

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาเป็นการวัดผลเพียงครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study) ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์กับทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ มีเพศหญิงจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 เพศชายจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมาได้แก่กลุ่มอายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 14 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-24 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8 สำหรับระดับการศึกษาสูงสุด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8 มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 5,000–15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0 มีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมา มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 0.7 ส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมา มีที่อยู่อาศัยปัจจุบันในเขตภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 10.8 ส่วนที่อยู่ในเขตจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเขตตะวันตก มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และ 0.3

### ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ยต่อปี 5-6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน คิด

เป็นร้อยละ 11.2 ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ย 3-4 วัน ต่อครั้ง มากที่สุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ย 1-2 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 และมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ยมากกว่า 6 วัน ต่อครั้ง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.7 สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่โดยเฉลี่ย 3,000 – 5,000 บาท ต่อครั้ง มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 5,001-10,000 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.7 ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาท ต่อครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.8

สำหรับพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาใช้รถโดยสารสาธารณะ (รถไฟ/รถทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 27.3 และใช้เครื่องบินในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.2 ในด้านความสนใจประเภทของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีผู้สนใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.1 รองลงมาสนใจประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 20.4 และร้อยละ 19.5 ตามลำดับ สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมาเพื่อความสนใจพิเศษ (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/สุขภาพ/ศิลปวัฒนธรรม/ชาติพันธุ์/การศึกษา) คิดเป็นร้อยละ 13.0 สำหรับวัตถุประสงค์ทางการทำงาน/ธุรกิจ มีเพียงร้อยละ 3.2

### ส่วนที่ 3 การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine มากกว่าผู้ที่ไม่เคยค้นหา โดยผู้ที่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว มีจำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) มีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยค้นหา โดยผู้ที่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว มีจำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address) มีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยค้นหา โดยผู้ที่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมีจำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5

สำหรับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine ทุกครั้ง มีจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 ค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.7 และค้นหาข้อมูลข่าวสารน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.2

สำหรับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภท Website ทุกครั้ง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นบางครั้งร้อยละ 43.5 และค้นหาข้อมูลข่าวสารประเภท Website น้อย คิดเป็นร้อยละ 5.9

สำหรับกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address) ทุกครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นบางครั้งร้อยละ 38.1 และค้นหาข้อมูลข่าวสารประเภทอื่น ๆ น้อย มีมากกว่าครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 57.4

เหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้แก่ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงข้อมูล สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และมีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการจากข้อมูลจำนวนมาก มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 15.4 ร้อยละ 14.8 และ ร้อยละ 13.5 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในเรื่องรูปแบบในการนำเสนอมีความน่าสนใจมีเพียงร้อยละ 7.8 โดยมีความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือสถานที่พักผ่อนและแผนที่/เส้นทางการเดินทาง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 23.7 และ ร้อยละ 22.2 ตามลำดับ ส่วนความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทบริษัททัวร์ และ สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึกมีเพียงร้อยละ 4.6 และ ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ สำหรับลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการในสื่อออนไลน์มากที่สุดคือข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ กระดานข่าว/กระทู้จากนักท่องเที่ยวและ สามารถ Download ข้อมูลได้ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 12.5 และ ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ทักษะคดีที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ทักษะคดีที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.03) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทักษะคดีที่มีต่อ

คุณลักษณะของข่าวสารที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ (4.33) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (4.30) มีหลากหลาย ชัดเจน เข้าใจง่าย และ มีความน่าสนใจ (4.26) ตอบสนองความต้องการ (4.24) ส่วนทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ เป็นแหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวที่ดี (3.99) มีความสอดคล้องระหว่างภาพประกอบกับเนื้อหา (3.91) มีภาพกราฟิกที่ใช้สำหรับการอธิบาย (3.83) มีความน่าเชื่อถือ (3.64) และมีเนื้อหาสาระมากกว่าในหนังสือท่องเที่ยว (3.53)

## ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

### ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์  
กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

สมมติฐานการศึกษา	ผลการ ทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	
- เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสาร ผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสาร ผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ปฏิเสธ
- ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์	
- เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ปฏิเสธ

## ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการศึกษา	ผลการทดสอบสมมติฐาน
- อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
- ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
- อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
- รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
- สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ปฏิเสธ
- ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	
- เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ปฏิเสธ
- อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ
- ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ
- อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ

## ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐานการศึกษา	ผลการทดสอบสมมติฐาน
- รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ
- สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ
- ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ

## ตารางที่ 5.2

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

สมมติฐานการศึกษา	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ผ่าน Search Engine	
- ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ยอมรับ

## ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

สมมติฐานการศึกษา	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)	
- ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
- ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ยอมรับ
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)	
- ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ปฏิเสธ
- ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ
- ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	ยอมรับ

## ตารางที่ 5.3

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษา	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ผ่าน Search Engine ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน	ยอมรับ

## อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” สามารถอภิปรายผลในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

### ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้ที่เคยใช้บริการสื่อออนไลน์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว โดยทำการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และอาศัยการแนะนำของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวด้วยวิธีการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) เพื่อให้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่เคยใช้บริการสื่อออนไลน์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวต่อไปเรื่อย ๆ และทำการปิดแบบสอบถามออนไลน์หลังจากได้แบบสอบถามครบจำนวน 400 ชุด วิธีการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) เป็นวิธีการที่อาจจะทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ความคล้ายคลึงกัน

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นข้อแตกต่างจากแนวคิดในเรื่ององค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว (จริญญา เจริญสุกใส และสุวิวัฒน์ จุฑาภรณ์, 2544, น. 91, 121) ที่กล่าวว่าลักษณะพื้นฐานหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว แบ่งตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ สถานภาพสมรส และถิ่นพำนัก จะส่งผลถึงพฤติกรรมการเดินทางและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง สามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่มมักจะกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอื่น ๆ มีความสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว โดยพบว่าอายุระหว่าง 25-34 ปี ถือได้ว่าเป็นกลุ่มวัยทำงานตอนต้น และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินได้สูง เพราะมีรายได้เป็นของตนเอง ส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มนี้ จะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ สำหรับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ถือได้ว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้การ

เดินทางได้บ่อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำ ซึ่งการศึกษาเป็นตัวชี้วัดให้เห็นถึงคุณภาพนักท่องเที่ยว โดยจะแสดงออกถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดี สำหรับสถานภาพโสดเป็นสถานภาพที่มีโอกาสในการเดินทางได้บ่อยครั้งและพักได้ยาวนานกว่ากลุ่มที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากสามารถตัดสินใจได้โดยลำพังและไม่มีภาระทางครอบครัว ในขณะที่กลุ่มที่แต่งงานแล้วอาจจะเดินทางน้อยลง แต่มีการเดินทางไปเป็นครอบครัว

สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาท สอดคล้องกับ“สำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2547” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นสถิติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้อ้างอิงในการคำนวณค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะเดินทางในประเทศ ค่าบริการท่องเที่ยว เพื่อความบันเทิง และเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึก ต่อนักท่องเที่ยว 1 คนต่อวัน เป็นเงิน 3,830.59 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ตามแนวคิดในเรื่องวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (จริญญา เจริญสุกใส และสุวัฒน์ จุฑาภรณ์, 2544, น. 121) วัตถุประสงค์ทางธุรกิจเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบที่กำลังได้รับความสนใจทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก เนื่องจากเห็นความสำคัญถึงรายได้และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งมักเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งคือเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มรู้สึกว่าการเดินทางเพียงเพื่อไปชมบ้านเมืองหรือชมธรรมชาติ ซึ่งข้อค้นพบทางการศึกษาส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เป็นที่น่าสังเกตว่าในด้านวัตถุประสงค์ทั้งเพื่อความสนใจพิเศษ และเพื่อวัตถุประสงค์ทางการทำงาน/ธุรกิจ มีสัดส่วนที่น้อยมาก

### **การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์และทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์**

จากการศึกษาที่พบว่าการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine เว็บไซต์ (Website) และรูปแบบอื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address)

ของกลุ่มตัวอย่างมีการค้นหาด้วยวิธีการดังกล่าวมากกว่าไม่เคยค้นหา เป็นที่น่าสังเกตว่ามีผู้ที่ไม่เคยค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine ร้อยละ 7.3 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวน่าจะเป็นกลุ่มที่ท่องเที่ยวเป็นประจำและรู้จักแหล่งค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine และเว็บไซต์ (Website) ส่วนใหญ่ใช้วิธีการดังกล่าวทุกครั้ง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-Mail, Social Network) ส่วนใหญ่ใช้วิธีการดังกล่าวค้นหาน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับการค้นหาผ่าน Search Engine และเว็บไซต์ (Website) ซึ่งมีความแตกต่างจากพฤติกรรมเทรนด์ของกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตปี 2010 พบว่ามีความสนใจในรูปแบบ Blog และรูปแบบ Social Network (จิราจารย์ ชัยมุสิก, 2550) โดยปัจจุบันอิทธิพลสื่อออนไลน์รูปแบบ “Real-Time Review” หรือการหาข้อมูลแบบ Real Time มีเพิ่มขึ้น เนื่องจาก Social Network อย่าง Face book หรือ Twitter มีอิทธิพลกับชีวิตของผู้บริโภคทั่วโลกมากยิ่งขึ้น การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่พบจากการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของศรีหญิง ศรีศุข (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ และการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการ Search Engine มากกว่าการค้นหาจากแหล่งข้อมูล (www.) ซึ่งรูปแบบในการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุผลสำคัญในการแสวงหาข่าวสาร และต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียดมีภาพเหมือนจริงประกอบ และสามารถ Link กับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องได้ ปัญหาที่พบในการแสวงหาข่าวสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดเกี่ยวกับข้อมูลคือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก และการศึกษาของ ณัฐริญา โมรา (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดเลย ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดเลยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตด้วยการค้นหาผ่านเว็บไซต์ [www.google.co.th](http://www.google.co.th) เพราะมีความสะดวกในการค้นหาและข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ

สำหรับเหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงข้อมูล สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการจากข้อมูลจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ

ระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Kerr & Hillz, 1982, อ้างถึงใน ต๋องจิตต์ สุวรรณศร, 2543, น. 28-30) โดยอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ที่มีความแตกต่างเหนือกว่าสื่อเดิม ๆ ทั้งยังสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างไม่จำกัด ในด้านพื้นที่ในการสื่อสารข้อมูลรายละเอียด มีคุณสมบัติของการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ครอบคลุมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกภายในเวลาอันรวดเร็ว ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำ และมีต้นทุนคงที่ สามารถเก็บข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวและเสียงไว้ได้ในลักษณะของไฟล์ข้อมูล ผู้รับสารสามารถควบคุมข้อมูลที่ต้องการทราบได้ทำให้เกิดความตั้งใจ และสนใจในการรับสาร สามารถดูซ้ำได้มากกว่าที่ต้องการ ปราศจากข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงข้อมูล เพราะสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถสำรวจความคิดเห็นของผู้รับสารได้โดยตรงผ่านเว็บไซต์โดยผ่านแบบสอบถาม หรือ e-mail และจากแนวคิดดังกล่าว การใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการสื่อสารทั้งในลักษณะสื่อสารมวลชน คือนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ และในลักษณะของสื่อสารระหว่างบุคคลเมื่อต้องตอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ตอบคำถามจากกระดานข่าวแก่ผู้รับสารที่เข้ามาสอบถามและใช้บริการเว็บไซต์ ซึ่งในผลการศึกษาได้ให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และแผนที่/เส้นทางเดินทาง ซึ่งมีลักษณะข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว กระดานข่าว/กระทู้จากนักท่องเที่ยว และยังสามารถ Download ข้อมูลได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐสิริญา โมรา (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดเลย ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดเลยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความน่าสนใจข่าวสารประเภท สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก

สำหรับทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยโดยใช้มาตรวัดแบบออสกู๊ด (Osgood's Scale) ซึ่งมีชื่อเรียกทั่วไปว่า วิธีการแห่งความแตกต่างของความหมาย (Semantic Differential Method) โดยออสกู๊ดและคณะ เป็นผู้คิดสร้างขึ้นมีลักษณะคล้ายกับการหาความหมายของมโนทัศน์ (บุญธรรม กิจปริดา บริสุทธิ, 2540, น. 259-261) จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์สามารถนำไปใช้วัดบุคลิกภาพ ความคิดเห็น ความเชื่อ และความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งสามารถแยกความแตกต่างของมโนทัศน์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเป็นคำคุณศัพท์ที่แสดงถึงศักยภาพของข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ พบว่า ทัศนคติต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ ข่าวสารมีลักษณะมีความรวดเร็ว ทันสมัย ทัน

ต่อเหตุการณ์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ มีหลากหลาย ชัดเจน เข้าใจง่าย และ มีความน่าสนใจ ตอบสนองความต้องการ เป็นแหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวที่ดี มีความสอดคล้องระหว่างภาพประกอบกับเนื้อหา มีภาพกราฟิกที่ใช้สำหรับการอธิบาย มีความน่าเชื่อถือ มีเนื้อหาสาระมากกว่าในหนังสือท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต (Kerr & Hiltz, 1982 อ้างถึงใน ต๋องจิตต์ สุวรรณศร, 2543, น. 28-30) ซึ่งอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ที่มีศักยภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารซึ่งแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ผ่าน Search Engine เพศ และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) และเพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งมี เพศ เป็นปัจจัยที่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐฐิญา โมธา (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดเลย ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จากผลการศึกษาที่มีความแตกต่างจากผลการศึกษาของฐุณี สุวรรณฉัตรชัย (2542) ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข่าวสารของศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะประชากร ทางสถานภาพ อาชีพ รายได้และประเทศที่แตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานในเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ พบว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) และความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ เกษรา เกิดมงคล (2546) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน” โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานในเรื่องการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน พบว่า ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ผ่าน Search Engine และเว็บไซต์

(Website) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ เกศรา ชั่งขวลิต (2544) ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล” โดยผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ (E-learning) ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้ความสำคัญสำหรับการวางแผนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ หากข้อมูลที่ต้องการเป็นข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีความสอดคล้องกับทัศนคติที่ดีต่อคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าชมเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
2. ผู้ประกอบในธุรกิจการท่องเที่ยวควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ให้มีความทันสมัย และควรปรับปรุงเนื้อหาและแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ให้มีเนื้อหาสาระเทียบเท่ากับหนังสือท่องเที่ยว หรือจัดทำแหล่งท่องเที่ยวและที่พักแรม เสมือนจริงจัดทำมุมมอง 360 องศา เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
3. ผู้จัดทำเว็บไซต์การท่องเที่ยวหรือสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ควรใช้ชื่อโดเมนเนม ที่ก่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย รวมถึงจัดทำ Key word ให้ง่ายต่อการค้นหาผ่าน search engine พร้อมทั้งยังส่งผลก่อให้เกิดช่องทางการวางแผนโฆษณาในสื่อออนไลน์ได้อีกทางหนึ่งด้วย
4. ควรปรับปรุงสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail) ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันยังเป็นสื่อออนไลน์ที่มีเข้าค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวในสัดส่วนน้อย

5. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรใช้ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่งที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยสร้างระบบการจองและการออกบัตรโดยสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และสร้างความชัดเจน และความรวดเร็วในการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยว

6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งในด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ทศนคติที่มีต่อคุณลักษณะชาวสภารการท่องเที่ยว เพื่อนำไปปรับปรุงข้อมูลชาวสภารการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

7. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และการท่องเที่ยวรูปแบบเพื่อความสนใจพิเศษ และควรกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว โดยกำหนดรูปแบบของสื่อออนไลน์ให้มีความน่าสนใจ ค้นหาทางไปเพื่อสร้างการรับรู้ และแรงจูงใจเพื่อให้อยากรู้จัก อยากเห็น อยากรู้จัก

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในแง่ผู้ส่งสารของสื่อออนไลน์ รวมถึงองค์กรภาครัฐและภาคธุรกิจประกอบการท่องเที่ยวในเชิงลึก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

2. ควรศึกษาปัจจัยที่จะนำไปสู่การพัฒนาสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เนื่องจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น Webboard, Blog, Social Network, E-Mail ปัจจุบันยังเป็นสื่อออนไลน์ที่มีเข้าค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวในสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับ search engine และ website เพื่อตอบสนองต่อนโยบายด้านการท่องเที่ยวในด้านการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว