในแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละหรือ % (percentage)

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือจำนวนประชากร (อภินันท์ จันตะนี, 2538, หน้า 75)

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้

$$\overline{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\overline{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (หรือ % percentage)

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วินิชย์บัญชา, 2544, หน้า 36)

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X^2)}{n\,(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วินิชย์บัญชา, 2544, หน้า 49)

2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Alpha Cronbach Coefficient) ใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)}\left\{1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right\}$$

เมื่อ α แทน สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n แทน จำนวนข้อ

S_i^2 แทน คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

S_t^2 แทน คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร" ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพการให้บริการสารสนเทศ

ตอนที่ 3 ปัญหาและแนวโน้มในการให้บริการสารสนเทศ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลปรากฏดังตาราง 6

ตาราง 6

จำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	20	33.3
1.2 หญิง	40	66.7
รวม	60	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 25 ปี	20	33.3
2.2 25-29 ปี	19	31.7
2.3 30-34 ปี	13	21.7
2.4 35-39 ปี	5	8.3
2.5 40-44 ปี	2	3.3
2.6 45-49 ปี	0	0.0
2.7 50 ปี ขึ้นไป	1	1.7
รวม	60	100.0
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
3.1 ปริญญาตรี	56	93.3
3.2 ปริญญาโท	3	5.0
3.3 อื่น ๆ	1	1.7
รวม	60	100.0
4. อายุราชการ		
4.1 ไม่เกิน 1 ปี	28	46.7
4.2 2-4 ปี	18	30.0
4.3 5 ปีขึ้นไป	14	23.3
รวม	60	100.0

จากตาราง 6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 60 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เพศชายจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผู้ตอบ แบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี มากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-29 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมา

แบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาโท จำนวน 3 คน คน คิดเป็น ร้อยละ 5.0 และอายุราชการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมา มีอายุราชการระหว่าง 2-4 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการสารสนเทศ

ตาราง 7

จำนวนและร้อยละของจำนวนเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวที่มาขอใช้บริการข้อมูลการท่องเที่ยว

จำนวนเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวที่มาขอข้อมูลการท่องเที่ยว จำนวน (คน)		ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 คน/วัน	5	8.3
11-30 คน/วัน	21	35.0
31-50 คน/วัน	13	21.7
51-70 คน/วัน	11	18.4
71-90 คน/วัน	5	8.3
90 คนขึ้นไป	5	8.3
รวม	60	100.0

จากตาราง 7 พบว่า จำนวนเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวที่มาขอใช้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด11-30 คน/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา ได้แก่ 31-50 คน/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 13 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และ51-70 คน/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 11 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 ตามลำดับ

ตาราง 8

ความถี่ในการให้บริการสารสนเทศโดยเฉลี่ยต่อวัน

ความถี่ในการให้บริการสารสนเทศโดยเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ครั้ง/วัน	7	11.7
11-30 ครั้ง/วัน	26	43.3
31-50 ครั้ง/วัน	17	28.3
51-70 ครั้ง/วัน	3	5.0
71-90 ครั้ง/วัน	3	5.0
90 ครั้งขึ้นไป	4	6.7
รวม	60	100.0

จากตาราง 8 พบว่า ความถี่ในการให้บริการสารสนเทศโดยเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด 11-30 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 26 ศน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา ได้แก่ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และต่ำกว่า 10 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ตามลำดับ

ตาราง 9

จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสารสนเทศในแต่ละวัน

จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสารสนเทศในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักท่องเที่ยวในประเทศ	97	21.56
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	353	78.44
รวม	450	100.00

จากตาราง 9 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสารสนเทศในแต่ละวัน จำแนกได้เป็น นักท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 78.44

ตาราง 10

ความต้องการใช้เอกสารเผยแพร่เพื่อให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว (n = 60)

เอกสารเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว	ระดับความต้องการใช้					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
หนังสือ Amazing Bangkok	8	19	12	11	10	3.07	1.313	ปานกลาง
	(13.3)	(31.7)	(20.0)	(18.3)	(16.7)			
หนังสือ Bangkok 2000	9	10	20	10	11	2.93	1.300	ปานกลาง
	(15.0)	(16.7)	(33.3)	(16.7)	(18.3)			
หนังสือการท่องเที่ยว	12	23	13	5	7	3.47	1.241	ปานกลาง
	(20.0)	(38.3)	(21.7)	(8.3)	(11.7)			
หนังสือของดีกรุงเทพ	24	19	11	2	4	3.95	1.156	มาก
	(40.0)	(31.7)	(18.3)	(3.3)	(6.7)			
หนังสือ The Must see Sight in Bangkok	17	16	19	3	5	3.62	1.195	มาก
	(28.3)	(26.7)	(31.7)	(5.0)	(8.3)			
หนังสือบางกอกสัญจร	9	21	19	6	5	3.38	1.121	ปานกลาง
	(15.0)	(35.0)	(31.7)	(10.0)	(8.3)			
หนังสือตลาดนัดจตุจักร	4	21	24	7	4	3.23	.981	ปานกลาง
	(6.7)	(35.0)	(40.0)	(11.3)	(6.7)			

ตาราง 10 (ต่อ) (n = 60)

เอกสารเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แผ่นพับสถานที่ท่องเที่ยวของสำนักงานเขต	6	10	25	14	5	2.97	1.073	ปานกลาง
ภาษาไทย	(10.0)	(16.7)	(41.7)	(23.3)	(8.3)			
แผ่นพับสถานที่ท่องเที่ยวของสำนักงานเขต	13	33	9	5	0	3.20	1.190	ปานกลาง
ภาษาอังกฤษ	(21.7)	(55.0)	(15.0)	(8.3)	(0.0)			
แผ่นพับวัดภาษาไทย	12	13	21	12	2	3.35	1.117	ปานกลาง
	(20.0)	(21.7)	(35.0)	(20.0)	(3.3)			
แผ่นพับวัดภาษาอังกฤษ	13	33	9	5	0	3.90	.838	มาก
	(21.7)	(55.0)	(15.0)	(8.3)	(0.0)			
แผ่นพับวังภาษาไทย	11	16	22	9	2	3.42	1.062	ปานกลาง
	(18.3)	(26.7)	(36.7)	(15.0)	(3.3)			
แผ่นพับวัง ภาษาอังกฤษ	14	33	9	4	0	3.95	.811	มาก
	(23.3)	(55.0)	(15.0)	(6.7)	(0.0)			
แผ่นพับเมือง ภาษาไทย	19	12	20	6	3	3.63	1.178	มาก
	(31.7)	(20.0)	(33.3)	(10.0)	(5.0)			

ตาราง 10 (ต่อ) (n = 60)

เอกสารเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แผ่นพับเมืองภาษา อังกฤษ	32	18	6	3	1	4.28	.958	มาก
	(53.3)	(30.0)	(10.0)	(5.0)	(1.7)			
Bangkok Attraction	5	6	1	0	48	1.67	1.374	น้อย
	(8.3)	(10.0)	(1.7)	(0.0)	(80.0)			
คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะ	16	32	10	2	0	4.03	.758	มาก
	(26.7)	(53.3)	(16.7)	(3.3)	(0.0)			
รวม						3.58	.679	มาก

จากตาราง 10 แสดงให้เห็นความต้องการใช้เอกสารเผยแพร่เพื่อให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$= 3.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

เอกสารเผยแพร่ที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่แผ่นพับเมืองภาษาอังกฤษ ($\overline{X}$= 4.28) คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี ($\overline{X}$=4.03) แผ่นพับวังภาษาอังกฤษ ($\overline{X}$=3.95) หนังสือของดีกรุงเทพ ($\overline{X}$=3.95) แผ่นพับวัดภาษาอังกฤษ ($\overline{X}$=3.90) แผ่นพับเมืองภาษาไทย ($\overline{X}$=3.63) และหนังสือ The must see Sight in Bangkok ($\overline{X}$= 3.62)

เอกสารเผยแพร่ที่มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ หนังสือการท่องเที่ยว ($\overline{X}$= 3.47) แผ่นพับวังภาษาไทย ($\overline{X}$= 3.42) หนังสือบางกอกสัญจร ($\overline{X}$= 3.38) แผ่นพับวัดภาษาไทย ($\overline{X}$= 3.35) หนังสือตลาดนัดจตุจักร ($\overline{X}$= 3.23) แผ่นพับสถานที่ท่องเที่ยวของสำนักงานเขตภาษาอังกฤษ ($\overline{X}$= 3.20) หนังสือ Amazing Bangkok ($\overline{X}$= 3.07) แผ่นพับสถานที่ท่องเที่ยวของสำนักงานเขตภาษาไทย ($\overline{X}$= 2.97) และหนังสือ Bangkok 2000 มีความต้องการใช้ ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$= 2.93)และเอกสารเผยแพร่ที่มีความต้องการใช้ในระดับน้อย ได้แก่ Bangkok Attraction ($\overline{X}$=1.67)

ตาราง 11

ความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทย (n = 60)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทย	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	27	25	0	7	1	4.28	.804	มาก
	(45.0)	(41.7)	(0.0)	(11.7)	(1.6)			
ข้อมูลองค์การท่องเที่ยว	14	20	20	4	2	3.67	1.020	มาก
	(23.3)	(33.3)	(33.3)	(6.8)	(3.3)			
ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว	13	20	20	6	1	3.63	.991	มาก
	(21.8)	(33.3)	(33.3)	(10.0)	(1.6)			
ข้อมูลร้านอาหาร และภัตตาคาร	17	19	23	1	0	3.87	.853	มาก
	(28.4)	(31.7)	(38.3)	(1.6)	(0.0)			
ข้อมูลโรงแรมและที่พัก	21	19	19	1	0	4.00	.864	มาก
	(35.0)	(31.7)	(31.7)	(1.6)	(0.0)			
ข้อมูลการสื่อสาร	11	21	20	8	0	3.58	.944	มาก
	(18.4)	(35.0)	(33.3)	(13.3)	(0.0)			
ข้อมูลการขนส่ง	24	21	13	2	0	4.12	.865	มาก
	40.0	(35.0)	(21.7)	(3.3)	(0.0)			

ตาราง 11 (ต่อ) (n = 60)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทย	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	20	16	17	7	0	3.82	1.033	มาก
	(33.3)	(26.7)	(28.3)	(11.7)	(0.0)			
ข้อมูลธนาคาร	10	15	27	8	0	3.45	.928	ปานกลาง
	(16.7)	(25.0)	(45.0)	(13.3)	(0.0)			
ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล	14	25	14	3	4	3.70	1.094	มาก
	(23.3)	(41.7)	(23.3)	(5.0)	(6.7)			
ข้อมูลคลังสินค้า	2	10	20	20	8	2.63	1.025	ปานกลาง
	(3.3)	(16.8)	(33.3)	(33.3)	(13.3)			
ข้อมูลสถานที่ออกกำลังกาย	4	11	18	21	6	2.77	1.079	ปานกลาง
	(6.7)	(18.3)	(30.0)	(35.0)	(10.0)			
ข้อมูลสนามกีฬา	4	13	19	20	4	2.88	1.043	ปานกลาง
	(6.7)	(21.7)	(31.6)	(33.3)	(6.7)			
ข้อมูลธุรกิจให้เช่ารถยนต์	3	12	21	17	7	2.78	1.059	ปานกลาง
	(5.0)	(20.0)	(35.0)	(28.3)	(11.7)			
รวม						3.51	.676	มาก

จากตาราง 11 แสดงความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทย โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทยที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.28) ข้อมูลการขนส่ง ($\overline{X}$ = 4.12)

ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ($\overline{X}$ = 4.00) ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร ($\overline{X}$ = 3.87) ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$ = 3.82) ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล ($\overline{X}$ = 3.70) ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.67) ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.63) และข้อมูลการสื่อสาร ($\overline{X}$ = 3.58)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทยที่มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อมูลธนาคาร ($\overline{X}$ = 3.45) ข้อมูลสนามกีฬา ($\overline{X}$ = 2.88) ข้อมูลธุรกิจให้เช่ารถยนต์ ($\overline{X}$ = 2.78) ข้อมูลสถานที่ออกกำลังกาย ($\overline{X}$ = 2.77) ข้อมูลคลังสินค้า ($\overline{X}$ = 2.63)

ตาราง 12

ความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษ (n = 60)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษ	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	48	11	1	0	0	4.78	.454	มากที่สุด
	(80.0)	(18.3)	(1.7)	(0.0)	(0.0)			
ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว	25	19	12	3	1	4.07	.989	มาก
	(41.7)	(31.7)	(20.0)	(5.0)	(1.6)			
ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว	20	22	14	4	0	3.97	.920	มาก
	(33.3)	(36.7)	(23.3)	(6.7)	(0.0)			
ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร	29	19	11	1	0	4.27	.821	มาก
	(48.3)	(31.7)	(18.4)	(1.6)	(0.0)			
ข้อมูลโรงแรมและที่พัก	21	19	19	1	0	4.10	.986	มาก
	(35.0)	(31.7)	(31.7)	(1.6)	(0.0)			
ข้อมูลการสื่อสาร	11	21	20	8	0	3.95	.910	มาก
	(18.4)	(35.0)	(33.3)	(13.3)	(0.0)			
ข้อมูลการขนส่ง	24	21	13	2	0	4.15	.971	มาก
	(40.0)	(35.0)	(21.7)	(3.3)	(0.0)			

ตาราง 12 (ต่อ) (n = 60)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษ	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลการโฆษณา	21	21	13	5	0	3.97	.956	มาก
	(35.0)	(35.0)	(21.7)	(8.3)	(0.0)			
ข้อมูลธนาคาร	13	22	22	3	0	3.75	.856	มาก
	(21.7)	(36.7)	(36.7)	(5.0)	(0.0)			
ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล	22	25	8	3	2	4.03	1.008	มาก
	(36.7)	(41.7)	(13.3)	(5.0)	(3.3)			
ข้อมูลคลังสินค้า	8	5	26	15	6	2.90	1.130	ปานกลาง
	(13.3)	(8.3)	(43.4)	(25.0)	(10.0)			
ข้อมูลสถานที่ออกกำลังกาย	8	11	20	18	3	3.05	1.111	ปานกลาง
	(13.3)	(18.4)	(33.3)	(30.0)	(5.0)			
ข้อมูลสนามกีฬา	10	6	24	13	7	2.98	1.214	ปานกลาง
	(16.7)	(10.0)	40.0	(21.7)	(11.6)			
ข้อมูลธุรกิจให้เช่ารถยนต์	10	11	20	16	3	3.15	1.147	ปานกลาง
	(16.7)	(18.3)	(33.3)	(26.7)	(5.0)			
รวม						3.79	.668	มาก

จากตาราง 12 ความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษ โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$= 3.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษที่มีความต้องการใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ($\overline{X}$= 4.78)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร ($\overline{X}$= 4.27) ข้อมูลการขนส่ง ($\overline{X}$= 4.15) ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ($\overline{X}$=4.10) ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว ($\overline{X}$= 4.07) ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล ($\overline{X}$= 4.03) ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว ($\overline{X}$= 3.97) ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$= 3.97) ข้อมูลการสื่อสาร ($\overline{X}$= 3.95) และข้อมูลธนาคาร ($\overline{X}$= 3.75)

ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษที่มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อมูลธุรกิจให้เช่ารถยนต์ ($\overline{X}$= 3.15) ข้อมูลสถานที่ออกกำลังกาย ($\overline{X}$= 3.05) ข้อมูลสนามกีฬา ($\overline{X}$= 2.98) ข้อมูลคลังสินค้า ($\overline{X}$= 2.90)

ตาราง 13

ความต้องการใช้ประเภทของข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (n=60)

ประเภทของข้อมูลสารสนเทศ	ระดับความต้องการใช้					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	44	14	2	0	0	4.70	.530	มากที่สุด
	(73.3)	(23.3)	(3.3)	(0.0)	(0.0)			
ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว	10	24	16	8	2	3.53	1.033	มาก
	(16.7)	(40.0)	(26.7)	(13.3)	(3.3)			
ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว	8	16	25	10	1	3.33	.968	ปานกลาง
	(13.3)	(26.7)	(41.6)	(16.7)	(1.7)			
ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร	19	16	23	2	0	3.87	.911	มาก
	(31.7)	(26.7)	(38.3)	(3.3)	(0.0)			
ข้อมูลโรงแรมและที่พัก	15	17	26	2	0	3.75	.876	มาก
	(25.0)	(28.3)	(43.4)	(3.3)	(0.0)			
ข้อมูลการสื่อสาร	9	19	24	8	0	3.48	.911	ปานกลาง
	(15.0)	(31.7)	(40.0)	(13.3)	0.0			
ข้อมูลการเดินทาง	28	18	13	0	1	4.20	.898	มาก
	(46.6)	(30.0)	21.7	(0.0)	(1.7)			

ตาราง 13 (ต่อ) (n=60)

ประเภทของข้อมูลสารสนเทศ	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์	11	17	20	11	1	3.43	1.047	ปานกลาง
	(18.3)	(28.3)	(33.4)	(18.3)	(1.7)			
ข้อมูลธนาคาร	8	19	28	4	1	3.48	.873	ปานกลาง
	(13.3)	(31.7)	(46.7)	(6.7)	(1.7)			
ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล	12	26	10	7	5	3.55	1.185	มาก
	(20.0)	(43.3)	(16.7)	(11.7)	(8.3)			
ข้อมูลคลังสินค้า	1	6	19	25	9	2.42	.926	ปานกลาง
	(1.7)	(10.0)	(31.7)	(41.6)	(15.0)			
ข้อมูลสถานที่ออกกำลังกาย	2	8	25	18	7	2.67	.968	ปานกลาง
	(3.3)	(13.3)	(41.7)	(30.0)	(11.7)			
ข้อมูลสนามกีฬา	3	8	25	17	7	2.72	1.010	ปานกลาง
	(5.0)	(13.3)	(41.7)	(28.3)	(11.7)			
ข้อมูลธุรกิจให้เช่ารถยนต์	3	8	23	18	8	2.67	1.036	ปานกลาง
	(5.0)	(13.3)	(38.3)	(30.0)	(13.3)			
รวม						3.41	.592	ปานกลาง

จากตาราง 13 แสดงความต้องการใช้ประเภทของข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ประเภทของข้อมูลสารสนเทศที่มีความต้องการใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 4.70)

ประเภทของข้อมูลสารสนเทศที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลการเดินทาง ($\overline{X}$ = 4.20) ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร ($\overline{X}$ = 3.87) ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ($\overline{X}$ = 3.75) ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล ($\overline{X}$ = 3.55) ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.53)

ประเภทของข้อมูลสารสนเทศที่มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อมูลการสื่อสาร ($\overline{X}$ = 3.48) ข้อมูลธนาคาร ($\overline{X}$ = 3.48) ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ($\overline{X}$ = 3.43) ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.33) ข้อมูลสนามกีฬา ($\overline{X}$ = 2.72) ข้อมูลธุรกิจให้เช่ารถยนต์ ($\overline{X}$ = 2.67) ข้อมูลสถานที่ออกกำลังกาย ($\overline{X}$ = 2.67) และข้อมูลคลังสินค้า ($\overline{X}$ = 2.42)

ตาราง 14

ความต้องการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (n=60)

ความต้องการใช้สื่อสารสนเทศ	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่อสิ่งพิมพ์								
หนังสือทั่วไป	8	24	24	4	0	3.60	.807	มาก
	(13.3)	(40.0)	(40.0)	(6.7)	(0.0)			
หนังสือตำรา	4	14	32	9	1	3.18	.833	ปานกลาง
	(6.7)	(23.3)	(53.3)	(15.0)	(1.7)			
สิ่งพิมพ์รัฐบาล	5	19	27	6	3	3.28	.940	ปานกลาง
	(8.3)	(31.7)	(45.0)	(10.0)	(5.0)			
รายงานการประชุม	3	6	17	22	12	2.43	1.079	น้อย
	(5.0)	10.0	28.3	36.7	20.0			
วารสารและนิตยสาร	8	23	21	6	2	3.48	.965	ปานกลาง
	(13.4)	(38.3)	(35.0)	(10.0)	(3.3)			
หนังสือพิมพ์	10	19	23	7	1	3.50	.966	มาก
	(16.7)	(31.6)	(38.3)	(11.7)	(1.7)			

ตาราง 14 (ต่อ) (n=60)

ความต้องการใช้สื่อสารสนเทศ	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่อโสตทัศน์								
วิดิทัศน์	2	8	12	23	15	2.32	1.097	น้อย
	(3.3)	(13.4)	(20.0)	(38.3)	(25.0)			
สไลด์	3	7	7	26	17	2.22	1.136	น้อย
	(5.0)	(11.7)	(11.7)	(43.3)	(28.3)			
วัสดุย่อส่วน	1	9	11	21	18	2.23	1.095	น้อย
	(1.7)	(15.0)	(18.3)	(35.0)	(30.0)			
แผนที่และลูกโลก	15	17	7	7	14	3.20	1.527	ปานกลาง
	(25.0)	(28.3)	(11.7)	(11.7)	(23.3)			
สื่ออิเล็กทรอนิกส์								
ฐานข้อมูลซีดีรอม	5	2	24	10	19	2.40	1.210	น้อย
	(8.3)	(3.3)	(40.0)	(16.7)	(31.7)			
ฐานข้อมูลออนไลน์	7	10	17	14	12	2.77	1.280	ปานกลาง
	(11.7)	(16.7)	(28.3)	(23.3)	(20.0)			

ตาราง 14 (ต่อ) (n=60)

ความต้องการใช้สื่อสารสนเทศ	ระดับความต้องการใช้					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)								
ฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศ	4	3	25	13	15	2.47	1.127	ปานกลาง
ของห้องสมุด	(6.7)	(5.0)	(41.7)	(21.7)	(25.0)			
เว็บไซต์ต่าง ๆ	12	19	22	5	2	3.57	1.015	มาก
	(20.0)	(31.7)	(36.7)	(8.3)	(3.3)			
รวม						2.90	.738	ปานกลาง

จากตาราง 14 แสดงความต้องการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=2.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าสื่อสารสนเทศที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ หนังสือทั่วไป ($\overline{X}$= 3.60) เว็บไซต์ ($\overline{X}$= 3.57) และหนังสือพิมพ์ ($\overline{X}$= 3.50)

สื่อสารสนเทศที่มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารและนิตยสาร ($\overline{X}$= 3.48) สิ่งพิมพ์รัฐบาล ($\overline{X}$= 3.28) แผนที่และลูกโลก ($\overline{X}$= 3.20) หนังสือตำรา ($\overline{X}$= 3.18) และฐานข้อมูลออนไลน์ ($\overline{X}$= 2.77)

สื่อสารสนเทศที่มีความต้องการใช้ในระดับน้อย ได้แก่ ฐานข้อมูลทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด ($\overline{X}$= 2.47) รายงานการประชุม ($\overline{X}$= 2.43) ฐานข้อมูลซีดีรอม ($\overline{X}$= 2.40) วิดิทัศน์ ($\overline{X}$= 2.32) วัสดุย่อส่วน ($\overline{X}$= 2.23) และสไลด์ ($\overline{X}$= 2.22)

ตาราง 15

การใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ (n=60)

การใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ	ระดับการใช้					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ประเภทบุคคล								
ประสบการณ์ของตน	31	17	9	3	0	4.27	.899	มาก
	(51.7)	(28.3)	(15.0)	(5.0)	(0.0)			
เพื่อนร่วมงาน	15	30	12	3	0	3.95	.811	มาก
	(25.0)	(50.0)	(20.0)	(5.0)	0.0			
ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว	8	20	21	7	4	3.35	1.071	ปานกลาง
	(13.3)	(33.3)	(35.0)	(11.7)	(6.7)			
ประเภทสถาบัน								
ห้องสมุด	4	7	25	18	6	2.75	1.019	ปานกลาง
	(6.6)	(11.7)	(41.7)	(30.0)	(10.0)			
ศูนย์หรือสำนักวัฒนธรรมท้องถิ่น	2	16	23	18	1	3.00	.883	ปานกลาง
	(3.3)	(26.7)	(38.3)	(30.0)	(1.7)			
ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	14	17	16	11	2	3.50	1.142	มาก
	(23.3)	(28.3)	(26.8)	(18.3)	(3.3)			

ตาราง 15 (ต่อ) (n=60)

การใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ	ระดับการใช้					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ประเภทสถาบัน (ต่อ)								
องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ	17	20	17	6	0	3.80	.971	มาก
	(28.3)	(33.4)	(28.3)	(10.0)	(0.0)			
สื่อมวลชน								
วิทยุ	8	17	23	10	2	3.32	1.017	ปานกลาง
	(13.3)	(28.3)	(38.3)	(16.8)	(3.3)			
โทรทัศน์	16	27	12	5	0	3.90	.896	มาก
	(26.7)	(45.0)	(20.0)	(8.3)	(0.0)			
หนังสือพิมพ์	15	18	23	4	0	3.73	.918	มาก
	(25.0)	(30.0)	(38.4)	(6.6)	(0.0)			
สื่ออินเทอร์เน็ต	22	22	12	4	0	4.03	.920	มาก
	(36.7)	(36.7)	(20.0)	(6.6)	(0.0)			
รวม						3.60	.818	มาก

จากตาราง 15 แสดงการใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

แหล่งสารสนเทศที่มีการใช้ในระดับมาก ได้แก่ ประสบการณ์ของตนเอง ($\overline{X}$ = 4.27) สื่ออินเทอร์เน็ต ($\overline{X}$ = 4.03) เพื่อนร่วมงาน ($\overline{X}$ = 3.95) โทรทัศน์ ($\overline{X}$ = 3.90) องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.80) หนังสือพิมพ์ ($\overline{X}$ = 3.73) และศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ($\overline{X}$ = 3.50)

แหล่งสารสนเทศที่มีการใช้ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ($\overline{X}$ = 3.35) วิทยุ ($\overline{X}$ = 3.32) ห้องสมุด ($\overline{X}$ = 2.75) ศูนย์หรือสำนักงานวัฒนธรรมท้องถิ่น ($\overline{X}$ = 3.00)

ตอนที่ 3 ปัญหาและแนวทางในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว

ข้อมูลตอนนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว ผลปรากฏดังตาราง 16 ถึง 19

ตาราง 16

ปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว (n=60)

ปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว	ระดับปัญหา					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ไม่ทราบแหล่งสารสนเทศที่ต้องการ	7	15	20	15	3	3.13	1.081	ปานกลาง
	(11.7)	(25.0)	(33.3)	(25.0)	(5.0)			
ไม่มีเวลาศึกษาหรือค้นหาแหล่งข้อมูล	2	13	25	20	0	2.95	.832	ปานกลาง
	(3.3)	(21.7)	(41.7)	(33.3)	(0.0)			
ขาดทักษะในการค้นหาสารสนเทศ	5	7	23	22	3	2.82	1.000	ปานกลาง
	(8.3)	(11.7)	(38.3)	(36.7)	(5.0)			
ขาดททักษะด้านภาษาต่างประเทศ	4	11	20	19	6	2.80	1.070	ปานกลาง
	(6.7)	(18.3)	(33.3)	(31.7)	(10.0)			
ไม่ได้รับการอบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับ	13	9	24	11	3	3.30	1.154	ปานกลาง
สารสนเทศด้านการท่องเที่ยว	(21.7)	(15.0)	(40.0)	(18.3)	(5.0)			
รวม						3.00	.817	ปานกลาง

จากตาราง 16 แสดงปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$= 3.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พบปัญหาการไม่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับสารสนเทศด้านท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\overline{X}$= 3.30) รองลงมาคือปัญหาไม่ทราบแหล่งสารสนเทศที่ต้องการ ($\overline{X}$= 3.13) ปัญหาไม่มีเวลาศึกษาหรือค้นหาแหล่งข้อมูลในระดับปานกลาง ($\overline{X}$=2.95) ปัญหาขาดทักษะในการค้นหาสารสนเทศในระดับปานกลาง ($\overline{X}$= 2.82) และปัญหาขาดทักษะในด้านภาษาต่างประเทศ ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$= 2.80) ตามลำดับ

ตาราง 17

ปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศ (n=60)

ปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศ	ระดับปัญหา					$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สื่อสารสนเทศมีข้อมูลไม่ครบ	17	15	24	3	1	3.73	.989	มาก
	(28.3)	(25.0)	(40.0)	(5.0)	(1.7)			
ข้อมูลในสื่อสารสนเทศไม่ทันสมัย	14	21	23	1	1	3.77	.890	มาก
	(23.3)	(35.0)	(38.3)	(1.7)	(1.7)			
สื่อสารสนเทศที่มีไม่ตรงต่อความต้องการ	11	19	17	12	1	3.67	1.020	มาก
ของนักท่องเที่ยว	(18.3)	(31.7)	(28.3)	(20.0)	(1.7)			
การติดต่อสื่อสารกับศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวอื่น ๆ	15	18	20	6	1	3.32	1.017	ปานกลาง
มีความล่าช้า	(25.0)	(30.0)	(33.3)	(10.0)	(1.7)			
สื่อสารสนเทศมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้	9	15	23	12	1	3.12	1.379	ปานกลาง
บริการแก่นักท่องเที่ยว	(15.0)	(25.0)	(38.3)	(20.0)	(1.7)			
รวม						3.59	.817	มาก

จากตาราง 17 แสดงปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลในสื่อสารสนเทศไม่ทันสมัย ($\overline{X}$= 3.77) สื่อสารสนเทศมีข้อมูลไม่ครบถ้วน ($\overline{X}$= 3.73) และสื่อสารสนเทศไม่ตรงต่อความต้องการ ($\overline{X}$= 3.67)

ปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศในระดับปานกลาง ได้แก่ การติดต่อศูนย์ข้อมูลอื่นมีความล่าช้า ($\overline{X}$= 3.32) และสื่อสารสนเทศมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\overline{X}$= 3.12)

ตาราง 18

ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบาย (n=60)

ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบาย	ระดับปัญหา					$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
จำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอให้บริการ	13	12	13	13	9	3.12	1.379	ปานกลาง
แก่นักท่องเที่ยว	(21.7)	(19.9)	(21.7)	(21.7)	(15.0)			
จำนวนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ	17	14	11	16	2	3.47	1.255	ปานกลาง
ต่อการให้บริการ	(28.3)	(23.3)	(18.3)	(26.7)	(3.3)			
เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพ	26	7	19	7	1	3.83	1.167	มาก
ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	(43.2)	(11.7)	(31.7)	(11.7)	(1.7)			
ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตล่าช้า	23	17	15	5	0	3.97	.991	มาก
	(38.3)	(28.4)	(25.0)	(8.3)	(0.0)			
อุปกรณ์สื่อสารมีจำนวนไม่เพียงพอแก่	14	14	21	11	0	3.52	1.049	มาก
เจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	(23.3)	(23.3)	(35.1)	(18.3)	(0.0)			
ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม	19	13	19	8	1	3.68	1.112	ปานกลาง
ทักษะในการให้บริการสารสนเทศ	(31.7)	(21.7)	(31.7)	(13.2)	(1.7)			
รวม						3.59	.952	มาก

จากตาราง 18 แสดงปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$= 3.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบายในระดับมาก ได้แก่ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตล่าช้า ($\overline{X}$= 3.97) เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพ ($\overline{X}$= 3.83) การไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม ($\overline{X}$= 3.68) และอุปกรณ์สื่อสารมีไม่เพียงพอ ในระดับมาก ($\overline{X}$= 3.52)

ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบายในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ ($\overline{X}$= 3.47) และจำนวนเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ ($\overline{X}$= 3.12)

ตาราง 19

แนวทางการปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ)

การปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการค้นหาแหล่งสารสนเทศแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	49	81.7
การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะด้านภาษาต่างประเทศแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	48	80.0
การปรับปรุงสื่อสารสนเทศให้ทันสมัยและครบถ้วน	48	80.0
การจัดสื่อสารสนเทศให้มีจำนวนเพียงพอแก่การให้บริการ	29	48.3
การจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอกับการให้บริการ	23	38.3
การปรับปรุงระบบการสื่อสารให้ทันสมัยและรวดเร็ว	44	73.3
การเพิ่มจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ	28	46.7
การปรับปรุงระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีความรวดเร็ว	43	71.7

จากตาราง 19 พบว่า การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการค้นหาแหล่งสารสนเทศแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 49 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 รองลงมา คือ การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะด้านภาษาต่างประเทศแก่เจ้าหน้าที่และการปรับปรุงสื่อสารสนเทศให้ทันสมัยและครบถ้วน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเท่ากัน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอกับการให้บริการควรได้รับการปรับปรุงน้อยที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 23 คนคิดเป็นร้อยละ 38.3

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความถี่ในการบริการสารสนเทศ

ตาราง 20

ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน

เพศ	ความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน						รวม
	ต่ำกว่า 10 ครั้ง	11-30 ครั้ง	31-50 ครั้ง	51-70 ครั้ง	71-90 ครั้ง	90 ครั้งขึ้นไป	
ชาย	3	8	7	0	0	2	20
	(15.0)	(40.0)	(35.0)	(0.0)	(0.0)	(10.0)	(100.0)
หญิง	4	18	10	3	3	2	40
	(10.0)	(45.0)	(25.0)	(7.5)	(7.5)	(5.0)	(100.0)
รวม	7	26	17	3	3	4	60
	(11.7)	(43.3)	(28.3)	(5.0)	(5.0)	(6.7)	(100.0)

จากตาราง 20 พบว่า เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพศชายมีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมี ผู้ตอบแบบสอบถาม 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพศหญิงมีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 18 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมามีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตาราง 21

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุและความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน

อายุ	ความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน						รวม
	ต่ำกว่า 10 ครั้ง	11-30 ครั้ง	31-50 ครั้ง	51-70 ครั้ง	71-90 ครั้ง	90 ครั้งขึ้นไป	
ต่ำกว่า 25 ปี	2	6	8	2	2	0	20
	(10.0)	(30.0)	(40.0)	(10.0)	(10.0)	(0.0)	(100.0)
25-29 ปี	3	10	4	1	0	1	19
	(15.7)	(52.6)	(21.1)	(5.3)	(0.0)	(5.3)	(100.0)
30-34 ปี	1	8	2	0	0	2	13
	(7.7)	(61.5)	(15.4)	(0.0)	(0.0)	(15.4)	(100.0)
35-39 ปี	0	1	3	0	0	1	5
	(0.0)	(20.0)	(60.0)	(0.0)	(0.0)	(20.0)	(100.0)
40-44 ปี	1	0	0	0	1	0	2
	(50.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(50.0)	(0.0)	(100.0)
50 ปีขึ้นไป	0	1	0	0	0	0	1
	(0.0)	(100.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(100.0)
รวม	7	26	17	3	3	4	60
รวม	7	26	17	3	3	4	60
	(11.7)	(43.3)	(28.3)	(5.0)	(5.0)	(6.7)	(100.0)
	(11.7)	(43.3)	(28.3)	(5.0)	(5.0)	(6.7)	(100.0)

จากตาราง 21 พบว่า เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุ 25-29 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 10 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมา มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุ 30-34 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 8 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุ 35-39 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุ 40-44 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศต่ำกว่า 10 ครั้ง/วัน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากับมีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 71-90 ครั้ง/วัน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตาราง 22

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน						รวม
	ต่ำกว่า 10 ครั้ง	11-30 ครั้ง	31-50 ครั้ง	51-70 ครั้ง	71-90 ครั้ง	90 ครั้งขึ้นไป	
ปริญญาตรี	7	25	16	3	3	2	56
	(12.5)	(44.6)	(28.6)	(5.4)	(5.4)	(3.5)	(100.0)
ปริญญาโท	0	0	1	0	0	2	3
	(0.0)	(0.0)	(33.3)	(0.0)	(0.0)	(66.7)	(100.0)
อื่น ๆ	0	1	0	0	0	0	1
	(0.0)	(100.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(100.0)
รวม	7	26	17	3	3	4	60
รวม	7	26	17	3	3	4	60
	(11.7)	(43.3)	(28.3)	(5.0)	(5.0)	(6.7)	(100.0)

จากตาราง 22 พบว่า เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 25 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญามีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 90 ครั้งขึ้นไป/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอื่น ๆ มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตาราง 23

ความสัมพันธ์ระหว่างอายุราชการและความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน

อายุราชการ	ความถี่ในการบริการสารสนเทศต่อวัน						รวม
	ต่ำกว่า 10 ครั้ง	11-30 ครั้ง	31-50 ครั้ง	51-70 ครั้ง	71-90 ครั้ง	90 ครั้งขึ้นไป	
ไม่เกิน 1 ปี	2	15	9	2	0	0	28
	(7.1)	(53.6)	(32.2)	(7.1)	(0.0)	(0.0)	(100.0)
2-4 ปี	3	7	4	1	0	3	18
	(16.7)	(38.9)	(22.1)	(5.6)	(0.0)	(16.7)	(100.0)
5 ปีขึ้นไป	2	4	4	0	3	1	14
	(14.3)	(28.6)	(28.6)	(0.0)	(21.4)	(7.1)	(100.0)
รวม	7	26	17	3	3	4	60
	(11.7)	(43.3)	(28.3)	(5.0)	(5.0)	(6.7)	(100.0)

จากตาราง 23 พบว่า เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุราชการไม่เกิน 1 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 15 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมา มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 9 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุราชการระหว่าง 2-4 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน มากที่สุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 7 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 31-50 ครั้ง/วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 4 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอายุราชการระหว่าง 5 ปี มีความถี่ในการบริการสารสนเทศ 11-30 ครั้ง/วัน และ 31-50 ครั้ง/วัน มากที่สุด มีผู้ตอบ แบบสอบถาม 4 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

1. ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากประชากรที่เป็นเจ้าหน้าศูนย์ส่งเสริม การท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จำนวน 60 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ชื่อศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว อายุ ระดับการศึกษา และอายุราชการ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการให้บริการสารสนเทศ ประกอบด้วย ความถี่ในการให้บริการสารสนเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการข้อมูล เอกสารเผยแพร่ที่ใช้ในการบริการสารสนเทศ ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทยและภาษาอังกฤษ สื่อสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและแนวโน้มในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านสื่อสารสนเทศ และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมและนโยบาย มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามโดยแจกด้วยตนเองและรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ตอบกลับคืนมา ภายใน 2 สัปดาห์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายและสรุปผลและให้ข้อเสนอแนะ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุป

1. สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เจ้าหน้าศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ที่เป็นประชากรในการศึกษาครั้ง มีจำนวนทั้งสิ้น 60 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปีและเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี

2. สภาพการให้บริการสารสนเทศ

เจ้าหน้าศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ให้บริการสารสนเทศโดยเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด 11-30 ครั้ง/วัน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาขอใช้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวจากเจ้าหน้าที่หนึ่งคนมากที่สุด 11-30 คน/วัน จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ร้อยละ 21.56 และนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 78.44

ในด้านความต้องการใช้เอกสารเผยแพร่เพื่อให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ แผ่นพับเมืองภาษาอังกฤษ คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เก่ารัตนโกสินทร์ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี แผ่นพับวังภาษาอังกฤษ หนังสือของดีกรุงเทพ แผ่นพับวัดภาษาอังกฤษ แผ่นพับเมืองภาษาไทย และหนังสือ The Must see Sight in Bangkok

ในด้านความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทยในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการขนส่ง ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว และข้อมูลการสื่อสาร

ในด้านความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาอังกฤษในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลร้านอาหาร และภัตตาคาร ข้อมูลการขนส่ง ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว ข้อมูลสถานทูต

และสถานกงศุล ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการสื่อสาร และข้อมูลธนาคาร

ในด้านความต้องการใช้ประเภทของข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล และข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว

ในด้านความต้องการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ หนังสือทั่วไป เว็บไซต์ และหนังสือพิมพ์

ในด้านการใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศ ในระดับมาก ได้แก่ ประสบการณ์ของตนเอง สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนร่วมงาน โทรทัศน์ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องหนังสือพิมพ์ และศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3. ปัญหาและแนวทางในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว

ในด้านปัญหาบุคลากรผู้ให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว พบปัญหาการไม่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับสารสนเทศด้านท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือปัญหาไม่ทราบแหล่งสารสนเทศที่ต้องการ และปัญหาไม่มีเวลาศึกษาหรือค้นหาแหล่งข้อมูล

สำหรับปัญหาเกี่ยวกับสื่อสารสนเทศนั้นพบว่า ปัญหาที่พบในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลในสื่อสารสนเทศไม่ทันสมัย สื่อสารสนเทศมีข้อมูลไม่ครบถ้วน และสื่อสารสนเทศไม่ตรงต่อความต้องการ

ในด้านปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและนโยบาย ปัญหาที่พบในระดับมาก ได้แก่ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตล่าช้า เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพ การไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรม และอุปกรณ์สื่อสารมีไม่เพียงพอ

ในด้านปรับปรุงการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว พบว่า การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการค้นหาแหล่งสารสนเทศแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะด้านภาษาต่างประเทศแก่เจ้าหน้าที่และการปรับปรุงสื่อสารสนเทศให้ทันสมัยและครบถ้วน และการจัดจำนวนเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอกับการให้บริการควรได้รับการปรับปรุงน้อยที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มาอภิปรายผลการศึกษาดังกล่าวได้ดังนี้

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญกับเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเป็นภาคอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันมาก จึงสมควรที่รัฐบาลและหน่วยงานของรัฐ จะช่วยส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศแห่งการท่องเที่ยว โดยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตลอดเวลาที่ท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศที่ไม่คุ้นเคย หากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ อาจทำให้เกิดความไม่สะดวกแก่นักท่องเที่ยวในหลายประการ เช่น ไม่ทราบแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ไม่ทราบวิธีเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ทราบเวลาเปิด-ปิดของสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้การขาดข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจทำให้นักท่องเที่ยวต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นเช่นการซื้อสินค้าที่ราคาแพงกว่าปกติ หรือถูกหลอกลวงจากมิจฉาชีพ ซึ่งจากตัวอย่างที่ยกมาจะเห็นว่าการที่นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลการท่องเที่ยวย่อมทำให้เกิดผลเสียต่อนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่ได้รับความประทับใจกับการท่องเที่ยวนั้น และนำมาซึ่งผลเสียต่อประเทศคือนักท่องเที่ยวไม่ต้องการจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีก นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเมื่อกลับไปประเทศของตนก็จะนำเรื่องความ ไม่ประทับใจที่ได้รับไปบอกต่อ ๆ ไปดังผลจากการศึกษาของประทุมพร แสนกล้า เอสติงส์ (2534, หน้า 3) ซึ่งศึกษาเรื่องการรับสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลสารสนเทศแรกสุดจากการแนะนำของเพื่อน และญาติ ดังนั้นการสร้างความประทับใจให้เกิดแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่ พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อนโยบายการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากให้ความสำคัญกับการบริการและเผยแพร่ข้อมูลของศูนย์มากที่สุด

เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมีการเตรียมพร้อมในองค์ประกอบต่าง ๆ ของการให้บริการ อาทิ บุคลากรผู้ให้

บริการข้อมูลสารสนเทศ เครื่องมืออุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่สำคัญของการให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวนั่นคือสื่อสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อี.ไอ.ยู. (Economic Intelligent Unit, 1990) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาประเทศไทยมากขึ้นเนื่องจากการมีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเทียว และสื่อสารสนเทศจึงเป็นส่วนหนึ่งที่ให้ความรู้และช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า เอกสารเผยแพร่เพื่อให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ แผ่นพับเมืองภาษาอังกฤษ คู่มือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่เก่ารัตนโกสินทร์ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี หนังสือของดีกรุงเทพ แผ่นพับวังภาษาอังกฤษ แผ่นพับวัดภาษาอังกฤษ แผ่นพับเมืองภาษาไทย และหนังสือ The Must see Sight in Bangkok ดังนั้นศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จึงควรจัดเตรียมสื่อสารสนเทศดังกล่าวให้มีจำนวนพอเพียงแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาจจัดพิมพ์เอกสารเป็นภาษาไทยและอังกฤษในฉบับเดียวกันเพื่อให้สามารถใช้ให้บริการข้อมูลได้ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศและยังประหยัดงบประมาณในการจัดทำด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิไลลักษณ์ สุวจิตรตานนท์ (2532) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับข้อมูลข่าวสารก่อนการเดินทางจากแหล่งข้อมูลทั้งในประเทศและนอกประเทศ ข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับนั้นได้รับจากสื่อที่เป็นสื่อบุคคลที่เป็นทางการ และจากสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ นอกจากนี้แล้วควรจัดทำเวบไซต์ของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเผยแพร่ แมน ลัว และคณะ (Ma Lau, et at., 2004) ได้ศึกษาถึงการสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่อง-เที่ยวมีการสืบค้นหาข้อมูลให้ตรงจุดประสงค์ หรือประเภทของการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง

นอกจากนี้แล้วพบว่าความต้องการใช้ข้อมูลสารสนเทศภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกันคือ มีความต้องการใช้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลการขนส่ง ข้อมูลโรงแรมและที่พัก ข้อมูลร้านอาหารและภัตตาคาร ข้อมูล

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลสถานทูตและสถานกงศุล ข้อมูลองค์กรท่องเที่ยว ข้อมูลบริษัทนำเที่ยว ข้อมูลการสื่อสารในระดับมาก สำหรับเอกสารภาษาอังกฤษที่มีความต้องการใช้ในระดับมาก แตกต่างไปจากเอกสารภาษาไทย คือข้อมูลธนาคาร ซึ่งคล้ายคลึงกับผลการศึกษาของประทุมพร แสนกล้า เอสติงส์ (2534) ซึ่งศึกษาเรื่องการรับสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเนื้อหาสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวคือข้อมูลที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ ตารางการบิน แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมและสถานที่พัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของแฮร์ริแกน (Harrigan, 1989) ได้ทำการศึกษาปัญหาของภาษาในด้านการท่องเที่ยวพบว่า หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรมีความร่วมมือกันจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวแจกตามประเทศต่าง ๆ ด้วยภาษาสากล และควรมีศูนย์บริการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวตามสนามบิน สถานีรถไฟและสถานีรถประจำทางให้มากยิ่งขึ้น ส่วนป้ายบอกชื่อถนนอาคารร้านค้าและสถานที่ต่าง ๆ

ในด้านความต้องการใช้สื่อสารสนเทศของเจ้าหน้าศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพ-มหานคร เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวพบว่า เจ้าหน้าที่ของศูนย์ต้องการใช้สื่อได้แก่ หนังสือทั่วไป เว็บไซต์ และหนังสือพิมพ์ในการค้นหาข้อมูลสารสนเทศเพื่อให้การบริการข้อมูลสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวดังนั้น ผู้บริหารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรจัดให้มีหนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในกรุงเทพฯ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ จะได้มีสื่อสารสนเทศพอเพียงแก่การค้นหาข้อมูลเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ในด้านแหล่งสารสนเทศที่ใช้ค้นหาข้อมูลนั้นพบว่า มีความต้องการใช้ข้อมูลจากแหล่งสารสนเทศดังต่อไปนี้ในระดับมาก ได้แก่ ประสบการณ์ของตนเอง สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนร่วมงาน โทรทัศน์ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องหนังสือพิมพ์ และศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นที่น่าสังเกตว่าเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ใช้ประสบการณ์ของตนเองเป็นแหล่งสารสนเทศอันดับแรก อาจเป็นเพราะการมีประสบการณ์ตรงกับการท่องเที่ยวทำให้เจ้าหน้าที่เกิดการเรียนรู้และจดจำทั้งยังสามารถ ดึงข้อมูลจากความจำมาใช้ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าสารสนเทศจากแหล่งอื่น ในส่วนนี้ผู้บริหารควรสนับสนุนให้มีการฝึกอบรม การสัมมนาหรือการพาเจ้าหน้าที่ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวจริงเพื่อให้ได้สัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ

และเกิดประสบการณ์ตรงเพื่อจะเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีในการให้ข้อมูลสารสนเทศกับนักท่องเที่ยวต่อไป

ผลการศึกษาปัญหาของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวนั้น พบว่ามีปัญหาการไม่ได้รับการอบรมเกี่ยวกับสารสนเทศด้านท่องเที่ยวมากที่สุด ไม่ทราบแหล่งสารสนเทศที่ต้องการ ข้อมูลในสื่อสารสนเทศไม่ทันสมัย สื่อสารสนเทศมีข้อมูลไม่ครบถ้วน และสื่อสารสนเทศไม่ตรงต่อความต้องการ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตล่าช้า เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวควรปรับปรุงการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการค้นหาแหล่งสารสนเทศแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มากที่สุด รองลงมา คือ การจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะด้านภาษาต่างประเทศแก่เจ้าหน้าที่และการปรับปรุงสื่อสารสนเทศให้ทันสมัยและครบถ้วน

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้บริหารศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายในของศูนย์ให้บริการสารสนเทศ อันได้แก่ บุคคลากร สื่อสารสนเทศและเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งจำเป็นต่อการสื่อสารหรือการให้บริการข้อมูลสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามอย่างยิ่งคือ บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสารสนเทศ ดังที่ ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ (2537) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ให้บริการสารสนเทศไว้ว่า ต้องประกอบไปด้วยความรู้ มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ มีทักษะในการให้บริการ และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งการฝึกอบรมสามารถสร้างคุณสมบัติเหล่านี้ให้แก่เจ้าหน้าที่ของศูนย์สงเสริมการท่องเที่ยวได้ เมื่อมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลให้การให้บริการมีประสิทธิภาพขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่อาจนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้บริการข้อมูลสารสนเทศของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรให้การสนับสนุนการฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมโอกาสในการพัฒนาทักษะการให้บริการสารสนเทศการใช้ภาษาอังกฤษ และทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

2. ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการสำรวจความต้องการข้อมูลสารสนเทศของนักท่องเที่ยว และรูปแบบของสื่อสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการ และจัดเตรียมสื่อสารสนเทศต่าง ๆ ให้พร้อมและเพียงพอ ควรมีการปรับปรุงข้อมูลในสื่อสารสนเทศให้มีความถูกต้องและทันสมัยเสมอ

3. ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรจัดเตรียมแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต้องการใช้ในการหาความรู้ หรือข้อมูลสารสนเทศซึ่งจากผลการศึกษานี้ได้แก่ หนังสือต่าง ๆ และหนังสือพิมพ์เป็นต้น

4. ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการสารสนเทศโดยเฉพาะประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตควรมีความรวดเร็ว เพื่อให้การให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาทัศนคติของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ต่องานการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการให้บริการสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ศึกษาการประเมินผลของการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อประสิทธิภาพในการให้บริการสารสนเทศแก่นักท่องเที่ยว

3. ศึกษาถึงความต้องการข้อมูลสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

4. ศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการข้อมูลสารสนเทศของเจ้าหน้าที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์ตัวแปลหลายตัวด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2531). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย. (2547). *โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2544*. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *รายงานสถิติประจำปี 2545*. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จิรวรรณ ภักดีบุตร. (2532). ผู้ใช้และผู้บริการสารนิเทศ. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาสารนิเทศศาสตร์เบื้องต้น* (หน่วยที่ 1). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ. (2537). *สารนิเทศศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2546). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประคอง กรรณสูต. (2545). *สถิติเพื่อการวิจัยการพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประทุมพร แสนกล้า เอสติงส์. (2534). *การรับสารนิเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสารมิตร.

ประภาวดี สืบสนธ์. (2543). *สารสนเทศในบริบทสังคม*. กรุงเทพมหานคร: สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย.

ประภาส ภาวินันท์. (2542). *ทรัพยากรสารสนเทศและการรู้หนังสือ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์. (2544). *ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ต่อนโยบายและการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิมพ์ใจ สุนทรเสรี. (2534). *การแสวงหาข่าวสารของอาสาสมัครโครวการเกษตรและพัฒนาชนบทหน่วยสันติภาพสหรัฐอเมริกา ประจำประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมลพรรณ เรพเพอร์. (2538). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 9). นนทบุรี: มหาวิทยาลัย-สุโขทัยธรรมาธิราช.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). *เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว* (หน่วยที่ 7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

แม้นมาส ชวลิต. (2533). *สารนิเทศศาสตร์เบื้องต้น*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ยุพดี เสตพรรณ. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: พิศาลการพิมพ์.

รจิตลักษณ์ แสงอุไร. (2530). *นิเทศศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรพล พรหมิกบุตร. (2534). *การสื่อสารสัญลักษณ์ธรรมชาติ พัฒนาการและผลกระทบ*. กรุงเทพมหานคร: อาร์ตไลน์.

วันทนา สุรชีวิน. (2541). *การเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยปีท่องเที่ยวไทย 2541-2543*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.

วิจิตร อวิรุทธิ์. (2534). *กระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ชาวต่างประเทศ และแนวโน้มรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารในอนาคต*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิไลลักษณ์ สุวจิตรตานนท์. (2532). *การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. (2528). *ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.* กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริพร สุวรรณะ. (2532). สภาวะสิ่งแวดล้อมในงานบริการสารนิเทศ. *วารสารห้องสมุด, 33*(5), 33-40.

เสน่ห์ นครสันติภาพ. (2541). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานของนักศึกษาสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภินันท์ จันตะนี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ.* กรุงเทพมหานคร: วี เจ พริ้นติ้ง.

Atkin, C. K. (1973). *New model for mass: Communication for research.* New York: The Free Press.

Economic Intelligent Unit. (1990). *Far East and Pacific travel in the 1990.* Hawaii: The Economic Intelligent Unit.

Gudykuns, W. B., & Kim, Young Yun. (1992). *Communicating with strangers : An approach to intercultural communication.* New York: McGraw-Hill.

Harrigan, Birney Malveny. (1989). *The language problem in tourism.* PA: University of Pittsburgh.

Luo, Man, Feng Ruomei, & Cai, Liping A. (2004). Information search behavior and tourist chracteristics: The Internet vis-à-vis other information sources. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 77*(3), 15-19.

Samovar, Larry A., & Porter, Richard E. (1995). *Communication between cultures* 2nd. ed. San Francisco: Wadsworth Publishing Company.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นายเอกชัย สมบูรณ์
วัน เดือน ปี	25 กันยายน 2514
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนพรตพิทยพยัต กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2531 สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต (สาขาสื่อสารมวลชน) จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2540
ตำแหน่งหน้าที่การทำงานปัจจุบัน	ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท ที.ซี.อาร์ ทิมเบอร์ จำกัด กรรมการผู้จัดการ บริษัท เฟิรส์ วูด คอร์ปอเรชั่น จำกัด

RAMKHAMHAENG UNIVERSITY LIBRARY