

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของประชากร ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (Demographic data) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาแสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งจำแนกเป็นเพศชายและหญิง สัดส่วนเท่าๆกัน โดยเป็นเพศชายร้อยละ 50 และเพศหญิงร้อยละ 50 ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ ระหว่าง 22 - 35 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาคืออายุระหว่าง 46-55 ปี คิดเป็น ร้อยละ 17.25 ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีจำนวน มากที่สุด รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาและต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 28.75 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 36.25 รองลงมาคือ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 21.75 ระดับรายได้รวมทั้ง ครอบครัวอยู่ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมา มี รายได้รวมทั้งครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,000 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.50

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายในและ แหล่งข้อมูลภายนอก

2.1 พฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูล ภายใน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายใน โดย เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีระดับความคิดเห็น ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากสิ่งที่ทราบอยู่แล้วในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) และผู้ตอบ แบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ที่ระบุมากเพียงพอตั้งแต่ก่อนที่จะเลือกเดินทางไปสถานที่นั้น ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16)

2.2 พฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูล

ภายนอก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) จากการศึกษาในรายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยเห็นด้วยกับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากการสอบถามข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือครอบครัวมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ การศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ หรือโฆษณาในหน้านิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) การศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากบทความในนิตยสาร หรือ รายงานการสำรวจ (ค่าเฉลี่ย 3.07) การศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวโดยการค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 2.79) ส่วนแหล่งข้อมูลภายนอกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยหรือมีระดับความคิดเห็นในการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การสอบถามข้อมูลจากสถานที่ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวประจำจังหวัดหรืออำเภอ (ค่าเฉลี่ย 2.30) การสอบถามข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.25) การสอบถามข้อมูลจากสถานที่ให้บริการข้อมูลของรัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 2.20) และการสอบถามข้อมูลจากแหล่งอื่นๆนอกเหนือจากที่กล่าวมา (ค่าเฉลี่ย 2.06)

สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายนอก โดยการสอบถามจากเพื่อนหรือครอบครัว และการศึกษาข้อมูลจากสื่อสารมวลชน เช่น การชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ หรือโฆษณาในหน้านิตยสารอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากบทความในนิตยสารหรือรายงานการสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และการศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการศึกษาข้อมูลจากสถานที่ให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวประจำจังหวัดหรืออำเภอ การสอบถามข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว การสอบถามข้อมูลจากสถานที่ให้บริการข้อมูลของรัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการสอบถามข้อมูลจากแหล่งอื่นๆนอกเหนือจากที่กล่าวมา อยู่ในระดับน้อย

2.3 ระดับความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เลือกจะ

ไป

ความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่ตนเลือกที่จะไปอยู่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และจากรายละเอียดในแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามโดยเฉลี่ยได้พยายามเสาะแสวงหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ในระดับมาก และเมื่อให้เปรียบเทียบความรู้จักและคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศกับบุคคลทั่วไป เพื่อน และกับคนที่เดินทางบ่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่ามีเมื่อเปรียบเทียบกับเพื่อนและบุคคลทั่วไปแล้ว ตนเองมีความรู้จักและคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.92 และ 2.86 ตามลำดับ) แต่เมื่อให้เทียบกับคนที่มีโอกาสเดินทางบ่อย ๆ แล้วนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยยังรู้สึกว่าตนยังมีความรู้จักและคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศน้อยกว่า (ค่าเฉลี่ย 2.15)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคุ้นเคยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้พยายามเสาะแสวงหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ อยู่เสมอ เมื่อให้เปรียบเทียบกับเพื่อนของผู้ตอบแบบสอบถามแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้จักและคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศหลายแห่งมากกว่า และเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้จักและคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศหลายแห่งมากกว่า อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความคิดเห็นเมื่อเปรียบเทียบกับคนที่เดินทางบ่อย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้จักและคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศหลายแห่งมากกว่าอยู่ในระดับน้อย

2.4 ระดับความเชี่ยวชาญของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.4.1 ความเชี่ยวชาญโดยรวม

ระดับความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยเฉลี่ยความเชี่ยวชาญรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ การจดจำ (Memory) (ค่าเฉลี่ย 3.35) การวิเคราะห์ (Analysis) (ค่าเฉลี่ย 3.28) การจัดการกับความรู้ดั้งเดิม หรือความเชื่อ (Cognitive Structure) (ค่าเฉลี่ย 3.27) การตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ (Automaticity) (ค่าเฉลี่ย 3.16) และการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ (Elaboration) (ค่าเฉลี่ย 2.94)

สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเชี่ยวชาญในการจดจำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Memory) ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติเมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหา (Automaticity) ความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิม หรือความเชื่อเกี่ยวกับสินค้าและบริการในใจของตนเอง และแบ่งแยกข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างเป็นหมวดหมู่ (Cognitive Structure) ความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้า

ที่ได้รับว่ามีความถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร (Analysis) และความเชี่ยวชาญในการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ (Elaboration) อยู่ในระดับปานกลาง

2.4.2 ความเชี่ยวชาญในการจดจำ (Memory)

ความเชี่ยวชาญในการจดจำของผู้ตอบแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชี่ยวชาญในการจดจำสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเดินทางไปท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยจะสามารถจดจำได้ว่าในสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ระบุข้างต้น สามารถทำกิจกรรมอะไรได้บ้าง (ค่าเฉลี่ย 3.69) ระดับมารองลงมา คือผู้ตอบแบบสอบถามสามารถนึกถึงภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่ระบุในแบบสอบถาม ซึ่งก็คือสถานที่ที่ได้ไปท่องเที่ยวครั้งล่าสุดได้อย่างชัดเจน และง่ายดาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) และผู้ตอบแบบสอบถามยังสามารถจดจำสิ่งที่ทำในระหว่างที่ไปพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางครั้งล่าสุดได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือผู้ตอบแบบสอบถามมักจะบอกคนรอบข้างเกี่ยวกับประสบการณ์ของตนเองในการท่องเที่ยวในสถานที่ที่เดินทางครั้งล่าสุด (ค่าเฉลี่ย 3.27) และเมื่อใดที่ต้องการที่จะเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะนึกถึงสถานที่ที่ระบุก่อนสถานที่อื่นเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.13) และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเปรียบเทียบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวได้จากความรู้ที่มีอยู่โดยไม่ต้องมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม (ค่าเฉลี่ย 2.74)

สรุปได้ว่า ความสามารถในการจดจำของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อกิจกรรมที่สามารถทำได้ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปเที่ยว กิจกรรมที่ได้ทำในระหว่างที่พักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว การจดจำภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่ที่เคยไปได้อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ส่วนความสามารถในการบอกเล่าคนรอบข้างเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่เคยไป การที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะนึกถึงสถานที่ที่เคยไปล่าสุดก่อนสถานที่อื่นเสมอ และความสามารถของผู้ตอบแบบสอบถามในการเปรียบเทียบข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวได้จากความรู้ที่มีอยู่โดยไม่ต้องมีการหาข้อมูลเพิ่มเติม อยู่ในระดับปานกลาง

2.4.3 ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ (Automaticity)

ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติของผู้ตอบแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างจากเดิมในการเดินทางท่องเที่ยวครั้ง

ใหม่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะชอบสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งแล้วก็ยังจะเลือกไปท่องเที่ยวที่อื่นในการเดินทางครั้งใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 3.65) ส่วนคำถามอื่นๆที่วัดความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้งสิ้น โดยแจกแจงตามระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากไปจนถึงน้อยที่สุด ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่กลับไปท่องเที่ยวสถานที่ที่เคยไปมาแล้ว เพียงเพราะมีคนรู้จักคุ้นเคยอยู่ (ค่าเฉลี่ย 2.97) และ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามจะเดินทางท่องเที่ยว ก็มักจะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้เวลาไม่นานนัก (ค่าเฉลี่ย 2.95) ลำดับรองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามชอบที่จะเลือกพักในโรงแรมหรือเลือกที่พักแห่งใหม่ทุกครั้งเมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.87) และข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด แต่ยังคงจัดอยู่ในระดับปานกลาง คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่รู้สึกลำบากหากต้องทำหลายสิ่งในเวลาเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 2.75)

สรุปได้ว่า ความสามารถในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ (Automaticity) ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างจากเดิมในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งใหม่อยู่เสมอ การเลือกที่จะไปท่องเที่ยวที่อื่นในการเดินทางครั้งใหม่แม้ว่าจะมีสถานที่ที่ชอบอยู่แล้วก็ตามอยู่ในระดับมาก ส่วนการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่กลับไปท่องเที่ยวสถานที่ที่เคยไปมาแล้วเพียงเพราะมีคนรู้จักคุ้นเคยอยู่ และการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้เวลาไม่นานนัก การเลือกพักในโรงแรมหรือเลือกที่พักแห่งใหม่ทุกครั้งเมื่อเดินทางท่องเที่ยวครั้งใหม่ และการที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่รู้สึกลำบากหากต้องทำหลายสิ่งในเวลาเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง

2.4.4 ความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิม หรือความเชื่อ (Cognitive Structure)

ความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิมหรือความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง หรืออีกนัยหนึ่ง มีความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิมหรือความเชื่ออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.38) คือ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นอีก ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสถานที่ ที่ได้ระบุไว้ข้างต้น รองลงมา ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวจากข้อเสนอที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.30) ลำดับต่อมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายชื่อของสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศ และสามารถจัดกลุ่ม สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจคล้ายคลึงกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.25) จัดอยู่ในระดับปานกลาง และ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามนึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (เช่น

พระราชคุดยสุเทพ) ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถบอกชื่อสถานที่เหล่านั้นได้หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.22) อยู่ในระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง และสุดท้าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลางในการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้รายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ระบุไว้ข้างต้นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

สรุปได้ว่า ความสามารถในการจัดการกับความรู้อย่างดีและความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งอื่นๆอีกที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปมาแล้ว การที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเปรียบเทียบความท่านสามารถเปรียบเทียบความแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวจากข้อเสนอที่น่าสนใจ การที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถจัดกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจคล้ายคลึงกันได้ การที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถบอกชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (เช่น พระราชคุดยสุเทพ) ได้หลายแห่ง และการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้รายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยไปมาแล้วได้ อยู่ในระดับปานกลาง

2.4.5 การวิเคราะห์ (Analysis)

ความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย จัดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยที่ ปัจจัยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลที่มีให้ส่วนใหญ่มีประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา และยังจัดอยู่ในข้อที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวก่อนที่จะตัดสินใจเลือกที่จะไปเป็นสิ่งจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 3.76) ต่อมาเป็น ความคิดเห็นที่ว่าบ่อยครั้งที่ท่านไม่ได้ใช้ความคิดในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากนัก จนนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.60) และเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะพิจารณาถึงสิ่งที่สถานที่นั้นมี เช่น กิจกรรมที่สามารถทำได้ หรือ ห้องอาหาร เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.52) ซึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยยังจัดอยู่ในระดับมาก ส่วนคำถามอื่นๆเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับคือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะเชื่อความเห็นของผู้อื่นมากกว่าตัวเอง เช่น ความเห็นจากบริษัททัวร์ เพื่อนหรือญาติ (ค่าเฉลี่ย 2.96) ผู้ตอบแบบสอบถามมักเลือกทำในสิ่งที่จะต้องใช้เวลา น้อยกว่าเมื่อเทียบกับสิ่งที่ทำทนายให้ใช้เวลาหลายๆ (ค่าเฉลี่ย 2.78) และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมักถูกชักจูงให้ใช้เวลาตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.50)

สรุปได้ว่า ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อประโยชน์ของข้อมูลที่มีให้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ความจำเป็นในการพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวก่อนที่จะตัดสินใจเลือกที่จะไป การที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการที่ไม่ได้ใช้ความคิดในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากนักจะนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ และ การพิจารณาถึงสิ่งที่สถานที่นั้นๆ มี เช่น กิจกรรมที่สามารถทำได้ หรือ ห้องอาหาร เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ส่วนการเชื่อความเห็นของผู้อื่นมากกว่าตัวเองในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ความเห็นจากบริษัททัวร์ เพื่อนหรือญาติ การเลือกทำในสิ่งที่จะต้องใช้เวลาคิดน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสิ่งที่ทำให้ใช้ความคิดมากๆ และการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักถูกชักจูงให้ใช้ความคิดตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากเกินไปเกินความจำเป็น อยู่ในระดับปานกลาง

2.4.6 การประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ (Elaboration)

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีพฤติกรรมในการประเมินข้อเท็จจริง และหาข้อพิสูจน์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) โดยในข้อคำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมาก คือ ก่อนที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะพิจารณาข้อเท็จจริงทุกอย่างที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ ก่อนเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) อันดับต่อมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะใช้เวลาในการคิดพิจารณาถึงข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวที่รวบรวมได้มากกว่าคนอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในคำถามนี้ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามชอบที่จะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการการค้นหาค้นหาข้อมูล และต้องใช้เวลาพิจารณาอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 2.98) หากมีเพื่อนหรือญาติของผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว พวกเขาจะมาปรึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม (ค่าเฉลี่ย 2.89) และคำถามที่วัดพฤติกรรมในการประเมินข้อเท็จจริง และหาข้อพิสูจน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด อยู่ในระดับน้อย คือ ก่อนที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ใดที่หนึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้มีคำจำกัดความของสถานที่นั้นในใจ และไม่ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น บริษัททัวร์ หนังสือแนะนำเที่ยว ฯลฯ เช่น เป็นสถานที่ที่ดี หรือไม่ดี ราคาถูก หรือ ราคาแพง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 2.28)

สรุปได้ว่า ความสามารถในการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการพิจารณาข้อเท็จจริงทุกอย่างที่ทราบเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ ก่อนเสมอ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การใช้เวลามากกว่าคนอื่น ในการคิดพิจารณาถึงข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวที่รวบรวมได้ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการการค้นหาค้นหาข้อมูล

และต้องใช้ในการคิดพิจารณาอย่างมาก และการที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเป็นที่ปรึกษา และเป็น
ผู้แนะนำหากมีเพื่อนหรือญาติมีประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอยู่
ในระดับปานกลาง ส่วนการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้มีคำจำกัดความของสถานที่นั้นในใจ และ
ไม่ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากที่ต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็น บริษัททัวร์ หนังสือแนะนำเที่ยว ฯลฯ เช่น เป็น
สถานที่ที่ดี หรือไม่ดี ราคาถูก หรือ ราคาแพง เป็นต้น อยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญที่มีต่อการค้นหาข้อมูลจาก แหล่งข้อมูลภายในและแหล่งข้อมูลภายนอก

3.1 ความสัมพันธ์ของปัจจัยความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้นเคยกับความเชี่ยวชาญโดยอาศัยค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า ความคุ้นเคยมีความสัมพันธ์ทางแปรผันกับความ
เชี่ยวชาญ กล่าวคือ เมื่อความคุ้นเคยเพิ่มขึ้น จะทำให้ความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคุ้นเคยกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูล

ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในและแหล่งข้อมูลภายนอก

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคุ้นเคยกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายในและจากแหล่งข้อมูลภายนอก

ปัจจัย	พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จาก แหล่งข้อมูลภายใน	พฤติกรรมการค้นหาข้อมูล ข่าวสารจากแหล่งข้อมูล ภายนอก
ความคุ้นเคย (Familiarity)	✓	✓

หมายเหตุ

- ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
- × หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

ความคุ้นเคย (Familiarity) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหา
ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความคุ้นเคยโดยรวม (Familiarity) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความเชี่ยวชาญกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในและแหล่งข้อมูลภายนอก

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความเชี่ยวชาญกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายในและจากแหล่งข้อมูลภายนอก

ปัจจัย	พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจาก แหล่งข้อมูลภายใน	พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก
ความเชี่ยวชาญ (Expertise)	✓	✓

หมายเหตุ

- ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
 ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญ (Expertise) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญ (Expertise) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบปัจจัยความเชี่ยวชาญกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายใน และ จากแหล่งข้อมูลภายนอก

ปัจจัยความเชี่ยวชาญ	พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจาก แหล่งข้อมูลภายใน	พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก
1 ความเชี่ยวชาญในการจดจำ (Memory)	✓	✓
2 ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ (Automaticity)	✗	✓
3 ความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิม หรือความเชื่อ (Cognitive Structure)	✓	✓
4 ความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ (Analysis)	✗	✗
5 ความเชี่ยวชาญในการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ (Elaboration)	✓	✓

หมายเหตุ

- ✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05
- ✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการจดจำ (Memory) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการจดจำ (Memory) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ (Automaticity) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการตอบสนองทันทีโดยอัตโนมัติ (Automaticity) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิม หรือความเชื่อ (Cognitive Structure) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการจัดการกับความรู้ดั้งเดิม หรือความเชื่อ (Cognitive Structure) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ (Analysis) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ (Analysis) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

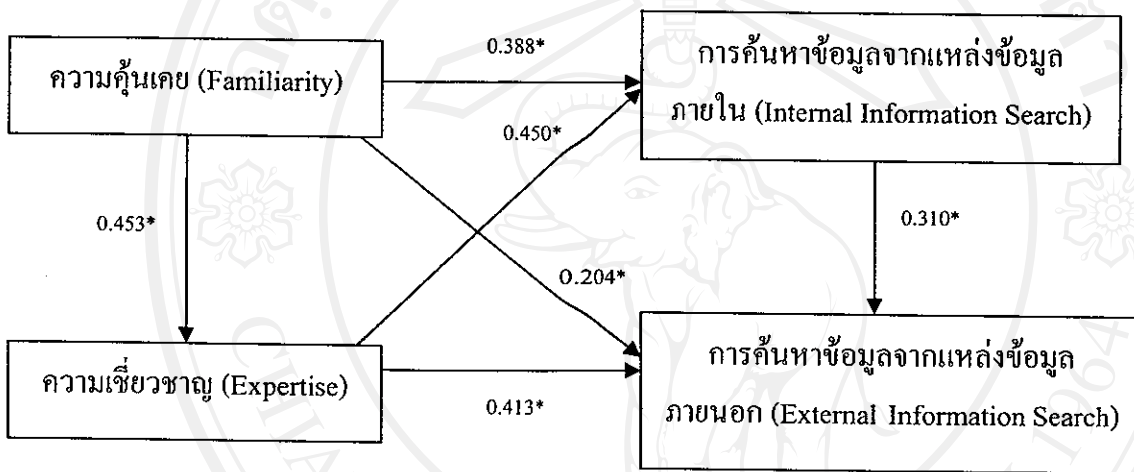
ความเชี่ยวชาญในการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ (Elaboration) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความเชี่ยวชาญในการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์ (Elaboration) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายในกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลภายนอก

พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) มีความสัมพันธ์แปรผันตามกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ได้จากการศึกษา



* ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีระดับนัยสำคัญ 0.05

ภาพที่ 4 แสดงโมเดลความสัมพันธ์ของความคุ้นเคย (Familiarity) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Information Search) และ การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Information Search) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ได้จากการศึกษา

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้ศึกษาตามแนวคิดพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวยุคของ Alba and Hutchinson (1987) และการศึกษาโมเดลพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวยุคของ Gursoy (2001) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ คือ

ระดับความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคุ้นเคยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และมีความเชี่ยวชาญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) โดยมีความเชี่ยวชาญในการจดจำข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการจึงควรที่จะเป็นข้อมูลที่ง่ายต่อการเข้าใจและบอกรายละเอียด โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่เพื่อที่จะให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยและมีข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวในใจ เช่น ลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่สามารถทำได้ เป็นต้น เมื่อจะเดินทางครั้งต่อไปก็จะสามารถดึงเอาข้อมูลที่จดจำได้มาพิจารณาตัดสินใจ หลังจากนั้นอาจต้องการข้อมูลที่มีความละเอียดเฉพาะด้าน เช่น รายละเอียดด้านค่าใช้จ่าย การเดินทาง ฯลฯ ซึ่งการศึกษาของ Gursoy (2001) ระบุว่านักท่องเที่ยวยุคที่มีระดับความคุ้นเคย และความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกันมีความต้องการข้อมูลข่าวสารในระดับที่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีความคุ้นเคยต่ำ จะต้องการข้อมูลที่ง่ายต่อการเข้าใจและเป็นข้อมูลโดยรวมทั่วไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญสูงจะต้องการข้อมูลที่มีความละเอียดและองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจโดยมีการเสาะแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆอยู่เสมอ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคุ้นเคยกับปัจจัยความเชี่ยวชาญ

ผลการศึกษา พบว่า ความคุ้นเคยมีความสัมพันธ์แปรผันกับความเชี่ยวชาญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานและผลการศึกษาของ Gursoy (2001) โดยเมื่อความคุ้นเคยของผู้ตอบแบบสอบถามมีมากขึ้น ความเชี่ยวชาญของผู้ตอบแบบสอบถามก็จะมากขึ้นด้วย ดังที่ทฤษฎีของ Alba and Hutchinson (1997) กล่าวว่า ความคุ้นเคยเป็น สิ่งที่เกิดก่อนความเชี่ยวชาญ เพราะความคุ้นเคยคือขั้นตอนแรกของการเรียนรู้ที่ผู้บริโภคมีต่อตัวสินค้า และความเชี่ยวชาญคือขั้นตอนสุดท้ายของการเรียนรู้ ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพิ่มมากขึ้น ก็จะมีผลให้มีความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความคุ้นเคยที่มีต่อการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในและการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก

ผลการศึกษพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้นเคยกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในเป็นไปในทางแปรผัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคุ้นเคยมากขึ้น ก็จะมีการดึงเอาข้อมูลจากแหล่งภายในหรือจากความทรงจำออกมาใช้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gursoy (2001) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยวมาก ก็จะมีแนวโน้มที่จะเชื่อมั่นในสิ่งที่พวกเขาารู้อยู่แล้วในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Etzel and Wahlers, 1985; Snepenger and Snepenger, 1993 อ้างใน Gursoy, 2001)

จากผลการศึกษาพบว่า ความคุ้นเคยมีความสัมพันธ์แปรผันกับพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายนอกในทางแปรผัน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคุ้นเคยมากขึ้น ก็จะทำให้มีการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกมากขึ้นด้วย ซึ่งข้อค้นพบนี้ แตกต่างจากผลการศึกษาของ Gursoy (2001) ที่พบว่า ความคุ้นเคยมีความสัมพันธ์แปรผกผันกับการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก คือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยเพิ่มขึ้นก็มีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกลดลง โดยความแตกต่างนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Burk and Resnick (1991) กล่าวว่าบุคคลจะเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยใช้ทั้งเหตุผลและอารมณ์ในการตัดสินใจ เหตุผลต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่าย ความน่าเชื่อถือ เวลา และบริการ จึงจะนำไปกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเหตุผลเหล่านี้ล้วนเป็นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอกและพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกที่เพิ่มขึ้นแม้ว่าผู้บริโภคจะมีความคุ้นเคยต่อตัวสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น อาจถูกกำหนดโดยลักษณะทางประชากร ความเชื่อทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป หากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อการพักผ่อน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาและทักษะด้านการตลาด (Burkart and Merlik, 1976) อาจส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยต่อสถานที่ท่องเที่ยวและมีการดึงเอาข้อมูลภายในจากความทรงจำมาใช้ และหากผู้บริโภคพบว่า ข้อมูลจากความทรงจำเหล่านั้น รวมถึงความเชื่อของผู้บริโภค เพียงพอต่อการตัดสินใจแล้ว ผู้บริโภคอาจจะไม่มีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพิ่มเติมอีก (Brucks, 1985 อ้างใน Gursoy, 2001) แต่หากผู้บริโภคพบว่า อาจมีองค์ประกอบอื่นๆบางอย่างที่ผู้บริโภคคิดว่าข้อมูลที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจ ดังนั้นผู้บริโภคก็จะมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก

เพิ่มเติม โดยเฉพาะเจาะจงในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบเหล่านั้น (Coupey et al. อ้างใน Gursoy, 2001)

อย่างไรก็ดี จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันที่ได้จากการศึกษา พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้นเคยกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในมีค่า 0.388 ซึ่งสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้นเคยและการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกที่มีค่า 0.204 ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคุ้นเคยในสถานที่ท่องเที่ยวมาก จะเกิดการค้นหาข้อมูลข่าวสารทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและแหล่งภายนอก โดยจะมีแนวโน้มที่จะดึงเอาข้อมูลภายในจากความทรงจำมาใช้มากกว่าการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายนอก

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความเชี่ยวชาญที่มีต่อการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในและการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก

ผลการศึกษาพบว่า ความเชี่ยวชาญมีความสัมพันธ์แปรผันกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายใน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชี่ยวชาญมากขึ้น ก็จะมีการดึงเอาข้อมูลจากแหล่งภายในออกมาใช้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานในการศึกษาของ Gursoy (2001) คือ เมื่อผู้บริโภคมีความสามารถในการจดจำ ตัดสินใจ โดยอัตโนมัติ ความสามารถในการจัดกลุ่มหรือแบ่งหมวดหมู่ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล และประเมินข้อเท็จจริง แล้ว องค์ประกอบเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในหรือจากแหล่งข้อมูลภายนอก หรือจากทั้งสองแหล่ง ทั้งนี้ เนื่องจากความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพิ่มมากขึ้นก็จะมีแนวโน้มในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายในมากกว่าแหล่งภายนอก (Gursoy , 2001) และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ความเชี่ยวชาญมีความสัมพันธ์แปรผันกับการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอกด้วยนั้น หมายถึง เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น ก็มีแนวโน้มในการดึงเอาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในมาใช้และมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพิ่มเติม โดยที่การที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชี่ยวชาญมากขึ้นนั้นจะทำให้การค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าการค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเห็นได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความเชี่ยวชาญกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในเท่ากับ 0.450 และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันของความสัมพันธ์ระหว่างความเชี่ยวชาญกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกเท่ากับ 0.413 ดังที่ Vogt and Fesenmaier (1988) อ้างใน Gursoy (2001) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคต้องการที่จะประเมินตัวสินค้าหรือต้องการตัดสินใจ

ในขั้นแรก ผู้บริโภคจะพยายามที่จะดึงเอาข้อมูลจากความทรงจำมาใช้ก่อนและเมื่อข้อมูลที่ถูกระบุดึงมาจากความทรงจำนั้นเพียงพอ ผู้บริโภคก็จะทำการตัดสินใจโดยยึดถือข้อมูลจากสิ่งที่ดึงมาจากความทรงจำ (จากแหล่งข้อมูลภายใน) และถ้าข้อมูลจากแหล่งภายในที่มีไม่เพียงพอ ผู้บริโภคก็จะมีการรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในและพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ Gursoy (2001) ที่พบว่าพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก นั่นคือ พฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารนั้นมาจากทั้งแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก การค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในนั้นเป็นการค้นหาข้อมูลจากความจำ ความเชื่อ และการสั่งสมประสบการณ์มาใช้ในการตัดสินใจ หากมีข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในเพียงพอแล้วอาจไม่จำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอกเพิ่มเติม แต่จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก โดยอาจเนื่องมาจากลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำ ซึ่งอาจจะมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มในกรณีที่มีความกระตือรือร้นสูง และมีข้อจำกัดในการตัดสินใจ เช่น ค่าใช้จ่าย ระยะเวลา เป็นต้น ซึ่งกระบวนการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับสินค้าและบริการทั่วไป ที่ผู้บริโภคต้องประเมินทางเลือกและต้องการข้อมูลในการตัดสินใจมากกว่า จึงอาจมีพฤติกรรมการณ์หาข้อมูลในระดับสูงเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความ ต้องการ เกิดแรงจูงใจที่จะค้นหาข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ต้องการสอดคล้องกับ Gursoy (2001) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะตัดสินใจโดยใช้ความคิดของตนเองเป็นหลัก และเมื่อนักท่องเที่ยวมีการเรียนรู้มากขึ้นจนเกิดเป็นความชำนาญ พวกเขาจะตระหนักว่าพวกเขาต้องการข้อมูลที่มีความละเอียดในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลให้ต้องมีการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอกเพิ่มขึ้น และยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ สมยศ โอ่งเคลือบ (2544) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า การเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่เพียงพอทั้งในแง่ของปริมาณ และเนื้อหา ของข่าวสาร ข่าวสารที่ได้รับบางครั้งไม่

เพียงพอต่อการตัดสินใจจึงต้องมีการเสาะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกมาสนับสนุนการตัดสินใจ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

1. ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยจะมีพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายในโดยการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากสิ่งที่ทราบอยู่แล้วมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมในการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอก แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือการสอบถามข้อมูลจากคนใกล้ชิด คือเพื่อนหรือครอบครัว
2. ผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 48.5 มีรายได้ในระดับที่ไม่สูง (ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท) ดังนั้นผลการศึกษารวบรวมสถานที่ท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจึงมีแนวโน้มที่จะพิจารณาอย่างละเอียดและใช้เวลาพิจารณาเพื่อให้ได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด
3. ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยมีความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญอยู่ในระดับปานกลาง
4. ความเชี่ยวชาญในการจดจำของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กับการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายในมากที่สุด
5. ความเชี่ยวชาญในการประเมินข้อเท็จจริงและหาข้อพิสูจน์มีความสัมพันธ์กับการค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายนอกมากที่สุด
6. ผลการศึกษาด้านความสัมพันธ์ระหว่างความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ไม่ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความคุ้นเคยหรือความเชี่ยวชาญต่อสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารทั้งจากแหล่งข้อมูลภายในและค้นหาเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลภายนอก

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการวิเคราะห์ผลการศึกษาที่ได้ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทาง และเป็นประโยชน์ในการวางแผน ปรับปรุงการตลาด การดำเนินธุรกิจ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. หน่วยงานที่ร่วมสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากผ่านคนใกล้ชิด (word of mouth) ซึ่งจะเป็นวิธีที่เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

อาจมีการชักชวนให้ทดลองไปเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่โดยการจัดกิจกรรมพิเศษ และพัฒนาข้อมูลผ่านสื่อมวลชนให้มีคุณภาพ โดยเห็นได้จากการศึกษา พบว่าแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การสอบถามข้อมูลจากคนใกล้ชิด คือเพื่อนหรือครอบครัว รองลงมาคือ จากการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ หรือโฆษณาในหน้านิตยสาร การศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากบทความในนิตยสาร หรือ รายงานการสำรวจ การศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวโดยการค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

2. หน่วยงานของรัฐควรเร่งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานที่ให้บริการข้อมูลของรัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวประจำจังหวัดหรืออำเภอ ที่พบว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่นิยมในการสอบถามข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น รวมทั้งหน่วยงานเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว ก็เช่นกัน ควรมีการส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลและร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น
3. การจูงใจลูกค้าเป้าหมายกลุ่มรายได้ปานกลาง ควรเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอย่างชัดเจน โดยเข้าใจถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวที่มีต่อประเภทข้อมูลที่ต้องการในการตัดสินใจ และใช้วิธีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน คนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อน สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือโฆษณาในหน้านิตยสาร บทความในนิตยสาร หรือ รายงานการสำรวจการศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ต
4. นักสื่อสารการตลาดสามารถใช้ระดับความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญของผู้บริโภคซึ่งมีผลต่อความต้องการความละเอียดของข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลที่แตกต่างกัน เป็นเครื่องมือในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อที่จะพัฒนาการสื่อสารการตลาด ที่เหมาะสมกับส่วนแบ่งตลาดนั้นๆ คือ ผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญสูงจะต้องมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกที่มีความละเอียด การนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้กลุ่มที่มีความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญสูงจะต้องมีความละเอียด ถูกต้อง เชื่อถือได้ แต่สำหรับผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยและความเชี่ยวชาญต่ำจะต้องการข้อมูลเพียงแต่ข้อมูลภาพรวมทั่วไปที่เข้าใจง่าย ไม่เจาะจงรายละเอียด ไม่ซับซ้อน

5. การพัฒนาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายใน ควรใช้การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นและภาพของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนทั่วไป โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำ
6. การพัฒนาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งภายนอกของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเน้นข้อมูลที่ต้องมีความละเอียด และ ถูกต้อง เนื่องจากผู้บริโภคจะต้องมีการประเมินข้อเท็จจริง และหาข้อพิสูจน์อย่างดีก่อนที่จะตัดสินใจ โดยเฉพาะสถานที่ที่มีองค์ประกอบหลายอย่างเกี่ยวข้อง เช่น ค่าใช้จ่าย เส้นทางการเดินทาง เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved