

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ชื่อผู้เขียน	นายสมยศ โอง์เกลือบ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จงจิต ศรีพรหม โรเบิร์ต ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันดี ทองงอก กรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทักษิณา คุณารักษ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และอิทธิพลของข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยการสอบถามประชาชนที่มีถิ่นพำนักอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวนทั้งสิ้น 400 คน นอกจากนี้ ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยวิธีการสัมภาษณ์บุคคลที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล กล่าวคือ โทรทัศน์เป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุด และพบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ในด้านอิทธิพลของข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั้น พบว่า ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของประชาชน กล่าวคือ หลังจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแล้ว ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้สึกรอยการเดินทางท่องเที่ยว โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ รายการบันเทิง ด้านเนื้อหาของข่าวสาร พบว่า ประชาชน

ส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ประชาชนสนใจมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ด้านรูปแบบการนำเสนอข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น พบว่า หน่วยงานราชการรวมทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการเผยแพร่ข่าวสารหลายรูปแบบ ทั้งการให้ความรู้ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสารต่างๆ ส่วนภาคเอกชน คือ ธุรกิจนำเที่ยวต่างๆ มักนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

ด้านความคิดเห็นของบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่า ปัจจุบันคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันมีคนไทยบางส่วนที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และเห็นว่าควรมีการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนส่วนใหญ่ ที่คิดว่าการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ และควรมีการเผยแพร่ให้มากขึ้น

จากผลการศึกษา ผู้ศึกษาคิดว่า การเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน จึงควรมีการเผยแพร่ข่าวสารให้มากขึ้น โดยเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชน เนื่องจากเป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับมาก โดยเฉพาะโทรทัศน์ และควรใช้รูปแบบในการนำเสนอที่เหมาะสมกับคุณลักษณะและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย

Independent Study Title	Media Exposure of People in Muang District, Khon Kaen Province, to Tourism Information	
Author	Mr. Somyot Ongkhluaop	
M.A.	Tourism Industry Management	
Examining Committee	Assist. Prof. Chongchit Sripun Robert	Chairman
	Assist. Prof. Wandee Thong-ngok	Member
	Assist. Prof. Dr. Taksina Kunarucks	Member

ABSTRACT

This study was conducted to evaluate the level of exposure to tourism information and its influence on domestic tourism travel decisions of people living in Muang District, Khon Kaen Province, and to survey the various types of media employed by different agencies involved in providing such information. Data collection methods included completion of four hundred interviews with residents of Muang District and in-depth interviews with selected individuals engaged in various aspects of the tourism industry. The findings of this study are expected to be of use to a variety of tourism information presenting organizations, both government and private sector.

This study found that the majority of people surveyed obtained most of their tourism information from mass media sources rather than through inter-personal communication. Television was found to be the main source of tourism information. In addition, tourist information media exposure patterns were found to vary with sex, age, education, occupation and income. The study also found that people's desire for tourism-related travel increased significantly following receipt of tourist information from mass media sources, with television having a greater impact than other sources. The entertainment format was the most popular form

of presentation of information. In terms of content, information on natural tourist locations elicited the highest level of interest.

Both government organizations and the Tourism Authority of Thailand employed several varieties of mass media, e.g., advertisements, public relations, and documentaries. Private sector organizations focused primarily on advertisements and public relations.

People working in tourism-related organizations in general agreed that there has been an increase in domestic tourism by Thai people, while a smaller group of Thais engage in international tourist travel. Most of the individuals in the tourism industry recommended the distribution of additional tourism information, confirming the view that the current level of tourism information is not adequate and should be increased, both in terms of quantity and quality.

The study revealed that tourism information at present is not sufficient to meet people's requirements and that it should be increased using additional mass media, particularly television. These media presentations should be tailored to match the media reception behavior and demographic characteristics of the specific target groups.