

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญเพราะก่อให้เกิดรายได้ที่สามารถนำมาพัฒนาประเทศทำให้ประเทศไทยมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่มั่นคงขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวในรูปเงินตราต่างประเทศที่มีมูลค่ามหาศาลสามารถนำไปเกื้อหนุนประเทศในช่วงวิกฤตเช่น สถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ เหตุการณ์ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นต้น รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงได้วางนโยบายส่วนที่เกี่ยวกับการพัฒนาบริการท่องเที่ยวคือ การมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีประสิทธิภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยควบคู่กับการสร้างจิตสำนึกของการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศ แม้ว่าเศรษฐกิจโลกจะมีการชะลอตัวลง และปัจจัยภายในประเทศไทยจะมีผลกระทบต่อสถานการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศโดยรวม แต่จากสถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตั้งแต่ในปี 2549-2551 พบว่า ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นจำนวนทั้งสิ้น 14.58, 14.46 และ 13.82 ล้านคน สร้างรายได้ให้ประเทศเป็นจำนวน 48.23, 54.77 และ 57.45 แสนล้านบาท ตามลำดับ โดยในทึ้นักท่องเที่ยวจากยุโรปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับ 2 หรือประมาณ 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด นักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางเข้ามามากที่สุดคือนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ในปี 2550-2551 มีนักท่องเที่ยวชาว

สหราชอาณาจักรเดินทางเข้ามาจำนวนมากถึง 7.46 และ 7.58 แสนคนสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวน 47.43 และ 49.43 หมื่นล้านบาทตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาชีพระดับบนเช่น อาชีพผู้เชี่ยวชาญในสาขาอาชีพต่าง ๆ ผู้จัดการ และผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มระดับกลางและระดับล่าง โดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยแล้ว เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรจัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีรายได้และการใช้จ่ายสูงทำให้แผนส่งเสริมการตลาดต่างประเทศประจำปี 2552 ต้องเน้นกลยุทธ์การขยายตลาดระดับบน โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูงเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและสามารถเดินทางท่องเที่ยวภายใต้ภาวะวิกฤตพลังงาน โลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552)

จากการสำรวจการเดินทางไปต่างประเทศและการใช้อินเทอร์เน็ตของสำนักงานสถิติแห่งประเทศสหราชอาณาจักร (UK Office for National Statistics, 2010) พบว่า ในปี ค.ศ. 2008-2009 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศจำนวนมากถึง 69.0 และ 58.6 ล้านครั้งเรือนตามลำดับโดยในปี 2009 ชาวสหราชอาณาจักร 70% หรือ 18.31 ล้านครั้งเรือนใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเข้าถึงสารสนเทศเพื่อแสวงหาสินค้าและบริการที่ต้องการซึ่งเป็นตัวเลขที่เพิ่มขึ้นจากปี ค.ศ. 2008 จำนวน 1.85 ล้านครั้งเรือน

การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเป็นประเด็นปัญหาวิจัยที่มีผู้สนใจศึกษาเป็นจำนวนมากในประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ งานวิจัยในประเทศไทยที่พบได้แก่ งานวิจัยของฐปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ที่ศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร การใช้อินเทอร์เน็ต และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของคุณย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร บุญเลิศ เปเรร์รา (2543) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อังคณา สิทธิเทศานนท์ (2546) ศึกษากระบวนการแสวงหาข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประเภทสะพายเป้ (Backpackers) ที่เข้ามาพักที่ถนนข้าวสาร นุชฤดี รุ่ยใหม่ (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวเกาะพะงัน กิตติยา อรรถสาร, นารีรัตน์ ทองประไพ และวันทิกา หิรัญเทศ (2550) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเลือกใช้บริการโรงแรมเมริออท

ริสอร์ทแอนด์สปา และงานวิจัยของจูไรรัตน์ ลิจิตวีชรปกรณ (2551) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปค่อนนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนงานวิจัยในต่างประเทศได้แก่ งานวิจัยของโรสเซนบัม (Rosenbaum, 1996) ศึกษาโครงสร้างและวิธีปฏิบัติกับการใช้ทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศ ฟอร์ดเนสและเมอร์เรย์ (Fordness and Murray, 1997) ศึกษาการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยว เซนและเกอร์ชอย (Chen and Gursoy, 2000) ศึกษาการเปรียบเทียบการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกกับกลุ่มที่เดินทางมาหลายครั้งและการส่งเสริมการตลาด แพน (Pan, 2003) ศึกษาการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต เฮียง (Heung, 2003) ศึกษาเหตุผลและอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว ศรีกันท์ (Srikanth, 2003) ศึกษาการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ในการวางแผนการท่องเที่ยว การแสวงหาสารสนเทศ และการซื้อสินค้าออนไลน์ เกร์ชอยและอัมเบรียท์ (Gursoy and Umbreit, 2004) ศึกษาการเปรียบเทียบพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม เคอร์สเตอร์และโช (Kerstetter and Cho, 2004) ศึกษาความรู้เดิม ความน่าเชื่อถือของแหล่งและการแสวงหาสารสนเทศ คาส์ โวกท์ และแมคเคย์ (Kah, Vogt and MacKay, 2006) ศึกษาการเข้าใจพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวจากการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ นิชิมูระ, แวริสแซค และคิง (Nishimura, Waryszak and King, 2006) ศึกษาการใช้และประโยชน์ที่ได้รับจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปต่างประเทศ งานวิจัยของฟริแอส โรดริเกซ และคาสตันเนดา (Frias, Rodriguez and Castañeda, 2007) ศึกษาปัจจัยของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยของฟริแอส โรดริเกซ และคาสตันเนดา (Frias, Rodriguez and Castañeda, 2009) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศของนักท่องเที่ยว และงานวิจัยของคิม, ชุง และลี (Kim, Chung and Lee, 2010) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวในประเทศไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศทั้งในประเทศและต่างประเทศข้างต้นแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้ 1) ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย 2) ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติในบริบทต่าง ๆ 3) การสร้างตัวแบบและทฤษฎีมิได้เจาะจงศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อน โดยตรง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการแสวงหาสารสนเทศของชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยว่ามีรูปแบบอย่างไรมีปัจจัยด้านใดที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศและปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชนกลุ่มนี้

การแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนมีปัจจัยแวดล้อมหลายประการที่เป็นการสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการแสวงหาสารสนเทศ โดยใช้ทฤษฎีสภาพแวดล้อมของการใช้สารสนเทศ (Information Use Environment: IUE) ของเทเลอร์ (Taylor, 1991: 218-251) มาเป็นแนวทางในการศึกษา และใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวยุวชนชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เหตุผลที่เลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว เพราะเป็นนักท่องเที่ยวยุวชนที่มีคุณภาพส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพที่มีสถิติการเดินทางเข้ามาประเทศไทยสูงสุดและเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมหาศาล การศึกษาวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบสารสนเทศในการเผยแพร่สารสนเทศที่มีคุณภาพให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวยุวชนสามารถแสวงหาสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนที่เดินทางมาประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนที่เดินทางมาประเทศไทย
- 2.3 เพื่อศึกษาปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อนที่เดินทางมาประเทศไทย

### 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาการแสวงหาสารสนเทศ ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศและปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยยึดทฤษฎีสภาพแวดล้อมของการใช้สารสนเทศของเทเลอร์ (Information Use Environment: IUE) มาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเทเลอร์ได้อธิบายถึงทฤษฎี IUE ว่าเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ใช้และสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ที่มีผลต่อการใช้สารสนเทศในบริบทเฉพาะของแต่ละคน การเลือกใช้แหล่งสารสนเทศผู้ใช้เป็นผู้ตัดสินใจว่าสารสนเทศจากใดเหมาะสมและมีประโยชน์

เทเลอร์ (Taylor, 1991:218-251) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ที่ส่งผลต่อการแสวงหาสารสนเทศใน 3 ด้านคือ

#### 1. กลุ่มบุคคล (Sets of People)

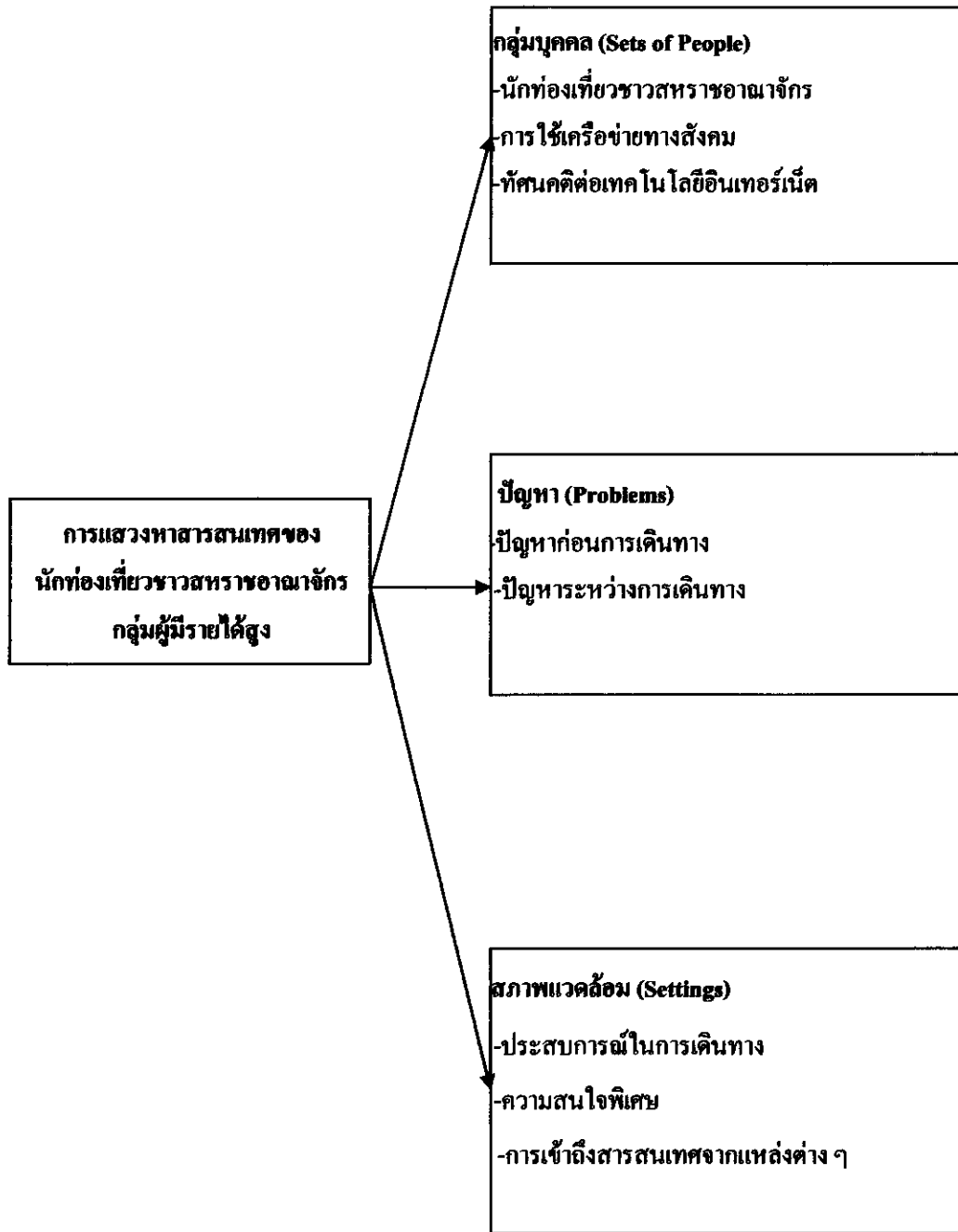
กลุ่มบุคคล หมายถึง ผู้แสวงหาสารสนเทศที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงไม่ว่าเคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วหรือเดินทางมาเป็นครั้งแรก การใช้เครือข่ายทางสังคม และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

#### 2. ปัญหา (Problems)

ปัญหาที่ศึกษาคือ ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง โดยในที่นี้ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางได้แก่ เที่ยวบิน โรงแรมที่พัก สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง และปัญหาระหว่างการเดินทางได้แก่ สารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

#### 3. สภาพแวดล้อม (Settings)

สภาพแวดล้อมหมายถึงสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศ ได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทาง ความสนใจพิเศษ และการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ จากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัย ได้กำหนดเป็นแผนภาพการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 กลุ่มที่ศึกษาในการวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่มีภูมิลำเนาอยู่ทั้งในประเทศอังกฤษ ไอร์แลนด์เหนือ สกอตแลนด์ เวลส์ทวีปยุโรป และทวีปเอเชีย ที่เดินทางมาประเทศไทยจำนวน 18 คน

4.2 เป็นนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศในแถบเอเชียเป็นเวลา 5 วันขึ้นไป

4.3 เป็นนักท่องเที่ยวที่อาจเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกหรือหลายครั้งแล้ว

4.4 การเก็บข้อมูลใช้เวลา 9 เดือนคือ ตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2551 ถึง 22 กรกฎาคม 2552 เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง

#### 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การแสวงหาสารสนเทศ หมายถึง การสอบถาม การค้นหา หรือการกระทำใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศที่ต้องการ เพื่อใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.2 การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางออกจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อยู่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความเพลิดเพลิน การเยี่ยมชมหรือการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

5.3 ชาวสหราชอาณาจักร หมายถึง ประชาชนชาวสหราชอาณาจักรที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในประเทศอังกฤษ เวลส์ สกอตแลนด์ ไอร์แลนด์เหนือ ทวีปยุโรปและทวีปเอเชีย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียงมากกว่า 5 วันขึ้นไป

5.4 ผู้มีรายได้สูง หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญจากสาขาอาชีพต่าง ๆ ผู้บริหารระดับสูง เจ้าของกิจการ ที่มีรายได้ก่อนหักภาษีมากกว่า 50,000 ปอนด์ต่อปีหรือ 2.75 ล้านบาท (1 ปอนด์=55 บาท) และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 3,500 บาทต่อวัน

5.5 ก่อนการเดินทาง หมายถึง ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวยังอยู่ในประเทศที่พักอาศัย

5.6 ระหว่างการเดินทาง หมายถึง ช่วงเวลาเริ่มต้นจากการที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางจากประเทศที่พำนักอาศัยมาถึงประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

5.7 ประสบการณ์ในการเดินทาง หมายถึง ประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมายังประเทศไทย การเดินทางภายในประเทศที่พำนักอาศัยและต่างประเทศ

5.8 เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ญาติพี่น้อง เพื่อนส่วนตัว เพื่อนร่วมงาน ทั้งชาวไทย และชาวสหราชอาณาจักรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและประเทศที่พำนักอาศัย

5.9 ทักษะติดต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต หมายถึง ความคิดเห็นต่อการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางมาประเทศไทยและระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย

5.10 ความสนใจพิเศษ หมายถึง สารสนเทศและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจเป็นพิเศษและต้องการทำในระหว่างการเดินทาง

5.11 ช่องทางการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเข้าถึงสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ หนังสือท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่ เป็นต้น

5.12 ปัญหา หมายถึง ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทาง ได้แก่ เที่ยวบิน โรงแรมที่พัก สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง และระหว่างการเดินทาง ได้แก่ สารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาการให้บริการระบบสารสนเทศและแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพถูกต้อง ชัดเจน ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพทางการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งเพื่อการก้าวเป็นผู้นำในตลาดการท่องเที่ยวโลกต่อไป



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้อ่อน ผู้วิจัยได้ศึกษาบทวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งจากเอกสารหนังสือ ตำราบทความ วารสาร งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ และขอนำเสนอสรุปตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความหมายและความสำคัญของสารสนเทศ
  - 1.1 ความหมายของสารสนเทศ
  - 1.2 ความสำคัญของสารสนเทศ
2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
  - 2.1 แนวคิดพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
  - 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
    - 2.2.1 ทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศ
    - 2.2.2 แนวคิดเบอรี่ฟิสิกของเบทส์
3. การท่องเที่ยว
  - 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
  - 3.2 ความหมายของการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับชาวสหราชอาณาจักร
  - 3.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว
4. ประเทศสหราชอาณาจักรและชาวสหราชอาณาจักร
  - 4.1 ข้อมูลเบื้องต้น
  - 4.2 ข้อมูลการเดินทางต่างประเทศ
  - 4.3 แหล่งสารสนเทศที่ใช้
  - 4.4 สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. ความหมายและความสำคัญของสารสนเทศ

สารสนเทศ (information) เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ สารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การใช้สารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญสำหรับมนุษย์ทุกคนในโลกของสังคมสารสนเทศ (information society) เช่น ในปัจจุบัน

### 1.1 ความหมายของสารสนเทศ

สารสนเทศ มีองค์ประกอบของคำสองคำคือ สาร และสนเทศ สารแปลว่า แก่น เนื้อแท้ที่แข็ง แก่นสาร ส่วนสำคัญ หนังสือ จดหมาย สนเทศแปลว่า คำสั่ง ข่าวสาร ใบบอก เมื่อรวมกันเป็นคำ สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความรู้ลึก ความคิดของนักคิด นักปราชญ์ นักวิชาการ ในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีการบันทึก ประมวลหรือดำเนินการด้วยวิธีใด ๆ และสามารถนำไปเผยแพร่ทั้งในรูปวัสดุตีพิมพ์ วัสดุไม่ได้ตีพิมพ์ และใช้ประโยชน์ทั้งในส่วนบุคคลและสังคม (มาลี ถ้ำสกุล, 2545: 5)

ไมเคิล บักแลนด์ (Buckland, 1991: 351) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของสารสนเทศว่ามี 3 ความหมายได้แก่

สารสนเทศในฐานะกระบวนการ (information-as-process) เป็นการกระทำหรือการสื่อสารให้รู้หรือการบอกให้รู้ข่าวสารหรือข้อเท็จจริง

สารสนเทศในฐานะความรู้ (information-as-knowledge) เป็นการรับรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงหรือสาขาวิชาหรือเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่สามารถลดความคลุมเครือหรือความไม่แน่ใจได้ สารสนเทศในฐานะความรู้ไม่สามารถสัมผัสหรือวัดได้โดยตรงมีลักษณะเป็นแนวคิดส่วนบุคคล

สารสนเทศในฐานะสิ่งของ (information-as-thing) อยู่ในรูปของการบันทึกหรือข้อมูลหรือเอกสารใด ๆ ที่ก่อให้เกิดความรู้

สารสนเทศมีความหมายหลากหลายและมีองค์ประกอบที่ไม่สามารถระบุได้ชัดเจน สำหรับงานวิจัยการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย ผู้วิจัยให้ความหมายของสารสนเทศนี้ว่า ขึ้นอยู่กับผู้ใช้และสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ในการนำสารสนเทศไปใช้เพื่อประโยชน์ต่อตนเองหรือต่อเครือข่ายทางสังคมที่ผู้ใช้เป็นสมาชิกอยู่

## 1.2 ความสำคัญของสารสนเทศ

สารสนเทศเป็นเครื่องมือทางปัญญาที่ทำให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ดีในสังคมโลก สภาพการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมนุษย์ต้องรู้จักปรับเปลี่ยนตนเองให้ทันและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม โดยรู้จักแสวงหาและเลือกสรรสารสนเทศที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ ต่อการสร้างความคิดอย่างชาญฉลาด สารสนเทศเปรียบเสมือนทรัพย์สินที่มีค่าและมีความสำคัญต่อสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ความสำคัญต่อบุคคล การรู้สารสนเทศทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการแก้ปัญหา และการที่บุคคลมีทักษะในการเข้าถึงสารสนเทศทำให้สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดเวลา

ความสำคัญต่อองค์กรการที่ผู้บริหารมีสารสนเทศที่ถูกต้องสมบูรณ์ทำให้สามารถนำสารสนเทศมาใช้ในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความสำคัญต่อสังคม สารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในกระบวนการหล่อหลอมสังคม อีกทั้งยังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตและการสร้างสรรค์แต่ละสังคมให้พัฒนาก้าวหน้า (มาลี ถ้ำสกุล, 2545: 13-14)

ในโลกของสังคมข่าวสารเช่นในปัจจุบัน มีคำกล่าวที่ว่าสารสนเทศคือพลัง (Information is power) ซึ่งได้เปรียบการมีสารสนเทศหรือการรู้สารสนเทศของบุคคลในสังคมได้ ก่อให้เกิดความรู้ ความสามารถ ในการนำสารสนเทศที่มีอยู่หรือความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา สารสนเทศเหล่านั้นและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิตทั้งต่อตนเอง สังคมและประเทศชาติ สารสนเทศแต่ละประเภทมีความสำคัญต่อผู้ใช้แตกต่างกันไปตามลักษณะของความต้องการและวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางมีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในการนำไปใช้เดินทางท่องเที่ยวเป็นต้น

อาทร ธงชัย (2545: 210-211) ในการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ระบบสารสนเทศจัดทำขึ้นตามลักษณะดำเนินการขององค์กรมักจะรวมงานด้านข้อมูลและเอกสารธุรกิจเข้ากับงานด้านการบริหารและตัดสินใจและอาจตั้งชื่อตามองค์กรเช่น ระบบสารสนเทศ โรงแรม หรือตามลักษณะงาน ข้อมูลหลักที่นำเสนอหรือบริการสามารถกำหนดรายละเอียดของข้อมูลโดยจัดแบ่งเป็นกลุ่มดังนี้

### กลุ่มที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ
- เงินตรา
- การแต่งกาย

- วัฒนธรรมประเพณี/กิจกรรม/การกีฬา
- แผนที่
- การติดต่อสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ โทรสาร e-mail เป็นต้น
- สถานที่ท่องเที่ยว
- เส้นทางการเดินทาง
- การขนส่ง (รถไฟ/สายการบิน/เรือ/รถประจำทาง)
- แสดงข้อมูลบริษัทนำเที่ยว
- แสดงข้อมูลแหล่งช้อปปิ้ง
- แสดงข้อมูลเตือนภัยนักท่องเที่ยว
- ข้อมูลที่ท่องเที่ยวควรรู้
- ข้อมูลที่สอบถามบ่อย (FAQ)

#### กลุ่มที่ 2 การนำเสนอและองค์ประกอบของประเภทของการบริการที่จะเสนอขาย

- ระบบสำรองห้องพัก
- ระบบจองทัวร์
- ระบบสิ่งอำนวยความสะดวก
- ระบบจองรถเช่า
- ระบบจองตั๋วเครื่องบิน/ไฟ
- ระบบจอร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- ขายของที่ระลึกและสินค้าออนไลน์
- ให้รายละเอียด แยกตามประเภทที่พัก
- ให้รายละเอียด แยกตามราคา
- สามารถค้นหาข้อมูลจากฐานข้อมูลได้

#### กลุ่มที่ 3 ข้อมูลอื่นๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ

- ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยว
- สถิติของผู้เข้ามาเยี่ยมชม
- ข้อคิดเห็นของผู้ที่เยี่ยมชม
- การใช้ข้อมูลและสื่อประสม (multimedia) หรือโปรแกรมเสมือน (virtual tour) หรือกล้องถ่ายทอดสด (live cam)
- ข้อมูลการบริการเกี่ยวกับพามิชย์อิเล็กทรอนิกส์

## 2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศมีเป็นจำนวนมาก ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศในบริบทของผู้ใช้ที่สัมพันธ์กับกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยเลือกใช้ดังนี้

### 2.1 แนวคิดพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

มาร์คิโอนินิ (Marchionini, 1995 อ้างใน Large, Tedd and Hartley, 1999: 27) ได้อธิบายจุดเริ่มต้นในการแสวงหาสารสนเทศของมนุษย์ว่า เริ่มจากการดำรงชีวิตที่ต้องอาศัยการวางแผนและการทำความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว การจะสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยสารสนเทศซึ่งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางความคิดและความเข้าใจกระบวนการแสวงหาสารสนเทศเป็นกระบวนการที่ขับเคลื่อนจากการดำรงชีวิตประจำวัน ในยุคดิจิทัลบรรพบุรุษแสวงหาสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ และเก็บสารสนเทศเหล่านั้นไว้เพื่อถ่ายทอดไปยังคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

สมพร พุทธาพิทักษ์ผล (2546: 52) อธิบายความหมายของพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศว่า มนุษย์แสวงหาสารสนเทศอย่างมีวัตถุประสงค์ เป็นผลมาจากความต้องการใดความต้องการหนึ่ง ทั้งนี้ในการแสวงหาสารสนเทศบุคคลผู้นั้นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับระบบสารสนเทศที่อาจเป็นระบบสารสนเทศโดยมนุษย์ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ หรือระบบสารสนเทศด้วยคอมพิวเตอร์เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ เป็นต้น

ในช่วงเวลากว่า 50 ปีที่ผ่านมาการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมสารสนเทศมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับพัฒนาการทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือ เพื่อให้เข้าใจว่าบุคคลที่มีความแตกต่างกันแสวงหาสารสนเทศต่างกันอย่างไรในระบบสารสนเทศต่าง ๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ต่างกัน แนวทางการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศแบ่งได้ 3 กลุ่มตามจุดมุ่งหมายดังนี้ 1) เพื่อสร้างตัวแบบและทฤษฎี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของผู้ใช้ในบริบทต่าง ๆ 3) เพื่อออกแบบระบบสารสนเทศ ตลอดจนการจัดการสารสนเทศ (อารีย์ ชื่นวัฒนา, 2549: 32)

ตัวอย่างแนวคิดของนักวิชาการเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่

ฟอร์ดเนสและเมอร์เรย์ (Fordness and Murray, 1997) กล่าวว่า พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการเดินทางเป็นพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างมีระบบ การแสวงหาสารสนเทศเป็นสิ่งจำเป็นที่นักท่องเที่ยวนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทาง

ซึ่งแบ่งได้ 2 แบบคือ การค้นหาแบบมีขอบเขตของเวลาและการค้นหาแบบมีขอบเขตของแหล่งสารสนเทศที่ใช้ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้การค้นหาแบบมีขอบเขตของเวลาจะทำการค้นหาสารสนเทศอย่างรวดเร็วและใช้แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง โดยทั่วไปจะเป็นกลุ่มที่เดินทางเพื่อไปเยี่ยมเพื่อนหรือญาติพี่น้องและมีการใช้จ่ายน้อย ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้การค้นหาแบบมีขอบเขตของแหล่งสารสนเทศจะใช้แหล่งสารสนเทศหลักเพียงหนึ่งหรือสองแหล่งร่วมกับประสบการณ์ส่วนตัวเพื่อการตัดสินใจ เพราะมีความเชื่อมั่นในความรู้ที่มีอยู่และจะเลือกใช้แหล่งสารสนเทศภายนอกอย่างจำกัด ฟอร์ดเนสและเมอร์เรย์ ได้แบ่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวแสวงหาเป็น 4 ประเภท ได้แก่ จำนวนวันพัก ประเทศที่ต้องการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว และ โรงแรมที่พัก โดยพบว่า หากนักท่องเที่ยวมีเวลาในการพักผ่อนและต้องการไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง จะใช้เวลาและแหล่งสารสนเทศมากขึ้นเพื่อการวางแผนการเดินทาง

ไฮด์ (Hyde, 2008) ได้พัฒนาตัวแบบการแสวงหาสารสนเทศ การวางแผนท่องเที่ยว และการจองพบว่าพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวตามหลักการตลาดแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) LS-LP-LB (low search, low plan, low booking) หมายถึง กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการค้นหา ไม่ต้องการค้นหา วางแผนหรือจองห้องพัก 2) HS-LP-LB (high search, low plan, low booking) หมายถึง กลุ่มที่ต้องการรู้ข้อมูลของสถานที่ที่เดินทางไปและแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่พร้อมที่จะวางแผนและตัดสินใจจอง 3) HS-HP-LB (high search, high plan, low booking) หมายถึง กลุ่มที่ค้นหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยว โดยมีความยืดหยุ่นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ต้องการทำ แต่ไม่ได้จองห้องพักและกำหนดวันเดินทางในสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง 4) HS-HP-HB (high search, high plan, high booking) หมายถึง กลุ่มที่ได้วางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้า ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้

แพนและเฟสเซนแมร์ (Pan and Fesenmaier, 2006) กล่าวว่า พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศออนไลน์ของนักท่องเที่ยวมีความซับซ้อน มีโครงสร้างเป็นขั้นตอน มีรูปแบบการค้นหาแนวคิดเชิงความหมายแตกต่างจากระบบ นักท่องเที่ยวมักกำหนดคำค้นหาจากแนวคิดและประสบการณ์ส่วนตัวซึ่งตรงข้ามกับระบบ ข้อมูลที่เผยแพร่มีถูกรองรับโดยภาษาทางการตลาดหรือการส่งเสริมการขายที่มุ่งเน้นในด้านราคาและการดึงดูดความสนใจเพื่อแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว

## 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศที่ให้ความสำคัญกับผู้ใช้และการค้นหาสารสนเทศระบบออนไลน์ ได้แก่ ทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศ (Information Use Environment: IUE) และแนวคิดเบอร์รี่พิกกิงของเบตส์ (Bates' Berrypicking Model) มีรายละเอียดดังนี้

**2.2.1 ทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศ (Information Use Environment: IUE) เทเลอร์ (Taylor, 1991: 218-251)** ได้อธิบายถึงทฤษฎี IUE ว่าเป็นทฤษฎีที่เน้นไปที่ผู้ใช้และสภาพแวดล้อมของการใช้สารสนเทศ มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ เป็นการใช้สารสนเทศในสภาพแวดล้อมที่ผู้ใช้เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองในการค้นหาสารสนเทศจากระบบ ผู้ใช้เป็นผู้ตัดสินใจว่าสารสนเทศใดและเวลาใดที่เหมาะสมจะนำไปใช้แก้ไขปัญหาความต้องการของตนเอง

เทเลอร์ (Taylor, 1991: 218-251) แบ่งโครงสร้างเกี่ยวกับทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศไว้ 4 ด้าน ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้ ปัญหาอันนำไปสู่การใช้สารสนเทศ สภาพแวดล้อมของผู้ใช้ และแนวทางแก้ไขปัญหา

1) กลุ่มผู้ใช้ (Sets of People) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัว ได้แก่ อายุ เพศ สถานะภาพ เชื้อชาติ การศึกษา และคุณลักษณะพิเศษของผู้ใช้ ได้แก่ การใช้สื่อเครือข่ายทางสังคม ทักษะติดต่อเทคโนโลยี การยอมรับความเสี่ยง และนวัตกรรมใหม่ เทเลอร์แบ่งกลุ่มผู้ใช้ตามพฤติกรรมกรรับรู้สารสนเทศเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มวิชาชีพ (professions) ได้แก่ วิศวกร ทนายความ นักสังคมสงเคราะห์ นักวิทยาศาสตร์ ครู ผู้จัดการ และแพทย์ เป็นต้น กลุ่มผู้ประกอบการ (entrepreneur) ได้แก่ เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก เจ้าของฟาร์ม กลุ่มความสนใจเฉพาะด้าน (special interest) ได้แก่ ผู้บริโภค ประชาชนทั่วไป นักการเมือง นักกิจกรรม ชนกลุ่มน้อยและกลุ่มผู้ขาดประสบการณ์ (special socioeconomic) ได้แก่ ผู้ที่ขาดข้อมูล คนพิการ ผู้สูงอายุ เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนตัวพบว่า พื้นฐานการศึกษามีผลกระทบต่อพฤติกรรมสารสนเทศของผู้ใช้มากที่สุดและผู้ใช้ในกลุ่มวิชาชีพที่แตกต่างกันใช้ช่องทางในการเข้าถึงสารสนเทศแตกต่างกัน เช่น กลุ่มนักวิทยาศาสตร์ใช้ทรัพยากรสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์และวรรณกรรมทางวิชาการที่ตีพิมพ์อย่างสม่ำเสมอ กลุ่มวิศวกรใช้ทรัพยากรสารสนเทศประเภทวารสารเชิงพาณิชย์ (trade journals) และตำราทางวิชาการ กลุ่มผู้บริหารใช้แหล่งสารสนเทศภายในและภายนอกองค์กร เช่น การประชุมและการติดต่อทางโทรศัพท์ กลุ่มแพทย์ ใช้เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ได้แก่ เพื่อนร่วมอาชีพและเภสัชกร ในการศึกษาวิธีการรักษาที่มีประสิทธิภาพ

กลุ่มนักวิจัยใช้แหล่งสารสนเทศภายนอกซึ่งหมายถึงนักวิจัยที่ทำการค้นคว้าวิจัยในเรื่องเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

2) ปัญหาอันนำไปสู่การใช้สารสนเทศ (Problems) เทเลอร์กล่าวว่า ปัญหาที่ผู้ใช้ประสบเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นภาระงาน อาชีพ หรือ การดำรงชีวิตแมคมัลลินและเทเลอร์ (MacMullin and Taylor, 1984: 98-122) ศึกษาเกี่ยวกับขอบเขตของปัญหามีลักษณะสำคัญคือ

(1) ปัญหาที่มีโครงสร้างตามลำดับหรือไม่มีโครงสร้าง การแก้ไขปัญหามีโครงสร้างต้องใช้หลักเหตุและผล กระบวนการแก้ไขเป็นไปตามลำดับขั้นตอน ส่วนปัญหาไม่มีโครงสร้างมีความหลากหลายไม่สามารถเข้าใจได้ การแก้ไขต้องไปเป็นตามความสถานการณ์มากกว่าการใช้ข้อมูลเพียงอย่างเดียว

(2) ปัญหาที่ซับซ้อนหรือทั่วไป ความซับซ้อนของปัญหาหมายถึงจำนวนและปฏิสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นตัวแปรเดียวหรือตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ปรากฏเด่นชัด

(3) ข้อตกลงเบื้องต้น หมายถึง ข้อตกลงที่ไม่สามารถยอมรับได้และไม่ชัดเจน เทเลอร์ได้อธิบายว่า ผู้ใช้มักจะสื่อสารผ่านกันไปมาโดยไม่เข้าใจในข้อตกลงของกันและกันส่งผลต่อการรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือในเรื่องที่กำลังสื่อสารกันอยู่

(4) ปัญหาเดิมหรือปัญหาใหม่ ปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่มีแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจนมีวิธีการแก้ไขอย่างเป็นระบบ แต่ถ้าปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นปัญหาใหม่ซึ่งไม่เคยประสบมาก่อนการแก้ไขปัญหาก็อาจมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้

3) สภาพแวดล้อม (Setting) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของผู้ใช้มีผลต่อการใช้สารสนเทศ ซึ่งเทเลอร์ได้อธิบายสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ดังนี้

(1) องค์กร สมาคม หรือเครือข่ายที่ผู้ใช้เป็นสมาชิกอยู่ (Importance of Organization) มีความแตกต่างกันในด้าน โครงสร้างและวิถีปฏิบัติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้และทัศนคติต่อการใช้สารสนเทศ

(2) ความสนใจในสารสนเทศเฉพาะด้าน (Domain of Interest) สารสนเทศเหล่านี้ไม่สามารถค้นหาได้โดยทั่วไปทำให้มีผลต่อผู้ใช้ในการแสวงหาสารสนเทศที่ตนเองสนใจ

(3) การเข้าถึงสารสนเทศ (Access to Information) มีผลต่อการใช้สารสนเทศ เทเลอร์ได้อธิบายว่า การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศที่ไม่เป็นทางการ เช่น ความทรงจำของผู้ใช้ เพื่อนส่วนตัว เพื่อนร่วมงานและญาติพี่น้อง สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสารสนเทศที่ได้รับมี



ประโยชน์ต่อผู้ใช้นั้นมากกว่าสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศที่เป็นทางการ เดอร์วิน (Dervin, 1975 อ้างในเทเลอร์ Taylor, 1991: 218-251) กล่าวว่า แหล่งสารสนเทศที่เป็นทางการมีสารสนเทศที่ไม่ค่อยตรงกับความต้องการของผู้ใช้หรือการนำไปใช้ประโยชน์ แต่อย่างไรก็ตามสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศที่เป็นทางการมีความสำคัญต่อผู้ใช้ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ เพราะต้องใช้เอกสารที่สามารถอ้างอิงได้มาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจหรือแนวทางในการแก้ไขปัญหา

(4) เหตุการณ์ในอดีตและประสบการณ์ (History and Experience) มีผลกระทบต่อการใช้สารสนเทศ เพราะเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตและประสบการณ์ทำให้เกิดการเรียนรู้ วิธีการปฏิบัติ แนวทางในการแก้ไขปัญหา และช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสารสนเทศใหม่ที่ได้รับ

4) แนวทางการแก้ไขปัญหา (Resolution Problems) หมายถึง การแก้ไขปัญหาอันนำไปสู่การใช้สารสนเทศ ซึ่งไม่สามารถกำหนดแนวทางแก้ไขอย่างตรงไปตรงมาได้ เพราะแนวทางแก้ไขปัญหานั้นจะต้องสอดคล้องกับการนำสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ ปัญหาของสารสนเทศได้แก่ ปริมาณ ความเข้าใจ เรื่อง คุณภาพ และรูปแบบ เป็นต้นการแก้ไขปัญหาอันนำไปสู่การใช้สารสนเทศ เทเลอร์แยกสารสนเทศเป็น 2 ประเภทคือ สารสนเทศของผู้ใช้และสารสนเทศในระบบ

(1) สารสนเทศของผู้ใช้ (information use) เป็นสารสนเทศในแง่ของผู้ใช้ที่ต้องการภายใต้สถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง

ก. สารสนเทศให้ความกระจ่าง (Enlightenment) หมายถึง สารสนเทศที่ทำให้ผู้ใช้เกิดแนวคิดในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

ข. สารสนเทศที่ทำให้เข้าใจปัญหา (Problem Understanding) เป็นสารสนเทศที่เฉพาะเจาะจงมากกว่า สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจได้

ค. สารสนเทศชี้แนะ (Instrumental) เป็นสารสนเทศที่อธิบายถึงขั้นตอนของสิ่งที่ต้องการทำและวิธีการทำ ผู้ใช้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือบ่งบอกความต้องการที่เฉพาะเจาะจงได้

ง. สารสนเทศข้อเท็จจริง (Factual) เป็นสารสนเทศที่มีคุณภาพ สามารถตรวจสอบได้ เช่น ตำราทางวิชาการ และแบบฟอร์มที่มีเลขที่กำกับ เป็นต้น

จ. สารสนเทศอ้างอิง (Confirmation) สามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิงได้ เช่น ในทางการแพทย์ความคิดเห็นของแพทย์สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจได้และในทางการบริหารสารสนเทศสามารถนำมาใช้ในการอ้างอิงได้

ฉ. สารสนเทศความน่าจะเป็น (Projective) เป็นสารสนเทศที่ให้ข้อมูลความน่าจะเป็นหรือสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ เช่น อะไหล่มีผลต่อความเร็ว การออกแบบปีก และแรงต้านของเครื่องบิน เป็นต้น

ช. สารสนเทศจูงใจ (Motivational) เป็นสารสนเทศที่นำไปใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

ซ. สารสนเทศที่สนใจ (Personal or Political) เป็นสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ในด้านใดด้านหนึ่งเช่น สถานะ ชื่อเสียง และความสำเร็จ เป็นต้น

(2) ลักษณะสารสนเทศ (information trait) ที่สอดคล้องกับมิติของปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ ได้แก่

ก. สารสนเทศเชิงปริมาณ (Quantitative continuum) แสดงถึงจำนวนและสารสนเทศเชิงคุณภาพแสดงถึงรายละเอียด

ข. สารสนเทศประเภทข้อมูล (Data continuum) ทั้งที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อมูลเชิงประสบการณ์ และข้อมูลที่ยังไม่ได้รับการตรวจสอบ

ค. สารสนเทศในรูปแบบของกาลเวลา (Temporal continuum) เป็นสารสนเทศที่บอกเล่าเหตุการณ์ในอดีตและคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ง. สารสนเทศประเภทแนะนำแนวทาง (Solution continuum) เป็นสารสนเทศที่ให้ทางเลือกในการตัดสินใจนำไปใช้แก้ไขปัญหา

จ. สารสนเทศแบบโฟกัส (Focus continuum) หมายถึง สารสนเทศที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นต่าง ๆ

ฉ. สารสนเทศแบบเฉพาะเจาะจง (Specificity of use continuum) หมายถึงสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ในด้านใดด้านหนึ่งทันที สารสนเทศแบบพรรณนา และสารสนเทศที่เป็นทฤษฎีอ้างอิง

ช. สารสนเทศแบบกลุ่มข้อมูล (Aggregation continuum) หมายถึง สารสนเทศได้รวบรวมไว้เป็นกลุ่ม

ซ. สารสนเทศปฐมภูมิและสารสนเทศวินิจฉัย (Causal/diagnostic continuum) หมายถึงสารสนเทศที่เป็นข้อคิดเห็นหรือข้ออภิปราย

**2.2.2 แนวคิดเบอรี่พิคกิงของเบทส์ (Bates' Berrypicking Model)** เป็นแนวคิดที่รวมการแสวงหาสารสนเทศและการค้นหาสารสนเทศเข้าด้วยกัน แนวคิดนี้สะท้อนถึงรูปแบบพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศของผู้ใช้ที่ใกล้เคียงกับพฤติกรรมที่แท้จริงมากที่สุด เบทส์อธิบายว่า การค้นหาสารสนเทศของผู้ใช้เปรียบเสมือนกับการเก็บลูกเบอรี่ที่ละลูกที่ลักษณะของการออก

ผลจะกระจายอยู่เต็มคั่น กล่าวคือ พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของผู้ใช้ในความเป็นจริงนั้น เริ่มจากการที่ผู้ใช้ค้นหาสารสนเทศจากระบบสารสนเทศโดยการป้อนคำถามที่เป็นคำถามกว้าง จากนั้นจะค้นหาสารสนเทศไปเรื่อย ๆ จากเว็บไซต์ต่าง ๆ การอ่านสารสนเทศที่ได้รับในแต่ละครั้งของข้อความจะช่วยให้ผู้ใช้เกิดความรู้ใหม่ แนวคิดใหม่หรือทิศทางในการค้นหาใหม่ ผู้ใช้นำความรู้เหล่านั้นมาใช้เป็นเทคนิคในการเปลี่ยนแปลงข้อความโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ได้รับผลการค้นคืนที่ตรงกับความต้องการมากกว่าเป็นการค้นหาสารสนเทศที่พัฒนาไปเป็นลำดับ (evolving search) ภาพที่ 2.1

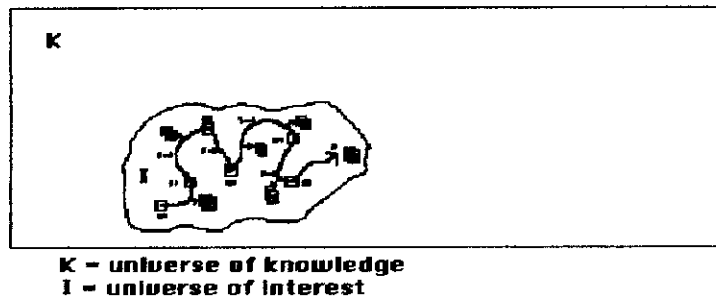


FIGURE 3: Context of Berrypicking Search

ภาพที่ 2.1 การค้นหาสารสนเทศตามตัวแบบเบอรี่พิกกิง

ที่มา: Bates, Macia J. (1989). "The Design of Browsing and Berrypicking Techniques for the online Search Interface" Retrieved May 11, 2010 from <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/bates/berrypicking.html>

ตัวแบบเบอรี่พิกกิงของเบทส์แตกต่างจากตัวแบบพื้นฐาน (traditional model) 4 ประการดังนี้ 1) ข้อคำถามของผู้ใช้ (The nature of the query) ที่ปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลการค้นคืนที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น 2) กระบวนการค้นหาสารสนเทศของผู้ใช้ (The nature of search process) ที่เหมือนกับการเก็บลูกเบอรี่แต่ละลูกหรือการได้รับสารสนเทศทีละเล็กทีละน้อยในแต่ละครั้งของการค้นหา 3) เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ (Range of search techniques used) เป็นเทคนิคในการค้นหาที่มีความหลากหลายและพัฒนาไปตามลำดับ 4) ขอบเขตของแหล่งสารสนเทศที่ใช้ในการค้นหา (Information domain or territory where the search is conducted) มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาในการค้นหาสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศที่หลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะการค้นหาจากข้อมูลบรรณานุกรมเพียงอย่างเดียว

กลยุทธ์การค้นหาสารสนเทศตามตัวแบบเบอร์ริกิงเป็นการนำเทคนิคต่าง ๆ มาใช้รวมทั้งแหล่งสารสนเทศที่หลากหลายในสภาพแวดล้อมการค้นหาจากระบบมือ เบสส์ ได้อธิบายกลยุทธ์ในการค้นหาที่สำคัญ 6 ประการคือ

1) การติดตามเชิงอรรถ (Footnote chasing) หรือการติดตามข้อมูลย้อนหลัง (backward chaining) หมายถึง เทคนิคการค้นหาสารสนเทศจากการติดตามเชิงอรรถที่พบในหนังสือหรือบทความที่สนใจ เทคนิคการค้นหาด้วยวิธีนี้เป็นที่นิยมในหมู่นักวิจัยสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

2) การค้นหาจากรายการอ้างอิง (Citation searching) หรือการติดตามข้อมูลข้างหน้า (forward chaining) เริ่มจากการที่มีการใช้รายการอ้างอิงหนึ่ง และจากนั้นพบว่าผู้มีรายการอ้างอิงนี้ไปใช้โดยดูจากบรรณานุกรมรายการอ้างอิง

3) การค้นหาจากวารสาร (Journal run) เป็นการค้นหาจากรายชื่อวารสารที่เกี่ยวข้องไล่เรียงตามฉบับที่และปีที่พิมพ์

4) การกราดตรวจจากแหล่งที่เก็บสารสนเทศ (Area scanning) เป็นการสำรวจดูสารสนเทศที่ต้องการจากแหล่งที่เก็บสารสนเทศเช่น ห้องสมุด ร้านหนังสือ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ถือเป็นกลยุทธ์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและมีประสิทธิภาพ

5) การค้นหาเรื่องจากบรรณานุกรม บริการสาระสังเขปและดัชนี (Subject searches in bibliographies, abstracting and indexing services) การค้นหาหัวเรื่องด้วยวิธีนี้เป็นที่นิยมอย่างมาก เป็นเทคนิคการค้นหาสารสนเทศที่คล้ายคลึงกับการค้นคืนแบบพื้นฐาน

6) การค้นหาจากชื่อผู้แต่ง (Author searching) การค้นหาโดยวิธีนี้จะได้ผลการค้นคืนที่มีประสิทธิภาพถ้าใช้ร่วมกับการค้นจากหัวเรื่อง เพราะจะทำให้ทราบว่าผู้แต่งมีงานวิจัยอื่นอีกหรือไม่จากหัวเรื่องเดียวกันนี้

การสำรวจเลือกดู (browsing) เป็นขั้นตอนของการค้นหาสารสนเทศที่พัฒนาไปตามลำดับหรือเป็นขั้นตอนตามกระบวนการค้นหาแบบเบอร์ริกิง (berrypicking process) แนวคิดการสำรวจเลือกดูในการค้นคืนสารสนเทศมีความสำคัญแต่ไม่ได้รับความนิยมเพราะเปรียบเสมือนกับเป็นพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศอย่างไร้เป้าหมาย (don't-know-what-I-want behavior) เอลลิส (Ellis, 1989 อ้างใน Bates, 1989) กล่าวว่า การสำรวจเลือกดูเป็นขั้นตอนพื้นฐานที่สำคัญในการค้นหาสารสนเทศ เป็นขั้นตอนแบบกึ่งมีทิศทางกึ่งโครงสร้าง (Semi directed or semi structured searching) ทำให้ได้รับสารสนเทศหลากหลายประเภท ซึ่งควรมีการออกแบบระบบสารสนเทศอัตโนมัติเพื่อผู้ใช้สามารถค้นหาสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การออกแบบฐานข้อมูลและส่วนต่อประสาน เพื่อการสำรวจเลือกดูและการค้นหาตามตัวแบบเบอริฟิกกิง

- 1) ฐานข้อมูลควรมีขนาดใหญ่เพียงพอในการเก็บเอกสารฉบับเต็มและเอกสารประเภทต่าง ๆ เช่น เอกสารแบบบรรยาย สถิติ บรรณานุกรม และเอกสารอ้างอิง เป็นต้น ส่วนโครงสร้างของฐานข้อมูลควรออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน
- 2) การออกแบบส่วนต่อประสานควรออกแบบให้เสมือนกับการค้นหาหนังสือในห้องสมุดเพราะผู้ใช้ส่วนใหญ่คุ้นเคยกับระบบการค้นหาด้วยวิธีที่ไม่สลับซับซ้อน
- 3) การสำรวจเลือกดูในสภาพแวดล้อมทางอิเล็กทรอนิกส์ควรมีการออกแบบระบบให้ผู้ใช้สามารถเคลื่อนย้ายสารสนเทศที่มีจำนวนมาก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) การออกแบบฐานข้อมูลฉบับเต็ม ควรมีโปรแกรมการออกแบบที่ผู้ใช้สามารถเลือกข้อความบางตอน (snapshots) ที่ต้องการได้ซึ่งเหมือนกับการพลิกหน้าเพื่ออ่านบทความหรือหนังสือ
- 5) การค้นหาสารสนเทศควรมีคำสั่งเฉพาะสำหรับการใช้กลยุทธ์การค้นหาแต่ละแบบ
- 6) การใช้ไฮเปอร์เท็กซ์สำหรับการค้นหาแบบเบอริฟิกกิง เช่น เทคนิคการเชื่อมโยงเอกสารอ้างอิงไปยังรายการบรรณานุกรมฉบับเต็มได้
- 7) การค้นหาสารสนเทศตามตัวแบบเบอริฟิกกิงผู้ใช้สามารถเรียกดูสารสนเทศเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกันได้ ดังนั้นจอภาพควรมีความคมชัดเพื่อให้สามารถอ่านและกราดตรวจสารสนเทศได้อย่างสะดวก
- 8) การออกแบบส่วนต่อประสานควรสร้างโปรแกรมที่ง่ายต่อการเลือกสารสนเทศที่ต้องการ (flag information) และจัดเก็บไว้เพื่อนำมาใช้เมื่อการค้นหาเสร็จสิ้นแล้ว

### 3. การท่องเที่ยว

#### 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความหมายกว้างขวางมาก แต่สามารถกำหนดได้โดยมีเงื่อนไขตามหลักสากล โดยเฉพาะขององค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union Official Travel Organization หรือ IUOTO) คือ 1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ 3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์

ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ให้คำจำกัดความตามที่องค์การการท่องเที่ยวโลกที่กรุงโรมได้กำหนดขึ้นเป็นหลักในการจัดบันทึกรวบรวมสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ 1) มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมชมญาติหรือมาเพื่อการพักผ่อน 2) มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนศาสนา นักกีฬา ฯลฯ 3) มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อมาทำงานหารายได้ 4) มาด้วยเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548: 12-13)

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านกาการท่องเที่ยว (International Association of Scientific in Tourism หรือ IASET) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ถาวร ไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว และไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน จากความหมายดังกล่าวทำให้การท่องเที่ยวต้องมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 5 ประการคือ

- 1) การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่เคยอยู่ถาวร ไปยังสถานที่ต่าง ๆ
- 2) การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่างคือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
- 3) การเดินทางและการพักค้างคืนจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำและในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
- 4) การเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
- 5) จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องไปเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือการทำงาน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 11-12)

โดยสรุป การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่อยู่อาศัยหนึ่งซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยถาวร ไปพักอาศัยยังสถานที่อื่นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเยี่ยมชม ทัศนศึกษา การติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา การกีฬา ตลอดจนการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษในสถานที่สำคัญต่าง ๆ โดยไม่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างรายได้ในขณะที่เดินทาง

### 3.2 ความหมายของการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับชาวสหราชอาณาจักร

การเดินทางท่องเที่ยวมีรูปแบบมาจากการล่องลอมและตกผลึกของปรากฏการณ์ในอดีตและเมื่อมากระทบกับภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และภาวะโลกาภิวัตน์ที่เป็นอยู่ก่อให้เกิดกระแส 4 ด้านคือ กระแสคุณภาพชีวิต กระแสความตระหนักในสิ่งแวดล้อม

กระแสมাত্রฐานคุณภาพ และกระแสความสะดวกสบายที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในยุคของการเปิดกว้างของข้อมูลข่าวสารและช่องทางการเข้าสู่แหล่งข้อมูล กระแสคุณภาพชีวิตและกระแสความตระหนักในสิ่งแวดล้อมเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนกระแสมাত্রฐานคุณภาพและกระแสความสะดวกสบายส่งผลให้ธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนและปรับบริการให้สอดคล้องกัน ปัจจัยที่เป็นตัวเปลี่ยนแปลงด้านการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ รายได้ประชาชาติของประชาชน อายุขัย ค่านิยม ความตระหนักในสิ่งแวดล้อม การคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ความรู้ด้านภาษาและการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการจัดการเดินทางในการสำรองที่นั่ง ที่พัก หรือการชำระค่าบริการ เป็นต้น (ประภัทร สุทธาเวศ, 2550)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) ศึกษาวิจัยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาว

สหราชอาณาจักรพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวของชาวสหราชอาณาจักรมีความสำคัญ 5 ประการคือ

1) การค้นหาตัวเองนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรถือว่าการได้เดินทางไปอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างจากที่คุ้นเคย ทำให้จิตใจต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ได้พบเจอ ทำให้การมองโลกแตกต่างไปจากมุมมองเดิม ถือเป็นการเติบโตทางจิตวิญญาณทำให้การมองโลกและเข้าใจชีวิตเป็นไปอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

2) ประสบการณ์ที่ลึกซึ้งการได้ถือกำเนิดในประเทศที่มีความร่ำรวย ทำให้ชาวสหราชอาณาจักรรุ่นใหม่มีความรู้ดีกว่า สังคมของตนนั้นขาดสิ่งที่ท้าทายหรือประสบการณ์ที่รุนแรงมากขนาดที่สามารถเปลี่ยนวิถีชีวิต หรือกรอบความคิดได้ ชาวสหราชอาณาจักรส่วนใหญ่ผ่านขั้นตอนของการค้นหาความหมายของชีวิต มีการวางแผนการเดินทางเข้าไปยังดินแดนที่น้อยคนนักจะกล้าเดินทางไป ไม่ว่าจะเป็นเขตสงคราม หรือการไปยังประเทศที่มีความอดอยาก แร้นแค้น ไปจนถึงยอดภูเขาสูงอย่างเช่น ยอดเขาเอเวอร์เรส

3) การพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ชาวสหราชอาณาจักรถือว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลแก่ชีวิตหลังจากผ่านการทำงานหนัก เป็นการผ่อนคลายเพื่อให้มีแรงกลับมาดำเนินชีวิตประจำวันตามปกติ อีกทั้งการกำหนดแผนการเดินทางในแต่ละครั้งถือเป็นแรงผลักดันในการทำงานเพื่อวันหยุดพักผ่อนที่กำลังจะมาถึง

4) เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตการเดินทางไปต่างประเทศของชาวสหราชอาณาจักร เป็นสิ่งที่ทำกันมานานจนถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน หรือเพื่อไปทำงานก็ตาม

5) ได้เห็นได้สัมผัสในสิ่งที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน ชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญกับประสบการณ์ใหม่ในต่างแดน ถือว่าเป็นการเปิดโลกการเรียนรู้ เปิดมุมมองด้านใหม่

ให้กับชีวิต และเรื่องเล่าจากต่างแดนเหล่านี้สามารถนำมาเล่าสู่กันฟังในหมู่เพื่อนฝูงหรือเครือข่ายหลังจากเดินทางกลับมา

### 3.3 ประเภทของนักท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ในปี ค.ศ.1963 ได้เสนอแนะให้ประเทศสมาชิกรวมทั้งประเทศไทยใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (visitor) แทนการใช้คำว่า “นักท่องเที่ยวต่างชาติ” (tourist) ซึ่งคำว่าผู้มาเยือน หมายถึงผู้เดินทาง 2 ประเภทคือ 1) นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางเพื่อการพักผ่อน ทัศนศึกษา และการติดต่อธุรกิจร่วมการประชุมสัมมนา 2) นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง (นิคม จารุมณี, 2544)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศออกเป็น 3 ประเภทเพื่อประโยชน์ทางสถิติดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) คือ บุคคลที่ไม่ได้มีที่พักในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดที่มีได้รับค่าจ้างจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย 2) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาพักในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน 3) นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้ง โดยมีได้ค้างคืนนอกจากนี้ยังจำแนกนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศตามรายได้ ออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง มักเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหราและพร้อมจะจ่ายค่าบริการในอัตราสูง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีกำไรต่อหน่วยสูงจากการขายบริการ นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนไม่มาก มักจู้จี้และเอาใจยากแต่จ่ายดี 2) นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลาง มักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอารมณ์ดีและมุ่งเน้นการท่องเที่ยวพักผ่อนที่มีความสนุกสนานเป็นสำคัญ ไม่ต้องการความหรูหรามาก นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้มากตามจำนวนนักท่องเที่ยวแต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยไม่สูงนัก 3) นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ประจำ มีความต้องการการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูก เอาใจง่าย นักท่องเที่ยวประเภทนี้เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ โดยได้รับการจูงใจจากการโฆษณาและบริการมากมายที่ธุรกิจนำเที่ยวจัดขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมี



รายได้มากตามไปด้วย แต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยน้อย อีกทั้งยังมีการแข่งขันสูง (บุญเลิศ จิตตั้ง  
วัฒนา, 2548: 138)

## 4. ประเทศสหราชอาณาจักรและสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

### 4.1 ข้อมูลเบื้องต้น

เมืองหลวง:	ลอนดอน
พื้นที่	244,820 ตารางกิโลเมตร
ประชากร	60.3 ล้านคน (ปี 2549)
นักท่องเที่ยวเดินทางออก	66.49 ล้านคน (ปี 2548, WTO)
ภาษาที่ใช้	อังกฤษ
ระบบการปกครอง	ประชาธิปไตย
ศาสนา	คริสต์
การตรวจลงตรา	นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรได้รับการยกเว้น การตรวจลงตรา 30 วัน
GDP Per Capita	34,284 US\$ (ปี 2549)
GDP GROWTH	ร้อยละ 1.3 (ประมาณการ โดย IMF)
สกุลเงิน	ปอนด์ (Pound)

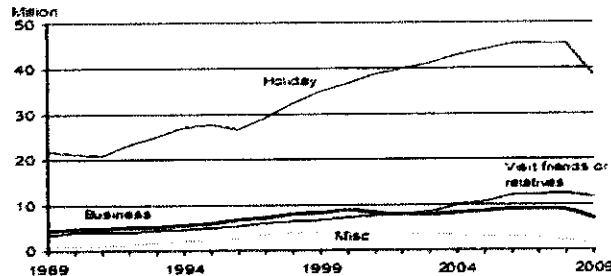
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553)

### 4.2 ข้อมูลการเดินทางต่างประเทศ

สำนักงานสถิติแห่งประเทศสหราชอาณาจักร (2009) พบว่าในปี 2008-2009 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศเป็นจำนวน 69.0 และ 58.6 ล้านคนตามลำดับ รายละเอียดของการเดินทางสามารถแบ่งได้ดังนี้

1) วัตถุประสงค์ของการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรสองในสามส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน เยี่ยมเยือนญาติ พี่น้อง 20 เปอร์เซ็นต์ และทำธุรกิจ 12 เปอร์เซ็นต์จากปี 2008-2009 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพักผ่อนลดลง 15 เปอร์เซ็นต์หรือ 38.5 ล้านคน นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องลดลง 6.5 เปอร์เซ็นต์หรือ 11.6 ล้านคน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปทำธุรกิจลดลง 23 เปอร์เซ็นต์หรือ

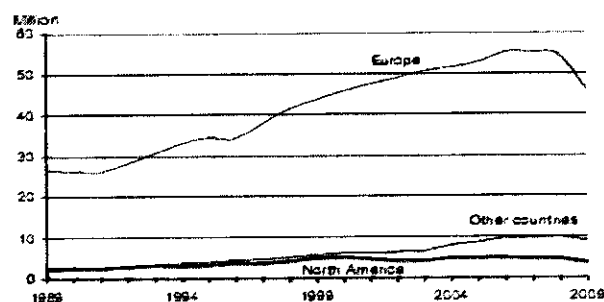
6.9 ล้านคนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปทำธุรกิจลดลงต่ำสุดในปี 2009 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพักผ่อนลดลงต่ำสุดตั้งแต่ปี 2000 แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องยังคงสูงกว่าปี 2005 ภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปต่างประเทศของชาวสหราชอาณาจักร

ที่มา: Office for National Statistics of United Kingdom. (2010) "Travel Trend 2009" Retrieved August 11, 2010, from <https://www.ons.gov.uk>

2) ประเทศที่เดินทางไป พบว่า ในปี 2009 การเลือกประเทศที่เดินทางไปของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การเดินทางไปยังประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อเมริกาเหนือและยุโรปมีมากขึ้นถึง 7.1 เปอร์เซ็นต์ตั้งแต่ปี 1984 เปรียบเทียบการเดินทางไปอเมริกาเหนือ 5.7 เปอร์เซ็นต์ ยุโรป 3.5 เปอร์เซ็นต์ซึ่งการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่นมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ในปี 2009 ชาวสหราชอาณาจักร 9 ล้านคนเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น ๆ เปรียบเทียบกับเมื่อ 10 ปีที่แล้วที่มีเพียง 5.5 คน ภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ประเทศที่ชาวสหราชอาณาจักรเดินทางไป

ที่มา: Office for National Statistics of United Kingdom. (2010) "Travel Trend 2009" Retrieved August 11, 2010, from <https://www.ons.gov.uk>

จากการสำรวจการเดินทางไปต่างประเทศของชาวสหราชอาณาจักรในปี 2005-2009 พบว่า ชาวสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 3.56, 4.23, 4.04, 3.95 และ 3.38 แสนคนตามลำดับ มีการใช้จ่าย 419, 501, 474, 502 และ 464 ล้านปอนด์ตามลำดับ

3) ระยะเวลาในการเดินทาง พบว่า ในปี 2007-2009 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางไปพักผ่อนยังต่างประเทศเฉลี่ย 9.9, 10.2 และ 10.5 คืนตามลำดับ ตัวเลขที่เพิ่มมากขึ้นอาจเป็นเพราะการเดินทางไปยังประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรป มีระยะเวลาในการเดินทางมากถึง 21.2 คืน จึงทำให้ตัวเลขเฉลี่ยของการเดินทางไปต่างประเทศทั้งหมดเพิ่มขึ้น

4) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง พบว่า ในปี 2008-2009 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรใช้จ่ายเงินในการเดินทางเป็นจำนวนทั้งสิ้น 36.8 และ 31.7 พันล้านปอนด์ ด้วยเหตุผลทางด้านค่าเงินปอนด์ที่ลดต่ำลงในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาทำให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากขึ้นเป็นเหตุให้ค่าใช้จ่ายในปี 2009 ลดต่ำกว่าปี 2008 จำนวน 15 เปอร์เซ็นต์

5) พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง พบว่า ในปี 2009 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางโดยเครื่องบินจำนวน 46.8 ล้านคนจากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 58.6 ล้าน คนเดินทางโดยเรือจำนวน 7.6 ล้านคน และเดินทางโดยรถไฟ 4.4 ล้านคน แต่เมื่อเทียบกับปี 2008 พบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่องบิน เรือ และรถไฟ ลดลง 17.0, 7.2 และ 8.8 เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ

#### 4.3 แหล่งสารสนเทศที่ใช้

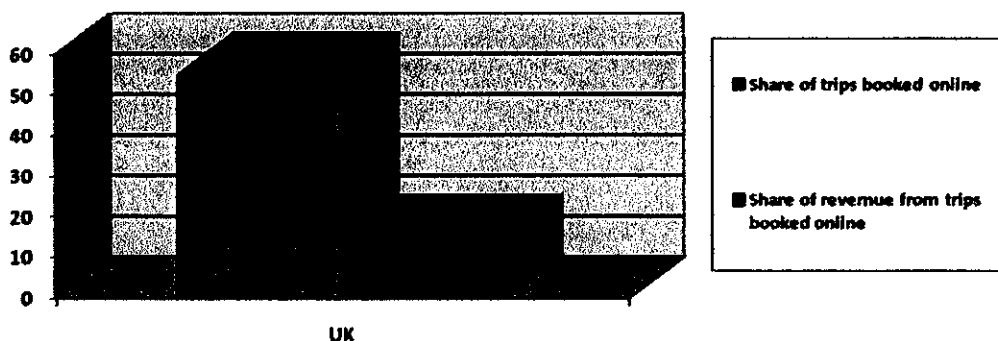
เกอร์ซอยและอัมเบรียท์ (Gursoy and Umbreit, 2004) แบ่งตลาดการท่องเที่ยวเป็น 5 กลุ่มคือ 1) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวฝรั่งเศส กรีซ และสเปน แสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวจากแหล่งสารสนเทศประเภทหนังสือท่องเที่ยวและเอกสารแผ่นพับ นักท่องเที่ยวจากเนเธอร์แลนด์ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและมินิเทล (minitel) 2) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเดนมาร์ก และฟินแลนด์ใช้แหล่งสารสนเทศประเภทสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แมกกาซีน สื่ออินเทอร์เน็ตและมินิเทล (minitel) 3) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเบลเยียม และอิตาลีใช้เครือข่ายทางสังคม ได้แก่ ญาติพี่น้องและเพื่อน 4) กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวออสเตรเลีย เยอรมนี ไอร์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก สวีเดน และ

สหราชอาณาจักร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้บริษัททัวร์และสื่อโซเชียลได้แก่ วิทยุและโทรทัศน์  
5) ตลาดนักท่องเที่ยวโปรตุเกส ใช้แหล่งสารสนเทศที่แตกต่างจากกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม  
เบื้องต้น และพบว่าวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แหล่งสารสนเทศภายนอกของ  
นักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

จากการสำรวจตลาดนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรของกระทรวงการท่องเที่ยว  
และกีฬา ในโครงการบูรณาการตลาดนักท่องเที่ยวหลัก: ตลาดสหราชอาณาจักร ปี 2548 พบว่า  
นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรจะค้นหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางเสมอ เนื่องจาก  
ให้ความสำคัญกับวันหยุดพักผ่อนประจำปีเป็นอย่างมากและจะวางแผนการเดินทางอย่างละเอียด  
เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเดินทาง แหล่งค้นหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว  
ชาวสหราชอาณาจักรมาจาก 4 แหล่งสำคัญดังต่อไปนี้

1) บริษัททัวร์หรือบริษัทท่องเที่ยว (Travel Agency and Tour Operator) เป็น  
แหล่งข้อมูลมากที่สุดแหล่งหนึ่งเพราะมีความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ และให้ข้อมูลการ  
ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำในเชิงลึก รวมถึงข้อปฏิบัติต่าง ๆ จาก  
ประสบการณ์จริง อีกทั้งยังสามารถให้คำแนะนำในการจัดการเดินทาง และนำเสนอทางเลือกให้ผู้  
สนใจเห็นและซื้อแพ็คเกจทัวร์

2) สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เนื่องจาก  
สะดวก รวดเร็ว และประหยัด แต่มูลค่าของสินค้าและบริการที่ถูกจองผ่านอินเทอร์เน็ตนับว่าน้อย  
มากเมื่อเทียบกับจำนวนการจองโดยรวม ตามแผนภาพที่ 2.4 ดังนี้



ภาพที่ 2.4 การแสดงจำนวนการท่องเที่ยวที่ผ่านการจองทางอินเทอร์เน็ต  
และมูลค่าการซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) โครงการบูรณาการตลาดนักท่องเที่ยวหลัก:

ตลาดสหราชอาณาจักรกรุงเทพมหานครบริษัท เอกอร์น มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช

คอนซัลแทนส์ จำกัด หน้า 18-19

3) สิ่งพิมพ์ ชาวสหราชอาณาจักรมีนิสัยอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ โดยเฉพาะ The Mirror และ Sunday Star Times เป็นต้น ซึ่งหนังสือพิมพ์เหล่านี้จะมีส่วนที่ให้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงโฆษณาเกี่ยวกับทัวร์ต่าง ๆ

4) โทรทัศน์ เป็นสิ่งสำคัญในการจู่ประกายหรือกระตุ้นให้เกิดความต้องการออกเดินทางท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ๆ โทรทัศน์อาจไม่ใช่แหล่งข้อมูลสำคัญที่ชาวสหราชอาณาจักรใช้เพื่อหาข้อมูลทางการท่องเที่ยว แต่ความสำคัญอยู่ที่การได้เห็นภาพความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วม อยากร่วมเป็นหนึ่งในผู้ที่เดินทางในการเยือนสถานที่นั้น ๆ บ้าง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548)

#### 4.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2546-2552 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553) สามารถสรุปได้ดังนี้

ในปี 2546 ตลาดนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีจำนวนทั้งสิ้น 545,000 คน โดยในปีนี้มีภาวะชะลอตัวของตลาดเนื่องจากปัจจัยหลักได้แก่การแพร่ระบาดของโรคซาร์สในภูมิภาคเอเชีย และการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรในการทำสงครามกับอิรัก ทำให้นักท่องเที่ยววิตกกังวลต่อความปลอดภัย จึงหันไปท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นแทน

ในปี 2547 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 628,679 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.35 เป็นการฟื้นตัวกลับคืนของการท่องเที่ยวที่เติบโตได้ตามแนวโน้มปกติตามความเคลื่อนไหวของตลาด แม้ว่าจะเกิดการระบาดของไข้หวัดนกอย่างรุนแรงในประเทศไทยในช่วงเดือนมีนาคม และการแข่งขันฟุตบอล Euro 2004 ณ ประเทศกรีซในเดือนมิถุนายน แต่ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรดีขึ้น อีกทั้งการเพิ่มเที่ยวบินจากลอนดอนมากรุงเทพฯ ของการบินไทยและสายการบินภูเก็ตเป็นตัวกระตุ้นให้ตลาดเติบโตได้อย่างดี

ในปี 2548 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 680,978 คน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.32 ปัจจัยหลักที่ทำให้ตลาดมีการเติบโตอยู่ภายหลังเหตุการณ์วิกฤตสึนามิ เนื่องจากตลาดสหราชอาณาจักรเป็นตลาดเป้าหมายขนาดใหญ่ที่นักท่องเที่ยว

ส่วนใหญ่รู้จักประเทศไทยเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวมักได้รับข่าวสารที่ถูกต้องชัดเจนและรวดเร็ว จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ทำให้มีความมั่นใจและตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทยอีก อีกทั้ง แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรไม่จำกัดอยู่ที่ภูเก็ตเท่านั้น แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ พัทยา และเกาะสมุย ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเช่นกัน

ในปี 2549 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 745,525 คน ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.48 เนื่องจากการจัดงานเฉลิมฉลองครบรอบการครองราชย์ครบ 60 ปีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การจัดงานพีชสวนโลก การฟื้นตัวของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ประสบภัยสึนามิ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศสหราชอาณาจักรมีการขยายตัวอย่างเข้มแข็ง แม้ว่าจะมีอุปสรรคจากทั้งภายใน ได้แก่ เหตุการณ์ก่อรัฐประหาร และอุปสรรคภายนอก ได้แก่ การแข่งขันฟุตบอลโลกที่ประเทศเยอรมนี จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวบ้างแต่ก็เป็นผลกระทบในระยะสั้น

ในปี 2550 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 746,422 คน มีอัตราการขยายตัวค่อนข้างคงที่เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากความวิตกกังวลในความปลอดภัยจากเหตุการณ์ลอบวางระเบิดในพื้นที่กรุงเทพฯ หลายจุดในช่วงสิ้นปี 2549 การชุมนุมทางการเมือง และในประเทศสหราชอาณาจักรมีสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนส่งผลให้ภูมิภาคยุโรปมีสภาพอากาศอบอุ่นขึ้นนักท่องเที่ยวจึงหันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมากขึ้น

ในปี 2551 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 822,422 คน ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 4.26 เนื่องจากปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ ภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและวิกฤตการณ์ทางการเงินของสหรัฐอเมริกา (Subprime) ปัญหาด้านราคาน้ำมันที่ส่งผลให้สายการบินปรับราคาค่าโดยสารเพิ่มขึ้น ปัญหาสภาพอากาศที่แปรปรวน โดยเกิดพายุลูกใหญ่พัดกระหน่ำเกาะอังกฤษทำให้ต้องยกเลิกเที่ยวบินและปิดสนามบินฮีทโธรว์ในเดือนมีนาคม ภาวะเศรษฐกิจถดถอย (Recession) ทำให้เกิดอัตราการว่างงานภายในประเทศ และปัญหาความไม่สงบทางการเมืองของไทย

ในปี 2552 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรออกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศหดตัวลงถึงร้อยละ 10% จากปัญหาเศรษฐกิจที่เข้าสู่ภาวะถดถอย แต่สำหรับประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาทั้งสิ้น 840,198 คน ขยายตัวที่ร้อยละ 1.65 เนื่องจากกระแสความนิยมในประเทศไทย ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายกลุ่ม ความคุ้มค่าของเงิน และความต้องการเดินทางไปยังประเทศที่อบอุ่น ทำให้ในปีนี้ยังคงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาอย่างต่อเนื่อง

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 5.1 งานวิจัยในประเทศไทย

ฐปณี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ศึกษาการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 252 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 148 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรมีผลต่อการแสวงหาข่าวสาร กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีเพศและอายุแตกต่างกันแสวงหาข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และประเทศ มีผลต่อการแสวงหาข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร นักท่องเที่ยวใช้ข่าวสารจากสื่อมวลชนในด้านความปลอดภัยมากที่สุด 3) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อประเภทอื่น 4) นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับหากมีการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ต่อการเดินทาง

บุญเลิศ เปเรร่า (2543) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน สรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ด้านคือ 1) ข้อมูลทั่วไป นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุระหว่าง 21-30 ปีมีจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระ สถานภาพแต่งงานแล้ว ไม่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน แต่ครั้งจะพักค้างคืนตั้งแต่ 3-5 คืนขึ้นไป และมีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-25,000 ปอนด์ต่อปี เพื่อนและโฆษณาของบริษัทนำเที่ยวเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทาง 2) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของโรงแรมที่พักมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร แหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ศูนย์การค้า และโครงสร้างพื้นฐาน 3) ปัญหาในด้านแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ การจำหน่ายของที่ระลึกที่เหมือนกันมากเกินไป การหาผลประโยชน์กับนักท่องเที่ยว การปล่อยนก ขอดทาน การนำช้างมาเดินในเมือง ความสะอาดของโรงแรมที่พัก แหล่งท่องเที่ยว และความไม่ซื่อสัตย์ของคนขับรถรับจ้าง

อังคณา สิทธิเทศานนท์ (2546) ศึกษากระบวนการแสวงหาข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประเภทสะพายเป้ (Backpackers) ที่เข้ามาพักที่ถนนข้าวสาร ก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และการบริหารภาวะไม่แน่นอนจำนวนทั้งหมด 30 คน โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร พบว่า 1) ก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการท่องเที่ยวจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด 2) ระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากศูนย์บริการข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด 3) การบริหารภาวะไม่แน่นอน นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มบริหารภาวะไม่แน่นอนตามความคาดหวังในการเดินทาง และแสวงหาข้อมูลข่าวสารในภาวะไม่แน่นอนระหว่างการเดินทางจากสื่อบุคคล เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยกัน และประชาชนในถนนข้าวสาร

นุชฤดี รุ่ยใหม่ (2549) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวเกาะพะงัน โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรคือ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีภูมิลำเนาอยู่ใน ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร สวีเดน อิสราเอล และแคนาดา อายุเฉลี่ย 27 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 7-21 วัน และจัดการเดินทางด้วยตนเอง 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรก มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารก่อนการเดินทางจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ แหล่งข้อมูลของเกาะพะงันที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่สุดคือสื่อมวลชน แหล่งข้อมูลภายในประเทศที่สำคัญคืออินเทอร์เน็ต และข่าวสารที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติมคือแหล่งท่องเที่ยว 3) ลักษณะทั่วไปของการเดินทางมาเที่ยวเกาะพะงัน ด้านภูมิลำเนากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ลักษณะการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันตามภูมิลำเนาอย่างมีนัยสำคัญและการเปิดรับสื่อมีความแตกต่างกันระหว่างภูมิลำเนาอย่างน้อยหนึ่งค่า ในการเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญ

จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ (2551) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ใช้แบบสอบถามที่จัดทำเป็นภาษาอังกฤษผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่และไม่ได้หยิบนำติดตัวไปสถานที่ที่ได้รับนิตยสารคือร้านอาหารร้านกาแฟหรือบาร์มีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้งหรือนิตยสารที่นิยมเปิดรับและชื่นชอบที่สุดคือนิตยสารซิตีไลฟ์ (Citylife) เพราะนิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์วัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสารคือต้องการความบันเทิงเพื่อความเพลิดเพลินและ



ผู้อ่านต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับสื่อคือตัวเองช่วงเวลาที่ได้รับคือเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจระยะเวลาที่ได้รับอยู่ในช่วง 11 - 30 นาทีโดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ด้านความพึงพอใจต่อนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือการหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจบทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม และความบันเทิงที่ได้รับจากการอ่าน

กิตติยา อรรถสาร, นารีรัตน์ทองประไพและวันทิกาหิรัฐเทศ (2550) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการเลือกใช้บริการ โรงแรม (Bangkok Marriott Resort and Spa) โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาใช้บริการ โรงแรม Bangkok Marriott Resort and Spa เป็นจำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยการตลาดของโรงแรมโดยรวมในระดับมากที่สุด ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ คุณภาพของห้องพักน้อยที่สุดคือทำเลที่ตั้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะกลับมาใช้บริการที่โรงแรมอีกและจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ โรงแรมปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับมากที่สุดคือปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการและน้อยที่สุดคือปัจจัยทางด้านราคา ส่วนปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวยุโรปที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจ ปัจจัยทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นราคาคุณภาพบริการความปลอดภัยสถานที่ตั้งสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

## 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เชนและเกอร์ซอย (Chen and Gursoy, 2000) ศึกษาการเปรียบเทียบการใช้สารสนเทศของนักท่องเที่ยวต่างวัฒนธรรมกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกกับกลุ่มที่เดินทางมาหลายครั้งและการส่งเสริมการตลาดโดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวเยอรมันจำนวน 3,374 ราย ชาวฝรั่งเศส 1,421 ราย และชาวอังกฤษ 2,697 ราย บนเที่ยวบินที่เดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างเดือนมกราคมถึงธันวาคม ปี ค.ศ. 1997 ผลการวิจัยพบว่า การใช้แหล่งสารสนเทศภายนอกในการค้นหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกกับกลุ่มที่เดินทางมาหลายครั้งมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยเดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกาแล้วมักใช้แหล่งสารสนเทศประเภทสายการบินและบริษัททัวร์คู่สัญญา มากกว่ากลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก นักการตลาดควรใช้ช่องทางส่งเสริมการตลาดผ่านสายการบิน หน่วยงาน

กำกับดูแลการท่องเที่ยวและบริษัททัวร์คู่สัญญาของแต่ละประเทศ การสร้างภาพพจน์ที่ดีผ่านช่องทาง การบอกต่อจากนักท่องเที่ยวคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่ง บริษัททัวร์ และการโฆษณาผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยเดินทางมาให้ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

เฮียง (Heung, 2003) ศึกษาเหตุผลและอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ตของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการส่งแบบสอบถามระหว่างเดือน พฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2000 ให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินมาเกาะฮ่องกงจำนวน 1,114 คน แบ่งเป็น 1) กลุ่มนักเดินทาง 334 คน 2) กลุ่มผู้ใช้และผู้ที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 780 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ใช้อินเทอร์เน็ตในการจองหรือซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่มาจากยุโรปตะวันตกและสหรัฐอเมริกา เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาและมี รายได้สูง สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นชาวเอเชีย ได้แก่ ใต้หวัน จีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ เหตุผลที่นักท่องเที่ยวใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งในการแสวงหา สารสนเทศและทำธุรกรรมออนไลน์ เพราะสะดวก ช่วยประหยัดเวลา ชอบใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และได้รับการบริการที่ดี ส่วนสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งในการ แสวงหาสารสนเทศและทำธุรกรรมออนไลน์ เพราะชอบใช้แหล่งสารสนเทศอื่นเช่น บริษัททัวร์ มากกว่า และไม่มั่นใจเรื่องความปลอดภัยในการใส่ข้อมูลส่วนตัวผ่านทางเว็บไซต์

แพน (Pan, 2003) ศึกษาการแสวงหาสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวบนสื่อ อินเทอร์เน็ต โดยนำแนวคิดตัวแบบความคิดเชิงความหมายของนักท่องเที่ยว (semantic mental model of travelers) และแนวคิดตัวแบบความหมายของคำในระบบสารสนเทศ (semantic model of travel information space) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวใช้เว็บไซต์ ร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละคนใส่คำค้น แตกต่างกันถึงแม้ว่าจะค้นหาสารสนเทศในแหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการ ใช้เว็บไซต์ศูนย์กลาง "information hub" ที่มีลิงก์เชื่อมโยง ไปยังเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง การค้นหา สารสนเทศของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นเรื่อง ๆ แล้วแต่ปัญหาหรือสารสนเทศที่ต้องการค้นหาเช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และการคมนาคม เป็นต้น อีกทั้งการวิจัยนี้ยังพบว่า ความพึงพอใจในค้นหาสารสนเทศบนสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่ได้อยู่ที่ผลของการค้นหาเท่านั้นแต่รวมถึง ความตื่นตัวในการค้นหาและสารสนเทศใหม่ที่ค้นพบด้วย

ศรีคานท์ (Srikanth, 2003) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ในการวางแผนการท่องเที่ยว การแสวงหาสารสนเทศ และการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยการสุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับชาวแคนาดาจำนวน 1,334 คน ในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2001 ผลการวิจัยพบว่า 1) ตัวแบบการวางแผนการท่องเที่ยวออนไลน์มาจากองค์ประกอบทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค พาณิษฐ์ อิเล็กทรอนิกส์ และการตลาดท่องเที่ยว ผู้วิจัยแบ่งรูปแบบการแสวงหาสารสนเทศแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ การแสวงหาสารสนเทศหลัก (functional) การแสวงหาสารสนเทศตามความพอใจ (affective) และการแสวงหาสารสนเทศใหม่ (innovative) 2) การพัฒนากลยุทธ์การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์ ผู้วิจัยวิเคราะห์จากแหล่งสารสนเทศออนไลน์จำนวน 19 แหล่ง แบ่งการค้นเป็น 3 ประเภทคือ การค้นขั้นต้น (marginal) การค้นแบบครอบคลุม (extensive) และการค้นแบบปานกลาง (moderate) พบว่าการค้นหาแต่ละแบบมีความแตกต่างกัน 3) ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจมากและน้อยต่อการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมอิเล็กทรอนิกส์ พบว่านักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลจำนวนมากเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ เพื่อการตัดสินใจทำธุรกรรม โดยส่วนใหญ่จะทำธุรกรรมเกี่ยวกับการเช่ารถและการจองตั๋วเครื่องบิน

เดครอปและสเนลเดอร์ส (Decrop and Snelders, 2004) ศึกษาการวางแผนการท่องเที่ยวภาคฤดูร้อนที่ปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างชาวเบลเยียมจำนวน 25 ครอบครัว ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องและไม่มีขั้นตอน เพราะมนุษย์มีประสบการณ์ในอดีต มีความคาดหวัง และมีการรับรู้ที่ไม่สามารถเข้าใจได้ (cognitive dissonance) นักท่องเที่ยวจะแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศเมื่อเกิดความต้องการ แต่นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง ช่วงเวลา ระยะเวลา และกิจกรรมที่ต้องการทำได้ ปัจจัยที่มีผลทำให้การตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และสังคมแวดล้อม

เคอร์สเตอร์เทอร์และโช (Kerstetter and Cho, 2004) ศึกษาความรู้เดิม ความน่าเชื่อถือของแหล่ง และการแสวงหาสารสนเทศ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการส่งแบบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวจำนวน 900 รายที่จองห้องพักภายในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2000 และเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม ค.ศ. 2000 ถึงเดือนมกราคม ค.ศ. 2001 ในมลรัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เดิมอาจมีโครงสร้างหลายมิติ คือ ความคุ้นเคย ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีผลต่อการค้นหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวส่วนบุคคล ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารสนเทศเป็นเครื่องบ่งชี้ว่า

นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้แหล่งสารสนเทศใด ความรู้เดิมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศภายในมีความสัมพันธ์กันส่งผลให้เกิดประสบการณ์ในการเดินทางที่เป็นประโยชน์

อัลวาเรซและอซุกแมน (Alvarez and Asugman, 2005) ศึกษาความแตกต่างของกลุ่มนักสำรวจกับกลุ่มนักวางแผน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการส่งแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงานและนักศึกษาจำนวน 503 ราย ระหว่างเดือนมกราคมถึงมีนาคม ค.ศ. 2003 ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนักสำรวจมีทัศนคติในทางลบต่อแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ยกเว้นคำแนะนำจากเพื่อนและญาติพี่น้อง ไม่กังวลในเรื่องความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น มีส่วนร่วมในการวางแผนการเดินทาง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสำรวจ ใช้แหล่งสารสนเทศอย่างจำกัด ใช้นิยมซื้อแพ็คเกจทัวร์มีแนวโน้มในการเดินทางกลับไปยังสถานที่ที่เคยไปแล้ว และชอบพักในสถานที่พักแตกต่างกันมากกว่าการเข้าพักในโรงแรมสี่หรือห้าดาว 2) นักท่องเที่ยวในกลุ่มวางแผน มีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งสารสนเทศและใช้แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งในการวางแผนท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและไม่ชอบการเดินทางที่มีความเสี่ยง ชอบเดินทางแบบแพ็คเกจทัวร์เข้าพักในโรงแรมสี่ถึงห้าดาวไม่ค่อยมีส่วนร่วมในการวางแผนการเดินทางและไม่มีแนวโน้มที่จะกลับไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปแล้ว

นิชิมูระ, แวริสแซค และคิง (Nishimura, Waryszak and King, 2006) ศึกษาการใช้และประโยชน์ที่ได้รับจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปต่างประเทศเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการส่งแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางไปประเทศออสเตรเลียจำนวน 1,200 คน ตั้งแต่ช่วงกลางปี 2001 ถึงปลายปี 2002 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใช้แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งในการวางแผนและจัดการเดินทาง หนังสือท่องเที่ยวเป็นแหล่งสารสนเทศที่สำคัญที่สุดก่อนการเดินทางที่นักท่องเที่ยวใช้เพื่อแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับประเทศออสเตรเลีย การเดินทางภายในประเทศ แหล่งท่องเที่ยว อาหาร และแหล่งจับจ่ายใช้สอย แต่ไม่ได้ใช้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมที่พักมากนัก อีกทั้งยังพบว่าเครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องและเพื่อน ประสบการณ์ในการเดินทางและหนังสือท่องเที่ยวเป็นแหล่งสารสนเทศที่มีประโยชน์อย่างมากทั้งก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง

ฟริแอส โรดริเกซ และคาสตันเนดา (Frías, Rodríguez and Castañeda, 2007) ศึกษาปัจจัยของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการส่งแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวหลายสัญชาติจำนวน 279 คน ระหว่างเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2004 ถึงเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2005 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศในการท่องเที่ยวมีสูงมาก ความสัมพันธ์ของตัวแปร

ประสบการณ์ในการเดินทางและประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับปานกลาง ส่งผลให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตให้ง่ายกับการใช้งาน เปรียบเสมือนทางด่วนของข้อมูลควบคู่ไปกับการเพิ่มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว

คิม, ชุง และลี (Kim, Chung and Lee, 2010) ศึกษาปัจจัยที่มีผลความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 340 คนพบว่า การทำงานของระบบ ได้แก่ คำค้น ฟังก์ชันที่ง่ายกับการใช้งาน เทคโนโลยีออนไลน์ระดับสูง ประสิทธิภาพของระบบ เวลาที่ใช้ในการดาวน์โหลดข้อมูลและความปลอดภัยในการชำระเงิน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้มีความสำคัญที่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวออนไลน์ และความเชื่อมั่นส่งผลให้ผู้ใช้กลับมาใช้บริการอีก

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแสวงหาสารสนเทศ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การแสวงหาสารสนเทศและปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการวิจัยที่ได้จะนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Descriptives) และแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยมีลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในประเทศไทย

1.2 กลุ่มที่ศึกษา กลุ่มที่ศึกษาถูกคัดเลือกจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยโดยมีคุณสมบัติหลักคือ ชาวสหราชอาณาจักรที่มีรายได้ส่วนตัวต่อปีสูงกว่า 50,000ปอนด์หรือ 2,750,000 บาท

1.3 ขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มที่ศึกษา เป็นการคัดเลือกชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาพักในโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และภูเก็ตจำนวน 18 คน

1.4 ขั้นตอนการนัดสัมภาษณ์ ทำเรื่องขอหนังสือขอความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบริษัททัวร์ และธุรกิจโรงแรมจำนวน 8 ราย ทำให้รู้ช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการติดต่อนัดหมายกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัยขึ้นเอง โดยศึกษาจากหลักการ ทฤษฎีสภาพแวดล้อมในการใช้สารสนเทศของเทเลอร์ (Taylor 1999: 218-251) งานวิจัยและเอกสารทางวิชาการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแยกประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

2.1 **แบบบันทึกข้อมูลเบื้องต้น (Fact Sheet)** เป็นแบบบันทึกข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มที่ศึกษา ได้แก่ ชื่อ อาชีพ การศึกษา รายได้ก่อนหักภาษี และคุณสมบัติเฉพาะของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดการเดินทาง จำนวนประเทศที่เดินทาง จำนวนวันที่พักในประเทศไทย งบประมาณในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อวัน และจำนวนครั้งที่มาประเทศไทย (ภาคผนวก ก)

2.2 **คำถามสัมภาษณ์** ผู้วิจัยได้ร่างคำถามไว้ล่วงหน้าตามวิธีการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้คำถามที่ตรงประเด็นกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยมากที่สุด ลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Opened end) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็น และจากนั้นจึงป้อนคำถามที่จะลึกลงประเด็นคำถามสัมภาษณ์ครอบคลุมประเด็นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ (ภาคผนวก ข)

### 2.2.1 การแสวงหาสารสนเทศ

### 2.2.2 ความต้องการสารสนเทศและปัญหาที่เกิดจากการแสวงหาสารสนเทศ

### 2.2.3 การใช้สารสนเทศ

### 2.2.4 ประสบการณ์ในการเดินทาง

### 2.2.5 การใช้เครือข่ายทางสังคม

2.3 **เทปบันทึกเสียง** สำหรับบันทึกและถอดข้อความข้อมูลที่ได้สัมภาษณ์ไปอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.1 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเข้าเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนกรกฎาคม 2552

3.2 ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แนะนำตนเอง อธิบายเกี่ยวกับโครงการวิจัย วัตถุประสงค์ในการเก็บข้อมูล ประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ และประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยใน

ครั้งนี้ จากนั้นผู้วิจัยขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์กรอกแบบฟอร์มยินยอมเข้าร่วมศึกษา (ภาคผนวก ง) และขออนุญาตบันทึกเสียงสัมภาษณ์

3.3 ลักษณะการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มสัมภาษณ์ โดยมีแนวคำถาม (กึ่ง โครงสร้าง) เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์รู้สึกผ่อนคลาย สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ จากนั้นผู้วิจัยจึงสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตามประเด็นของวัตถุประสงค์ในการวิจัยเฉลี่ยเวลาในการสัมภาษณ์ 25 นาที

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาที่มีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

4.1 ศึกษาข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้และเอกสารประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จากนั้นจึงทำการถอดเทปคำให้สัมภาษณ์อย่างละเอียด โดยแยกคำให้สัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนไว้ (ภาคผนวก จ)

4.2 นำข้อมูลที่ได้อาจจัดหมวดหมู่ (Categorization) เพื่อสะดวกในการตรวจสอบความถูกต้องและง่ายต่อการทำความเข้าใจ

4.3 การเข้ารหัสข้อมูล เพื่อแทนกลุ่มเนื้อหาที่จะนำมาวิเคราะห์เช่น “BRITISH TOURIST (BT)” กำหนดเป็นตัวเลข 1 ถึง 18 ใช้แทนกลุ่มประชากรที่ศึกษา “PAST TRAVEL EXPERIENCE (PTE)” ถูกกำหนดให้แทนประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางและ “PROBLEM OF INFORMATION SEEKING (PIS)” แทนปัญหาที่เกิดจากการแสวงหาสารสนเทศ เป็นต้น (ภาคผนวก ฉ)

4.4 การแปลผลข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่เข้ารหัสแล้วมาตีความ โดยการดึงประเด็นที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัยมาสรุปการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง และเปรียบเทียบกับตัวแบบการใช้สารสนเทศของนักสังคมศาสตร์ที่ผู้วิจัยเลือกใช้เป็นกรอบแนวคิดทฤษฎี แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบของตารางและการพรรณนาความ



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยโดยการนำทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศ (Information Use Environments: IUE) ของเทเลอร์ (Taylor, 1991: 218-251) มาเป็นกรอบแนวคิด และวิเคราะห์ผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษาการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

ตอนที่ 2 การแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

ตอนที่ 4 ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

## **ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย**

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรและคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งและกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก สำหรับกลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกันคือ เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและเดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน

**1.1 ข้อมูลด้านประชากร** ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ก่อนหักภาษี ตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลด้านประชากรของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง (N=18)

ข้อมูลด้านประชากร	1. กลุ่มที่เคยเดินทางมากว่า 3 ครั้งขึ้นไป		2. กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก	รวม	ร้อยละ
	1.1 เพื่อพักผ่อน	1.2 เพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน			
<b>อายุ</b>					
30-40 ปี	4	0	0	4	22
41-50 ปี	3	4	3	10	56
51-60 ปี	2	0	0	2	11
60 ปีขึ้นไป	2	0	0	2	11
<b>อาชีพ</b>					
ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพ	5	4	3	12	67
ผู้บริหาร	4	0	0	4	22
อื่น ๆ (เกษียณอายุ)	2	0	0	2	11
<b>การศึกษา</b>					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4	0	1	5	28
ปริญญาตรี	6	4	1	11	61
ปริญญาโท	1	0	1	2	11
<b>รายได้ก่อนหักภาษี</b>					
2.75 – 3.33 ล้านบาท	5	2	2	9	50
3.33 ล้านบาทขึ้นไป (1 ปอนด์ = 55 บาท)	6	2	1	9	50

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทยจำนวนสิบแปดคนมีรายละเอียดดังนี้

**1.1.1 อายุ** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 10 คน (ร้อยละ 56) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 3 คน กลุ่มเดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อน 4 คน และกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก 3 คน รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 4 คน (ร้อยละ 22) กลุ่มเดินทางมาพักผ่อน อายุ 51-60 ปีและอายุ 60 ปีขึ้นไปเท่ากัน จำนวนกลุ่มละ 2 คน (ร้อยละ 11)

**1.1.2 อาชีพ** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงประกอบอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพจำนวน 12 คน (ร้อยละ 67) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 5 คน กลุ่มเดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อน 4 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 3 คน รองลงมาเป็นผู้บริหารบริษัทจำนวน 4 คน (ร้อยละ 22) กลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อนและเกษียณอายุ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 11) กลุ่มเดินทางมาพักผ่อน

**1.1.3 การศึกษา** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทยจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 11 คน (ร้อยละ 61) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 6 คน กลุ่มเดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อน 4 คนและเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คน รองลงมามีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีจำนวน 5 คน(ร้อยละ 28) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 4 คนและกลุ่มเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คนและปริญญาโทจำนวน 2 คน (ร้อยละ 11) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 1 คนและกลุ่มเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คน

**1.1.4 รายได้ก่อนหักภาษี** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีรายได้ก่อนหักภาษีมากกว่า 3.3 ล้านบาทขึ้นไปจำนวน 9 คน (ร้อยละ 50) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 5 คน กลุ่มเดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อน 2 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 2 คน และรายได้ก่อนหักภาษีระหว่าง 2.75-3.3 ล้านบาท จำนวน 9 คน (ร้อยละ 50) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 6 คน กลุ่มเดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อน 2 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คน

**1.2 คุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย** ได้แก่ การจัดการเดินทาง จำนวนประเทศที่เดินทางไป จำนวนวันที่พักผ่อนประมาณในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อวัน และจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย ตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาว  
สหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง (N=18)

คุณลักษณะเฉพาะ	1. กลุ่มที่เคยมาเดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป		2. กลุ่มที่เดินทาง รวม ร้อยละ มาเป็นครั้งแรก		
	1.1 เพื่อพักผ่อน	1.2 เพื่อทำธุรกิจ และพักผ่อน			
<b>การจัดการเดินทาง</b>					
ด้วยตนเอง	6	2	1	9	50
ผ่านบริษัททัวร์	5	2	2	9	50
<b>จำนวนประเทศที่เดินทางไป</b>					
1 ประเทศ	11	2	2	15	83
มากกว่า 2 ประเทศ	0	2	1	3	17
<b>จำนวนวันที่พักในประเทศไทย</b>					
5-10 วัน	4	3	2	9	50
11-15 วัน	1	1	1	3	17
16-20 วัน	5	0	0	5	28
มากกว่า 20 วัน	1	0	0	1	5
<b>งบประมาณในการท่องเที่ยว</b>					
น้อยกว่า 150,000 บาท	0	3	0	3	17
150,000-200,000 บาท	3	0	0	3	17
200,000-300,000 บาท	6	0	2	8	44
มากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป	2	1	1	4	22
<b>ค่าใช้จ่ายต่อวันไม่รวมค่าที่พัก</b>					
4,000-4,500 บาท	1	1	0	2	11
4,501-5,000 บาท	3	0	0	3	17
มากกว่า 5,000 บาท	7	3	3	13	72

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

คุณลักษณะเฉพาะ	1. กลุ่มที่เคยมาเดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป		2. กลุ่มที่เดินทาง รวม ร้อยละ มาเป็นครั้งแรก		
	1.1 เพื่อพักผ่อน	1.2 เพื่อทำธุรกิจ และพักผ่อน			
<b>จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย</b>					
1 ครั้ง	0	0	3	3	17
2 ครั้ง	0	0	0	0	0
3 ครั้ง	0	0	0	0	0
มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	11	4	0	15	83

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาว สหราชอาณาจักรในกลุ่มผู้มีรายได้สูงซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**2.1.1 การจัดการเดินทาง** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรในกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่ เดินทางมาประเทศไทยจัดการเดินทางด้วยตนเองจำนวน 9 คน (ร้อยละ 50) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทาง มาเพื่อพักผ่อน 6 คน เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คน และอีก 9 คน (ร้อยละ 50) ติดต่อบริษัททัวร์ให้จัดการเดินทางให้ แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อ พักผ่อน 5 คน เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 2 คน

**2.1.2 จำนวนประเทศที่เดินทางไป** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรในกลุ่มผู้มีรายได้ สูงเดินทางมาประเทศไทยเพียงประเทศเดียวจำนวน 15 คน (ร้อยละ 83) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมา เพื่อพักผ่อน 11 คน เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 2 คน เดินทางมากกว่า 2 ประเทศ 3 คน (ร้อยละ 17) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คน

**2.1.3 จำนวนวันที่เข้าพักในประเทศไทย** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรในกลุ่มผู้มี รายได้สูงใช้เวลาพัก 5-10 วันจำนวน 9 คน (ร้อยละ 50) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 4 คน เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 3 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 2 คน รองลงมาใช้เวลาพัก 16-20 วันจำนวน 5 คน (ร้อยละ 28) เป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ใช้เวลาพัก 11-15 วัน จำนวน

3 คน (ร้อยละ 17) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 1 คน ทำธุรกิจและพักผ่อน 1 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 คน และใช้เวลาพักมากกว่า 20 วันจำนวน 1 คน (ร้อยละ 5) อยู่ในกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน

**2.1.4 งบประมาณในการท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีงบประมาณในการท่องเที่ยวระหว่าง 200,000-300,000 บาท จำนวน 8 คน (ร้อยละ 44) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 6 คนและเดินทางมาเป็นครั้งแรก 2 คน รองลงมา มีงบประมาณท่องเที่ยวมากกว่า 300,000 บาทขึ้นไป จำนวน 4 คน (ร้อยละ 22) แบ่งเป็นกลุ่มเดินทางมาพักผ่อน 2 คน เดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อน 1 คนและเดินทางมาครั้งแรก 1 คน มีงบประมาณท่องเที่ยวระหว่าง 150,000-200,000 บาท จำนวน 3 คน (ร้อยละ 17) อยู่ในกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน มีงบประมาณท่องเที่ยวน้อยกว่า 150,000 บาท จำนวน 3 คน (ร้อยละ 17) อยู่ในกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและทำธุรกิจ

**2.1.5 ค่าใช้จ่ายต่อวันไม่รวมค่าที่พัก** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายต่อวันไม่รวมค่าที่พักมากกว่า 5,000 บาท จำนวน 13 คน (ร้อยละ 72) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 7 คน เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 3 คน และเดินทางมาเป็นครั้งแรก 3คน รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายต่อวันระหว่าง 4,501-5,000 บาท จำนวน 3 คน(ร้อยละ 17)อยู่ในกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 3 คนและกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อนและทำธุรกิจ 3 คน ค่าใช้จ่ายต่อวันระหว่าง 4,000-4,500 บาท จำนวน 2 คน (ร้อยละ 11) อยู่ในกลุ่มที่เดินทางมาพักผ่อน 1 คนและเดินทางมาพักผ่อนและทำธุรกิจ 1 คน

**2.1.6 จำนวนครั้งที่มาประเทศไทย** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปจำนวน 15 คน (ร้อยละ 83) แบ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 11 คน เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 4 คน รองลงมาคือ กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกจำนวน 3 คน (ร้อยละ 17) เป็นกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก

## ตอนที่ 2 การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา ได้แก่ การแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง

### 1. การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้มีรายได้สูงก่อนการเดินทาง

ประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงก่อนการเดินทางผู้วิจัยจึงแบ่งนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรตามประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เดินทางมามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป และกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก

ตารางที่ 4.3 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงแบ่งตามประสบการณ์ในการเดินทาง  
มาประเทศไทยก่อนการเดินทาง

ก่อนการเดินทาง	1. กลุ่มที่เดินทางมามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป		2. กลุ่มที่เดินทาง มาเป็นครั้งแรก
	1.1 เพื่อพักผ่อน	1.2 เพื่อทำธุรกิจ และพักผ่อน	
นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้มีรายได้สูง	B1, B2, B5, B6 B7, B8, B9, B12 B13, B14, B16	B10, B15, B17 B18	B3, B4, B11

จากตารางที่ 4.3 การแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงก่อนการเดินทางสามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มที่เดินทางมามากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 15 รายเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 11 ราย และเดินทางมาเพื่อทำธุรกิจ 4 ราย 2) กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก มีจำนวน 3 รายมีรายละเอียดดังนี้



### 1.1 กลุ่มที่เดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปทั้ง 15 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B9, B10, B12, B13, B14, B15, B16, B17, B18) เป็นกลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อพักผ่อนเพราะชื่นชอบในความสวยงามของภูมิประเทศ สภาพอากาศ รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมไทย

จากการสัมภาษณ์พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนเพียงอย่างเดียวจำนวน 11 ราย และ กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนพร้อมกับการทำธุรกิจจำนวน 4 ราย

**1.1.1 กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรผู้มีรายได้สูงทั้ง 11 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B9, B12, B13, B14, B16) อายุตั้งแต่ 35-62 ปี มีอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพ 5 ราย, ผู้บริหาร 4 ราย และเกษียณอายุ 2 ราย ที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อพักผ่อน ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางเพราะประเทศไทยที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวระดับโลกมาอย่างยาวนาน มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ชายฝั่งทะเล ความหลากหลายทางธรรมชาติ คนไทยมีน้ำใจ มีนิสัยโอบอ้อมอารี มีจิตใจให้บริการที่ไม่เหมือนใคร มีรอยยิ้มที่ประทับใจแขกผู้มาเยี่ยมชมอยู่เสมอ และประเทศไทยยังมีค่าครองชีพที่ถูกลงกว่าเมื่อเทียบกับหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคนี้

Thailand has a good reputation. Phuket is probably the most beautiful island in the world. It has good infrastructure. It has good quality of service and hotels are great, also people are friendly, the weather is good. [B2 (6)]

I just like the environment, the climate and the people. It's not so expensive compared to other countries within Asia. [B12 (8)]

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนทั้ง 11 ราย แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน โรงแรมที่พัก และสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง เช่น แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ สภาพอากาศ การคมนาคมภายในประเทศ และสถานการณ์ทางการเมืองก่อนการเดินทางเพื่อนำไปเป็นข้อมูลวางแผนการเดินทาง

1) เที่ยวบิน ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะต้องการให้การเดินทางมาพักผ่อนเป็นไปอย่างสะดวกสบายตรงกับความต้องการ และคุ้มค่างบเงิน

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินของชาวสหราชอาณาจักรจำแนกเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน และแหล่งสารสนเทศที่ใช้

(1) สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนทั้ง 11 ราย แสวงหาก่อนการเดินทาง คือ สายการบินที่ต้องการเดินทาง มาตรฐานของสายการบิน ตารางวันและเวลาบิน ราคาตั๋วเครื่องบิน และเที่ยวบินตรงหรือเที่ยวบินที่หยุดพักระหว่างทาง

It's a good price and a good airline [Eva Air]. [B1 (4)]

I wanted to go from A to B at a particular time. What flights are available? What's the cost of the flight? [B2 (4)]

ชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B8, B9, B14) เลือกสายการบินที่ต้องหยุดพักระหว่างทาง เพราะมีความคุ้มค่างด้านราคาและความสะดวกสบายมากกว่าเที่ยวบินตรง

We flew Emirates. We flew via Dubai because you can get off the plane, you need a break, 13 hours is a long time. [B8 (1)]

You tend to get better prices flying via the Middle East, Doha or Dubai rather than fly direct and most long haul flights catered for families so they were very good. [B14 (5)]

ชาวสหราชอาณาจักรอีกรายหนึ่ง (B6) พร้อมทั้งจะจ่ายราคาตั๋วเครื่องบินสูงกว่าเดิม เพื่อให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เพราะต้องการใช้เวลาในการพักผ่อนอย่างคุ้มค่าที่สุด

I look at the availability of direct flights to Bangkok...I am prepared to pay a premium for a direct flight from Heathrow to Bangkok. [B6 (5)]

(2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ทั้ง 11 ราย แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และแหล่งสารสนเทศร่วม ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์

ตารางที่ 4.4 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ใช้ แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B1, B5, B6, B12, B16
-บริษัททัวร์	B2, B7, B8, B9, B13
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์	B14

จากตารางที่ 4.4 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินก่อนการเดินทาง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง มีรายละเอียดดังนี้

ก. สื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน จำนวน 5 ราย (B1, B5, B6, B12, B16) เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะสะดวก ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ มีสารสนเทศให้เลือกประกอบการตัดสินใจมากมาย และปลอดภัยเมื่อต้องการชำระเงินออนไลน์

It gives such flexibility, variety, fast and you get comprehensive information that allows you to make the right decision. You also get information from your desk. [B6 (2, 3)]

การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินของชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนทั้ง 5 ราย แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

ก) การแสวงหาจากเว็บไซต์ของสายการบิน(airline website)

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 2 ราย (B1, B12) แสวงหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับเที่ยวบินจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการเข้าใช้เว็บไซต์ของสายการบินโดยตรง เพราะเป็นสายการบินที่ใช้เป็นประจำ คู่กันเคยกับเว็บไซต์ และเห็นว่าการจองตั๋วผ่านเว็บไซต์โดยตรงคุ้มกว่าด้านราคา มากกว่าจองตั๋วผ่านบริษัททัวร์

I used Thai Airways website. I always fly with Thai Airways. They are very good. I used them many times. [B12 (1)]

I booked the airline from airline website [Eva Air] because I thought it would be cheaper. [B1 (1, 2)]

ข) การใช้เว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (service website) ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 3 ราย (B5, B6, B16) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินที่ตนเคยมีประสบการณ์ในการใช้มาก่อน ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้รู้จักเว็บไซต์เหล่านี้จากภูมิลำเนาที่เกิดโดยการใช้คำค้นเกี่ยวกับเที่ยวบินที่เดินทางมาประเทศไทย จากนั้นจึงสำรวจดูเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินต่าง ๆ แล้วเลือกเว็บไซต์ที่เชื่อถือมาเปรียบเทียบสารสนเทศที่ได้รับ ได้แก่ สายการบิน ราคาตั๋วเครื่องบินและตารางเวลาบิน

I booked on the internet through a search engine. I've found the travel agent a long time ago probably through Google. I use "ebookers" quite regularly. You probably saved about 20-30% on the cost of the flight. [B5 (2)]

For Thailand you would search for "business flights to Thailand". I want competition and the internet could give me various quotations and help me to decide. For my flight this time I used the "Airlinenetwork website", the airline was Lufftansa. [B6 (3)]

"Opodo" is the one that I search along with "ebookers" because I think you can compare quite a good fare. [B16 (3)]

เมื่อชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนทั้ง 3 ราย พบเว็บไซต์ที่ต้องการแล้วก็จะจองและชำระค่าตั๋วเครื่องบินผ่านเว็บไซต์เพราะไม่เคยประสบปัญหาจากการชำระเงินออนไลน์

I never have any problems. I always used the visa card, if I have problem the company will solve the problem. [B5 (3)]

I have no problem of security when I make payment. [B6 (3)]

I'd go with somebody that I can trust. Thai Airways has always been very reliable for me. [B12 (5)]

First, you search on the internet and when you are satisfied with the result, you can pay by credit card. [B16 (2)]

ข. บริษัททัวร์ ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน  
5 ราย (B2, B7, B8, B9, B13) เลือกบริษัททัวร์เป็นแหล่งในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะ มีประสบการณ์จองตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัททัวร์เหล่านี้มานาน จึงมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับและพึงพอใจกับการให้บริการของเจ้าหน้าที่จำหน่ายตั๋ว การแสวงหาสารสนเทศผ่านบริษัททัวร์ เริ่มด้วยการแจ้งสารสนเทศที่ต้องการได้แก่ วันเวลาที่ต้องการเดินทาง และสถานที่ที่ต้องการเดินทางไป เมื่อบริษัททัวร์ได้ทราบความต้องการแล้วก็ไปค้นหาและนำเสนอสารสนเทศเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ

What's the cost of the flight? I have the date in mind and the flights that are available.

She made the basic booking for flights. [B2 (2, 4)]

Trust them [Travelbag]...and we also know the lady at the office in Cheltenham. She has been very good. [B9 (2)]

I telephoned her to arrange it...She arranged for us to fly to Bangkok... Thai Airways and then we picked up the train ticket to go to Chiang Mai. [B13 (1, 2)]

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนทุกราย เคยมีประสบการณ์ในการจองตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัททัวร์มาก่อนจึงไว้วางใจในการจองและชำระเงินผ่านบริษัททัวร์

The agent understands me, understands my need. You know in the average year, she's arranging 5-6 trips for me and my family including business trip. She's very capable.

[B2 (4)]

We brought our flights from a travel agent in England. They have an office in Cheltenham where we live. [B9 (2)]

I went to her office [Plan Travel] to pay. [B13 (2)]

ก. แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ร่วมกับบริษัททัวร์ ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนรายหนึ่ง (B14) ใช้เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินที่ค้นพบจากการใช้เครื่องมือค้นหาพร้อมกับบริษัททัวร์ใกล้กับที่ทำงาน เพราะต้องการเปรียบเทียบสารสนเทศที่ได้รับ ได้แก่ สายการบิน ตารางเวลา และราคาตั๋วเครื่องบิน เขาเลือกจองตั๋วเครื่องบินและชำระเงินออนไลน์เพราะสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์ใช้งานง่าย มีการเก็บฐานข้อมูลของผู้ใช้ ให้โอกาสผู้ใช้ตัดสินใจด้วยการกำหนดขอบข่ายของเวลาในการจอง มีความคุ้มค่าด้านราคามากที่สุดและความปลอดภัยเมื่อชำระเงินออนไลน์

I used the website call kayak.co.uk...I think it was simply from Google and I entered something likes "flight to Thailand" this search for different airlines on one route to compare the best prices and I also double checked with a travel agent just to compare the prices. A small travel agent quite near where I work [Altham Travel].

[B14 (1, 4)]

2) โรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 7 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B9) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร หัวหิน เชียงใหม่ และภูเก็ต ชาวสหราชอาณาจักรทั้ง 7 ราย ต้องการหาโรงแรมที่พักที่ดีเพื่อให้การพักผ่อนเป็นไปอย่างสะดวกสบายที่สุดชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B12, B14) ค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักเมื่อเดินทางถึงประเทศไทยแล้ว ในขณะที่ชาวสหราชอาณาจักรอีก 2 ราย (B13, B16) ไม่ได้ค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักด้วยตนเอง

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักของชาวสหราชอาณาจักร แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก และแหล่งสารสนเทศที่ใช้

(1) สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทาง มาเพื่อพักผ่อน 7 ราย แสวงหาก่อนการเดินทาง คือ สถานที่ตั้ง มาตรฐานของห้องพัก การบริการ ราคา และสิ่งแวดล้อมรอบโรงแรมที่พัก

I look for five star hotels that I like to stay in and then I look for the location. [B6 (5)]

I just search for the beach and the one that has the right price in the right area...I look at pictures and images as well. [B12 (2, 3)]

I want to choose where I want to stay. I want to stay in a nice hotel...Marriot Resort and Spa Hua-Hin and Centara Chiang Mai. [B1 (1, 2)]

We wanted to know more what was in the area (Chateau de Khaoyai)?... I think you need a bit more information on the environment and the surrounding. [B9 (5)]

ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B8, B9) เดินทางมางานแต่งงานกับคณะ ต้องการหาโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักเพียงพอกับความ ต้องการ ชาวสหราชอาณาจักรอีกรายหนึ่ง (B2) ต้องการรู้ว่าโรงแรมที่จะเข้าพักมีข้อเสนอพิเศษ หรือมีการเพิ่มคะแนนสะสมให้กับแขกที่มี บัตรสมาชิกของโรงแรมหรือไม่

We need 12 rooms you see. We were worried at one point because no one seemed to have enough rooms for us. [B9 (7)]

I want to stay at this hotel. Is there any deal? Is there any special thing going on? Will it be more point to this or some kind of special deal? [B2 (3)]

(2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่ เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 7 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B9) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก

จากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ต และบริษัททัวร์

ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B12, B14) เคยเดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ด และเกาะพะงันหลายครั้งแล้ว มั่นใจว่าสามารถหาโรงแรมที่พักเมื่อเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางได้ ชาวสหราชอาณาจักรรายหนึ่ง (B16) เดินทางมากับครอบครัว สามี่เป็นผู้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พัก และชาวสหราชอาณาจักรอีกรายหนึ่ง (B13) เคยใช้เว็บไซต์ของโรงแรมแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก แต่การเดินทางมาครั้งนี้พักกับเพื่อนที่โรงแรมเครือลาгуน่า จังหวัดภูเก็ต

I stayed with Mike. He has sort of a hotel suite there so we stayed at the same suite that he has. [B13 (7)]

ตารางที่ 4.5 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก ก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง	
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับเครือข่ายทางสังคม	B8, B9
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์	B2
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว	B5
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B1, B6
-บริษัททัวร์	B7

จากตารางที่ 4.5 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักก่อนการเดินทางได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ต และบริษัททัวร์ มีรายละเอียดดังนี้

ก. แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ชาวสหราชอาณาจักรจำนวน 4 ราย (B2, B5, B8, B9) ใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักจากแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตและบริษัททัวร์ สื่ออินเทอร์เน็ตและหนังสือท่องเที่ยว และสื่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่ายทางสังคม



ก) สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับเครือข่ายทางสังคม ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 2 ราย (B8, B9) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักจากญาติพี่น้อง ชาวสหราชอาณาจักรที่อาศัยอยู่ในเมืองไทย จากนั้นจึงเข้าไปในเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรงเพื่อดูสถานที่ตั้ง และสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป เมื่อพอใจกับสารสนเทศที่ได้รับจึงจองห้องพัก

We used internet in fact to find this Chateau, our son mentioned it to us and we looked it up on the internet before we booked...[B8 (4, 10)]

We search before we arrived and then spoke to the hotel using Skype and confirmed the booking that way. [B9 (7)]

ข) สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์ ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อน 1 ราย (B2) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก โดยการเข้าไปในเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง เพื่อดูสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของโรงแรม เมื่อพอใจกับสารสนเทศที่ได้รับแล้วก็ติดต่อไปยังบริษัททัวร์เพื่อสำรองห้องพักให้เขาเชื่อมั่นในสารสนเทศที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่บริษัททัวร์เพราะใช้บริการอยู่เป็นประจำทั้งทางธุรกิจและส่วนตัว มั่นใจว่าราคาที่ได้รับจากบริษัททัวร์คุ้มค่าที่สุด

I looked at their websites [Sheraton, Dusit Thanee, Banyan tree] for information if you combined the agent and people that I know with the internet, you will get an overview of what going on. For me that kind of combination works... I trust her, she has been helping us for years and she gave me a good idea. Her advice is good and everything works.

[B2 (2, 3, 5)]

ค) สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 1 ราย (B5) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก โดยใช้เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินและหนังสือท่องเที่ยวเพื่อเปรียบเทียบราคาห้องพัก โดยกล่าวว่า การสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายของประเทศไทยถูกกว่าการจองผ่านเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายของประเทศอังกฤษเพราะเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายของประเทศไทยคิดราคาต่อห้องพัก ในขณะที่เว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายของประเทศอังกฤษคิดราคาต่อคน ส่วนหนังสือท่องเที่ยวมีประโยชน์ในการค้นหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบราคา

I've found when you booked accommodation through company likes "hotelthailand. com" you pay for the room but if you book through UK, they'd charge per person for a room...I'd used the guide book searching before we came. Lonely Planet is quite useful for accommodation. It tells you about the cost which is quite important. [B5 (3, 4)]

ข. สื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 2 ราย (B1, B6) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พัก เพราะสะดวก รวดเร็ว ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและคุ้มค่าด้านราคามากกว่า

It gives such flexibility, variety, is fast and you get comprehensive information that allows you to make the right decision. You also get the information from your desk. [B6 (3)]

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พัก โดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต แบ่งเป็น 2 ประเภทคือการแสวงหาจากเว็บไซต์ของ โรงแรม และการแสวงหาจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย

ก) การแสวงหาจากเว็บไซต์ของ โรงแรม (hotel website) ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 1 ราย (B1) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พักจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยการเข้าใช้เว็บไซต์ของ โรงแรมที่พักโดยตรงเพราะการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของ โรงแรมโดยตรงมีความคุ้มค่าด้านราคามากกว่า

Companies are getting commission. I booked hotels through the hotels own websites.

[B1 (1)]

ข) การแสวงหาจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย (service website) ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 1 ราย (B6) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พักจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทยจากการแนะนำของเพื่อนคนไทย และเลือกใช้เว็บไซต์นี้เพราะเห็นว่าเป็นเว็บไซต์ที่ดี ใช้งานง่าย น่าเชื่อถือ มีข้อมูลโรงแรมที่ทันสมัย มีความคุ้มค่าด้านราคามากกว่า และปลอดภัยในการสำรองห้องพัก

I like that (sawadee.com) because I believe that this website gives you the best local knowledge... When you enter to that site everything there looks to be in the right place. It looks to be well laid out clearly laid out... easy to navigate the site... the site has to be credible... It has to look right. It has to deliver. It gives you accuracy... I was actually pointed in the direction of that one by a Thai friend. [B6 (1, 2)]

ค) บริษัททัวร์ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อน

1 ราย (B7) อายุ 47 ปี อาชีพผู้บริหารการตลาด เลือกบริษัททัวร์เป็นแหล่งในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักด้วยการแจ้งสารสนเทศที่ต้องการ ได้แก่ สถานที่ตั้ง และมาตรฐานของโรงแรม จากนั้นบริษัททัวร์ก็ไปค้นหาและนำเสนอโรงแรมที่ตรงกับความต้องการเพื่อประกอบการตัดสินใจ เมื่อพอใจกับข้อมูลที่ได้รับแล้วจึงชำระเงินค่าห้องพักผ่านบัตรเครดิต

I just told her that I want to be near the main shopping center so she booked this hotel for us [Imperial Queen Park Hotel]. I paid by credit card at her office. [B7 (3)]

3) สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนทั้ง 10 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B12, B13, B14, B16) แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ สภาพอากาศ การคมนาคมภายในประเทศ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสถานการณ์ทางการเมือง เพราะต้องการให้การเดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทยเป็นไปอย่างสะดวกสบายและคุ้มค่ากับเวลามากที่สุดชาวสหราชอาณาจักรรายหนึ่ง (B9) เดินทางมางานแต่งงานลูกชาย ไม่ได้แสวงหาสารสนเทศอื่นเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ การแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศประกอบการตัดสินใจ และแหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง

(1) สารสนเทศประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 10 รายแสวงหาก่อนการเดินทางคือ สภาพอากาศ การเดินทางจากสนามบินถึง โรงแรมที่พัก เอกสารที่ใช้ในการเดินทาง การดำเนินชีวิตของไทย แหล่งจับจ่ายใช้สอย แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ร้านอาหารอร่อย และกิจกรรมกลางแจ้ง ได้แก่ ดำน้ำ จักรยานภูเขา และการเดินป่า

What the weather would be like? Any special things going on at the place we visit...travel requirement, hire car, good restaurants, diving, mountain biking and trekking. [B2 (1, 4)]

ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B7, B16) เดินทางมาประเทศไทยเพื่อต้องการใช้จ่ายใช้สอยรับประทานอาหารไทย และใช้บริการสปารายหนึ่ง (B7) กล่าวว่า ทำงานหนักมาตลอดทั้งปีมาประเทศไทยทั้งทีก็จะไปนวด ใช้จ่ายใช้สอยที่ระลึก และรับประทานอาหารไทย

I look forward to this holiday. I don't want to do anything but enjoy massage, shopping and eating Thai food...I was looking for Devana Spa at Soi Thonglor and also good Thai restaurants. [B7 (3)]

When I go somewhere I need to know the information before I'm landing....shopping places. [B16 (4)]

ชาวสหราชอาณาจักร 4 ราย (B8, B12, B14, B16) เดินทางมาประเทศไทยในช่วงเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ชาวสหราชอาณาจักรรายหนึ่ง (B12) กล่าวว่า ความปลอดภัยในการเดินทางเป็นเรื่องใหญ่ เพื่อน ๆ ของเขาหลายรายเลือกไปพักผ่อนยังประเทศอื่นในช่วงที่เกิดความวุ่นวายทางการเมืองของไทย ในขณะที่ชาวสหราชอาณาจักรรายที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อใช้จ่ายใช้สอยและทานอาหารไทย (B16) กล่าวว่า สถานการณ์ปิดสนามบินทำให้เขากังวล เพราะไม่ทราบว่าสนามบินจะถูกปิดนานเท่าไร ชาวสหราชอาณาจักรอีกรายหนึ่ง (B14) กล่าวว่า เขาได้พูดคุยถึงสถานการณ์ทางการเมืองของไทยกับเพื่อน ๆ พวกเขาค่อนข้างกังวลกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

A lot of my friends who didn't know Thailand choose to go to other resort countries because of that reason. Obviously security became a big issue when you travelled to the foreign countries. [B12 (8)]

Number of people that I spoke to, it made them slightly nervous. [B14 (8)]

One thing I quite worry about is the airport. Are they going to do anything with the airport again? [B16 (6)]

(2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน 10 ราย แสวงหาจากสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง จากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ เครือข่ายทางสังคม และหนังสือท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง	
หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายทางสังคม	B7, B14, B16
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับนิตยสารท่องเที่ยวและเครือข่ายทางสังคม	B2, B8
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B1, B6
-บริษัททัวร์	B13
-เครือข่ายทางสังคม	B12
-หนังสือท่องเที่ยว	B5

จากตารางที่ 4.6 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางก่อนการเดินทาง ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ เครือข่ายทางสังคม และหนังสือท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

ก. แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ชาว

สหราชอาณาจักร 5 ราย (B2, B7, B8, B14, B16) ใช้แหล่งสารสนเทศร่วมกันหลายแหล่งในการแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจดังนี้

ก) หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายทางสังคม ชาว

สหราชอาณาจักร 3 ราย (B7, B14, B16) ใช้หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายทางสังคมในการค้นหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักร (B7) หนังสือท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทยหาซื้อง่าย เขาเชื่อมั่นในสารสนเทศที่ได้รับจากเพื่อนส่วนตัวที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาก่อนเพราะชอบทำกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ สปา จิบจ่ายใช้สอยและทานอาหารไทย ชาวสหราชอาณาจักรอีกรายหนึ่ง (B14) ใช้หนังสือท่องเที่ยวค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับเกาะพะงันร่วมกับสารสนเทศที่ได้รับจากเพื่อนที่เคยมาเที่ยวเกาะพะงันแล้ว

You can easily find the guide book about Thailand in Hong Kong. I also asked my girl friend who has been to Thailand before because we both like to do similar things [good restaurants and shopping places] I use to look for Devana spa near my hotel [Imperial Queen Park Hotel].... [B7 (5)]

I got it from a friend (an English friend) who travelled to Thailand. It was a word of mouth .... I had "Lonely Planet" guide book and I read about Koh Pha Ngan just to give me the idea. [B14 (6)]

ข) สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับนิตยสารท่องเที่ยวและเครือข่ายทางสังคม ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B2, B8) แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง จากสื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและเครือข่ายทางสังคม เพราะเห็นว่าการใช้แหล่งสารสนเทศจากหลายแหล่งรวมกันเหมาะสมกับตนเอง

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B2) ใช้ภูเก็ลคันทริกรายละเอียดกิจกรรมที่ต้องการ ได้แก่ จักรยานภูเขา หาเส้นทางเดินป่า และนั่งช้าง สอบถามเกี่ยวกับร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญจากเพื่อนชาวสหราชอาณาจักรที่เคยเดินทางมาประเทศไทย และใช้หนังสือท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับกิจกรรมกลางแจ้งที่สนใจ รายที่สอง (B8) ใช้เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายค้นหาสภาพอากาศของช่วงเวลาที่ต้องการเดินทาง ใช้หนังสือท่องเที่ยวค้นหาสารสนเทศที่อยู่ในความสนใจได้แก่ วัฒนาอาราม ประวัติศาสตร์ของไทย การทอผ้า ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนไทย และการดูนก และได้รับสารสนเทศเกี่ยวกับไรไวน์จากบุตรชายที่ทำงานในประเทศไทย

I would say combining everything book and people that I know with internet. You will get over view of what going on. For me that kind of combination works...Go to Google...something like mountain biking or you start looking for trekking, elephant riding...I talk to friends who have been to Thailand before...about restaurants, places to go, places for shopping...and I scan through some travel magazine [actionasia] for outdoor sports and biking. [B2 (1 4,)]

They [sawadee.com] tell you the climate, when the raining season is including time run and different parts of the country has the monsoon different times...Kuoni [travel magazine], they do quite interesting and different tour but you know because our son lives here, he would tell us...We're interested to know about the temples, the history of Thailand and textiles, flowers and knitting. [B8 (5, 6)]

ข. สื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B1, B6) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B6) ประสบการณ์ในการเดินทางทำให้รู้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศที่ดีที่สุดในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นแต่ละปี รายที่สอง (B1) ใช้กูเกิลเพื่อค้นหาบริษัทที่รับจองตั๋วรถรับส่งจากสนามบินถึงโรงแรมที่พัก

I booked airport pickup from the internet. [B1 (2)]

For really up-to-date information the best avenue is through the internet. A lot of the new developing tourist attractions in Thailand, have new things happening each year. [B6 (2, 3)]

ค. บริษัททัวร์ ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B13) เลือกใช้บริษัททัวร์ที่จองตั๋วเครื่องบินให้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางโดยการโทรศัพท์แจ้งว่าต้องการตั๋วรถไฟจากกรุงเทพฯ ไปเชียงใหม่เจ้าหน้าที่ก็ดำเนินการให้ไม่ได้แสวงหาสารสนเทศอื่นอีกเพราะเคยเดินทางมาเชียงใหม่หลายครั้งแล้วรู้ว่าสามารถไปติดต่อร้านที่ให้บริการเกี่ยวกับการเดินป่าเมื่อเดินทางมาถึงได้

There is the girl that I've always known so I telephone her to arrange it...train ticket to Chiangmai. I already know something about Chiang Mai because I've been there before. I know I can go hiking in the hills. I know that if I just went there I can find a lot of different shops that can organize the hiking trip. [B13 (1, 2)]

ง. เครื่องถ่ายทางสังคม ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B12) ใช้เครื่องถ่ายทางสังคมในการค้นหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเพราะมีความสนใจในเรื่องที่คล้าย ๆ กัน การเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้เพื่อฉลองครบรอบแต่งงานของพ่อแม่ จึงต้องระมัดระวังในการเลือกสารสนเทศเป็นพิเศษเขาสอบถามสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารอร่อย สถานที่จับจ่ายใช้สอยและสถานบันเทิง จากเพื่อนชาวสหราชอาณาจักรที่เคยมาเที่ยวเกาะช้าง

People that I know and trust and have similar kinds of interest... This trip more than before because I'm traveling with my parents so I want to take a safe option rather than a risk.  
[B12 (10)]

จ. หนังสือท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B5) ใช้หนังสือท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เพราะหนังสือท่องเที่ยวมีประโยชน์มีข้อมูลทุกอย่างที่อยากรู้ โดยเฉพาะการค้นหาเส้นทางการเดินทางภายในกรุงเทพฯ

I used the travel book call "The Lonely Planet" before and I found it quite useful. I probably find out that kind of information from the travel book. Mainly I suppose, about public transport. We wanted to go to the Grand Palace and everything is in there. [B5 (4)]

**1.1.2 กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน** หมายถึงชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 4 ราย (B10, B15, B17, B18) อายุ 45, 46, 49 และ 46 ปี เป็นผู้บริหารทั้ง 4 ราย เดินทางมาทำธุรกิจในประเทศไทยและเมื่อมีเวลาว่างหรือเสร็จสิ้นจากการทำงานแล้วก็จะเดินทางไปพักผ่อนยังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ไปซื้อสินค้าพื้นเมือง หรือเล่นกีฬากลางแจ้ง

I combine business and holidays. We've offices in many countries so I tend to do some work when I'm travelling and some leisure so usually is combination and this trip has been combining with business. [B18 (15)]



I usually do short holidays at the end of my business trip. That is my normal...and holiday for me normally is golf or beach.[B10 (7)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 รายแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน โรงแรมที่พัก และสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทางเพื่อให้การเดินทางเป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

1) เที่ยวบินนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะต้องเดินทางไปหลายประเทศทำธุรกิจในหลายประเทศและมีเวลาในการเดินทางจำกัด จึงต้องรอบคอบในการเลือกเที่ยวบิน

การแสวงหาสารสนเทศจำแนกเป็น สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินและแหล่งสารสนเทศที่ใช้

(1) สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย แสวงหาก่อนการเดินทางคือ สายการบิน ชั้นของเที่ยวบิน ตารางวันและเวลาบิน และราคาตั๋วเครื่องบิน

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B15) ให้ความสำคัญกับการจัดการเที่ยวบินต่าง ๆ วันและเวลาที่ออกเดินทาง

I needed to be specific about arrangement of my flights, timing of the flights and dates of the flights so this information are the most important. [B15 (1)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สอง (B17) ต้องการทราบว่าในชั้นธุรกิจและชั้นอื่น ๆ นั้นนอกจากแตกต่างกันด้านราคาแล้วมีสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรบ้าง คิวค้ำที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อเลื่อนที่นั่งหรือไม่ อีกทั้งต้องการทราบตารางเวลาบินโดยชอบเที่ยวบินกลางคืนมากกว่าเที่ยวบินกลางวัน รายที่สาม (B18) ต้องการที่นั่งในชั้นธุรกิจ ใกล้เคียงออกฉุกเฉินหรือทางเดิน และนั่งใกล้กับสมาชิกในครอบครัว เพราะต้องการให้การเดินทางสะดวกสบายที่สุด อีกทั้งให้ความสำคัญกับเวลาของเที่ยวบินขาเข้าและขาออก โดยเฉพาะเที่ยวบินที่ออกเดินทางไปยุโรป ไม่ชอบเที่ยวบินที่คึกคักเกินไปเพราะร้านค้าต่าง ๆ ปิดในเวลากลางวัน

I search for the price and to see what the facilities are, the differences between the business class and other classes of flying to see whether it worth spending money so check those things and also the time of the flight. I prefer night flight rather than the day flight so these things I was searching for. [B17 (2)]

I like to travel in business class or the most comfortable seat as possible...If we can it's good to get seats near the emergency exit or an aisle because you get more space or even pay more for reserve seats...I want convenience of departure and arrival... Flying back is more important, I can check out closer to the time of the flight so I can use my room. I don't like the very late flight because you end up hanging around at the airport when nothing is open, everything is closed.

[B18 (3, 4)]

(2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาว สหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากแหล่งที่สำคัญคือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์

ตารางที่ 4.7 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน ใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B10, B15, B18
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์	B17

จากตารางที่ 4.7 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินก่อนการเดินทางได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง มีรายละเอียดดังนี้

ก. สื่ออินเทอร์เน็ตนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนจำนวน 3 ราย (B10, B15, B18) เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินเพราะ สะดวก รวดเร็วสามารถค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินที่เหมาะสมกับตารางงาน

การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

ก) การแสวงหาจากเว็บไซต์ของสายการบินโดยตรง (airline website) ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 ราย (B10, B18) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการเข้าใช้เว็บไซต์ของสายการบิน โดยตรง เพราะใช้เป็นประจำและคุ้นเคยกับเว็บไซต์เป็นอย่างดี ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B10) กล่าวว่า เมื่อล็อกอิน (log in) เข้าไปในเว็บไซต์ของสายการบินจะเป็นเว็บเพจที่แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ เช่น หมายเลขหนังสือเดินทาง เว็บไซต์แสดงราคาตั๋วเครื่องบินของวันที่ต้องการเดินทาง สามารถเลือกวันเดินทางก่อนหน้าหรือหลังได้ เป็นเว็บไซต์ที่ง่ายกับการใช้งาน

I'm a frequent flyer with them. When I log in to their website, it's very personal for me so they made it a lot easier to use. They've got my detail...my passport number already inside... It sorts the date you want to fly and it shows you the price and it also gives you the choice if you want to fly a day earlier or a day later. It's just straightforward. [B10 (2)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 2 (B18) ใช้เว็บไซต์ของสายการบินแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะเป็นเว็บไซต์ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก ได้มาตรฐาน ง่ายต่อการใช้งาน และการเป็นสมาชิกระดับโกลด์ของสายการบินมักจะได้รับการอัปเกรด (upgrade) ขึ้นที่นั่ง จึงจองตั๋วเครื่องบินผ่านเว็บไซต์ของสายการบินเพื่อสิทธิประโยชน์เหล่านี้

It's a very good professional website...British Airways is primary in English so it's easy to navigate around ...I'm a BA gold cardholder so I get many invitations to go on the website from their frequent flyer program...I tend to stay with the airlines that give me the better options or an upgrade. [B18 (2)]

ข) การใช้เว็บไซต์ของสายการบินร่วมกับเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน (service website) ชาวสหราชอาณาจักรหนึ่งราย (B15) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากเว็บไซต์ของสายการบินที่ใช้อยู่เป็นประจำร่วมกับเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินเพราะต้องเดินทางไปทำธุรกิจในหลายประเทศจึงต้องการรายละเอียดของเที่ยวบินในการเดินทางทั้งหมด และต้องการเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินระหว่างเว็บไซต์สายการบินกับเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินในด้านความคุ้มค่า เขารู้จักเว็บไซต์เหล่านี้จากการใช้เครื่องมือค้นหา ก่อนข้างคุ่นเคยกับการใช้เว็บไซต์ และเมื่อพอใจกับรายละเอียดของเที่ยวบินและราคาแล้ว จึงจองตั๋วเครื่องบินผ่านเว็บไซต์ของสายการบินพร้อมกับเลือกที่นั่งที่ต้องการ

I just search on the specific airline WebPages plus travel engine [Expedia, British Airways and Cathay Pacific] with Expedia it was for total packages and to see whether any cheaper options for the flights are available. I used it before for personal reason... I'm quite familiar using that webpage [British Airways]...After you booked you could choose the seat because of class of travel and frequent flier program. [B15 (1, 2, 3)]

ข. แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์ ชาวสหราชอาณาจักรหนึ่งราย (B17) ใช้เว็บไซต์ของสายการบินที่เป็นสมาชิกอยู่ร่วมกับบริษัททัวร์แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน โดยใช้เว็บไซต์ของสายการบินตรวจสอบตารางวัน เวลา และประเทศที่ต้องการเดินทางที่ได้รับจากบริษัททัวร์ว่าเหมาะสมหรือไม่เขาใช้อีเมลแจ้งรายละเอียดของเที่ยวบินที่ต้องการเมื่อบริษัททัวร์รับทราบแล้วก็ไปค้นหาและนำเสนอกลับไปทางอีเมล และเมื่อรายละเอียดถูกต้องแล้วจึงให้บริษัททัวร์จองตั๋วเครื่องบินให้เจ้าหน้าที่บริษัททัวร์มีประสบการณ์สามารถให้คำแนะนำได้หากเที่ยวบินใดมีปัญหาหรือต้องการเปลี่ยนแปลงตารางบินเจ้าหน้าที่ก็สามารถช่วยเหลือได้

The agent is XCM travel and they are my company travel agent...They can offer good advice and contact point if there are problems and then you can go back to them quickly to make changes...I used BA website to check whether they were giving me the best answer...I contacted them by e-mail...so we just send an e-mail to their office and then something will come back. [B17 (3, 9)]

2) โรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 4 ราย (B10, B15, B17, B18) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญได้แก่ กรุงเทพมหานคร และภูเก็ต เพราะต้องการหาโรงแรมที่พักที่ดี มีมาตรฐานระดับ 4-5 ดาว อยู่ใจกลางเมือง สะดวกในการเดินทางติดต่อธุรกิจ

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักของชาวสหราชอาณาจักรแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก และแหล่งสารสนเทศที่ใช้

(1) สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 4 ราย แสวงหาก่อนการเดินทาง คือ สถานที่ตั้ง มาตรฐานของห้องพัก/การบริการ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม และความปลอดภัย

I look at the 5 star hotels in the location I was going to go [Phuket] so I looked for a nice hotel with the facilities, good location, with an easy access from the airport and somewhere I thought would be safe and fun for my family. [B18 (2)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B10) กล่าวว่าสารสนเทศที่มีประโยชน์มากที่สุดคือ สถานที่ตั้ง มาตรฐาน ซึ่งเขาจะเลือกพักโรงแรมที่มีมาตรฐานระดับ 4 หรือ 5 ดาวเท่านั้นเพราะต้องการความสะดวกสบาย อีกทั้งยังให้ความสำคัญในเรื่องของสัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และห้องออกกำลังกายภายในโรงแรมที่พักด้วย เช่นเดียวกับรายที่สอง (B 15) นอกจากต้องการทราบเรื่องราคาห้องพักสถานที่ตั้งใกล้กับแหล่งจับจ่ายใช้สอยและร้านอาหารแล้ว เขาต้องการ โรงแรมที่มีห้องออกกำลังกาย ห้องพักที่ไม่สูบบุหรี่ และอุปกรณ์สำนักงานภายในห้องพักเพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจด้วย

Most useful information of the hotel, where is it? How many stars? Does it have internet access? Does it have a gym? How much was it?... I don't normally go to three only four or five... more comfortable. [B10 (5)]

What I like to know is the cost and I think the quality of the room and facilities such as business facility, gymnasium facility...For the hotels, location is the most important....A little

bit about Central Bangkok to see where the hotel would be, shopping facilities and restaurants located close by. [B15 (5)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 3 (B17) กล่าวว่า โรงแรมในเอเชียมีมาตรฐานดีกว่าโรงแรมในยุโรปเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครันไม่ว่าจะเป็น สระว่ายน้ำ ห้องออกกำลังกาย และอื่น ๆ เขามักเลือกโรงแรมใกล้ที่ทำงาน มีมาตรฐานดี มีร้านอาหารให้เลือกหลากหลาย

All of hotels I have stayed in Asia are much better quality than the ones I've used to in Europe...It's important that the location is convenient for the job that you're doing. It needs to be close to the office. It needs to be comfortable so you get a good night sleep and then good choice of restaurants and choice of food...the pool and the gym. B17 (12)

(2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย (B10, B15, B17, B18) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักจากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ สื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.8 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนใช้  
แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พัก ก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B10, B15, B17, B18

จากตารางที่ 4.8 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักก่อนการเดินทางได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต มีรายละเอียดดังนี้

ก. สื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจ และพักผ่อนทั้ง 4 ราย (B10, B15, B17, B18) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พัก เพราะสะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่ายและมีระดับราคาให้เลือกตามความต้องการ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินชาว สหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ

ก) การแสวงหาจากเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง (hotel website) ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 ราย (B17, B18) แสวงหา สารสนเทศเกี่ยวกับ โรงแรมที่พักจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยการเข้าใช้เว็บไซต์ของ โรงแรมโดยตรง เพราะรู้จักเว็บไซต์จากบริษัทตัวแทนในประเทศไทยซึ่งเป็นผู้จองห้องพักให้ ทางบริษัทตัวแทนได้ ส่งจดหมายยืนยันการจองพร้อมที่อยู่ จึงติดตามลิงก์เพื่อดูบรรยากาศภายในห้องพัก ร้านอาหาร สระ ว่ายน้ำ และห้องออกกำลังกาย รายที่สอง (B18) รู้จักเว็บไซต์ของ โรงแรมจากภูเก็ลผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่ประสบปัญหาในการจองผ่านเว็บไซต์ จึง โทรศัพท์ไปจองห้องพัก โดยตรง

This hotel [Imperial Queen Park Hotel] was advised by the local people in Thailand... I looked on the website for this hotel...The confirmation when it booked came with the name and the weblink on it and I just followed that link just for an interest to see whether what room I would be in...the restaurant, the pool and the gym.  
[B17 (11, 12)]

Initially just type in "Thailand holidays" and it came up with the selection...I look at the Tourism Thailand website and look at the 5 star hotels in the location ...When I'd found where I wanted to stay, they gave the contact number and e-mail address and then I went in to the Sheraton website and they gave the telephone number. I'd tried to book on line but it didn't work so I ended up calling them and speaking to them and then using the telephone sell to reserve rooms. [B18 (2)]

ข) การแสวงหาจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย (service website) ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 2 ราย (B10, B15)

สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย โดยรู้จักเว็บไซต์จากการใช้เครื่องมือค้นหากูเกิล (google) ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B10) เคยใช้เว็บไซต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายนี้หลายครั้งแล้วพบว่าง่ายต่อการใช้งานจึงใช้ต่อเนื่องมา เว็บไซต์นี้มีลักษณะพิเศษคือสามารถจองโรงแรมที่ต้องการพักภายใน 21 วัน เว็บไซต์จะแสดงราคาห้องพักในแต่ละวัน สามารถเลือกวันที่ต้องการพัก เลือกโรงแรม และราคาได้ และเมื่อพอใจกับสารสนเทศที่ได้รับแล้วก็จองและชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์นี้

I think originally I did "Google hotel Thailand" and that came up and using for a few times...It's for the next 21 days only. You don't have to put the date that you want to travel. You just go on and make sure you are here in the next 21 days and here the date available and here the price of those 21 days...I found that it's an easy website to use (latestay.com)...I paid online as well. [B10 (2, 3)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 2 (B15) ใช้เว็บไซต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก เพราะคุ้นเคยกับการค้นหาเที่ยวบินและโรงแรมที่พักผ่านเว็บไซต์นี้ เชื่อกันว่าเป็นเว็บไซต์ที่ดี คุ่มค่าด้านราคามากกว่าแต่ไม่ได้จองห้องพักผ่านเว็บไซต์นี้เพราะบริษัทตัวแทนในประเทศไทยเป็นผู้จองห้องพักให้

Expedia is a travel search engine for hotels...I used it before for personal reason...  
Expedia is good for hotel's searching...It was very easy to navigate around there...  
That [hotel] was booked for me. [B15 (4, 5)]

3) สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 4 ราย (B10, B15, B17, B18) แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ การคมนาคม กีฬากลางแจ้ง และสถานการณ์ทางการเมือง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเพราะต้องการให้การเดินทางเป็นไปตามแผนที่วางไว้

การแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศประกอบการตัดสินใจ และแหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง



(1) สารสนเทศประกอบการตัดสินใจนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน 4 รายแสวงหาก่อนการเดินทางคือ รายแรก (B10) กล่าวว่า การเดินทางมาในครั้งนี้เขาไม่ต้องการสารสนเทศอะไรใหม่ ๆ เพราะเดินทางไปมา ระหว่างสิงคโปร์และกรุงเทพฯ เป็นเวลากว่า 18 ปีแล้ว อีกทั้งยังเคยทำงานที่ประเทศไทยมาก่อน แต่ ในการเดินทางครั้งนี้แล้วได้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการดำน้ำและตีกอล์ฟ

I wasn't looking for anything new. I might search if I'm looking for something new. For example recently what I have to search for was a diving holiday. So I would search, whilst I was in Phuket and tried to work out which diving school is good so I would search for that...and golf that was other word I've used before in Thailand to book to a golf holiday.[B10 (7)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 2 (B15) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในกรุงเทพฯ สถานที่จับจ่ายใช้สอย ร้านอาหารใกล้โรงแรมที่พัก และการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

I think shopping and eating and a little bit about tourism some of it about sightseeing such as the local way to walk from and about the Metro as well so good information package from the hotel. [B15 (5)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 3 (B17) แสวงหาสารสนเทศ ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยวได้แก่ วัดพระแก้วและการนั่งเรือชมทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา สถานการณ์ทางการเมืองและสถานการณ์ใช้หวัดใหญ่ 2009

I did pick a few places that I want to see. Today I was at "The Grand Palace" and I did a river tour...because it's such a complicated trip so I need to know, are there any political problems in the different countries...and also influenza virus. [B17 (5, 7)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 4 (B18) สารสนเทศที่เกี่ยวกับกีฬา กลางแจ้ง ได้แก่ การดำน้ำ การเล่นพาราไทดิ่ง (Paragliding) กีฬาทางน้ำต่าง ๆ สนุกสนาน สนุกสนาน หรือกิจกรรมที่น่าตื่นเต้นสำหรับเด็กโต

I like the water park and my children too. I like roller coaster parks, things that have high interest levels or high thrill level... They are more interesting in sport activities on the beach something likes snorkeling, paragliding or water sports. [B18 (4, 5)]

(2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย แสวงหาจากสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจจากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ สื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือท่องเที่ยว และแหล่งสารสนเทศ ร่วมกันมากกว่า หนึ่งแหล่ง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.9 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน ใช้ แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B10, B15
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว	B17, B18

จากตารางที่ 4.9 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจ และพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางก่อนการเดินทางดังนี้

ก. สื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B10, B15) ใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจรายแรก (B10) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับกีฬาอล์ฟและได้รับสารสนเทศเพียงพอกับความต้องการจากสื่อ อินเทอร์เน็ตใช้ภูเก็ลค้นหาโดยใส่คำค้น “ภูเก็ตกอล์ฟ” จากนั้นเลือกเว็บไซต์ที่คิดว่าน่าเชื่อถือจาก การอ่านรายละเอียดของข้อมูลในบรรทัดแรก เมื่อได้เว็บไซต์ที่ต้องการแล้วจะโทรศัพท์ไปสอบถาม ข้อมูลเพิ่มเติมและจองโดยไม่ได้ชำระเงินล่วงหน้า

The name of the websites plus the short description if I find Phuket Golf, I'm looking on first line that said clearly what they do...I know when you're inside and see the one that you can trust...I didn't book online. I telephoned them...so got experience by speaking to them...I didn't have to pay until after. [B10 (4, 5)]

ข. แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่

สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B17, B18) แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจจากสื่ออินเทอร์เน็ตและหนังสือท่องเที่ยว เพราะได้รับสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการและประหยัดเวลาในการค้นหา

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B17) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยและประเทศเกาหลีเหนือโดยลงทะเบียนไว้กับเว็บไซต์ของรัฐบาลอังกฤษเพื่อรับทราบสถานการณ์ล่าสุด (update) ทางอีเมลและใช้หนังสือท่องเที่ยวดูสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ได้แก่ วัดพระแก้ว การนั่งเรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา และแหล่งจับจ่ายใช้สอย

I registered with the British government. They've sent me a regular e-mail for an update including any political unrest? For example, North Korea has got nuclear capability now so they could do something and also the influenza virus is coming so the government gives me an update what the risk is and what precaution I need to take to avoid that...We've a couple of guidebooks. This one calls "The Rough Guide Bangkok". This one is useful...I looked through it.[B17 (5, 6)]

รายที่สอง (B18) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ เพราะสามารถดูรูปภาพของสถานที่ที่ต้องการไปเที่ยวและกิจกรรมที่สนใจได้ เช่น เวลาเปิดให้บริการค้นหาสารสนเทศจากหนังสือท่องเที่ยวและเว็บไซต์ภายในประเทศไทยทำให้ประหยัดเวลาในการค้นหาและได้รับสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการ

Thomas cook was the one in UK which I've used before and Thompson also...so I think you see the information in the right way that suit your budget and your need that saves you

a lot of time. And again you have to combine with the country's website and find out more information. [B18 (5, 6)]

1.2 กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก 3 ราย (B3, B4, B11) อายุ 41, 49 และ 44 ปี อาชีพผู้บริหาร 2 ราย และผู้เชี่ยวชาญด้านความงาม 1 ราย ที่เดินทางมาพักผ่อนยังประเทศไทยเป็นครั้งแรก

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B3) กล่าวว่า ในการเดินทางท่องเที่ยว คนส่วนใหญ่จะเดินทางไปยังประเทศที่มีความคุ้มค่ากับทางการเงินมากที่สุด รายที่สอง (B4) เดินทางมาเยี่ยมครอบครัวที่ภูเก็ต รายที่สาม (B11) ชอบมาพักผ่อนยังประเทศไทย แต่ช่วงที่ต้องการเดินทางนั้นเกิดสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองขึ้น ทำให้ต้องเลื่อนการเดินทางและเมื่อเหตุการณ์สงบลงจึงตัดสินใจเดินทางมา

I think value for money is what most people will go for. [B3 (6)]

I've a family here my brother and my sister in law who just bought a property here in Phuket so that obviously that where my travel going to start. [B4 (2)]

We've always liked Thailand but you don't want to have your holiday affected by what's going on in the local community so we waited until it's a little bit safer until we came over. [B11 (7)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกทั้ง 3 รายแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน โรงแรมที่พัก และสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นไปด้วยความสุขและความประทับใจ

1.2.1 **เที่ยวบิน** ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะเป็นการเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก จึงต้องรอบคอบในการเลือกเที่ยวบินให้เหมาะสม

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินของชาวสหราชอาณาจักร แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน และแหล่งสารสนเทศที่ใช้

1) สารสนเทศกับเที่ยวบิน ที่ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย แสวงหาก่อนการเดินทางคือ สนามบินที่เดินทาง สายการบิน เที่ยวบินตรงหรือเที่ยวบินที่หยุดพักระหว่างทาง ชั้นของเที่ยวบิน ตารางวันและเวลาบิน และราคาตั๋วเครื่องบิน

The detail regarding ability of the flights, the time of the flights...I had her looking at number of different airlines because I was travelling with the family of four. [B11 (2, 11)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B3) ต้องการเที่ยวบินตรงเพราะเดินทางกับเด็กเล็ก หากเดินทางกับเที่ยวบินที่ต้องหยุดพักระหว่างทางจะไม่สะดวกพร้อมที่จะไปขึ้นเครื่องที่สนามบินฮีทโทรว์ (Heathrow Airport) ซึ่งอยู่ไกลออกไปเพราะเที่ยวบินตรงส่วนใหญ่บินออกจากสนามบินแห่งนี้

If you want to go from Gatwick you've to take a flight that's not direct and with my daughter I don't want to change flight. I don't want to stop over. [B3 (3)]

2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากแหล่งที่สำคัญคือ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์และแหล่งสารสนเทศร่วม ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์

ตารางที่ 4.10 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B3
-บริษัททัวร์	B11
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์	B4

จากตารางที่ 4.10 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินก่อนการเดินทางได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง มีรายละเอียดดังนี้

(1) สื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกหนึ่งราย (B3) เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินเพราะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นหาสารสนเทศอยู่เสมอ

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B3) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินโดยการเข้าใช้เว็บไซต์ของสายการบินโดยตรง เพราะเสนอราคาดีที่สุดในเมื่อพอใจกับสารสนเทศที่ได้รับแล้วจึงจองและชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ ไม่ชอบติดต่อบริษัททัวร์เพราะเคยมีประสบการณ์ที่ไม่ดีกับบริษัททัวร์มาก่อน เห็นว่าบริษัททัวร์มักกดดันลูกค้าให้จองตั๋วเครื่องบิน

I spend a lot of time on the internet...I will go to individual airline websites and I'd looked at them [Eva Air website]...They fly direct ...I'm not very good with travel agent. I feel that they're trying to push you in the certain direction. [B3 (3, 4)]

(2) บริษัททัวร์ ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 2 (B11) เลือกบริษัททัวร์เป็นแหล่งในการค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพราะไม่ต้องการเสียเวลาแสวงหาสารสนเทศด้วยตนเอง อีกทั้งเคยมีประสบการณ์จองตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัททัวร์มานานถึง 15 ปี จึงเชื่อมั่นว่าเจ้าหน้าที่จะสามารถค้นหาสารสนเทศที่เหมาะสมแก่ตนเองและครอบครัว การติดต่อบริษัททัวร์เริ่ม

ด้วยการโทรศัพท์แจ้ง วัน เวลา และสถานที่ที่ต้องการเดินทางไป เมื่อเจ้าหน้าที่ได้ทราบความต้องการแล้วก็ไปค้นหาและนำเสนอเที่ยวบินที่ตรงกับความต้องการกลับทางอีเมลเพื่อเป็นข้อมูลให้ตัดสินใจเมื่อพอใจกับเที่ยวบินที่ได้รับแล้วก็ชำระเงินค่าตัวเครื่องบินกับทางบริษัททัวร์

I've used her for a number of years. I didn't want to bother working for number of the flights. I knew she can do that for me and trusted her with that responsibility...I just made a phone call...I had her looking at the number of different airlines. She sent some options for me...via e-mail... and all the options were presented...we took Thai Airways to Bangkok. [B11 (2, 3)]

### (3) แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่ สื่อ

อินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B4) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินจากเว็บไซต์ของบริษัททัวร์ที่ติดต่อด้วยร่วมกับเจ้าหน้าที่บริษัททัวร์ เพราะใช้บริษัททัวร์แห่งนี้จองตั๋วเครื่องบินในการเดินทางมาก่อนจึงไว้วางใจให้จัดเที่ยวบินสำหรับการเดินทางในครั้งนี้ด้วย อีกทั้งการเดินทางพักผ่อนในครั้งนี้ต้องเดินทางไปหลายประเทศ บริษัททัวร์ช่วยจัดการเรื่องเที่ยวบินทำให้การเดินทางสะดวกสบายและง่ายขึ้น เขาใช้เว็บไซต์ของบริษัททัวร์ควบคู่ไปด้วยเพื่อคว่ามีตั๋วเครื่องบินประเภทใดให้เลือกบ้างและเมื่อพอใจเกี่ยวกับเที่ยวบินแล้วจะให้บริษัททัวร์เป็นผู้จองตั๋วเครื่องบินและชำระเงินผ่านทางบริษัททัวร์แห่งนี้

I have previous experience with them before in travelling. They've always been very helpful, very informative... I wanted to see what kind of ticket was available?...Partly I look on the internet through my travel agent website [trailfinders]... They made it very easy for me to do all that. [B4 (2, 3)]

**1.2.2 โรงแรมที่พัก** ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย (B3, B4, B11) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักในเมืองที่สำคัญได้แก่ กรุงเทพมหานคร และพังงา เพราะต้องการหาโรงแรมที่พักที่ดี มีมาตรฐานระดับ 5 ดาว เหมาะสำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักของชาวสหราชอาณาจักรแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก และแหล่งสารสนเทศที่ใช้

1) สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย แสวงหาก่อนการเดินทาง คือ สถานที่ตั้ง มาตรฐานของโรงแรม ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ชาวสหราชอาณาจักร (B11) ต้องการโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการที่ดีจะได้ผ่อนคลายและสนุกกับการท่องเที่ยว

I wanted to find a nice hotel...If you go for International hotels and you know you are going to get generally a good standard. We like to have somewhere quiet, not busy, not too touristy. ...how much would it be going to cost? What sort of facilities there are? ...it was appropriate for my family? [B3 (1, 6)]

We wanted to go to the hotel which would provide a good level of service, meant we could totally relax and enjoy ourselves. B11 (1)

2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย (B3, B4, B11) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักจากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ สื่ออินเทอร์เน็ตสื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์ สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.11 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหา  
สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก ก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง	
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว	B4, B3
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์	B11

จากตารางที่ 4.11 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก ก่อนการเดินทางได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง มีรายละเอียดดังนี้



## (1) แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง

## ก. สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวชาว

สหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก 2 ราย (B3, B4) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว แสงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B3) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาสารสนเทศเสมอ เห็นว่าการค้นหาโรงแรมที่พักจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย สามารถอ่านความคิดเห็นที่หลากหลายจากนักท่องเที่ยวรายอื่นได้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ สำหรับหนังสือท่องเที่ยวให้ภาพรวมเกี่ยวกับโรงแรมที่พักโดยทั่วไปเหมาะสำหรับการค้นหาโรงแรมในสถานที่ที่ต้องการเดินทางไป

I spend a lot of time on the internet and I finally find them as you looking around and then I save them to my favorite...You can get the idea from reading other people's comment ...“Lonely Planet Thailand” which is very good. Also the book calls “Hundred Places with a Heart”. [B3 (3)]

## ชาวสหราชอาณาจักร (B3) แสงหาสารสนเทศเกี่ยวกับ

โรงแรมที่พักจากเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่าย (service website) เริ่มจากการใช้กูเกิ้ลค้นหา โดยใส่คำค้นสถานที่ที่ต้องการ ไปพักก่อนจากนั้นจึงสำรวจผลลัพธ์ที่ค้นหาได้และติดตามลิงก์ไปจนพบเว็บไซต์ที่ต้องการแล้วก็จะเก็บบันทึกไว้ในกลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้ประจำ

What I tend to do is go on Google and put in the destination so I would typed in “Kao-Lak” and then see what come up and just follow any links and from there you come up with resorts... I finally find them as you looking around and then I save them to my favorite. [B3 (3)]

ชาวสหราชอาณาจักร (B4) ไม่ได้จองโรงแรมที่พักในประเทศไทยเพราะครอบครัวที่พักอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต แต่ใช้เว็บไซต์ของบริษัททัวร์ที่จองตั๋วเครื่องบินให้เพื่อดูรีสอร์ททีละทีละ ใช้หนังสือท่องเที่ยวสำรวจดูโรงแรมที่พักเพราะมีสารสนเทศให้เลือกมากมาย ตั้งแต่ห้องพักพร้อมอาหารเช้า (bed & breakfast) ไปจนถึงโรงแรมระดับ 5 ดาว สถานที่ตั้ง และแผนที่โดยรอบ

I look on the internet through my travel agent 'website [trailfinders]... on sea side resort? and I look through some of the guides [Rough Guide]. It gives you the information for all accommodation from bed & breakfast to 5 star hotels. It gives you big choices. It gives you addresses. It gives you location and map. [B4 (2)]

#### ข. สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์ชาวสหราชอาณาจักร

กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก 1 ราย (B11) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถดูภาพเสมือนจริงและเปรียบเทียบราคากับบริษัททัวร์ได้เขาใช้ภูเก็ลโดยใส่คำค้น โรงแรมระดับหรูและสถานที่ จากนั้นจึงสำรวจเลือกผลลัพธ์ที่แสวงหาได้และติดตามลิงก์ไปยังเว็บไซต์ของ โรงแรมโดยตรงเพื่อดูรายละเอียด เมื่อได้รายชื่อของ โรงแรมแล้วก็ติดต่อไปยังบริษัททัวร์ โดยแจ้งรายชื่อของ โรงแรมที่ต้องการเข้าพักและงบประมาณ เพื่อให้บริษัททัวร์จองห้องพักที่เหมาะสมให้ผ่านทางอีเมลล์และโทรศัพท์เพื่อส่งเอกสารยืนยันการจองห้องพัก

I could do from the internet...the photograph of the Siam Suite... the room rate...I could just check with the hotel website...just to make sure that you know the price we have been quoted, are ok...On Google I actually typing in "luxury hotel Bangkok"...I simply worked my way through until I found hotel we wished to reside...I then contacted to travel agent and then said these are the hotels that we're interested in and this is my budget...by e-mail ...telephone. I have to print it out and present it to the hotel. [B11 (4)]

1.2.3 สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มที่เดินทางมาครั้งแรกทั้ง 3 ราย แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสถานการณ์ทางการเมือง เพราะเป็นการเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก จึงต้องการให้การพักผ่อนเป็นไปอย่างมีความสุขและเกิดความประทับใจ

การแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ แบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง และแหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง

1) สารสนเทศประกอบการตัดสินใจในการเดินทางชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย แสวงหาก่อนการเดินทางคือ ฤดูกาลท่องเที่ยว การเดินทาง จากสนามบินถึงสถานที่ท่องเที่ยวและ โรงแรมที่พัก ศิลปวัฒนธรรม การดำเนินชีวิตของไทย การใช้ ภาษาไทย และแหล่งใช้จ่ายใช้สอยต่าง ๆ

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B3) กล่าวว่า ฤดูกาลท่องเที่ยวมีความสำคัญจะดูว่าเวลาที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวหรือไม่เพราะไม่ต้องการเดินทางในฤดูท่องเที่ยว รายที่ 2 (B4) หนังสือท่องเที่ยวให้ข้อมูลทุกอย่างที่ต้องการตั้งแต่ลงจาก เครื่องบินไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดภูเก็ต สถานที่ตั้งพร้อมแผนที่ในการเดินทาง ภาษาและ วัฒนธรรมของไทย

When we were going in low season, some resort made high season period start at the beginning of October instead of end of October. You need to be careful that you're getting the right period. [B3 (6)]

It explains just everything from getting off at the airport to all places to visit [Phuket]. It gives you addresses. It gives you location and the map...It tells you about the language and the culture which is very important to us. [B4 (2)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 3 (B11) กล่าวว่า แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับแหล่ง ใช้จ่ายใช้สอยที่สวนจตุจักรก่อนการเดินทางเพียงอย่างเดียว เพราะคิดว่าเมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพฯ แล้วสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้

That was about big market that my wife could go to at the weekend...We know we have pretty much time to settle down and plan for the rest of the holiday. [B11 (7)]

2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ก่อนการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่ เดินทางมาเป็นครั้งแรกทั้ง 3 ราย แสวงหาจากสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง จากแหล่งสารสนเทศที่สำคัญคือ หนังสือท่องเที่ยว และสื่ออินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.12 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ก่อนการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก
-หนังสือท่องเที่ยว	B4, B11
-สื่ออินเทอร์เน็ต	B3

จากตารางที่ 4.12 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทาง ได้แก่ หนังสือท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต มีรายละเอียดดังนี้

(1) หนังสือท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B4, B11) ใช้หนังสือท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศประกอบการตัดสินใจ รายแรก (B4) กล่าวว่า “Rough Guide” เป็นหนังสือที่ดีมีประโยชน์ให้ข้อมูลเชิงลึกครอบคลุมทุกคำถามและมีข้อมูลทันสมัยรายที่ 2 (B11) ภรรยาใช้หนังสือท่องเที่ยวภาษาญี่ปุ่นแสวงหาสารสนเทศประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง เพราะหนังสือท่องเที่ยวมีประโยชน์

It's a rough guide ...I'd like to say they are very in-depth. They are very helpful...

They are a very good source of information and generally they are up to date. [B4 (1)]

Mako got her a Japanese guide book...and that proved to be very valuable. It has been very useful for us. [B11 (9)]

(2) สื่ออินเทอร์เน็ต ชาวสหราชอาณาจักรหนึ่งราย (B3) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ เพราะใช้เป็นประจำและเป็นแหล่งที่มีประโยชน์

I spend a lot of time on the internet...Most of the information I've found on the internet which is very useful. [B3 (2, 3)]

สรุปผลการวิจัยการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางของชาว สหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ทั้งกลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งและกลุ่มที่ เดินทางมาเป็นครั้งแรกแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรส่วนใหญ่ใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตและบริษัททัวร์เป็นแหล่งสารสนเทศหลักในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเที่ยวบิน โรงแรมที่พัก สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง นอกจากนั้นแล้วยังใช้แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง เช่น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ร่วมกับบริษัททัวร์สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยว และหนังสือท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่าย ทางสังคม เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางมาประเทศไทย

## 2. การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร กลุ่มผู้มีรายได้สูงระหว่างการเดินทาง

ประสบการณ์ในการเดินทางมีบทบาทสำคัญต่อการแสวงหาสารสนเทศของ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงระหว่างการเดินทาง ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป และกลุ่มที่เดินทางมา ประเทศไทยเป็นครั้งแรก

ตารางที่ 4.13 นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงแบ่งตามประสบการณ์ในการ เดินทางมาประเทศไทย ระหว่างการเดินทาง

ระหว่างการเดินทาง	1. กลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมา มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป		2. กลุ่มที่เดินทาง มาเป็นครั้งแรก
	1.1 เพื่อพักผ่อน	1.2 เพื่อทำธุรกิจ และพักผ่อน	
ชาวสหราชอาณาจักร	B1, B2, B5, B6	B10, B15, B17	B3, B4, B11
กลุ่มผู้มีรายได้สูง	B7, B8, B9, B12	B18	
	B13, B14, B16		

จากตารางที่ 4.13 แสดงการแบ่งนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ตามประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทย ระหว่างการเดินทางเป็น 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มที่มี

ประสบการณ์ในการเดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป 2) กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก มีรายละเอียดดังนี้

## 2.1 กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปจำนวน 15 รายแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนจำนวน 11 ราย และกลุ่มที่เดินทางมาทำธุรกิจและพักผ่อนจำนวน 4 ราย

**2.1.1 กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน** ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางเพื่อพักผ่อนทั้ง 11 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B9, B12, B13, B14, B16) แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตไทย การคมนาคม ร้านอาหารอร่อย บริการสปา แหล่งจับจ่ายใช้สอย และกีฬากลางแจ้ง

การแสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งสารสนเทศที่ใช้ระหว่างการเดินทาง

1) สารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 4 รายแรก (B1, B2, B13, B14) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ การคมนาคม และกีฬากลางแจ้งได้แก่ จักรยานภูเขา การดำน้ำ และการเดินป่า ระหว่างการเดินทางเพื่อให้การท่องเที่ยวเต็มไปด้วยความสุข สนุกสนานและความประทับใจ

I want to do [hiking tour]. I want to go to the hills so therefore I look for the one that can take me to do that and then I talk to them and check that they can do that. [B13 (5)]

Information about the festival "full moon festival"...most information about local things...flight times from Samui to Bangkok and could I catch the ferry from Samui to Koh Pha Ngan. [B14 (7)]

ชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B6, B8, B9) สนใจแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตของไทย การเดินทางท่องเที่ยว และบริการสปา และอีก 2 ราย (B7, B16) เดินทางมาประเทศไทยเพื่อทำสปา ทานอาหารไทย และจับจ่ายใช้สอย

I like to see the culture of the country...places of interests. It could be historical or cultural...Thai people and the culture that they use....a good local health spa...how to get to places. . [B6 (4)]

She's very interested about the history of Thailand...the royal family...I like watching birds, the flying birds...scenery...varieties...transport. [B8 (3, 10)]

We did try to book the car hire from here but it is not possible. [B9 (7)]

I only want to have a massage, enjoy Thai food and shopping. [B7 (6)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 10 (B12) เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบิดา มารดา ต้องการหาสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ร้านอาหารเพื่อจัดฉลองวันเกิด สถาน บันเทิง และรายสุดท้าย (B5) เดินทางมากับครอบครัว ต้องการหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับกิจกรรม กลางแจ้งที่เหมาะสมกับเด็กเล็กได้แก่ การนั่งเรือท่องเที่ยว หาดที่ปลอดภัย สวนสาธารณะ และ ร้านอาหารอร่อย

A place to take my mum for her Birthday while she was here...places to dine, places to go for drinks at night. [B12 (4, 7)]

Mainly what is available for children to do and outdoor activities... play in the sea, day trip on the boat, children's park ...restaurant, day trip or things to do together. [B5 (1)]

2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่ เดินทางมาพักผ่อนทั้ง 11 ราย แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจากแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่ เอกสารแผ่น พับร่วมกับคนท้องถิ่น เครือข่ายทางสังคมร่วมกับคนท้องถิ่น หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับคนท้องถิ่น สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น บริษัททัวร์ร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและ คนท้องถิ่น บริษัททัวร์ร่วมกับแผนที่เอกสารแผ่นพับร่วมกับเครือข่ายทางสังคมและคนท้องถิ่น

ตารางที่ 4.14 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน  
ใช้แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง	
เอกสารแผ่นพับร่วมกับคนท้องถิ่น	B6, B7, B12
เครือข่ายทางสังคมร่วมกับคนท้องถิ่น	B8, B9
หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับคนท้องถิ่น	B5, B16
สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น	B14
บริษัททัวร์ร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น	B1
บริษัททัวร์ร่วมกับแผนที่	B13
เอกสารแผ่นพับร่วมกับเครือข่ายทางสังคมและคนท้องถิ่น	B2

จากตารางที่ 4.14 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทาง ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง มีรายละเอียดดังนี้

(1) แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่

ก. เอกสารแผ่นพับร่วมกับคนท้องถิ่น ชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B6, B7, B12) เลือกใช้แผ่นพับและคนท้องถิ่นแสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทาง รายแรก (B6) กล่าวว่า หลังจากที่เช็คอินเข้าห้องพักแล้วจะไปที่ประชาสัมพันธ์เพื่อดูโบว์ชัวร์ (brochures) ว่ามีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอะไรบ้างหรือบางที่จะสอบถามจากพนักงานโรงแรมว่ามีเทศกาลสำคัญอะไรในช่วงเวลานี้บ้าง รายที่สอง (B12) ใช้แผ่นพับแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญใกล้กับที่พักและให้เพื่อนคนไทยช่วยสอบถามข้อมูลท่องเที่ยวเกี่ยวกับคนท้องถิ่น

After I checked in, one of the first things I do is to check at the front desk to see what brochures they have, what tours they have...it's a good thing to ask the local staff in the hotel on local interests. [B6 (4)]



For facilities is good to have leaflets to show what was available in each room and what was available in the local area of the hotel...I used a friend who speaks Thai fluently to get some local information. [B12 (7)]

ข. เครือข่ายทางสังคมร่วมกับคนท้องถิ่น ชาว

สหราชอาณาจักร 2 ราย (B8, B9) เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกัน ไม่ได้แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางจากบริษัททัวร์หรือแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ นอกจากครอบครัวที่อาศัยอยู่ในเมืองไทย และสอบถามพนักงานโรงแรมเกี่ยวกับการเช่ารถและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

To be honest all of the information came from James (our son)...We met the German guy. He...had explained to us what were they doing? They were building a big resort hotel there which is where we stayed sometime. [B8 (3)]

Having our son here, he was able to lead...because my son's wife being Thai, we rely a lot on her. The only thing I asked the hotel staff is whether they have internet access here?... We did try to book the car hire from here but it is not possible. [B9 (2, 7)]

ค. หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับคนท้องถิ่น ชาว

สหราชอาณาจักร 2 ราย (B5, B16) นำหนังสือท่องเที่ยวคิดตัวมาใช้ระหว่างการเดินทางเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมที่พักและแหล่งจับจ่ายใช้สอย อีกทั้งยังสอบถามเส้นทางจากคนท้องถิ่น

I carry this book with me [Bangkok] so I can look for local hotels and shopping places...I asked the hotel staff how to get there. [B16 (10)]

ง. สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B14) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตค้นหาตารางเวลาบินภายในประเทศและที่อยู่ของโรงแรมที่เคยพัก ใช้หนังสือท่องเที่ยวที่นำติดตัวมาค้นหาข้อมูลทั่วไปในเกาะพะงันและสอบถามคนท้องถิ่นเกี่ยวกับรายละเอียดของกิจกรรมที่ต้องการทำ

I booked my flight ticket to Samui [internet]...I had “Lonely Planet” a guide book and I read about Koh Pha Ngan just to give me the idea...only local information such as where is the place to hire a bike and most of my local information came from the shops.

[B14 (6, 7)]

จ. บริษัททัวร์ร่วมกับหนังสือท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ชาว  
สหราชอาณาจักร 1 ราย (B1) เลือกใช้บริษัททัวร์ภายในประเทศและหนังสือท่องเที่ยวแสวงหา  
สารสนเทศระหว่างการเดินทางเพราะเดินทางคนเดียวไม่มีทางเลือกมากนักบริษัททัวร์เป็นผู้จัด  
เส้นทางท่องเที่ยวให้ บางครั้งสอบถามกิจกรรมก็พาดกลางแจ้งจากคนท้องถิ่นและหนังสือแนะนำ  
ท่องเที่ยว

Sometime I just go to the local travel agency on the street... I use the travel guide “Lonely Planet” and then talking with the people at the hotel or the guests just to get the sense of places to visit...and tried to get the right things for me such as physical activities and exercise during the day. [B1 (3)]

ฉ. บริษัททัวร์ร่วมกับแผนที่ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B13) เลือกใช้  
บริษัททัวร์ภายในประเทศร่วมกับแผนที่ระหว่างการเดินทางเพราะสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวมี  
บริษัททัวร์ที่จัดกิจกรรมประเภทเดินป่าอยู่มากและแผนที่เป็นประโยชน์มากสำหรับ  
นักเดินทาง

There are a lot of shops in Chiang Mai that offer hiking tours. We went in to a couple of shops and had somebody that took us...I just need to know where everything is and hopefully I have a good map. A good map is the most useful thing. [B13 (5, 8)]

ช. เอกสารแผ่นพับร่วมกับเครือข่ายทางสังคมและคนท้องถิ่น ชาว  
สหราชอาณาจักร 1 ราย (B2) ใช้แผ่นพับค้นหากิจกรรมที่สนใจภายใน โรงแรมที่พักและบริเวณ  
โดยรอบเพื่อดูสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สอบถามเกี่ยวกับร้านอาหารและการเดินทางจาก  
พนักงานโรงแรม อีกทั้งยังแลกเปลี่ยนข้อมูลทั่วไปแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวกับคน  
ท้องถิ่น

In the hotel, they are brochures...talk to the concierges...meet other people because you talk to them and interface like where did you go?...You have an inside track. People do live in the place and they know the place well. [B2 (6)]

**2.1.2 กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน** ชาวสหราชอาณาจักรผู้มีรายได้สูง 4 ราย (B10, B15, B17, B18) แสวงหาสารสนเทศที่สนใจระหว่างการเดินทางได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ การคมนาคม ร้านอาหารอร่อย แหล่งจับจ่ายใช้สอย และกีฬากลางแจ้ง

1) สารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B15, B17) ต้องการรู้สารสนเทศเกี่ยวกับการคมนาคม แหล่งจับจ่ายใช้สอยเวลาว่าง และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ และอีก 2 ราย (B10, B18) ต้องการหาร้านอาหารอร่อยใกล้ที่พัก ตีกอล์ฟ และสถานที่ถ่ายทอดฟุตบอล

A little bit about some local transportation...a little shopping, a little bit of sightseeing...and a few things about where to eat. These's sort of stuff. [B15 (11, 12)]

He called the taxi and talk to the taxi about where I wanted to go. Today I was at "The Grand Palace" and I did a river tour as well...Yes [restaurant], good place to go for shopping, where is the best market?... I'm thinking of the night market. [B17 (7, 12, 14)]

Shopping is not my favorite thing, only restaurant, golf course and where to watch football on TV. [B10 (8)]

2) แหล่งสารสนเทศที่ใช้ระหว่างการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนทั้ง 4 ราย แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจากแหล่งสารสนเทศสำคัญ ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งคือ หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับคนท้องถิ่น เครือข่ายทางสังคมร่วมกับคนท้องถิ่น บริษัททัวร์ร่วมกับเครือข่ายทางสังคมและเอกสารแผ่นพับและนิตยสารท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.15 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน  
ใช้แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง	
หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับคนท้องถิ่น	B10
เครือข่ายทางสังคมร่วมกับคนท้องถิ่น	B15
บริษัททัวร์ร่วมกับเครือข่ายทางสังคมและเอกสารแผ่นพับ	B17
-นิตยสารท่องเที่ยว	B18

ตารางที่ 4.15 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนใช้แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง และนิตยสารท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

(1) แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง

ก. หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับท้องถิ่น ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B10) เลือกใช้หนังสือท่องเที่ยวที่จัดให้สำหรับแขกที่มาพักและสอบถามพนักงาน โรงแรมเกี่ยวกับร้านอาหารอร่อย สนามกอล์ฟ และสถานที่ถ่ายทอดฟุตบอล

Usually the free one in the hotel, you know where to dine, if I look for the restaurant I would look through that...I would go to the concierge and say I want a nice Thai restaurant with in the walking distance. [B10 (8)]

ข. เครือข่ายทางสังคมร่วมกับคนท้องถิ่น ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B15) แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางจาก เพื่อนที่ทำงานอยู่ในประเทศไทยและสอบถามพนักงานเกี่ยวกับการคมนาคมซึ่งก็ได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดี

Oh yes, work friends could always help. Yes, a couple of them, one or two will come and show me around a little bit and take me out to restaurants and things...I think there is a good concierge facility...I just asked them to help me a little bit about some local transportation. They appear to be very helpful... [B15 (11, 12)]

ค. บริษัททัวร์ร่วมกับเครือข่ายทางสังคมและแผ่นพับ ชาว

สหราชอาณาจักร 1 ราย (B17) ติดต่อบริษัททัวร์เพื่อไปเที่ยววัดพระแก้วและนั่งเรือล่องแม่น้ำเจ้าพระยา สอบถามเพื่อนชาวสหราชอาณาจักรที่ทำงานอยู่ในประเทศไทยเกี่ยวกับร้านอาหารไทย และใช้แผ่นพับภายในโรงแรมที่พักและศูนย์แนะนำการท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในกรุงเทพฯ

I have some friends here...They've always been very helpful...There are some leaflets in the hotel and I went for a walk yesterday through a local park and there was a kiosk [Grand Palace and River Tour], a book that has some leaflets as well which has suggested places to go and a small map. [B17 (7)]

(4) นิตยสารท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B18) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางจากนิตยสารท่องเที่ยวในร้านกาแฟ เพราะชอบบรรยากาศที่ผ่อนคลายทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

If I'm here in the coffee shop there are a lot of cool magazines. You feel very relax. You're more receptive to actually looking at something and thinking I'd be very nice to go here...[B18 (7)]

2.2 กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก ชาวสหราชอาณาจักรผู้มีรายได้สูง 3 ราย (B3, B4, B11) แสวงหาสารสนเทศที่สนใจระหว่างการเดินทางแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ สารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งสารสนเทศที่ใช้

ตารางที่ 4.16 แหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างการเดินทาง

แหล่งสารสนเทศ	กลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก
-แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง	
เอกสารแผ่นพับร่วมกับแผนที่และคนท้องถิ่น	B3
หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับเอกสารแผ่นพับและเครือข่ายทางสังคม	B4
หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับบริษัททัวร์และคนท้องถิ่น	B11

จากตารางที่ 4.16 แสดงแหล่งสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกใช้แสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง มีรายละเอียดดังนี้

(1) แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ได้แก่

ก. เอกสารแผ่นพับร่วมกับแผนที่และคนท้องถิ่น ชาว

สหราชอาณาจักรรายแรก (B3) มีอุปนิสัยในการท่องเที่ยวที่เรียบง่าย ชอบการอาบน้ำแดดและอ่านหนังสือบริเวณสระน้ำของโรงแรม แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางจากเอกสารแผ่นพับพนักงานโรงแรมและใช้แผนที่ดูเส้นทางจากกรุงเทพฯ ไปเขาหลัก

Hotel, they usually have information where to go [brochure]...only the hotel staff usually they are very good. ...We have a map of Thailand. [B3 (4)]

ข. หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับเอกสารแผ่นพับและเครือข่ายทางสังคม

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สอง (B4) ใช้หนังสือท่องเที่ยวและแผ่นพับค้นหาสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น และสอบถามสารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากครอบครัวที่อาศัยอยู่ภูเก็ต

I'd pick up the leaflet...it would give me the idea about the area...I've a family here my brother and my sister in law who just bought a property here in Phuket...I just rely mostly on my brother to show me around and to take me around to the different areas. [B4 (2, 4)]

ค. หนังสือท่องเที่ยวร่วมกับบริษัททัวร์และคนท้องถิ่น ชาว

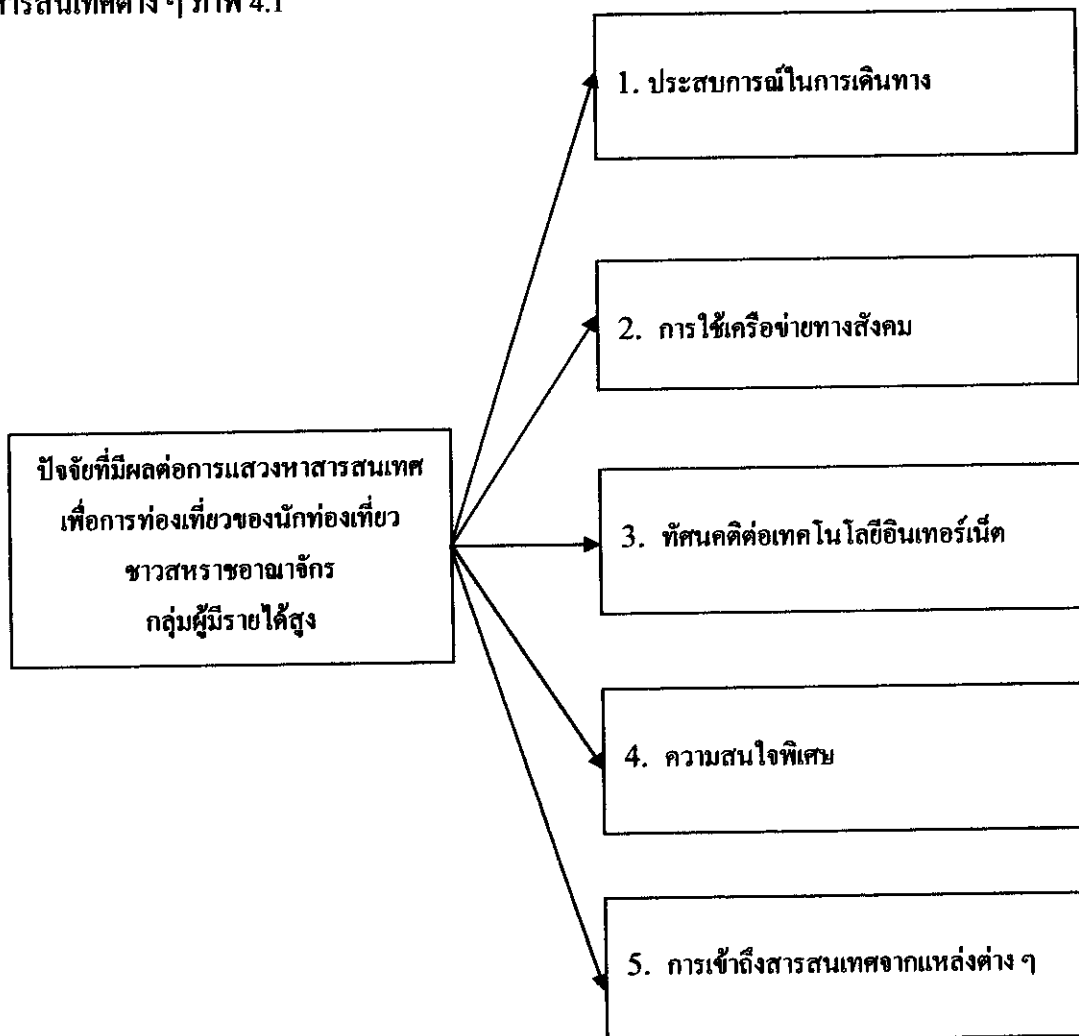
สหราชอาณาจักรรายที่สาม (B11) ใช้หนังสือท่องเที่ยวภาษาญี่ปุ่นของภรรยาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดนัดสวนจตุจักร สอบถามและซื้อทัวร์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่จังหวัดกาญจนบุรีจากบริษัททัวร์ภายในโรงแรมที่พัก และสอบถามเส้นทางคมนาคมและแหล่งท่องเที่ยวจากพนักงาน โรงแรม

Mako got her a Japanese guide book and we also have been giving a map from the hotel. ...We went to the concierge desk... We asked the hotel... [B11 (7, 9)]

ผลการวิจัยการแสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรทุกคนแสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจากแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง โดยเฉพาะสารสนเทศจากคนท้องถิ่นเพราะมีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเชิงลึก และการใช้แหล่งสารสนเทศอื่น ๆ ร่วมกันเพราะสารสนเทศที่ได้รับจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งอาจไม่เพียงพอ จึงต้องแสวงหาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้รับสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

### ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่าปัจจัยแวดล้อมที่มีส่วนสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงประกอบด้วย ประสบการณ์ในการเดินทาง การใช้เครือข่ายทางสังคม ทักษะติดต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ความสนใจพิเศษ และการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ภาพ 4.1



ภาพที่ 4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย



3.1 ประสบการณ์ในการเดินทาง (past travel experiences) ปัจจัยแรกที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งหมายถึงประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในประเทศสหราชอาณาจักรและต่างประเทศจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงจำนวน 18 รายพบว่า ประสบการณ์ในการเดินทางมีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางผู้วิจัยแบ่งนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรตามประสบการณ์ในการเดินทางเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทย จำนวน 15 ราย และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก จำนวน 3 ราย

3.1.1 กลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทย จำนวน 15 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B9, B10, B12, B13, B14, B15, B16, B17, B18) นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรทุกรายนำประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยใช้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว สายการบิน โรงแรมที่พักและแหล่งสารสนเทศ ก่อนการเดินทางดังนี้

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของความถี่การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ก่อนการเดินทางของกลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทย

การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ (n=43 ราย)	จำนวน	ร้อยละ
- การเลือกแหล่งสารสนเทศ		
การเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต	8	18
การเลือกบริษัททัวร์	5	12
การเลือกสื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์	2	5
- การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	11	26
- การเลือกสายการบิน	9	21
- การเลือกโรงแรมที่พัก	8	18
รวม	43	100

จากตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ก่อนการเดินทางของกลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทย ได้แก่ การเลือกแหล่งสารสนเทศ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกสายการบิน และการเลือก โรงแรมที่พัก มีรายละเอียดดังนี้

1) การเลือกแหล่งสารสนเทศนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง นำประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยเลือกแหล่งสารสนเทศ ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และสื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับบริษัททัวร์ ก่อนการเดินทาง

(1) การเลือกสื่ออินเทอร์เน็ตนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 8 ราย (B1, B5, B6, B10, B12, B15, B16, B18) (ร้อยละ 18) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแสวงหาสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตเพราะใช้เว็บไซต์ค้นหาข้อมูลอยู่เป็นประจำ ได้รับความสะดวก รวดเร็ว คุ่มค่า ปลอดภัยเมื่อต้องชำระเงินออนไลน์ และไม่มีปัญหาในวันเดินทางเกี่ยวกับวันเวลา และที่นั่งที่ได้สำรองไว้

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B5) ใช้เว็บไซต์ตัวแทนจำหน่าย “ebooker” ของตัวเครื่องบินเป็นประจำ เพราะคุ่มค่าด้านราคา สะดวก รวดเร็ว และไม่เคยประสบปัญหาในการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ใช้เว็บไซต์ “hotelthailand” ของโรงแรมที่พัก เพราะคิดค่าบริการห้องพักต่อห้องซึ่งแตกต่างจากเว็บไซต์ในประเทศสหราชอาณาจักรที่คิดค่าบริการห้องพักต่อคน รายที่สอง (B6) กล่าวว่า ประสบการณ์ในการเดินทางทำให้รู้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการแสวงหาสารสนเทศที่ดีที่สุด เคยใช้เว็บไซต์ “airlinenetwork” ของตัวเครื่องบินมาก่อน เห็นว่าเป็นเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ มีบริการส่งตัวเครื่องบินล่วงหน้า ไม่เคยมีปัญหาในการชำระเงินออนไลน์ เว็บไซต์ “sawadee.com” ตอบรับการจองผ่านอีเมลได้รวดเร็ว และมีรายละเอียดของการสำรองห้องพักล่วงหน้าทุกครั้งเมื่อเข้าเช็คอินที่โรงแรม

I use “ebooker” quite regular... you probably saved about 20-30%...When you booked your flight, it only takes half an hour...I never have any problems. I always used the visa card. We often use a website call “hotelthailand.com” for a lot of our accommodations. ...You pay for the room but if you book through UK, they’d charge per person for a room. [B5 (2, 3)]

Experience has shown me that the best way to search for travel information is the internet... I find it very reliable. The ticket is always issued to you in plenty of time. I have no problem of security when I make payment and in “sawadee.com” you get quick reply by e-mail...my confirmation had always been in the hotel’s computers. [B6 (3)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B12, B15, B18) เลือกจองตั๋วเครื่องบินกับเว็บไซต์ของสายการบิน เพราะมีประสบการณ์ในการจองเที่ยวบินกับเว็บไซต์หลายครั้ง เว็บไซต์ใช้งานง่าย มีสารสนเทศครบถ้วนตามความต้องการ ไม่มีปัญหาในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต คุ้มค่างานราคาและสามารถเลือกดูสารสนเทศจากเว็บไซต์อื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจได้ ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารสามารถติดต่อกลับทางโทรศัพท์เมื่อมีปัญหา

I always fly with Thai Airways. They are very good. I used them many times. The new website is better than the old one...They are more reliable...Yes, paid on the website by credit card...cheaper and more convenient. They give you more chance to look at the different sites. [B12 (1, 5)]

You were using them before so you feel comfortable. You know your way to navigate around the webpage to find the information that you really want...I think the more you do of course the easier it becomes. [B15 (13)]

It's informative and it's comparable to other websites. British Airways is primary in English so it's easy to navigate around...It is easy to communicate with them. If you want to pick up the phone you can talk them. [B18 (2, 13)]

(2) การเลือกบริษัททัวร์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 5 ราย (B2, B7, B8, B9, B13) (ร้อยละ 11) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาใช้ในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสายการบินและโรงแรมที่พักจากบริษัททัวร์ เพราะเคยใช้บริการเป็นประจำไว้วางใจว่าสารสนเทศที่ได้รับนั้นถูกต้องและตรงกับความต้องการ

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร (B2, B7) กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากประสบการณ์ของตนเองบริษัททัวร์ที่ใช้อยู่ประจำรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของลูกค้านี้และสามารถช่วยจัดการเดินทางให้เป็นไปได้ด้วยดี

Because everybody bases whatever they do on experiences...I've a trusted agent who helps me with my travel...she has been helping us for years and she gave me a good deal. Her advice is good and everything works. [B2 (7, 1, 3)]

She has helped me for quite a long time and she knows very well what I like and dislike and I know what they can do. [B7 (2)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B9) ใช้บริษัททัวร์ของตัวเครื่องบินในการเดินทางไปทำธุรกิจในต่างประเทศหลายครั้ง จึงไว้วางใจให้จัดการเดินทางให้และการรู้จักกับเจ้าหน้าที่บริษัททัวร์เป็นการส่วนตัวทำให้ได้รับการบริการอย่างดีเสมอมา นักท่องเที่ยวไม่ได้จองห้องพักผ่านบริษัททัวร์แต่จองผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมโดยตรง

We brought our flights from a travel agent in England. We've done a lot of worldwide trips through Travelbag. We trust them and we also know the lady at the office in Cheltenham. She has been very good. [B9 (2)]

(3) การเลือกสื่ออินเทอร์เน็ตและบริษัททัวร์ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B14, B17) (ร้อยละ 5) เพราะประสบการณ์ในการเดินทางทำให้รู้ว่าสารสนเทศที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตและบริษัททัวร์อาจแตกต่างกันจึงต้องใช้สารสนเทศจากทั้งสองแหล่งเปรียบเทียบกัน

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 รายแรก (B14, B17) มีประสบการณ์ที่ดีในการใช้เว็บไซต์ของตัวเครื่องบิน เพราะใช้งานง่ายและสามารถเก็บข้อมูลการทำธุรกรรมของลูกค้าไว้ทำให้ไม่ต้องเสียเวลารอกข้อมูลใหม่ทุกครั้งเวลาเดินทาง เจ้าหน้าที่จากบริษัททัวร์สามารถให้คำปรึกษาได้ดี ทำให้การจัดการเดินทางสะดวกมากขึ้น

I used the website call "kayak.co.uk"...that was the most accessible one and it was easy to use. It saved my personal information It remembered me each time so I didn't have to type all of my details ...I also double check with competing travel agent just to compare the prices. [B14 (1, 4)]

I need the travel agent to provide me with the trip but I used BA website [British Airways] to check whether they were giving me the best answer... I've BA already [bookmark]... The agent is XCM travel and they are my company travel agent. They can offer good advice and contact point if there are problems. [B17 (2, 3)]

2) การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 11 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B10, B12, B13, B14, B16, B18) (ร้อยละ 26) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาใช้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เพราะประสบการณ์ทำให้รู้ว่าควรเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใดและในแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีกิจกรรมอะไรที่น่าสนใจ

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B1) เคยเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยรู้คร่าว ๆ ว่าควรจะไปเที่ยวที่ไหนและทำกิจกรรมอะไร อีก 4 ราย (B2, B5, B6, B18) เคยมาเที่ยวประเทศไทย รู้ว่าประเทศไทยมีหาดสวยงาม มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี โรงแรมสวย คนไทยมีอัธยาศัยไมตรี อากาศดีเหมาะสำหรับการพักผ่อน

I have been to Thailand before so I know roughly what I want to do and the place I want to visit [Chiang Mai, Pattaya, Hua Hin]. [B1 (2)]

Phuket is where I spend a lot of my time. Phuket is probably the most beautiful island in the world. It has good infrastructure. It has good quality of service and hotels they are great also people are friendly, the weather is good. [B2 (3, 6)]

I know from past travel experience in Phuket, coming here where the best beaches are? I'd look for hotels in Bang-Tao area which is where I am now because this is one of the best beaches and this is why I choose to stay here. [B6 (6)]

I know when we come to Thailand some beaches are going to be good and I know some beaches have rocks. I know some places wouldn't be suitable; it may be attractive but wouldn't be such fun. [B18 (7)]

We have been there before anyway [Koh Pangan], so we know that the sea is a bit shallow, in that area there is no wave so it is a nice place to stay. [B5 (2)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรอีก 2 ราย (B10, B13) มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทย รู้สึกประทับใจและต้องการเดินทางมาเที่ยวเสมอเมื่อมีโอกาสและรู้ว่าตามแหล่งท่องเที่ยวมีบริษัททัวร์ที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ได้ตามความต้องการ

Just years of experiences in Thailand, this is where I wanted to come I'm not comparing should I go to Thailand or Bali? That decision had already made. It has always been Thailand. [B10 (6)]

When we talk about Thailand we already know Thailand reasonably well because we have been here so many times...I can find a lot of different shops that can organize the hiking trip. [B13 (4)]

3) การเลือกสายการบินนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 9 ราย (B1, B6, B8, B10, B12, B14, B16, B17, B18) (ร้อยละ 21) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาใช้ในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับสายการบินเพราะเดินทางกับสายการบินเหล่านี้เป็นประจำ รู้รายละเอียดด้านความตรงต่อเวลา ตารางบิน ราคา ที่นั่ง สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการบนเที่ยวบินเป็นอย่างดี

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 รายแรก (B6, B8) ประสบการณ์ในการเดินทางทำให้รู้ว่าสายการบินภายในประเทศไทยเป็นอย่างไร ทั้งในด้านความตรงต่อเวลาและความสะดวกสบายของที่นั่ง

I've always tried to learn from past travel experiences. For example past travel experiences have told me "what domestic airlines are goods in Thailand?" because sometime I've been delayed on certain flights. [B6 (6)]

Last time we flew 'Thai' but we were in the middle section very inflexible you know, so Emirate seats are a little bit bigger so we came with Emirates. [B8 (1)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายที่สามและสี่ (B10, B12) เลือกบินกับสายการบินไทยและสิงคโปร์เป็นประจำ เพราะสายการบินที่มีคุณภาพ ถึงแม้ราคาตัวเครื่องบินจะค่อนข้างสูง

Singapore Airlines is very good. I fly with Singapore Airline all the time. They're always my first choice but they're more expensive. I'm a frequent flyer with them. [B10 (2)]

Flying around with Thai Airways has always been very convenient...I flew with them so many times. It's more cost effective if you fly to another country non-direct but I prefer to fly direct and pay the premium. [B12 (9)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายที่ห้าและหก (B16, B17) ประสบการณ์ในการบินทำให้รู้ว่าสายการบินใดเป็นสายการบินที่ดีและเป็นเที่ยวบินตรง

Swiss Air. I used it a lot but unfortunately it was a non-direct flight. I love to use it again, however it's quite difficult when you have children because of the connecting flight in the Far East. [B16 (10)]

I know I would try to avoid certain airlines. Some are very good airlines such as BA, Singapore Airlines and Thai Airways. [B17 (10)]

4) การเลือกโรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักร 8 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B10, B17, B18) (ร้อยละ 18) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาใช้ในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พัก เพราะรู้ว่าโรงแรมใดเงียบสงบ สวยงาม มาตรฐานการบริการดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก และมีราคาที่เหมาะสม

ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B1, B2) รู้จักโรงแรมที่พักยามาก่อนและเลือกมาพักอีก เพราะสวย ติดทะเล ไม่พลุกพล่าน ให้ความเป็นส่วนตัวสูงและสามารถทำกิจกรรมที่ชื่นชอบได้

I know from the previous visit. I want to stay in a nice hotel... When I go on holiday I like to go on a boat and I like to hire bicycle, snorkeling and swimming [B1 (2, 3)]

The hotels they are actually quite different so something very secluded and that was something I was looking for. [B2 (3)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B10) ใช้ประสบการณ์ในการเดินทางเลือกโรงแรมที่มีดีทั้งเหมาะสม มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นโรงแรมระดับสี่หรือห้าดาวที่มีความสะอาดและสะดวกสบายมากกว่า รายที่สี่ (B17) รู้ว่าโรงแรมในทวีปเอเชียมีมาตรฐานดีกว่าโรงแรมในทวีปยุโรป มีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างตามที่ลูกค้าต้องการ รายที่ห้า (B18) รู้ว่าโรงแรมใดมีมาตรฐานดีและการถือบัตรสมาชิกของโรงแรมจะได้รับสิทธิพิเศษในการยกระดับห้องพักรวมทั้งการบริการอื่น ๆ

I like a hotel in the right location, must have a gym, must have internet access and then what is the star rating? Are they 1 star or 5 stars? And based on this what is the price? Have I stayed there before? I don't normally go to 3 only 4 or 5. More comfortable, more concern about being clean and comfort. [B10 (5, 6)]

All of the hotels I have stayed in Asia are much better quality than the ones I've used in Europe. These sorts of hotels we are staying in [Imperial Queen Park hotel], give everything that you could want. [B17 (6)]

My experiences of these hotels have always been very good. Sometimes I even have priority cards or loyalty cards from the hotels. It gives me better upgrade or better services. [B18 (7, 8)]

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยจำนวน 11 ราย (B1, B2, B5, B6, B7, B8, B10, B12, B13, B17, B18) นำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ระหว่างการเดินทางครั้งนี้



ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของความถี่การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ระหว่างการเดินทางของกลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทย

การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ (n=11ราย)	จำนวน	ร้อยละ
การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	4	37
การเลือกร้านอาหาร	3	27
การเลือกพาหนะในการเดินทาง	2	18
การเลือกโรงแรมที่พัก	2	18
รวม	11	100

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทย ได้แก่ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกร้านอาหาร การเลือกพาหนะในการเดินทาง และการเลือกโรงแรมที่พัก มีรายละเอียดดังนี้

1) การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรจำนวน 4 ราย (B6, B7, B13, B17) (ร้อยละ 37) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาใช้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง เพราะรู้ว่าต้องการไปท่องเที่ยวและทำกิจกรรมอะไร

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B6) เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตรู้ว่าบริเวณใดมีหาดสวย เช่นเดียวกับรายที่สอง (B7) เคยใช้บริการสปาแห่งหนึ่งมาก่อนต้องการกลับไปใช้บริการอีกครั้ง และต้องการไปจับจ่ายใช้สอยที่ตลาดนัดสวนจตุจักร

I know from past travel experience in Phuket...where the best beaches are?.[B6 (6)]

I know Divana spa from my previous trip to Bangkok and I know that I should visit the weekend market whilst I'm here. [B7 (5)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B13) มีประสบการณ์เดินทางไปทั่วโลก รู้ว่าการไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่มีกิจกรรมท่องเที่ยวอะไรที่ตนเองสนใจเท่านั้นที่ไม่ใช่

กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป รายที่สี่ (B17) รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากการเดินทางมาเที่ยวครั้งก่อน ได้ไปเยี่ยมชมวัดพระแก้วและคิดว่าถ้ามีเวลาจะไปเที่ยวตลาดนัดกลางคืน

I think I've been to most of the countries in the world and South America...I go there [Chiang Mai] because I don't look for the tourist stuff but I'd try to do something specific...I didn't search on the internet. We just went round there.

[B13 (5, 10)]

I have used the staff here on the previous visit. I remember the things [places to go] they said which is very useful... I was at The Grand Palace...if I have time, I'm thinking of the night market [Patpong]. [B17 (8, 9)]

## 2) การเลือกร้านอาหารชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B2, B8, B10)

(ร้อยละ 27) นำประสบการณ์มาใช้ในการเลือกร้านอาหาร เพราะจากการเดินทางครั้งที่แล้วทราบว่าแหล่งท่องเที่ยวใดมีร้านอาหารอร่อย

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B2) รู้จักร้านอาหารที่ดีแห่งหนึ่ง ต้องการทราบว่า จะเดินทางไปยังร้านอาหารนั้นได้อย่างไร รายที่ 2 (B8) เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 10 ปีแล้ว ค้นเคยกับการทานอาหารไทย โดยเฉพาะร้านเคบเบจและคอนดอมส์ (Cabbage and Condom)

I know this restaurant is good and how do I get there? Any transport to take me there.

[B2 (6)]

We have been coming for 10 years so Thai food we normally eat anyway...We know Cabbage and Condoms... We eat in Cabbage and Condoms a lot. [B8 (2)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B10) มักจะเลือกร้านอาหารดีใกล้กับโรงแรมที่พักมากกว่าการที่ต้องเดินทางไปร้านอาหารที่ดีที่สุดในกรุงเทพฯ เพราะอาจจะไกลเกินไป เขาค่อนข้างคุ้นเคยกับสถานที่ใกล้โรงแรมที่พัก

I would look in the local area what's a good restaurant near here not like what's the best restaurant in Bangkok. That might be too far away. I would look for the local around the hotel... I know the area well [Sukhumvit]. [B10 (8, 9)]

3) การเลือกพาหนะในการเดินทางชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B5, B18) (ร้อยละ 18) นำประสบการณ์มาใช้ในการเลือกพาหนะในการเดินทาง เพราะรู้ว่าสามารถจัดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างการเดินทางได้

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B5) เคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยหลายครั้งแล้ว จึงเลือกจองตั๋วเครื่องบินภายในประเทศเมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทย รายที่ 2 (B18) เคยติดต่อบริษัทรถเช่าจากสนามบินไปโรงแรมที่พักในครั้งก่อน แต่ในการเดินทางครั้งนี้เลือกที่จะเช่ารถกับทางโรงแรมเพราะมีอิสระในการท่องเที่ยวมากกว่า

I've travelled to these places many times so I know what to find. When I arrived, I booked separate on "airasia.com". [B5 (2)]

In the past I had contacted the limousine but this trip I contacted the hotel and asked them to arrange the car...so then we have freedom to travel around the Laguna area. [B18 (10)]

4) การเลือกโรงแรมที่พัก ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B1, B12) (ร้อยละ 18) นำประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยใช้เลือกโรงแรมที่พักระหว่างการเดินทาง เพราะรู้จักสถานที่มาก่อนและรู้ว่าการจองโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงจะได้รับราคาที่เหมาะสมกว่า

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B1) เข้าพักที่โรงแรมห้าดาวก่อน จากนั้นจึงย้ายไปพักที่โรงแรมบูติกเพราะรู้จักกับเจ้าของโรงแรม ในขณะที่รายที่สอง (B12) รู้ว่าสามารถจองโรงแรมในเกาะเสม็ดได้ที่บริษัททัวร์บริเวณท่าเรือซึ่งสะดวกและได้ราคาที่เหมาะสมกว่า

I stayed at the Marriott hotel for 2 nights and then I went to the place where I knew the owner from the previous visit and stayed there for 10 day. [B1 (3)]

I just booked at the local travel agent. I have done it many times before. It was very convenient and good prices. [B12 (2)]

**3.1.2 กลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง 3 ราย (B3, B4, B11) มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมากแต่เพิ่งเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาใช้ในการเลือกแหล่งสารสนเทศ การเลือกโรงแรมที่พักและการเลือกสายการบิน ก่อนการเดินทางมาประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของความถี่การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ก่อนการเดินทางของกลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก

การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ (n=6 ราย)	จำนวน	ร้อยละ
-การเลือกแหล่งสารสนเทศ		
การเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต	2	33
การเลือกบริษัททัวร์	1	17
-การเลือกโรงแรมที่พัก	2	33
-การเลือกสายการบิน	1	17
รวม	6	100

ตารางที่ 4.19 แสดงการนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก ได้แก่ การเลือกแหล่งสารสนเทศ การเลือกโรงแรมที่พัก และการเลือกสายการบิน มีรายละเอียดดังนี้

1) การเลือกแหล่งสารสนเทศชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรกได้นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาใช้เลือกแหล่งสารสนเทศ ดังนี้

(1) การเลือกสื่ออินเทอร์เน็ตชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B3, B4) (ร้อยละ 33) นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาใช้เลือกสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตเพราะ

คุ้นเคยกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศที่ต้องการ คุ้นเคยกับการเข้าใช้ระบบ รู้จักเว็บไซต์เป็นอย่างดีเชื่อมั่นว่าสารสนเทศที่ได้รับถูกต้องและเหมาะสม

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B3) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางเป็นประจำ เมื่อพบเว็บไซต์ที่ดีก็จะเก็บบันทึกไว้ พร้อมกับกล่าวว่าเมนูแสดงความคิดเห็นมีประโยชน์เพราะสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจได้

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่ 2 (B4) พบว่าเว็บไซต์ทรลไฟน์เดอร์ [trailfinder] มีข้อมูลที่เพียงพอกับความต้องการและเป็นประโยชน์ ใช้งานง่าย สะดวก จึงเลือกทำธุรกรรมเกี่ยวกับเที่ยวบินในการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้

I spend a lot of time on the internet and I finally find them as you are looking around and then I save them to my favorites [sawadee.com, hotelsthailand.com, latestay.com, tourist.com]. ...You can get the idea of what somewhere is like from reading other people's comment. [B3 (2, 3)]

I have previous experience with them before in travelling [trailfinder]. They've always been very helpful very informative. They seem to know quite a lot about places I want to go to so they made it very comfortable and very easy to do...That's why I decided to stay with that particular company. [B4 (2, 3)]

## (2) การเลือกบริษัททัวร์ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B11)

(ร้อยละ 17) นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาเลือกบริษัททัวร์เพื่อจัดการเดินทางมาประเทศไทยเพราะมีประสบการณ์ในการใช้บริการบริษัททัวร์แห่งนี้ทางธุรกิจและส่วนตัวมานานไว้วางใจในความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแสวงหาสารสนเทศที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการ

I first met this travel agent about 15 years ago calls "August Moon Travel Company Limited" based in Shim Cha Shoi in Hong Kong. I first had dealing with the travel agent on the professional bases and then that developed into me providing business contacts as well...I trust her ability to work for my benefits. [B11 (2, 3)]

2) การเลือกโรงแรมที่พัก นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B3, B11) (ร้อยละ 33) นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาใช้เลือกโรงแรมที่พัก เพราะต้องการโรงแรมมาตรฐานดีมีระดับ เพื่อความสะดวกสบายในการพักผ่อน

ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B3, B11) เลือกพักกับโรงแรมที่มีชื่อเสียงระดับสากล เพราะทำให้มั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่ได้มาตรฐาน ห้องพักที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และการเลือกโรงแรมดีมีระดับให้เลือกดูจากชื่อของโรงแรม

If you go for an International hotel you know you are going to get generally a good standard. [B3 (6)]

I recognize the names of the hotels and if I think it will meet my expectation and I recognize it as being a luxury brand and I will investigate further. [B 11 (5)]

3) การเลือกสายการบินนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B3) (ร้อยละ 17) นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาเลือกสายการบินเพื่อเดินทางมาประเทศไทย เพราะรู้ว่าหากต้องการบินตรงจากประเทศสหราชอาณาจักรถึงประเทศไทยนั้นจะต้องไปขึ้นเครื่องบินที่สนามบินใดที่สามารถบินตรงได้โดยไม่ต้องหยุดพักระหว่างการเดินทาง

A lot of it depends on where the airport is and where I want to fly to...if you want to go from Gatwick you've to take a flight that not direct and with my daughter I don't to change flight. I don't want to stop over. [B3 (3)]

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก 2 ราย (B3, B11) นำประสบการณ์ส่วนตัวมาใช้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและยานพาหนะระหว่างการเดินทางในขณะที่อีก 1 ราย (B4) มีญาติพี่น้องในประเทศไทยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวให้ จึงไม่ได้นำประสบการณ์ส่วนตัวมาใช้ในระหว่างการเดินทางในครั้งนี้

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของความถี่การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้  
ระหว่างการเดินทางของกลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก

การนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้ (n=2ราย)	จำนวน	ร้อยละ
-การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	1	50
-การเลือกพาหนะในการเดินทาง	1	50
รวม	2	100

จากตารางที่ 4.20 แสดงการนำประสบการณ์ในการเดินทางมาใช้แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก ได้แก่ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและการเลือกพาหนะในการเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

1) การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B11) (ร้อยละ 50) นำประสบการณ์ส่วนตัวในการเดินทางมาใช้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง เพราะเห็นว่าการค้นหาข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวโดยตรงจะทำให้เข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวมากขึ้น ช่วยประหยัดเวลาและได้รับข้อมูลที่ถูกต้องกว่า

We weren't too bothered to have it all planned before we left Hong Kong. We're better arriving in the hotel and have a better understanding about what was available and choose what we wanted to do. [B11 (7)]

2) การเลือกพาหนะในการเดินทาง ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B3) นำประสบการณ์ส่วนตัวมาใช้ในการเดินทางในประเทศไทย เพราะเห็นว่าประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานในการคมนาคมดีมีการเดินทางง่ายเหมือนในประเทศสหราชอาณาจักร มีป้ายบอกทางและเลขถนนที่ชัดเจน สะดวกต่อการเดินทาง

We have a map of Thailand. Jeff drove down and I just navigated... The road was straight forward, the sign posts were very good, the road was all numbered and we just followed the road number. It was very easy.

สรุปประสบการณ์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางในการเลือกสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและแหล่งสารสนเทศที่เหมาะสม เพราะประสบการณ์ในการเดินทางทำให้มั่นใจในความรู้ที่มีอยู่ สามารถตัดสินใจเลือกสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศได้ง่ายขึ้นและได้รับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง

### 3.2 การใช้เครือข่ายทางสังคม (social network)

ปัจจัยที่สองที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ การใช้เครือข่ายทางสังคมซึ่งหมายถึงญาติพี่น้อง เพื่อนส่วนตัวเพื่อนร่วมงาน ทั้งชาวไทยและชาวสหราชอาณาจักรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและประเทศสหราชอาณาจักร

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงทั้ง 18 ราย พบว่า เครือข่ายทางสังคมมีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง เครือข่ายทางสังคมที่แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ ญาติพี่น้อง และเพื่อนทั้งที่เป็นเพื่อนส่วนตัวและเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4.21 เครือข่ายทางสังคมที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้ในการแสวงหาสารสนเทศก่อนและระหว่างการเดินทาง

เครือข่ายทางสังคม	ก่อนการเดินทาง	ระหว่างการเดินทาง	รวม (ราย)
ญาติพี่น้อง	3 B8, B9, B16	3 B4, B8, B9	6
เพื่อน	4 B2, B7, B12, B14	3 B2, B15, B17	7

จากตารางที่ 4.21 แสดงเครือข่ายทางสังคมที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้ในการแสวงหาสารสนเทศก่อนและระหว่างการเดินทาง ได้แก่ ญาติพี่น้องและเพื่อน มีรายละเอียดดังนี้



3.2.1 **ญาติพี่น้อง** หมายถึง ญาติพี่น้องที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและญาติพี่น้องที่อาศัยอยู่ประเทศสหราชอาณาจักรและเคยเดินทางมาประเทศไทย

1) ก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B8, B9, B16) ใช้เครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักและสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง เพราะญาติพี่น้องมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางในประเทศไทย สามารถช่วยจัดเดินทางให้เป็นไปได้ด้วยความสะดวก นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเชื่อมั่นในสารสนเทศที่ได้รับจากญาติพี่น้องของตน

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 รายแรก (B8, B9) ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับเว็บไซต์และโรงแรมที่พักจากบุตรชายที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เชื่อมั่นในสารสนเทศที่ได้รับเพราะเป็นคนในพื้นที่ พูดภาษาไทยได้เล็กน้อย และมีพฤติกรรมการเดินทางที่คล้ายกัน

Peter has travelled a lot. We have common experience planning this thing. He planned this hotel in Bangkok... He speaks Thai a little bit. [B8 (13)]

My son who is marrying a Thai girl has been here for 4 years... We used the internet in fact to find this Chateau [hotel], our son mentioned it to us and we looked it up on the internet before we booked. [B9 (1, 4)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B16) ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับโรงแรมที่พักและร้านอาหารจากพี่สะใภ้ที่เคยมาเที่ยวภูเก็ต ครอบครัวสนุกกับการพักผ่อน เพราะได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการและเหมาะสมจากญาติพี่น้อง

My sister in law has been to Phuket before so she told my husband about the hotel at Kata beach and also about a good seafood restaurant on the beach. So we follow her advice and everybody really enjoy this holiday. Thanks to her. [B16 (9)]

2) ระหว่างการเดินทางชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B4, B8, B9) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจากญาติพี่น้องที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เพราะญาติพี่น้องรู้จักประเทศไทยเป็นอย่างดี รู้ว่าแหล่งท่องเที่ยวใดน่าสนใจ สามารถให้คำแนะนำได้

ดี จึงไว้ใจว่าคำแนะนำที่ได้รับญาติพี่น้องเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตรงกับความต้องการ และเชื่อมั่นว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามเหมาะกับการพักผ่อน

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 รายแรก (B8, B9) เดินทางมาประเทศไทยด้วยกัน แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จากบุตรชายของทั้งสองคนที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย อีกทั้งยังให้ลูกสะใภ้คนไทยช่วยเรื่องการสื่อสารภาษาไทย คำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทางจากลูกสะใภ้มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ

Probably his wife [Peter's wife] that would actually influence our decision once we are here. In terms of getting here or flight is found by searching on the internet but once we're here she would influence our thought. I think because she knows she can speak the language. The language is so important. [B9 (10)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B4) ต้องเดินทางไปหลายประเทศในเอเชีย พี่สะใภ้ซึ่งอาศัยอยู่ที่ฮ่องกงและมีบ้านพักตากอากาศที่ภูเก็ตได้ช่วยจัดการเดินทางบางส่วนให้ และต้องพึ่งสารสนเทศเกือบทั้งหมดที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจากพี่ชายและพี่สะใภ้

My sister in law helps with part of the travel...I've a family here my brother and my sister in law who just bought a property here in Phuket...I just rely mostly on my brother to show me around and to take me around to the different areas. [B4 (3, 7)]

**3.2.2 เพื่อน** หมายถึง เพื่อนส่วนตัวหรือเพื่อนร่วมงานที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยหรือประเทศสหราชอาณาจักร

1) ก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 4 ราย (B2, B7, B12, B14) แสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางจากเพื่อนเกี่ยวกับโรงแรมที่พักและสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทาง เพราะเพื่อนมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางในประเทศไทย สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดีเชื่อว่าสารสนเทศที่ได้รับเป็นสารสนเทศที่ดีและเหมาะสมกับความต้องการของตนเอง

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B2) กลุ่มเพื่อนสนิทที่คุ้นเคย มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มเพื่อนกลุ่มนี้มีประสบการณ์ในสถานที่ที่เขาต้องการเดินทางไป รายที่สอง (B14) เพื่อนมีภูมิลำเนา การดำเนินชีวิต และชอบเดินทางเหมือนกัน

There are a group of friends. We all go through all sources of information. I would say their influences are quite valuable...Because friends have been there, they actually have experienced in the place. Things which are on site [restaurant, day trip]. [B2 (4, 9)]

Because your trusted friends your social network can be people that have similar background, similar outcome in life, want to see similar things and do similar things and must like travel [B14 (12)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B3) ไม่ได้ใช้เครือข่ายจากสังคมแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางในครั้งนี้ แต่รู้จักเว็บไซต์เลตสเตย์ [www.lateststay.com] จากคำแนะนำของเพื่อนที่มีแนวคิดเกี่ยวกับการเดินทางคล้ายกัน สารสนเทศที่ได้รับจากเพื่อนย่อมดีกว่าสารสนเทศที่ได้จากแหล่งอื่น

Actually a friend of mine told me about "lateststay.com" which I didn't know about before...if you know the person who is telling you the information have an idea about their standard. Of course word of mouth is much better than any other sources of information. [B3 (7)]

2) ระหว่างการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรสามราย (B2, B15, B17) แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางจากเพื่อน นักท่องเที่ยวรายแรก (B2) มีเพื่อนอยู่ทั้งในกรุงเทพและจังหวัดภูเก็ต ใช้เครือข่ายทางสังคมแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับร้านอาหารและที่พักกลางแจ้งที่ชื่นชอบ โดยเห็นว่าเพื่อนมีข้อมูลท่องเที่ยวเชิงลึกเพราะอาศัยอยู่ในพื้นที่

You've an inside track. People do live in the place and they know the place well. You know usually they take you to the place that might be interesting to you...I have friends in places that I go on holiday. It works very well. [B2 (8)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายที่สอง (B15) เพื่อนร่วมงานที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยเป็นอย่างดี เพื่อนเป็นแหล่งสารสนเทศที่ดี เพราะมีประสบการณ์มาก่อน รายที่สาม (B17) เครือข่ายทางสังคมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการเดินทางมายังประเทศที่ไม่คุ้นเคย จำเป็นต้องไว้ใจสารสนเทศที่ได้รับจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อนเหล่านี้ได้พากันไปเที่ยวยังที่สถานที่ต่าง ๆ และช่วยสื่อสารกับคนท้องถิ่นบางครั้ง

Work friends are a good source of local knowledge and source of information...because I think they have good experiences and good recommendations you'll find a good level of information. [B15 (14)]

Social network is very important. You come to the strange country. You have to trust the people that you're working with. Of course they take you to these places and they help you with the language sometime. [B17 (14)]

สรุปได้ว่าเครือข่ายทางสังคมที่เป็นปัจจัยที่มีผลสนับสนุนต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงทั้งก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทาง เพราะเครือข่ายทางสังคมเป็นเพื่อนหรือญาติพี่น้องที่คุ้นเคย มีแนวคิดในการเดินทางคล้ายกันรู้จักประเทศไทยเป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำที่ดี ถูกต้อง และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพพจน์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว จากการวิจัยไม่พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มนี้ใช้เครือข่ายทางสังคมทางสื่ออินเทอร์เน็ตในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการเดินทางมาประเทศไทยแต่อย่างใด

### 3.3 ทักษะติดต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่สามที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงได้แก่ ทักษะติดต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตซึ่งหมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง จำนวน 18 ราย เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยและกลุ่มที่

เดินทางมาเป็นครั้งแรกพบว่า นักท่องเที่ยวทุกรายมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและนำมาใช้ในการแสวงหาสารสนเทศอย่างกว้างขวาง

การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลอย่างเดียว การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม และไม่ได้ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของความถี่การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง

การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (n=18 ราย)	จำนวน	ร้อยละ
-การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม	13	72
- การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลอย่างเดียว	3	17
-ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม	2	11
รวม	18	100

จากตารางที่ 4.22 แสดงการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลอย่างเดียว ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม มีรายละเอียดดังนี้

**3.3.1 การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทางมาประเทศไทยและทำธุรกรรมออนไลน์ ได้แก่ การจอง การเลือกที่นั่งบนเที่ยวบิน และชำระเงินทางสื่ออินเทอร์เน็ต

ชาวสหราชอาณาจักร 13 ราย (B1, B3, B4, B5, B6, B8, B9, B10, B12, B14, B15, B16, B18) (ร้อยละ 72) มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพราะสะดวก รวดเร็ว สารสนเทศมีความหลากหลายและทันสมัย ปลอดภัยในการชำระเงินออนไลน์ ไม่มีปัญหาในการเดินทางกับสายการบินและโรงแรมที่พักเมื่อจองผ่านเว็บไซต์ทางสื่ออินเทอร์เน็ต

They are many advantages of using the internet, it gives such flexibility, variety, fast and you get comprehensive information that allows you to make the right decision. You also get information from your desk...I want competition and the internet could give me various quotations and help me to decide...I have no problem of security when I make payment. [B6 (3)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B15) ใช้เว็บไซต์ของสายการบินจองตั๋วเครื่องบิน เลือกที่นั่ง โดยไม่พบปัญหาใด ๆ เกี่ยวกับตั๋วเครื่องบินในวันเดินทาง ใช้เว็บไซต์ดูสถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมที่พัก เห็นว่าอินเทอร์เน็ตช่วยให้การรวบรวมสารสนเทศเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว รายที่สอง (B5) ไม่เคยประสบปัญหาในการทำธุรกรรมออนไลน์ แต่เห็นว่าหากเกิดปัญหาอะไรก็สามารถแก้ไขได้

Just search on the specific airline WebPages plus travel engine such as Expedia...After you've booked I could choose the seat...I did look for the hotels there... I think [internet] is the easiest gathering the information. [B15 (1, 4, 10)]

I prefer to use this website instead of walk in to the travel agent...I never have any problems. I always used the visa card if I have problem the company will solved the problems. [B5 (2, 3)]

### 3.3.2 การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลอย่างเดียวน หมายถึง การที่

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับการเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B2, B11, B17) (ร้อยละ 17) มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้ในด้านการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่มากมาย ทำให้การแสวงหาสารสนเทศเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B2) ใช้กูเกิลเอิร์ธ (Google Earth) หาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง โรงแรมที่พัก และใช้อินเทอร์เน็ตค้นหารายละเอียดในการเดินทาง เช่น เอกสารในการเดินทาง รถเช่า และสิ่งจำเป็นสำหรับการเดินทาง โดยกล่าวว่า อินเทอร์เน็ตมีประโยชน์แต่เป็นการสื่อสารทางเดียว รายที่สอง (B11) ใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ

เที่ยวบิน และ โรงแรมที่พัก เพื่อเปรียบเทียบราคากับบริษัททัวร์ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ เห็นว่า เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการใช้เปรียบเทียบข้อมูล

I've a trusted agent who helps me with my travel and then I went on the internet [location, travel requirement, hire a car, swimming trunks, snorkeling]. Internet is only good if you know what you are looking for? There is no interaction...Internet is a cold face...what information you put in is the information that you get out. [B2 (1, 5)]

I found the information on the website regarding room ability and price of the room are very useful tools to assist me as I went to the process of confirming or booking [travel agent]. Same with the airline if the travel agent quotes me one price I could go the airline website and I'd checked the price of that flight on that date and costs. [B11 (11)]

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B17) การเข้าใช้ระบบเป็นเรื่องง่าย สามารถอ่านความคิดเห็นที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวอื่นได้เปรียบเสมือนการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

It is convenient and quick. It's easy to use. You get a lot of different views...It's a real world experiences from difference people. [B17 (8)]

**3.3.3 ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม** หมายถึง การที่ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงไม่ได้นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาสารสนเทศ และทำธุรกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางมาประเทศไทย ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B7, B13) (ร้อยละ 11) ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสื่ออินเทอร์เน็ตในการแสวงหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับการเดินทางมาประเทศไทยในครั้งนี้ รายแรก (B7) มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต แต่การจองตั๋วเครื่องบินและโรงแรมที่พักซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการมากจึงให้บริษัททัวร์ที่ใช้อยู่เป็นประจำช่วยจัดการเดินทางให้ รายที่สอง (B13) สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ แต่เพราะเคยเดินทางมาประเทศไทยหลายครั้ง จึงไม่มีสารสนเทศอะไรใหม่ที่ต้องการเขาแสดงความคิดเห็นว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตไม่สามารถรู้ได้ว่า

เว็บไซต์ไหนมีความน่าเชื่อถือนอกจากว่าเคยมีประสบการณ์ใช้เว็บไซต์นั้นมาแล้ว จึงควรระมัดระวังในเรื่องนี้

I don't have enough patience. My agent knows what I want from my holiday so she arranged everything for me. [B7 (3)]

I find the internet very useful but I don't think I found the internet useful for this trip to Thailand...I didn't find information I needed...Another problem with the internet you can't tell unless it's a name you know. [B13 (6)]

ผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรทุกคนมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งแสวงหาสารสนเทศ เพราะต่างเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ สะดวก รวดเร็ว มีสารสนเทศให้เลือกมากมายและทันสมัย แต่หากการทำธุรกรรมออนไลน์โดยเฉพาะการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตสามารถสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องความปลอดภัยได้ จะทำให้นักท่องเที่ยวหันมาใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวมากขึ้น

### 3.4 ความสนใจพิเศษ (special interest)

ปัจจัยที่สี่ที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงคือ ความสนใจพิเศษ เช่น กิจกรรมกลางแจ้ง การจับจ่ายใช้สอยสปา และการดูนก เป็นต้นจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงทั้ง 18 รายพบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 15 ราย มีความสนใจพิเศษในสารสนเทศเฉพาะเรื่องซึ่งมีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศดังนี้



ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของความถี่ความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว  
ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง

ความสนใจพิเศษ (n= 15 ราย)	จำนวน	ร้อยละ
-กิจกรรมกีฬา	7	48
-การจับจ่ายใช้สอย	3	20
-สปา	3	20
-สวนสนุก	1	6
-การช้อปปิ้ง	1	6
รวม	15	100

ตารางที่ 4.23 แสดงความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ กิจกรรมกีฬา การจับจ่ายใช้สอย สปา สวนสนุก การช้อปปิ้ง เป็นต้น มีรายละเอียดดังนี้

**3.4.1 กิจกรรมกีฬา** หมายถึงการที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจพิเศษในการกิจกรรมกีฬาได้แก่การเล่นพาราไกลด์ดิ้ง (paragliding) ปีนเขา ดำน้ำ และตีกอล์ฟ ในระหว่างที่พักผ่อนในประเทศไทยนักท่องเที่ยว 7 ราย (B1, B2, B7, B8, B10, B13, B18) (ร้อยละ 48) มีความสนใจพิเศษในเรื่องของกีฬากลางแจ้ง นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมที่ชื่นชอบเป็นพิเศษได้อย่างมีความสุขในการเดินทางมาพักผ่อนยังประเทศไทย เพราะความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

Special interests like mountain biking and trekking something like that. [B2 (4)]

Diving definitely that I search for and golf that was other word I've used before in Thailand to book to a golf holiday, "golf trip". [B10 (4)]

The reason I go there [Chiang Mai] because I don't look for the tourist stuff but I'd try to do something specific [hiking]. [B13 (10)]

They [sons] are more interesting in sport activities on the beach something likes snorkeling, paragliding or water sports. [B18 (10)]

**3.4.2 การจับจ่ายใช้สอย** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อน ทำธุรกิจ และจับจ่ายใช้สอยโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B7, B11, B17) (ร้อยละ 20) เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าดี มีคุณภาพ และราคาถูก จึงต้องการเดินทางมาจับจ่ายใช้สอย

That was about big market that my wife could go to at the weekend. [B11 (7)]

My wife gave me a shopping list for cloths and my children are the same. They want me to go to the market. [B17 (7)]

**3.4.3 สปา** หมายถึง การเดินทางมาประเทศไทยพักผ่อนและใช้บริการสปาที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B6, B7, B16) (ร้อยละ 20) ต้องการมาพักผ่อนและทำสปาโดยเฉพาะเพราะให้บริการดี ทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

I'm looking forward to have a good spa treatment. The spa is very good in Thailand. You get good massage and good service. It makes you feel good. [B7 (7)]

Some of my friends like camping and the outdoor things but I just prefer spa and massage. [B16 (16)]

**3.4.4 สวนสนุก** หมายถึง ความสนใจพิเศษเกี่ยวกับสวนน้ำและสวนสนุกในการเดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทย นักท่องเที่ยว 1 ราย (B18) (ร้อยละ 6) เดินทางมาพักผ่อนกับบุตรที่เข้าสู่วัยรุ่น จึงต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่ตื่นเต้นเร้าใจ เช่น สวนน้ำและสวนสนุกที่มีเครื่องเล่นผาดโผน

I like the water park and my children too. I like roller coaster parks, things that have high interest levels or high thrill level.

**3.4.5 การดูนก** หมายถึง ความสนใจพิเศษเกี่ยวกับการดูนกในประเทศไทย นักท่องเที่ยว 1 ราย (B8) (ร้อยละ 6) เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัวและมีความสนใจกิจกรรมการดูนกเป็นพิเศษ

I tend to look for things that are interesting to me, you know I like watching birds, the flying birds, things like this. I like scenery, the variety. [B8 (3)]

สรุปความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมกีฬา การจับจ่ายใช้สอย การใช้บริการสปา การเที่ยวสวนสนุก และการดูนก ล้วนเป็นความสนใจที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งมีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง เพราะเป็นสารสนเทศเฉพาะเรื่อง จึงต้องเลือกแหล่งสารสนเทศที่เหมาะสม

### 3.5 การเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ

ปัจจัยที่ห้าที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงคือ การเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนและระหว่างการเดินทาง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต คนท้องถิ่น หนังสือท่องเที่ยวการใช้เครือข่ายทางสังคม เอกสารแผ่นพับ นิตยสารท่องเที่ยว และคนท้องถิ่น ตามลำดับจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง 18 รายพบว่า การเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศดังนี้

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวนักชราชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง

การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ (n= 74 ราย)	จำนวน	ร้อยละ
-สื่ออินเทอร์เน็ต	16	22
-คนท้องถิ่น	14	19
-หนังสือท่องเที่ยว	12	16
-การใช้เครือข่ายทางสังคม	10	14
-บริษัททัวร์	10	14
-เอกสารแผ่นพับ	7	9
-นิตยสารท่องเที่ยว	3	4
-แผนที่	2	2
รวม	74	100

จากตารางที่ 4.24 แสดงการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวนักชราชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต คนท้องถิ่น หนังสือท่องเที่ยว เครือข่ายทางสังคม บริษัททัวร์ เอกสารแผ่นพับ นิตยสารท่องเที่ยว และแผนที่ มีรายละเอียด ดังนี้

**3.5.1 สื่ออินเทอร์เน็ต** นักท่องเที่ยวนักชราชาวสหราชอาณาจักร 16 ราย (B1, B2, B3, B4, B5, B6, B8, B9, B10, B11, B12, B14, B15, B16, B17, B18) (ร้อยละ 22) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเข้าถึงสารสนเทศได้แก่ สายการบิน โรงแรมที่พัก สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ และสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนและระหว่างการเดินทาง เพราะเข้าถึงสะดวก รวดเร็ว มีสารสนเทศที่หลากหลาย คุ่มค่าด้านราคา สามารถเห็นภาพเสมือนจริงของโรงแรมที่พักและแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจแต่การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต้องคำนึงถึงการใส่คำค้นหาที่ถูกต้อง จึงจะได้รับการสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการ

ชาวสหราชอาณาจักรรายแรก (B1) กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งที่สามารถใช้เลือกสารสนเทศที่มีอยู่มากมายได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

- It's quicker in the way. First you get greater choices because obviously any travel websites have limited number of hotels but if you're looking for hotels you'd get much greater choices. [B1 (2)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สามและสี่(B2, B3) กล่าวว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศดีและมีประโยชน์ ถ้ารู้ว่าต้องการค้นหาสารสนเทศอะไร ซึ่งเราสามารถค้นหาสารสนเทศส่วนใหญ่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต

Internet is good if you know what you are looking for, if you get the keyword and necessary information...what information you put in is the information that you get out... Internet obviously you know, it's quite a good source. [B2 (5)]

Most of the information I've found on the internet is very useful. [B3 (2)]

ชาวสหราชอาณาจักรอีก 3 ราย (B14, B16, B17) เห็นว่าการแสวงหาสารสนเทศจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่าย อีกทั้งสามารถอ่านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวคนอื่นเกี่ยวกับโรงแรมที่พักและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประกอบการตัดสินใจได้

Internet is convenient. I can do at my leisure Saturday afternoon or in the evening; I can spend as much time as I want to, so yes its much easier than the old fashion way of somebody else finding flights and information for you. [B14 (8)]

You can have a cup of tea while you're doing it. You have no stress because you have no time limit. [B 16 (7)]

- It's convenient and quick. It's easy to use. You get a lot of different views so you can go to website which gives you at real people opinions about hotels. [B 17 (8)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายสุดท้าย (B6) เห็นว่า ผู้ใช้มีความมั่นใจและเชื่อถือแหล่งสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น

There is more and more confidence now and more credibility in using the internet I believe.

[B6 (4)]

**3.5.2 คนท้องถิ่น** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 14 ราย (B1, B2, B3, B5, B6, B7, B8, B9, B10, B11, B12, B14, B15, B16) (ร้อยละ 19) แสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจากคนท้องถิ่น เพราะรู้จักสถานที่เป็นอย่างดี สามารถให้คำแนะนำได้

ชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B6, B10, B12) กล่าวว่า การสอบถามสารสนเทศ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ร้านอาหารไทย และการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ จากพนักงานโรงแรมหรือคนในพื้นที่ ทำให้ได้รับสารสนเทศในเชิงลึกมากกว่า

I think, is a good thing to ask the local staff in the hotel on local interests, because they sometime have things that tour groups are not always showing you. [B 6 (4)]

Things I would do in the hotel I would go to the concierge and say I want a nice Thai Restaurant within walking distance I would do that. [B 10 (8)]

I can only speak a little bit of Thai so to communication with the local people is not so easy. I'd used third party to speak to local people. I used a friend who speaks Thai fluently to get some local information. [B 12 (7)]

**3.5.3 หนังสือท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 12 ราย (B1, B3, B4, B5, B7, B8, B10, B11, B14, B16, B17, B18) (ร้อยละ 16) ใช้หนังสือท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศที่สนใจได้แก่ โรงแรมที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพราะหนังสือท่องเที่ยวมีสารสนเทศที่ครอบคลุม สะดวกต่อการใช้ติดต่อในขณะที่เดินทาง

ชาวสหราชอาณาจักร 4 ราย (B3, B4, B5, B14) ใช้หนังสือท่องเที่ยว เช่น โลกนี้ แพลนเน็ต (Lonely Planet) ฮันเดรด เพลส เซ็ส วิท ฮาร์ท (Hundred Places with a Heart) และ เดอะ รัฟ ไกด์ (The rough guide) แสวงหาสารสนเทศทั้งก่อนและระหว่างการเดินทางมาประเทศไทย เพราะเป็นหนังสือที่ดี มีสารสนเทศที่ครอบคลุมตั้งแต่การเดินทางจากสนามบินถึงโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ และวิถีชีวิตของไทยเป็นต้น

There are several books about Thailand one of them is “Lonely Planet Thailand” which is very good...also the book called “Hundred Places with a Heart” which is very good because it’s looking at its particular places that stand out in some ways so they are good. [B3 (2)]

“The Rough Guide” is very useful for me. You can find all the information very easily, they explain about Thailand. They explain about the Country. [B4 (5)]

Lonely Planet is quite useful for accommodation. It tells you about the cost which is quite important. [B5 (4)]

I had “Lonely Planet” as a guide book and I read about Koh Pha Ngan just to give me the idea. [B14 (6)]

3.5.4 การใช้เครือข่ายทางสังคม นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 10 ราย (B2, B4, B7, B8, B9, B12, B14, B15, B16, B17) (ร้อยละ 14) ใช้เครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องและเพื่อนที่อาศัยอยู่ในประเทศสหราชอาณาจักรและประเทศไทยแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว เพราะเชื่อมั่นในสารสนเทศที่ได้รับจากเครือข่ายทางสังคม

ชาวสหราชอาณาจักร 2 รายแรก (B3, B17) กล่าวว่า เครือข่ายทางสังคมเป็นแหล่งสารสนเทศที่สำคัญมาก และเป็นแหล่งที่ดีกว่าแหล่งสารสนเทศอื่น ๆ เพราะการเดินทางยังประเทศที่ไม่คุ้นเคย จะต้องพึ่งพาและเชื่อใจสารสนเทศที่ได้รับจากเครือข่ายทางสังคมของตนเอง

Of course word of mouth is much better than any other sources of information. [B3 (7)]

Friends I have are the people that I trust. If one of them tell me they had a great holiday somewhere and they highly recommended that I should try it with my family I would probably go to my travel agent, go to the internet and do the research to find out about this particular area. My friends would influence me as far as generating the new ideas.

[B11 (15)]

Social network is very important. You know, you come to strange country.

Yes, you have to trust the people that you're working with. Of course they take you to these places and they help you with the language sometime so these sort of things.

[B17 (14)]

ชาวสหราชอาณาจักรรายที่สาม (B2) เครือข่ายทางสังคมที่เป็นเพื่อนอาศัยอยู่ในพื้นที่ พวกเขามีสารสนเทศเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไป

You have an inside track. People who live in the place and they know the place well. You know usually they take you to the place that might be interesting to you. [B2 (8)]

**3.5.5 บริษัททัวร์** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 10 ราย (B1, B2, B4, B7, B8, B9, B11, B13, B14, B17) (ร้อยละ 14) แสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินและโรงแรมที่พักจากบริษัททัวร์ เพราะมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน ได้รับการบริการที่ดี จึงกลับไปใช้บริการอีก

ชาวสหราชอาณาจักร 5 ราย (B2, B7, B8, B9, B11) ใช้บริษัททัวร์เพราะไว้วางใจและคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่บริษัททัวร์เป็นอย่างดี อีกทั้งยังได้รับความสะดวกสบายที่มีบริษัทผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้จองตั๋วเครื่องบินและโรงแรมที่พักให้

I've trusted agent who helps me with my travel so I got basic idea from talking with her...

I trust her, she has been helping us for years and she gave me a good deal, her advice is good and everything works. [B2 (1, 3)]

I've trusted agent. She has helped me for quite a long time and she knows me very well what I like and dislike and I know what they can do. [B7 (4)]

I trust these people. You know we used them 4-5 time, we had a good time every time, no problem with the money, used them you know, every time! [B8 (11)]



Travelbag, they have an office in Cheltenham where we live... We've done a lot of worldwide trips through Travelbag, New Zealand, Australia and America. Trust them, yes. And we also know the lady at the office in Cheltenham. She has been very good.

[B9 (2)]

I didn't want to bother working for number of the flights and dealing with the hotel. I knew she can do that for me and trusted her with that responsibility. [B11 (3)]

ชาวสหราชอาณาจักร 1 ราย (B14) ใช้บริษัททัวร์เพื่อเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินกับสื่ออินเทอร์เน็ต

I also double check with conducting travel agent just to compare the prices... A small travel agent quite near where I work... based in Northwest of England, Northwest or Northwest calls "Altham Travel. [B14 (1, 4)]

3.5.6 เอกสารแผ่นพับ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 7 ราย (B2, B3, B4, B6, B7, B12, B17) (ร้อยละ 9) ใช้เอกสารแผ่นพับเป็นแหล่งในการแสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทาง เพราะสะดวก สามารถพกพาติดตัวไปได้ตลอดเวลา

ชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B4, B6, B17) เอกสารแผ่นพับมีอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป มีสารสนเทศที่น่าสนใจไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกทั้งยังมีแผนที่เล็ก ๆ บอกเส้นทางด้วย

I'd pick up the leaflet about the restaurant and life style and would be interesting to find and it would give me the idea about the area. [B4 (3)]

After I checked in one of the first things I do in the hotel is to check at the front desk to see what brochures they have, to see what tours they have. Sometime at the reception they have information available. [B6 (4)]

I went for a walk yesterday through a local park and there was a kiosk, a box that has some leaflets as well which suggested places to go and a small map. [B17 (8)]

**3.5.7 นิตยสารท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B2, B8, B18) (ร้อยละ 4) ใช้ นิตยสารท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศที่สนใจเช่น โรงแรมที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่น่าสนใจ และกีฬากลางแจ้ง เป็นต้น เพราะ นิตยสารท่องเที่ยวมีรายละเอียดของสารสนเทศที่สนใจ มีภาพที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ และหากได้นั่งอ่านนิตยสารท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเช่น ร้านกาแฟ จะทำให้ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

It's travel magazine "Actionasia". The magazine is specifically for active holiday something like that. An article in the magazine generally about where are the good places to go, where are the nice places to stay. [B2 (2)]

There are a lot of cool magazines...so if you have an updated sort of information magazines from the coffee shop. You can get a lot of information...because you are in the very relax environment. [B18 (7)]

**3.5.8 แผนที่** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B3, B13) (ร้อยละ 2) ใช้แผนที่เป็นแหล่งสารสนเทศระหว่างการเดินทาง โดยกล่าวว่า หากมีแผนที่ที่มีรายละเอียดที่ครบถ้วนและถูกต้อง จะทำให้สะดวกต่อการเดินทางเป็นอย่างมาก

We have a map of Thailand. Jeff drove down and I just navigated.

The road was straightforward, the sign post was very good, the road was all numbered and we just follow the road number. It was very easy. [B3 (4)]

A good map is the most useful thing, I think. It's not always easy to get a good map, some maps have adverts around the outside and sometime they are of variable quality. [B13 (8)]

สรุปการเข้าถึงสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยาวสหราชาอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงพบว่า นักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ใช้แหล่งสารสนเทศที่หลากหลายในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการเดินทาง เพราะประสบการณ์ในการใช้แหล่งสารสนเทศ ความสะดวกรวดเร็ว และคุณภาพของสารสนเทศที่ได้รับเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกแหล่งสารสนเทศ อีกทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวยังใช้แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งเพื่อเปรียบเทียบความถูกต้องและความเหมาะสมของข้อมูล

#### ตอนที่ 4 ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยาวสหราชาอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยาวสหราชาอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่า ปัญหาของการแสวงหาสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวยาวสหราชาจักรประเทศส่วนใหญ่มาจากการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ปัญหาคุณภาพและปริมาณของสารสนเทศที่แสวงหาได้ปัญหาการใช้ไฮเปอร์ลิงก์ปัญหาเวลาที่ใช้ในการค้นปัญหาเว็บไซต์ภาษาไทย และปัญหาการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของความถี่ของปัญหาที่เกิดจากการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวยาวสหราชาอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้

ปัญหาที่เกิดจากการแสวงหาสารสนเทศ (n=15 ครั้ง)	รวม (ราย)	ร้อยละ
-ปัญหาคุณภาพและปริมาณของสารสนเทศ		
ปัญหาสารสนเทศมากเกินไป	3	20
ปัญหาสารสนเทศไม่เพียงพอ	3	20
ปัญหาสารสนเทศขาดความถูกต้องและทันสมัย	2	13
-ปัญหาการใช้ไฮเปอร์ลิงก์	3	20
-ปัญหาเวลาที่ใช้ในการค้น	2	13
-ปัญหาเว็บไซต์ภาษาไทย	1	7
-ปัญหาการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์	1	7
รวม	15	100

จากตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ของปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวยาวสหราชาอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ ปัญหาคุณภาพและปริมาณ

ของสารสนเทศ ปัญหาการใช้ไฮเปอร์ลิงก์ ปัญหาเวลาที่ใช้ในการค้น ปัญหาเว็บไซต์ภาษาไทย และ ปัญหาการจองตั๋วเครื่องบิน มีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 ปัญหาคุณภาพและปริมาณของสารสนเทศ

นักท่องเที่ยวยุคชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงประสบปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศจากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในด้านคุณภาพและปริมาณจำนวน 8 ราย แบ่งเป็น ปัญหาสารสนเทศมากเกินไป จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 20) ปัญหาสารสนเทศไม่เพียงพอกับความต้องการ จำนวน 3 ราย (ร้อยละ 20) และปัญหาสารสนเทศขาดความถูกต้องและทันสมัยจำนวน 2 ราย (ร้อยละ 13)

##### 4.1.1 สารสนเทศที่มีมากเกินไป (information overload)

นักท่องเที่ยวยุคชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B1, B15, B18) (ร้อยละ 20) พบว่า ปริมาณของสารสนเทศที่มากเกินไปทำให้ต้องเสียเวลาในการค้นหา เป็นอุปสรรคต่อการใช้และทำให้ไม่สามารถนำสารสนเทศที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้รายแรก (B1) เห็นว่า ต้องใช้ความระมัดระวังในการเลือกสารสนเทศ เพราะมีสารสนเทศให้เลือกมากมาย รายที่ 2 (B15) ใช้เว็บไซต์ของสายการบิน พบว่ามีเที่ยวบินและเวลาบินให้เลือกมาก ทำให้เสียเวลาในการตัดสินใจเลือกเที่ยวบินที่ต้องการ รายที่ 3 (B18) เว็บไซต์โรงแรมบางแห่งที่ผลิตในประเทศไทยมีความยุ่งยากในการใช้งาน ในแต่ละหน้าเว็บมีข้อมูลมากเกินไปจนไม่สามารถเลือกใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

You've got to be aware of an overload of information. There is so much information available. You have to make the decision on what is right for you. [B1 (3)]

The problem is they [Cathy Pacific Airlines] have so many more flights options and many more opportunities of timing, so it's a little bit more complicated. You have to spend more times in selecting flights and connecting flights. [B15 (4)]

It was a housing website. I was looking for accommodation. It didn't take you to the page you should go to. Too much and they're trying to sell too much in the short space of the page or screen. It's too much information, its overload for your brain. [B18 (9)]

#### 4.1.2 สารสนเทศไม่เพียงพอ

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B9, B11, B16) (ร้อยละ 20) ประสบปัญหาของการแสวงหาสารสนเทศทางเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาไม่เพียงพอต่อการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง รายแรก (B9) ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจใกล้กับโรงแรมที่พัก เช่นเดียวกับรายที่สอง(B11) ต้องการภาพถ่ายของห้องพักอย่างละเอียด แต่เว็บไซต์ของโรงแรมไม่มีภาพถ่ายของห้องพักที่ต้องการอย่างเพียงพอ รายที่สาม (B16) พบว่าเว็บไซต์ที่จองเที่ยวบินด้วยนั้น ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการรวมเที่ยวบินของสายการบินที่จองกับสายการบินพันธมิตรทางธุรกิจ ส่งผลให้เที่ยวบินที่เดินทางมีผู้โดยสารเต็ม ไม่ได้ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางเท่าที่ควร

We want to know more what was in the area?...how far do you have to travel from the Chateau, let's say to the vineyard... more information on the environment and the surrounding. [B9 (5)]

I would have like more photographs of the room... For example this room...they don't show the bedroom, the dining room and the joining room. [B11 (6)]

They did code sharing with Air New Zealand or something. That's why the people were packed...you were restricted to do anything...That information you didn't know. Ebookers didn't say much about facilities on the plane. [B16 (5)]

#### 4.1.3 ปัญหาสารสนเทศขาดความถูกต้องและทันสมัย

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B3, B6) (ร้อยละ 13) ประสบปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศจากเว็บไซต์ที่ไม่ได้ปรับปรุงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเข้าไป ทำให้สารสนเทศที่ได้รับไม่ตรงกับความเป็นจริง นักท่องเที่ยว 2 ราย (B3, B6) เว็บไซต์บางแห่งมีรูปภาพของโรงแรมที่พักที่สวยงาม แต่เมื่อเดินทางไปถึงพบว่าโรงแรมทรุดโทรมไม่เหมือนกับภาพถ่ายที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ ดังนั้นเวลาจองห้องพักก็ต้องระมัดระวังในด้านนี้ด้วย

I've been to many websites where the place looks wonderful but the photographs were taken 20 years ago and when you actually get there, it's nothing like photograph.

[B3 (3)]

The website [sawadee.com] can be better than the actual property when you actually arrived so you have to be a little bit careful about that. [B6 (4)]

#### 4.2 การใช้ไฮเปอร์ลิงก์ (hyperlink)

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร 3 ราย (B8, B12, 18) (ร้อยละ 20) ประสบปัญหาการใช้ไฮเปอร์ลิงก์เชื่อมต่อไปยังสารสนเทศที่ต้องการ ทำให้เสียเวลาในการค้นหา 2 รายแรก (B8, B18) การเข้าใช้เว็บไซต์เพื่อเลือกดูโรงแรมที่พักค่อนข้างยุ่งยาก บางครั้งไม่สามารถลิงก์ไปยังโรงแรมที่ต้องการได้รายที่ 3 (B12) ใช้เว็บไซต์ของสายการบินของตัวเองซึ่งประสบปัญหาเว็บไซต์ล่มบ่อยแต่ต่อมาจนถึงขณะนี้ได้พัฒนาขึ้นมา

Sometime the link is a bit difficult, sometime you tried to link to the different hotel and it didn't work practically well [sawadee.com]. [B8 (8)]

I was looking for accommodation. It didn't take you to the page you should go to. It seems to either take you out or it takes you around the circle. It was very difficult to archive to go to wherever you want to go to. So for me the website has to be clear and simple as possible. I find many websites very complicated. [B18 (9)]

When you pre-booked the seat and would give you the map of the airplane. The new website is better than the old one. It significantly improved in one and a half year before they used to crash. [B12 (1, 5)]

### 4.3 ปัญหาเวลาที่ใช้ในการค้นหา

การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินและการสำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์บางแห่งไม่สามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากเว็บไซต์ไม่มีโปรแกรมเฉพาะที่ต้องการทำให้การค้นหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมออนไลน์ต้องเสียเวลามาก

ชาวสหราชอาณาจักร 2 ราย (B6, B10) (ร้อยละ 13) รายแรก (B6) กล่าวว่า เว็บไซต์ไม่มีระบบยืนยันการจองห้องพักออนไลน์ หากต้องการจองห้องพักจะต้องส่งอีเมลแจ้งความต้องการให้กับเจ้าหน้าที่ทราบ และรอการตอบกลับผ่านทางอีเมล ทำให้เสียเวลาในการสำรองห้องพัก รายที่สอง (B10) เว็บไซต์สายการบินสิงคโปร์ไม่มีโปรแกรมเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินกับการแลกไมล์สะสมแทนการซื้อตั๋วเครื่องบิน ทำให้ต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นและมีขั้นตอนมากในการจองตั๋วเครื่องบิน โดยการใช้ไมล์สะสมผ่านทางเว็บไซต์

The only thing they could do better is to have a confirmation online. With Sawadee you need to send them an email and they come back to you, but if there was a way to link instantly to online booking, it would be extremely good. [B6 (5)]

You can't compare the two choices so you can check here how much does it cost then you come out then you go in again if you want to use air miles. [B10 (3)]

### 4.4 ปัญหาเว็บไซต์ภาษาไทย

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรประสบปัญหาในการเข้าถึงสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยการค้นหาสารสนเทศทางเว็บไซต์ไม่สามารถกระทำได้ เพราะเว็บไซต์บางแห่งมีเฉพาะภาษาไทยเท่านั้น นักท่องเที่ยวหนึ่งราย (B3) (ร้อยละ 7) เข้าใช้เว็บไซต์ที่เป็นโปรแกรมภาษาไทยและไม่สามารถเปลี่ยนเป็นภาษาอังกฤษได้ ทำให้ต้องออกจากระบบ

I have been on the website and it's all in Thai and they have no facilities to change in English so immediately I'd get rid of that because I just can't understand it. [B3 (3)]

#### 4.5 ปัญหาการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์

การจองตั๋วเครื่องบินผ่านทางเว็บไซต์บางแห่งมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจอง เนื่องจากเว็บไซต์มีสายการบินที่มีคุณภาพให้เลือกบินมากมาย อีกทั้งยังมีราคาที่เหมาะสมจึงเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้นิยมใช้เป็นจำนวนมากนักท่องเที่ยวหนึ่งราย (B16) (ร้อยละ 7) ประสบปัญหาในการจองตั๋วเครื่องบินกับเว็บไซต์ไม่สามารถจองตั๋วเครื่องบินกับสายการบิน ในวันเวลาและราคาที่ต้องการ ได้ทันท่วงที การสำรองตั๋วเครื่องบินผ่านทางเว็บไซต์นี้ต้องทำอย่างรวดเร็ว

It's a very busy website. We were trying to proceed the purchase of the ticket however when we submitted that ticket has gone because of the internet system. [B16 (6)]

สรุปปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงเป็นปัญหาของระบบเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากมีการปรับปรุงระบบในการเผยแพร่สารสนเทศทางเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีสารสนเทศที่มีคุณภาพ ในปริมาณที่เหมาะสม มีข้อมูลทันสมัย เชื่อถือได้ มีลิงก์ที่ใช้งานได้ ช่วยประหยัดเวลาในการค้น เว็บไซต์สามารถเปลี่ยนภาษาตามที่ต้องการ และมีความสะดวกสบายเมื่อต้องการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ จะทำให้การแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงมีประสิทธิภาพมากขึ้น



## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย มีการนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็นสามตอนคือ สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### 1. สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

1.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

1.1.3 เพื่อศึกษาปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

1.2.1 **ผู้เข้าร่วมวิจัย** งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 18 คน โดยผู้วิจัยแบ่งนักท่องเที่ยวตามประสบการณ์ในการเดินทางเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไปจำนวน 15 คน และกลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกจำนวน 3 คนตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนกรกฎาคม 2552

1.2.2 **เครื่องมือการวิจัย** งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1) แบบสำรวจข้อมูลด้านประชากรเป็นแบบสำรวจข้อมูลด้านประชากรและคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

2) คำถามสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีแนวคำถามที่กำหนดไว้ล่วงหน้าและเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล

### 1.2.3 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเดินทางไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงจำนวน 18 คน ตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา และภูเก็ต ตั้งแต่วันที่ 2 พฤศจิกายน 2551 จนถึงวันที่ 22 กรกฎาคม 2552 โดยผู้วิจัยขอให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสำรวจข้อมูลด้านประชากร จากนั้นจึงทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

### 1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

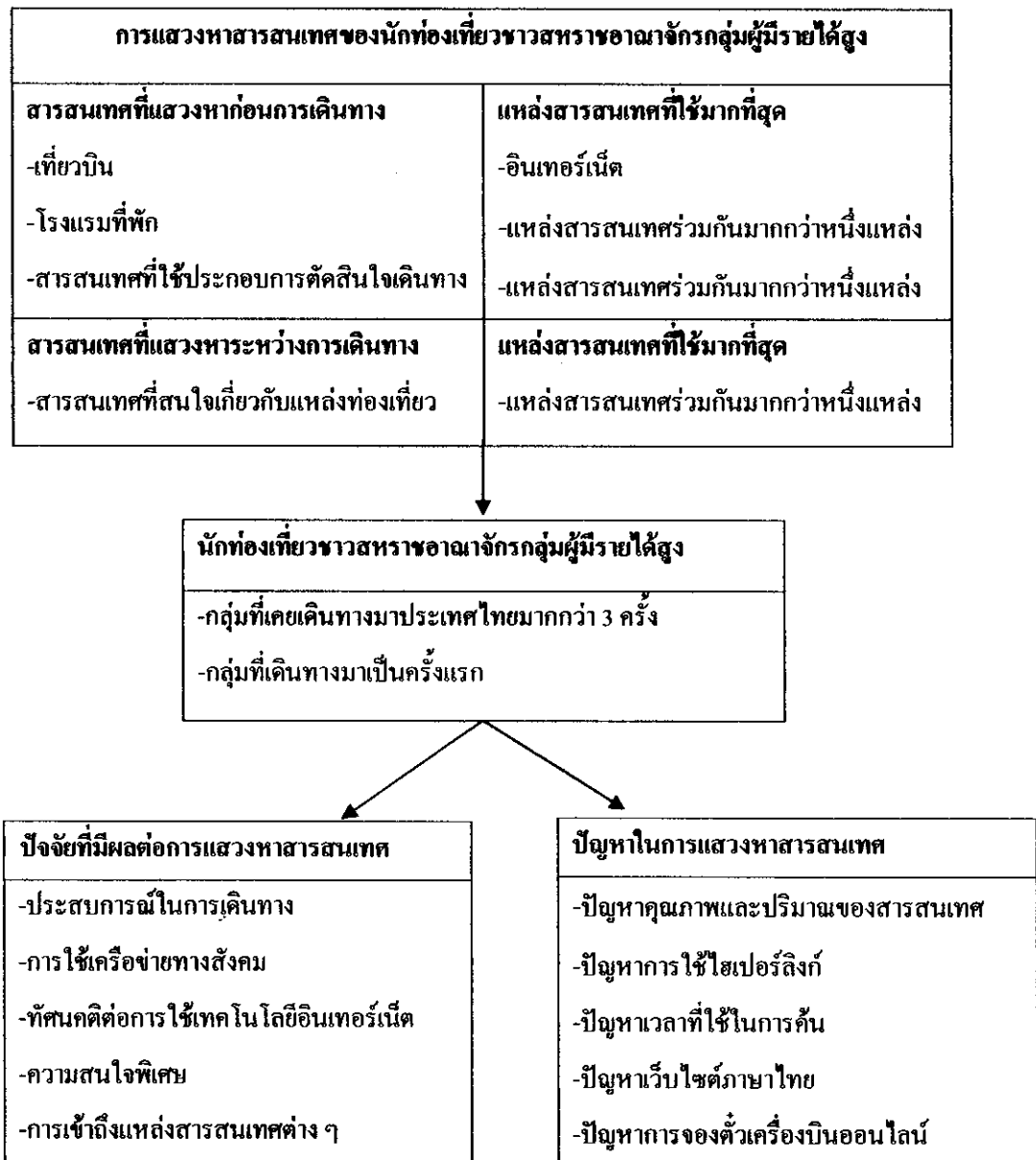
การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมมาได้แต่ละส่วนมาวิเคราะห์โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นจึงนำผลการวิเคราะห์มาสรุปการแสวงหาสารสนเทศและเปรียบเทียบกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบของตารางและการพรรณนาความ

## 1.3 ผลการวิจัย

### 1.3.1 ข้อมูลทั่วไปและคุณลักษณะเฉพาะ

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 56) เป็นผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพ (ร้อยละ 67) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 61) และมีรายได้ก่อนหักภาษีมากกว่า 2.75 ล้านบาทขึ้นไป (ร้อยละ 50) สำหรับคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวจัดการเดินทางด้วยตัวเองและจองผ่านบริษัททัวร์เท่ากันคือร้อยละ 50 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยประเทศเดียว (ร้อยละ 83) มีจำนวนวันพักในประเทศไทย 5-10 วัน (ร้อยละ 50) นักท่องเที่ยวกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยวจำนวน 200,000-300,000 บาท (ร้อยละ 44) มีค่าใช้จ่ายต่อวันมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 72) และเคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 83) มีเพียงร้อยละ 17 ที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก

การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง  
 ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทยจากภาพที่ 5.1 แสดงเห็นถึงการ  
 แสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางปัจจัยที่มีผลต่อการ  
 แสวงหาสารสนเทศ และปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศ



ภาพที่ 5.1 ผลการวิจัยการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่ม  
 ผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

### 1.3.2 การแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว

#### สหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย

##### 1) ก่อนการเดินทาง

(1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 15 ราย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนจำนวน 11 ราย และกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนจำนวน 4 ราย

ก. กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน สารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แสวงหาก่อนการเดินทางได้แก่ เที่ยวบิน โรงแรมที่พัก และสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

ก) เที่ยวบิน เพราะต้องการให้การเดินทางมาพักผ่อนเป็นไปอย่างสะดวกสบายและคุ้มค่า สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินที่นักท่องเที่ยวแสวงหา ได้แก่ มาตรฐานของสายการบิน ตารางวันและเวลาบิน ราคาตั๋วเครื่องบิน เที่ยวบินตรงหรือเที่ยวบินที่หยุดพัก ระหว่างทาง แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ตามลำดับ

ข) โรงแรมที่พัก นักท่องเที่ยวต้องการหาโรงแรมที่พักที่ดีเพื่อการพักผ่อนเป็นไปอย่างสะดวกสบายที่สุดสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักได้แก่ สถานที่ตั้ง มาตรฐานของห้องพัก การบริการ ราคา โปรโมชันพิเศษ อำนวยความสะดวก และสิ่งแวดล้อมรอบโรงแรมที่พัก แหล่งสารสนเทศที่ใช้คือ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งสื่ออินเทอร์เน็ต และบริษัททัวร์ตามลำดับ

ค) สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ สภาพอากาศ การคมนาคมภายในประเทศ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสถานการณ์ทางการเมืองแหล่งสารสนเทศที่ใช้ ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งสื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์เครือข่ายทางสังคม และหนังสือท่องเที่ยว ตามลำดับ

ข. กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แสวงหาก่อนการเดินทาง ได้แก่ เที่ยวบิน โรงแรมที่พัก และสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

ก) เที่ยวบินเพราะต้องเดินทางไปทำธุรกิจในหลายประเทศและมีเวลาในการเดินทางจำกัด จึงต้องรอบคอบในการเลือกเที่ยวบินในการเดินทาง สารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบินที่นักท่องเที่ยวแสวงหาได้แก่ สายการบิน ชั้นของเที่ยวบิน ความสะดวกสบายของที่นั่ง ตารางวันและเวลาบิน และราคาตั๋วเครื่องบิน แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ตและแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง ตามลำดับ

ข) โรงแรมที่พักเพราะต้องการหาโรงแรมที่ดี มีมาตรฐานระดับ 4-5 ดาว อยู่ใจกลางเมือง สะดวกในการเดินทางไปทำธุรกิจสารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักที่แสวงหาได้แก่ สถานที่ตั้ง มาตรฐานของห้องพัก การบริการ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์สำนักงานภายในห้องพักเพื่อใช้ในการติดต่อธุรกิจ และความปลอดภัย แหล่งสารสนเทศที่ใช้คือ สื่ออินเทอร์เน็ต

ค) สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทางเพราะต้องการให้การเดินทางเป็นไปตามแผนที่วางไว้ สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ สภาพอากาศ สถานการณ์ทางการเมือง การคมนาคม กีฬากลางแจ้ง และสถานการณ์ไข้หวัดใหญ่ 2009 แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งตามลำดับ

(2) กลุ่มที่เดินทางมาครั้งแรกเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทยเป็นครั้งแรก เพราะประเทศไทยมีความคุ้มค่าทางการเงินมากกว่า อีกทั้งมีความชื่นชอบเป็นส่วนตัวสารสนเทศที่แสวงหาก่อนการเดินทาง ได้แก่ เที่ยวบิน โรงแรมที่พัก และสารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเดินทาง

ก. เที่ยวบินเพราะเป็นการเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกจึงต้องมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกเที่ยวบินให้เหมาะสมสารสนเทศเกี่ยวกับเที่ยวบิน ได้แก่ สนามบินที่เดินทาง สายการบิน ชั้นของเที่ยวบิน ตารางวันและเวลาบิน และราคาตั๋วเครื่องบิน แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งตามลำดับ

ข. โรงแรมที่พักเพราะต้องการหาโรงแรมที่พักที่ดี มีมาตรฐานระดับ 5 ดาวที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง สารสนเทศเกี่ยวกับโรงแรมที่พักได้แก่ สถานที่ตั้ง มาตรฐานของ โรงแรม ราคา และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง

ค. สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในเดินทางเพราะเป็นการเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกต้องการให้การพักผ่อนเป็นไปอย่างมีความสุขและเกิดความประทับใจ สารสนเทศที่แสวงหาได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ฤดูกาลท่องเที่ยว การเดินทางจากสนามบินถึงสถานที่ท่องเที่ยวและ โรงแรมที่พักศิลปวัฒนธรรม การใช้ภาษาไทย วิถีชีวิต สถานการณ์ทางการเมือง และแหล่งจ่ายใช้สอย แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ หนังสือท่องเที่ยว และสื่ออินเทอร์เน็ต

## 2) ระหว่างการเดินทาง

(1) กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนและกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อน

ก. กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน สารสนเทศที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สนใจแสวงหาระหว่างการเดินทาง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตไทย การคมนาคม ร้านอาหาร บริการสปา แหล่งจ่ายใช้สอย และกีฬากลางแจ้งแหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง

ข. กลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทำธุรกิจและพักผ่อนสารสนเทศที่สนใจแสวงหาระหว่างการเดินทาง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ การคมนาคม ร้านอาหาร แหล่งจ่ายใช้สอย และกีฬากลางแจ้ง แหล่งสารสนเทศที่ใช้ คือ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง และนิตยสารท่องเที่ยว ตามลำดับ

(2) กลุ่มที่เดินทางมาครั้งแรกแสวงหาสารสนเทศได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ การคมนาคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตไทย อุทยานแห่งชาติ ร้านอาหาร และแหล่งจ่ายใช้สอย แหล่งสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ แหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง

สรุปผลการวิจัยนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางได้แก่ สายการบินจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โรงแรมที่พัก สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง และสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางจากแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่งเช่น สื่ออินเทอร์เน็ต ร่วมกับบริษัททัวร์เพื่อเปรียบเทียบราคาตัวเครื่องบินและ โรงแรมที่พัก สื่ออินเทอร์เน็ตร่วมกับ หนังสือท่องเที่ยวและเครือข่ายทางสังคมเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง และเอกสาร แผ่นพับและคนท้องถิ่นเพื่อแสวงหาสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

### **1.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทย**

1) ประสิทธิภาพในการเดินทางมีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางดังนี้

(1) กลุ่มที่มีประสิทธิภาพเดินทางมาประเทศไทย นำประสิทธิภาพในการเดินทางมาใช้เลือกสารสนเทศก่อนการเดินทางได้แก่ การเลือกแหล่งสารสนเทศการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกสายการบิน การเลือก โรงแรมที่พัก และระหว่างการเดินทาง ได้แก่ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกร้านอาหาร การเลือกพาหนะในการเดินทาง การเลือกโรงแรมที่พัก

(2) กลุ่มที่มีประสิทธิภาพส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก นำประสิทธิภาพส่วนตัวมาใช้ก่อนการเดินทางได้แก่ การเลือกแหล่งสารสนเทศ การเลือกโรงแรมที่พัก การเลือกสายการบินและระหว่างการเดินทางได้แก่ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกพาหนะในการเดินทาง

2) การใช้เครือข่ายทางสังคม พบว่า คำแนะนำจากเครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องและเพื่อนมีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางดังนี้

(1) ญาติพี่น้อง ชาวสหราชอาณาจักรนำประสิทธิภาพส่วนตัวของตนเกี่ยวกับการเดินทางในประเทศไทยมาช่วยให้การจัดเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวก การมีพฤติกรรม การท่องเที่ยวที่คล้ายกันส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่น ในสารสนเทศที่ได้รับจากญาติพี่น้องของตน

(2) เพื่อน มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางในประเทศไทยมาก่อน หรืออาศัยอยู่ในพื้นที่ทำให้สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับกิจกรรมที่ต้องการทำได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยสื่อสารภาษาท้องถิ่นทำให้ท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความราบรื่น

จากการวิจัยไม่พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการเดินทางมาประเทศไทยแต่อย่างใด

3) ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต พบว่า นักท่องเที่ยวทุกคนมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและนำมาใช้ในการแสวงหาสารสนเทศอย่างกว้างขวาง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวแบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

(1) การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม ได้แก่ การจอง การเลือกที่นั่งบนเที่ยวบิน และชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต เพราะความหลากหลายของสารสนเทศ มีผลต่อการตัดสินใจ สะดวก รวดเร็ว สารสนเทศทันสมัย ปลอดภัยในการชำระเงินออนไลน์ และไม่มีปัญหาในการเดินทางเมื่อจองผ่านเว็บไซต์

(2) การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลอย่างเดียว เพราะอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ ใช้งานง่าย เห็นภาพเสมือนจริง สะดวก รวดเร็ว สามารถเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รับ และเลือกสิ่งที่ตรงกับต้องการมากที่สุด

(3) ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและทำธุรกรรม เนื่องจากไม่มีข้อมูลใหม่ที่ต้องการค้นหา และเห็นว่าอินเทอร์เน็ตจะเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์แต่ต้องใช้เวลาในการค้นหามากอีกทั้งต้องระมัดระวังเรื่องความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์

4) ความสนใจพิเศษ สารสนเทศที่นักท่องเที่ยวสนใจเป็นพิเศษมีดังนี้

(1) กิจกรรมกีฬา หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจพิเศษในการกิจกรรมกีฬา ได้แก่ การเล่นพาราไกลด์ดิ้ง (paragliding) ปีนเขา ดำน้ำ และตีกอล์ฟ ในระหว่างที่พักผ่อนในประเทศไทย

(2) การจับจ่ายใช้สอย หมายถึง นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อพักผ่อนทำธุรกิจ และจับจ่ายใช้สอยโดยเฉพาะ เนื่องจากเห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าดี มีคุณภาพ ราคาถูก



(3) สปา หมายถึง การเดินทางมาเพื่อพักผ่อนและใช้บริการสปา เพราะประเทศไทยมีบริการสปาที่มีชื่อเสียงระดับโลก

(4) สวนสนุก หมายถึง ความสนใจพิเศษเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสวนน้ำ และสวนสนุกที่มีเครื่องเล่นผาดโผนสามารถสร้างความตื่นเต้นเร้าใจในการเดินทางท่องเที่ยว

(5) การช้อปปิ้ง หมายถึง ความสนใจพิเศษเกี่ยวกับการช้อปปิ้งที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียง

5) การเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง ดังนี้

(1) สื่ออินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเข้าถึงสารสนเทศ ได้แก่ สายการบิน โรงแรมที่พัก สารสนเทศที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง และสารสนเทศที่สนใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนและระหว่างการเดินทาง เพราะเข้าถึงสะดวก รวดเร็ว มีสารสนเทศที่หลากหลาย คุ่มค่าด้านราคา สามารถเห็นภาพเสมือนจริงของโรงแรมที่พักและแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

(2) คนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงแสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจากคนท้องถิ่น เพราะอยู่ในพื้นที่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี

(3) หนังสือท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้หนังสือท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศที่สนใจ เพราะหนังสือท่องเที่ยวมีสารสนเทศที่ครอบคลุม สะดวกต่อการพกพาในขณะที่เดินทาง

(4) การใช้เครือข่ายทางสังคม นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้เครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องและเพื่อนเป็นแหล่งแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว เพราะเชื่อมั่นในสารสนเทศที่ได้รับจากเครือข่ายทางสังคมของตน

(5) บริษัททัวร์ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงแสวงหาสารสนเทศจากบริษัททัวร์ เพราะมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน ได้รับการบริการที่ดี จึงกลับไปใช้บริการอีก

(6) เอกสารแผ่นพับ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้เอกสารแผ่นพับเป็นแหล่งแสวงหาสารสนเทศระหว่างการเดินทาง เพราะสะดวก สามารถพกพาติดตัวไปได้ตลอดเวลา มีสารสนเทศตามที่ต้องการ

(7) นิตยสารท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้นิตยสารท่องเที่ยวแสวงหาสารสนเทศที่สนใจ เพราะมีภาพที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ

(8) แผนที่ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้แผนที่เป็นแหล่งสารสนเทศระหว่างการเดินทาง เพราะแผนที่ดีจะทำให้สะดวกต่อการเดินทางเป็นอย่างมาก

สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศ ได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทาง การใช้เครือข่ายทางสังคม ทักษะติดต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ความสนใจพิเศษ และการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกสารสนเทศและแหล่งสารสนเทศที่เหมาะสมต่อความต้องการที่แท้จริงของตนเองเพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเต็มไปด้วยความสุข สนุกและประทับใจ

### 1.3.3 ปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศ เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาว

สหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงประสบในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวได้แก่

#### 1) ปัญหาคุณภาพและปริมาณของสารสนเทศ จำแนกเป็น

(1) สารสนเทศมากเกินไป จากการแข่งขัน ในการให้บริการข้อมูล ข่าวสารที่มากขึ้นทำให้เว็บไซต์หลายแห่งพยายามเผยแพร่สารสนเทศที่มีเนื้อหาครอบคลุมเพื่อให้ผู้ใช้งานไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ส่งผลให้เกิดปัญหาสารสนเทศท่วมท้นเกินความต้องการ ทำให้เสียเวลาในการค้นหา เป็นอุปสรรคต่อการใช้ ไม่สามารถเลือกใช้สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) สารสนเทศไม่เพียงพอเว็บไซต์บางแห่งนำเสนอเนื้อหาของสารสนเทศที่ไม่ครอบคลุมไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ทำให้ต้องแสวงหาสารสนเทศที่ต้องการจากแหล่งสารสนเทศมากกว่าหนึ่งแหล่ง

(3) ปัญหาสารสนเทศขาดความถูกต้องและทันสมัย เพราะเว็บไซต์มีเนื้อหาของโรงแรมที่พักและแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ได้ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสารสนเทศที่ไม่ถูกต้อง

2) การใช้ไฮเปอร์ลิงก์ (hyperlink) มีความยุ่งยากหรือไม่มีลิงก์เชื่อมโยงต่อไปยังเว็บเพจที่ต้องการ ทำให้เสียเวลาในการค้นหานานหรือไม่สามารถค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้

- 3) ปัญหาใช้เวลาในการค้นหาเยอะ เพราะเว็บไซต์ไม่มีโปรแกรมเฉพาะที่นักท่องเที่ยวต้องการ ทำให้ต้องเสียเวลาในการค้นหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมออนไลน์
- 4) ปัญหาเว็บไซต์ภาษาไทย การค้นหาสารสนเทศทางเว็บไซต์ไม่สามารถทำได้ เพราะเว็บไซต์บางแห่งมีเฉพาะภาษาไทยเท่านั้น
- 5) ปัญหาการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจจอง เพราะเว็บไซต์มีสายการบินที่คุ้มค่ากับราคาให้เลือกบินมากจึงมีผู้นิยมใช้เป็นจำนวนมากเช่นกัน

## 2. อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงที่เดินทางมาประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวได้แก่ ประสิทธิภาพในการเดินทาง ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต การใช้เครือข่ายทางสังคม ความสนใจพิเศษ และการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศของเทเลอร์ (Taylor, 1991: 217-251) ว่าด้วยแนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของผู้ใช้ที่ส่งผลต่อการแสวงหาสารสนเทศ ผลการวิจัยมีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย 3 ประเด็นคือ ประสิทธิภาพในการเดินทางกับการแสวงหาสารสนเทศ บทบาทของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับการใช้สารสนเทศ และเครือข่ายทางสังคมกับการแสวงหาสารสนเทศ

### 2.1 ประสิทธิภาพในการเดินทางกับการแสวงหาสารสนเทศ นักท่องเที่ยว

ชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงทุกคนเป็นนักท่องเที่ยวตามฤดูกาล แบ่งเป็นกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในการเดินทางมาประเทศไทยและกลุ่มที่มีประสิทธิภาพส่วนตัวในการเดินทางแต่มาประเทศไทยเป็นครั้งแรก ประสิทธิภาพในการเดินทางเป็นความรู้เดิมที่ได้จากการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งสารสนเทศ สถานที่ท่องเที่ยว สายการบิน และ โรงแรมที่พัก ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 15 คน นำประสิทธิภาพในการเดินทางมาใช้เลือกแหล่งสารสนเทศเพราะความรู้ที่มีอยู่ไม่เพียงพอจึงต้อง

แสวงหาเพิ่มเติมจากแหล่งสารสนเทศภายนอกที่เคยใช้มาก่อน ใกล้เคียงกับงานวิจัยของเฉินและเกอร์ชอย (Chen and Gursoy, 2000) พบว่า ประสิทธิภาพในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีผลต่อการเลือกใช้แหล่งสารสนเทศภายนอกเช่น สายการบิน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นต้นและงานวิจัยของลูบ์ (Lubbe, 2007) พบว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้เว็บไซต์ของสายการบินที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และคุ้นเคยกับเว็บไซต์ เพื่อตรวจสอบจำนวนไมล์สะสม ตามด้วยการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเที่ยวบิน และการจองตั๋วเครื่องบิน ในขณะที่งานวิจัยของเกอร์ชอยและแมคเคลียร์ (Gursoy and McCleary, 2004) พบว่า ประสิทธิภาพมีผลต่อการเลือกแหล่งสารสนเทศที่มีปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายของแหล่งสารสนเทศที่เลือกใช้และเวลาที่ใช้ในการค้นหาเข้ามาเกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 11 คน นำประสิทธิภาพในการเดินทางมาใช้เลือกสถานที่ท่องเที่ยว เพราะมีประสิทธิภาพในการเดินทางท่องเที่ยวมาก่อนจึงรู้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นดีหรือไม่และมีกิจกรรมอะไรที่น่าสนใจ ใกล้เคียงกับงานวิจัยเลห์โท โอเลียร์ และมอร์ริสัน (Lehto, O'Leary and Morrison, 2004) เล็พพ์และกิบสัน (Lepp and Gibson, 2006) และงานวิจัยของนิชิมูระ, แวริสแซค และคิง (Nishimura, Waryszak and King: 2006) ต่างก็พบว่า ประสิทธิภาพในการเดินทางเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้ โรงแรมที่พัก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ร้านอาหาร แหล่งใช้จ่ายใช้สอย และการจัดการค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นต้น ในขณะที่เดียวกันงานวิจัยของเบียร์ลีและมาร์ติน (Beerli and Martín, 2004) ก็พบว่าประสิทธิภาพในการเดินทางช่วยเปรียบเทียบสารสนเทศที่ได้รับและเลือกสารสนเทศที่เหมาะสมกับความต้องการ

**2.2 บทบาทของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับการแสวงหาสารสนเทศ บทบาทสำคัญของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวได้แก่ การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและปัญหาของการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต**

**2.2.1 การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต** นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในสองประเด็นคือ การเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ และการทำธุรกรรมออนไลน์

1) การเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นช่องทางในการ

เข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการทั้งจากเว็บไซต์ของสายการบิน โรงแรม เว็บไซต์ตัวแทนจำหน่าย และสถานที่ท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 16 คน ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้าถึงสารสนเทศเพื่อการเดินทางมาประเทศไทย เพราะสามารถเข้าถึงสารสนเทศจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เว็บไซต์ใช้งานง่ายและได้รับสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการ ใกล้เคียงกับงานวิจัยของเออร์เนสต์ เลเวล และคอลลเบอร์สัน (Ernest, Level and Culbertson, 2005) ที่พบว่าพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศในปัจจุบันได้เปลี่ยนจากแหล่งสารสนเทศแบบเดิมเช่น จดหมาย โทรศัพท์ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว มาเป็นการค้นหาจากสื่ออินเทอร์เน็ต และงานวิจัยของมา บูฮาลิส และ ซอง (Ma, Buhalisand Song, 2003) พบว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก รวมทั้งงานวิจัยของนุชฤดี รุ่ยใหม่ (2549) ฟรียาส คาสตานีดา และ โรดริเกวซ์ (Frias, Castañeda and Rodríguez, 2007) ต่างก็พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เวิลด์ไวด์เว็บได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ บนเว็บไซต์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยววันนั้นมาก่อนด้วย

2) การทำธุรกรรมออนไลน์สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในการใช้แสวงหาสารสนเทศและทำธุรกรรมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยว 13 รายใช้สื่ออินเทอร์เน็ตจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรมที่พัก และการชำระเงินออนไลน์เพราะเคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์นั้น ๆ มาก่อนจึงมั่นใจว่าจะไม่มีปัญหาในการจอง มีความปลอดภัยเมื่อต้องใส่ข้อมูลบัตรเครดิตเพื่อชำระเงินและมีความคุ้มค่าด้านราคามากกว่า ใกล้เคียงกับงานวิจัยของคอร์บิทท์ ธนะสันกิจและยี (Corbitt, Thanasankit and Yi, 2003) เฮียง (Heung, 2003) และคิม, ชุงและลี (Kim, Chung and Lee, 2010) ต่างก็พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางเว็บไซต์มากขึ้น หากเคยมีประสบการณ์ทำธุรกรรมออนไลน์มาก่อนเว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ ใช้งานง่าย และมีความปลอดภัยสูงในขณะทำงานวิจัยของศรีคานท์ (Srikanth, 2003) พบว่า เหตุผลของการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เกี่ยวกับการจองตั๋วเครื่องบินและการเช่ารถ และงานวิจัยของศรีคานท์ มอร์ริสัน และ โอเลียรี่ (Srikanth, Morrison and O'Leary, 2004) พบว่า แรงจูงใจทำให้

นักท่องเที่ยวของตัวเครื่องบินและชำระเงินผ่านเว็บไซต์คือราคาตัวเครื่องบินและโปรแกรมการแลกเปลี่ยนที่สะดวก ในขณะที่แรงจูงใจในการจองโรงแรมที่พักและกิจกรรมการท่องเที่ยวคือจำนวนห้องว่างและการเลือกกิจกรรมที่ต้องการสำหรับอุตสาหกรรมการบิน งานวิจัยของลูบ์ (Lubbe, 2007) พบว่า ผู้ประกอบการสายการบินต่างมีความพยายามที่จะให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอื่นมาเป็นการทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน โดยตรงเพราะจะได้รับราคาที่คุ้มค่านมากกว่า

โดยสรุปแล้วนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงยังคงใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเข้าถึงสารสนเทศจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อแสวงหาสารสนเทศที่ต้องการและทำธุรกรรมออนไลน์ เพราะเชื่อมั่นในความปลอดภัยของระบบ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของคาส์ โวกท์ และแมคเคย์ (Kah, Vogt and MaCkay, 2006) ที่ศึกษานักท่องเที่ยวชาวแคนาดา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวแคนาดาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาสารสนเทศเพื่อการวางแผนในการเดินทางมากกว่าการใช้เพื่อทำธุรกรรมออนไลน์ และงานวิจัยของเฮียง (Heung, 2003) พบว่า เพียง 30 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเกาะฮ่องกงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการจองและชำระเงินออนไลน์ เพราะเหตุผลทางด้านความปลอดภัย และยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นชาวตะวันตกที่มีการศึกษาและมีรายได้สูงซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยของผู้วิจัย

**2.2.2 ปัญหาของการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต** ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูงประสบปัญหาการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมาใช้แสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวดังนี้ ปัญหาคุณภาพและปริมาณของสารสนเทศและปัญหาเวลาที่ใช้ในการค้น

1) ปัญหาคุณภาพและปริมาณของสารสนเทศความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสารการท่องเที่ยว ภาพถ่ายรวมทั้งวีดีโอของโรงแรมที่พักและแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว แต่หากสารสนเทศมีมากเกินไปทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถค้นหาสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริงผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยว 3 ราย ประสบปัญหาปริมาณสารสนเทศที่ได้รับจากเว็บไซต์ของสายการบินและโรงแรมที่พักมากเกินไปจนความต้องการ ทำให้ไม่สามารถเลือกเที่ยวบินและโรงแรม

ที่פקที่ต้องการได้ ใกล้เคียงกับงานวิจัยของเอ็ดมอนด์และมอร์ริส (Edmunds and Morris, 2000) และ เชนและไท (Chen and Tai, 2002) พบว่า อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งสารสนเทศยอดนิยมเพราะมี สารสนเทศที่หลากหลาย แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจพาณิชย์ออนไลน์ได้เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้มีเว็บไซต์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายเกิดภาวะสารสนเทศท่วมท้นส่งผลให้ผู้ใช้ไม่สามารถเลือก สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) ปัญหาเวลาที่ใช้ในการค้นนักท่องเที่ยวต้องใช้เวลามากเกินไปในการ ค้นหาสารสนเทศที่เข้าเรื่องหรือพอใจกับสารสนเทศที่ได้รับ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยว 2 ราย ไม่สามารถเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินและสำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์บางแห่งได้อย่าง สะดวกเพราะมีขั้นตอนเยอะและต้องใช้เวลามาก ใกล้เคียงกับงานวิจัยของเกอร์ซอยและแมคเคลียร์ (Gursoy and McCleary, 2004) พบว่า เว็บไซต์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ มีความยุ่งยากในการใช้งาน นักท่องเที่ยวต้องเสียเวลานานในการดาวน์โหลดข้อมูล หรือลิงก์ข้อมูลไปยังเว็บไซต์ที่ใช้ไม่ได้ อีกทั้งยังสารสนเทศไม่ครบถ้วนตรงกับความต้องการสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัญหาที่ทำให้นักท่องเที่ยว ต้องยุติการค้นหาและไปแสวงหาสารสนเทศจากแหล่งอื่น รวมทั้งงานวิจัยของฟริแอสตาสทานีดา และ โรดริเกซ (Frias, Castañeda and Rodríguez, 2009) และเฮียง (Heung, 2003) ต่างก็พบว่า เวลา ที่ใช้ความพยายามที่ใช้ และความสะดวกสบายในการใช้ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศหลักในการแสวงหาสารสนเทศและการทำธุรกรรมออนไลน์ของ นักท่องเที่ยว

**2.3 เครื่องมือทางสังคมกับการแสวงหาสารสนเทศ** เครื่องมือทางสังคมมีผลต่อการ แสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายได้สูง เพราะนักท่องเที่ยว เชื่อมั่นว่าสารสนเทศที่ได้รับจากเครือข่ายทางสังคมเป็นสารสนเทศที่ดี มีคุณภาพ ถูกต้อง และตรงกับ ความต้องการมากที่สุด อีกทั้งทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว 13 คน ใช้เครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและเพื่อนทั้ง ชาวไทยและชาวสหราชอาณาจักรแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ฟอดเนสและเมอร์เรย์ (Fodness and Murray, 1997) พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปรัฐฟลอริดา และมีเครือข่ายทางสังคมที่เป็นญาติพี่น้องหรือเพื่อนอาศัยอยู่ที่นั่น เครือข่ายทางสังคมเหล่านี้มี ความสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในขณะทำงานวิจัยของรูบินีย์ สุวรรณฉัตรชัย (2542) บุญเลิศ เปเรร่า (2543) อังคณา สิทธิเทศานนท์ (2546) เบียร์ลีและมาร์ติน

(Beerli and Martín, 2004) นิชิมุระ, แวริสแซก และคิง (Nishimura, Waryszak and King: 2006) ลาดฮารี (Ladhari, 2007) พบว่าเครือข่ายทางสังคมเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประโยชน์ได้รับการยอมรับ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และมีผลต่อภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว และงานวิจัยของไฮด์ (Hyde, 2008) ที่พบว่าเครือข่ายทางสังคมทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการจัดการเดินทางมากขึ้น

จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยไม่พบว่ามีการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ในการแสวงหาสารสนเทศและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป เป็นผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพมีรายได้สูงและมีเวลาจำกัด จึงไม่นิยมใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์แสวงหาสารสนเทศในการเดินทางครั้งนี้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของเซียงและเกรทเซล (Xiang and Gretzel, 2009) และงานวิจัยของลิทวิท โกลด์สมิท และแพน (Litvin, Goldsmith and Pan, 2007) ซึ่งต่างก็พบว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งสารสนเทศที่มีบทบาทสำคัญ เพราะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวมากที่สุด

ผลการวิจัยนี้ยืนยันแนวคิดทฤษฎีสภาพแวดล้อมการใช้สารสนเทศของเทเลอร์ที่เน้นปัจจัยแวดล้อม 3 ด้าน ที่ส่งผลโดยตรงต่อการใช้สารสนเทศของผู้ใช้ได้แก่ กลุ่มบุคคล สภาพแวดล้อม ปัญหาที่ก่อให้เกิดการใช้สารสนเทศ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรกลุ่มผู้มีรายสูง แสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวก่อนการเดินทางและระหว่างการเดินทางจากแหล่งสารสนเทศได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต บริษัททัวร์ และแหล่งสารสนเทศร่วมกันมากกว่าหนึ่งแหล่ง โดยมีปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการแสวงหาสารสนเทศได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทาง ทักษะติดต่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต การใช้เครือข่ายทางสังคม ความสนใจพิเศษ และการเข้าถึงสารสนเทศจากแหล่งต่าง ๆ และปัญหาที่เกิดจากการแสวงหาสารสนเทศได้แก่ คุณภาพและปริมาณของสารสนเทศ การใช้ไฮเปอร์ลิงก์เวลาที่ใช้ในการค้นคว้าเว็บไซต์ภาษาไทย และการจองตั๋วเครื่องบินออนไลน์ เป็นต้น



### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

3.1 ควรศึกษาการให้บริการระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน เพราะเป็นแหล่งสารสนเทศหลักที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเข้าถึงสารสนเทศในการเดินทางมาประเทศไทย

3.2 ควรศึกษาเครือข่ายทางสังคมออนไลน์กับการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะเครือข่ายทางสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการแสวงหาสารสนเทศในปัจจุบัน ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทาง