

รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และ
พฤติกรรมที่สะท้อนถึงแบบธรรมชาติของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร

นวรรตน์ สุธรรมชัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ
คณานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และ
พฤติกรรมทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานคร
นวรรตน์ สุธรรมชัย
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

รองศาสตราจารย์  อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(พัชนี เชยจรรยา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์  ประธานกรรมการ
(ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

รองศาสตราจารย์  กรรมการ
(พัชนี เชยจรรยา)

รองศาสตราจารย์  กรรมการ
(ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

ศาสตราจารย์  คณบดี
(ดร.ยุบล เปี่ยมจรงค์กิจ)
มกราคม 2560

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนรรัตน์ สุธรรมชัย
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2559

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 4) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 5) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 6) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 7) รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกเพศทุกวัย ที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในรูปแบบครอบครัวเดี่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต และใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

7) รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบอินเทอร์เน็ต รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไม่ชอบหยุดนิ่ง รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบความเชื่อดั้งเดิม รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดีทั้งภายนอกและภายใน รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบถือตนเองเป็นหลัก รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบก้าวล้ำนำสมัย และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบประวัติศาสตร์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกสบาย มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติจากเว็บไซต์ painaidii.com โดยใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงในแต่ละวัน ในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเดินทางโดยรถส่วนตัว ในวันหยุดช่วงเทศกาลต่างๆ มีการหาข้อมูลจากเว็บไซต์ มีค่าใช้จ่าย 2,000-3,000 บาทต่อ 1 คน จะไปแบบพ่อแม่ และลูก ส่วนใหญ่ภายใน 1 ปีจะเดินทาง 1-5 ครั้ง

ABSTRACT

Title of Thesis	Lifestyle, Satisfaction, Media Exposure and Traveling Behavior on Natural of People in Bangkok area
Author	Miss Navarat Sutamchai
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2016

The purposes of this research were to study 1) The relationships among lifestyles and satisfaction traveling on natural of people in Bangkok area 2) The relationships among lifestyles and media exposure traveling on natural of people in Bangkok area 3) The relationships among lifestyles and traveling behavior on natural of people in Bangkok area 4) The relationships among satisfaction and media exposure traveling on natural of people in Bangkok area 5) The relationships among satisfaction and traveling behavior on natural of people in Bangkok area 6) The relationships among media exposure and traveling behavior on natural of people in Bangkok area 7) Lifestyle, satisfaction, media exposure and traveling behavior on natural of people in Bangkok area

The sample of this research consisted of people in Bangkok area everyone media exposure and traveled behavior on natural in single family type. Questionnaires were used to collect survey data from 400 of people in Bangkok area. Data analysis in the research utilized factor analysis and Pearson's product moment correlation Coefficient.

The results were as follows

1) Lifestyle of people in Bangkok area traveled behavior on natural in single family type were segmented into 8 groups; likely internet lifestyle, active lifestyle, important family lifestyle, traditional trust lifestyle, good people lifestyle, love oneself lifestyle, modern lifestyle and likely history had positive correlations with satisfaction traveling on natural of people in Bangkok area at significant level of 0.01.

2) Lifestyle of people in Bangkok area traveled behavior on natural in single family type were segmented into 8 groups; likely internet lifestyle, active lifestyle, important family lifestyle, traditional trust lifestyle, good people lifestyle, love oneself lifestyle, modern lifestyle and likely history had positive correlations with media exposure traveling on natural of people in Bangkok area at significant level of 0.01.

3) Lifestyle of people in Bangkok area traveled behavior on natural in single family type were segmented into 8 groups; likely internet lifestyle, active lifestyle, important family lifestyle, traditional trust lifestyle, good people lifestyle, love oneself lifestyle, modern lifestyle and likely history had positive correlations with traveling behavior on natural of people in Bangkok area at significant level of 0.01.

4) Satisfaction had positive correlations with media exposure traveling on natural of people in Bangkok area at significant level of 0.01.

5) Satisfaction had positive correlations with traveling behavior on natural of people in Bangkok area at significant level of 0.01.

6) Media exposure had positive correlations with traveling behavior on natural of people in Bangkok area at significant level of 0.01.

7) Lifestyle of people in Bangkok area traveled behavior on natural in single family type were segmented into 8 groups; likely internet lifestyle, active lifestyle, important family lifestyle, traditional trust lifestyle, good people lifestyle, love oneself lifestyle, modern lifestyle and likely history traveling on natural of people in Bangkok area had satisfaction, The channel had convenience, The media exposure from website painaidii.com, period of time less than 1 hour in 1 day, time 20.01 – 24.00 o'clock and traveling behavior on natural of people in Bangkok area by car, in a festival holiday, finding data from website, pay 2,000-3,000 bath to 1 person, traveling with father mother and child, traveling 1-5 time in 1 year.

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขต ได้รับความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์พจน์ เสงี่ยมรักษา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มีเพียงแต่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อคิดเห็น ตลอดจนตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ แต่ยังไม่ให้กำลังใจและเป็นแรงผลักดันสนับสนุนในการทำวิจัยตลอดมา

นอกจากนี้ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ดร.กฤติดา ธรรมวิวัฒน์ กรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำในการศึกษาครั้งนี้ อีกทั้งให้ความกรุณาเสียสละเวลาตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบคุณในความกรุณาเมตตาของอาจารย์ทั้ง 3 ท่าน เป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆ ทุกคน ที่เป็นกำลังใจและให้ความรักตลอดมา ทั้งยังคอยสนับสนุนส่งเสริม โดยอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัยทุกเรื่องในชีวิต

นวรรตน์ สุธรรมชัย

มกราคม 2560

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(8)
สารบัญ	(9)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.3 ปัญหาคำถามวิจัย	5
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.8 กรอบแนวคิด	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดรูปแบบของครอบครัวไทย (Nuclear or Elementary Family)	10
2.2 แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style)	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)	20
2.4 ทฤษฎีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (Media Exposure Theory)	26
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism)	34
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	46
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	47
3.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	47
3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	48
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	49
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
3.6 เกณฑ์การให้คะแนน	50
3.7 เกณฑ์การแปลความหมายเฉลี่ย	53
3.8 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	54
3.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
3.10 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล	55
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
4.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	58
4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปร ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น	61
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Styles)	64
4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	68
4.5 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	70
4.6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยว	74
4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ	78
4.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	71
4.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	72
4.10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	73
4.11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	74
4.12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	74
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	84

5.1	สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย	85
5.2	การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน	89
5.3	อภิปรายผลการวิจัย	91
5.4	อภิปรายผลการวิจัยจากสมมติฐาน	97
5.5	ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	107
5.6	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	108
บรรณานุกรม		109
ภาคผนวก		114
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	115
ประวัติผู้เขียน		125

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตัวอย่างของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น	15
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	58
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	58
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	59
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	60
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายการทำกิจกรรม	61
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายความสนใจ	62
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายความคิดเห็น	63
4.9 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบอินเทอร์เน็ต	65
4.10 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไม่ชอบหยุดนิ่ง	65
4.11 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว	66
4.12 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบความเชื่อดั้งเดิม	67
4.13 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดีทั้งภายนอกและภายใน	67
4.14 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบถือตนเองเป็นหลัก	67
4.15 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบก้าวล้ำนำสมัย	68
4.16 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสนใจประวัติศาสตร์	68
4.17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	69
4.18 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	71
4.19 จำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในแต่ละวัน	73

4.20 จำนวน และร้อยละของช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	73
4.21 จำนวน และร้อยละของวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	74
4.22 จำนวน และร้อยละของช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทางท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ	75
4.23 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ	75
4.24 จำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ เฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง ต่อ 1 คน	77
4.25 จำนวน และร้อยละของสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	77
4.26 จำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว แบบธรรมชาติในรอบปี	78
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ	78
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการ การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	80
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ	81
4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ	82
4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	82
4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ	83

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

2.1 ปัจจัยกำหนดวิถีชีวิต

16

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากสภาพสังคมและสภาพเศรษฐกิจ ในยุคปัจจุบันทุกคนต่างมีชีวิตที่เร่งรีบ ต้องแข่งขันกับเวลา การแข่งขันทางสังคมสูง ส่งผลให้ทุกวันนี้มนุษย์เกิดความเครียดได้ง่าย มีความรู้สึกเหนื่อยล้าจากการทำงาน เบื่อหน่ายกิจกรรมที่ทำซ้ำๆ ในทุกๆ วัน ดังนั้นในช่วงที่มีโอกาสที่จะได้พักผ่อน อาทิเช่น วันหยุดต่างๆ แทบทุกคนล้วนหากิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย และทำสิ่งที่ตัวเองชอบ การเดินทางไปท่องเที่ยวก็เป็นกิจกรรมอันดับต้นๆ ที่ทุกคนเลือกทำ ยิ่งถ้าเป็นวันหยุดยาวด้วยแล้วต่างจับจองที่พักเพื่อเดินทางไปพักผ่อนต่างจังหวัด โดยสถานที่ที่นิยมก็แล้วแต่ความชอบส่วนบุคคล ไปในรูปแบบของหมู่คณะ คู่รัก หรือครอบครัว โดยสิ่งที่คาดหวังจะได้รับนั่นก็คือ “ความสุข” การได้กลับมาทำงานด้วยสภาพจิตใจที่เบิกบาน

ในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่การท่องเที่ยวจะเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่ช่วยในการผ่อนคลายความเครียดของประชากรในเมืองหลวงหลังจากการใช้ชีวิตอยู่ในเมืองที่มีอากาศเป็นมลพิษ และชีวิตที่มีแต่ปัญหาอยู่ตลอดเวลา ที่สมาชิกภายในครอบครัวจะมีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้นภายในสังคมไทย และ จากผลสำรวจสถานการณ์ของครอบครัวไทยในปี 2548 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2549) พบว่า ประเภทครอบครัวที่มีมากที่สุด ในสังคมไทย คือ รูปแบบครอบครัวเดี่ยว โดยครอบครัวเดี่ยวที่อยู่ด้วยกันระหว่างพ่อแม่และลูกมีจำนวนมากที่สุด และกรุงเทพมหานครยังเป็นพื้นที่ที่มีครอบครัวที่อยู่เพียงลำพังคนเดียวมากที่สุดด้วย จึงอาจเป็นพื้นที่เสี่ยงของการเกิดปัญหาที่เกิดขึ้นภายในสังคมได้ อย่างเช่น ทำให้แนวโน้มครอบครัวไทยมีขนาดเล็กลง อัตราการเกิดก็จะลดลงด้วย ในขณะที่อัตราการหย่าร้างเพิ่มขึ้น ครอบครัวจึงขาดความอบอุ่น และเกิดปัญหาต่างๆ ตามมา

นอกจากประโยชน์ในส่วนส่วนตัวบุคคลแล้ว การท่องเที่ยวยังส่งผลอันดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยทั้งในเรื่องการเกิดเงินหมุนเวียนภายในประเทศ และการไหลเข้ามาของเงินตรา

ต่างประเทศในรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดการจ้างงาน ผลผลิตต่างๆที่ได้จากภูมิภาคนั้นถูกนำมาขายสร้างรายได้ให้กับประชาชนในภูมิภาค

เกิดการกระจายรายได้และผลักดันให้ประชาชนออกจากเขตเมืองเพื่อไปประกอบอาชีพในบ้านเกิดของตน เมื่อมีประชาชนเดินทางไปเที่ยวความเจริญถึงไปถึงท้องถิ่นนั้นๆ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยประกาศสัมพันธ “ปีท่องเที่ยว” แก่นานาชาติ นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในยุคนี้ถือเป็นยุคทองของการท่องเที่ยวส่งผลให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว (ใจพร เศรษฐกิจวิเทศ, 2544) จากแผนการดำเนินงานและการวางแผนการตลาดปี 2557 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่ามีแนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพราะสภาพบ้านเมืองในปัจจุบันธรรมชาติถูกแทนที่ด้วยสิ่งปลูกสร้าง ถนน ทางยกระดับ ไม่เพียงเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ตามตัวเมืองของจังหวัดใหญ่ๆ เดิมนั้นก็มิให้เห็นธรรมชาติไม่มากนัก การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติก็ยังได้รับความสนใจ เกิดเป็นกระแสความโหยหาธรรมชาติ เกิดเป็นกระแสการท่องเที่ยว มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อนำเสนอในแง่มุมที่สวยงามของธรรมชาติ ความ UNSEEN นำเสนอสถานที่ใหม่ๆ

ธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นล้วนมีหลากหลายรูปแบบและการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ควรให้การสนับสนุนอย่างยิ่ง เนื่องจากผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศคือ ความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ผันแปรหรือขึ้นอยู่กับสภาพฝนฟ้าอากาศ ช่วยสนับสนุนการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี

เมื่อมีการท่องเที่ยวเป็นสื่อในการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เจ้าของท้องถิ่นก็จะตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรม และช่วยกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้ มีบทบาทสร้างสรรค์ความเจริญ

การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attraction) อยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน หมายถึงสถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว มาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็น สัญลักษณ์ของท้องถิ่น นั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการจัดโครงการเที่ยวช่วยไทย คาดว่าหลังจากการเปิดตัวแล้วจะทำให้คนไทยเริ่มที่จะสนใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ในปี 2559 ซึ่งอยู่ในช่วงเทศกาลจะมีการเดินทางท่องเที่ยวสูง และมีการเน้นการท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวและวิถีไทย โดยเฉพาะในปี 2559 ที่วันหยุดเชื่อมโยงกันมาก (ไทยรัฐ, 2559)

สิ่งสำคัญของโครงการเที่ยวช่วยไทย คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้คนรู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยวในช่วงของการเกิดโครงการ เริ่มเข้าสู่ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว จึงต้องเตรียมโครงการให้ดี และหากกลยุทธ์หลายๆอย่าง เพื่อกระตุ้นให้การท่องเที่ยวในประเทศตื่นตัวอย่างแท้จริง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)

การเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่ง ย่อมช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ในท้องถิ่นๆ ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดตั้งกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว ช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี เป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะ ทำความรู้จัก และเข้าใจกัน ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจดี ต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ช่วยให้เกิดการพัฒนากระบวนสาธาณูปโภค ช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวงด้วยการมีอาชีพที่มั่นคงรายได้ดีตามแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ช่วยกระตุ้นการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตให้เกิดรายได้เพิ่มพูน และนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของสินค้าอื่นๆ ช่วยให้เกิดความรักความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เป็นผลให้เกิดการอนุรักษ์ และเป็นประโยชน์ทางการศึกษา การค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวทำให้มีโลกทัศน์กว้างขวาง ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยอำนวยความสะดวก รวดเร็ว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

ปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคมีความต้องการรับรู้ข่าวสารที่มากขึ้นและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละคนก็จะไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับความสนใจส่วนบุคคลนั้นๆ ข่าวสารประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยม และความสนใจจากผู้บริโภคเสมอมาก็คือข่าวสารด้านการท่องเที่ยว จะเป็นในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางไปท่องเที่ยว จนกระทั่งของฝากที่ระลึกจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยียังทำให้ผู้รับข่าวสารนั้นสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ง่ายยิ่งขึ้น

การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยวก็มีหลายรูปแบบด้วยกัน ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวเองสามารถเลือกรับข่าวสารผ่านทางช่องทางต่างๆ ที่มีอย่างหลากหลาย โดยสื่อชนิดต่างๆล้วนมีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ข้อมูลในขั้นตอนการตัดสินใจเลือกที่จะท่องเที่ยวและยังมีข้อมูลที่ช่วยแนะนำอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว อาจมาในรูปแบบของ คู่มือการท่องเที่ยว, เกร็ดความรู้,

ข้อเสนอแนะ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อประชาสัมพันธ์นั้นๆ ก่อนให้เกิดประสิทธิผลหลังจากได้รับข่าวสาร

ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันอย่างเต็มตัว และหลีกเลี่ยงได้ยาก ด้วยองค์ความรู้ต่างๆถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลออนไลน์ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลา การสื่อสารจึงต้องวิวัฒนาการปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ามาอยู่ในการสื่อสารด้วยระบบอินเทอร์เน็ต รูปแบบการนำเสนอก็ต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่จะนำเสนอ ถึงแม้ข้อมูลในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นจะไม่ต่างกัน แต่การนำเสนอที่แตกต่างกันย่อมทำให้เกิดประสิทธิผลมากกว่า แหล่งท่องเที่ยวเองก็มีการปรับตัวให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีปัจจุบัน อาทิเช่น เว็บไซต์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การมีสื่อ Social เป็นของตนเอง อาทิสื่อทรงอิทธิพลอย่าง Facebook Line ปัจจุบันนักท่องเที่ยวแทบจะไม่ต้องโทรถามข้อมูลกับสถานที่ท่องเที่ยวเลย สื่อออนไลน์สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยการณได้ดี โดยข้อมูลที่นักท่องเที่ยวนิยมค้นหา เช่น ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลที่พัก ข้อมูลกิจกรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวก็ยังมีการเลือกใช้สื่อเก่าชนิดต่างๆควบคู่ในการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว

เนื่องด้วยเหตุนี้การศึกษาแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเป้าหมายนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ หากจะเจาะกลุ่มเป้าหมายจะต้องทำการสำรวจในเรื่องของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวเดี่ยวนี้ รวมไปถึงความพึงพอใจ การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายนี้ด้วย

ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” จึงต้องการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวเดี่ยว ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ และให้นักการตลาดนำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด รูปแบบการสื่อสาร หรือกิจกรรม ข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและการเปิดรับข้อมูล

1.2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการ
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ
ธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.6 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมกร
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.7 เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ปัญหานำวิจัย

1.3.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
แบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.3.4 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบ
ธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.3.5 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของ
ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.3.6 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่อย่างไร

1.3.7 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีรูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติอย่างไร

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1.4.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.4 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.5 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.6 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษากรุงเทพมหานคร ผู้ที่สามารถตอบแบบสอบถามได้จะต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีการสุ่มจากพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร 3 เขต ซึ่งกลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 400 คน จะมาจากเขตใดก็ได้หรือเขตใดเขตหนึ่งก็ได้

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างกลุ่มครอบครัวเดี่ยว ผู้ที่เป็นสมาชิกในครอบครัวทั้งพ่อ แม่ และลูก เป็นผู้ที่สามารถตอบแบบสอบถามได้ทั้งหมด หรืออาจเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการดำรงชีวิตอยู่ในรูปแบบสามี และภรรยาทั้งคู่ก็สามารถตอบแบบสอบถามได้

ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกเพศทุกวัย ที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในรูปแบบครอบครัวเดี่ยว

ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาจำนวน 1 เดือน ตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน - 30 พฤศจิกายน

1.6 นิยามศัพท์

รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง แนวทางในการดำเนินชีวิตที่อยู่ภายในของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวเดี่ยวที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ซึ่งเป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด และรวมถึงประสบการณ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยวัดจากแนวคิด 3 ด้าน คือ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น (AIO)

ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นระดับความรู้สึกที่พอใจต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวเดี่ยว โดยข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นจะมีลักษณะต่างๆ เช่น ครบถ้วนสมบูรณ์ ถูกต้อง น่าสนใจ น่าเชื่อถือ ทันสมัย และช่องทางของข้อมูลข่าวสารที่ส่งมานั้นมีความ สะดวก รวดเร็ว น่าสนใจ น่าเชื่อถือ เป็นต้น

การเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเลือกรับสื่อประเภทต่างๆ ที่มีข้อมูลข่าวสารมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเอง โดยวัดจากระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการเปิดรับ

ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารในเรื่องการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในประเทศที่ได้ผ่านการรับรู้ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจากหลากหลายช่องทาง เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติที่มีภาพประกอบ ลิงก์กับเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นกระดานข่าวการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ หนังสือการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ เป็นต้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ในที่นี้หมายถึง 1.วิธีการเดินทาง 2.ช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทาง 3.แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ 4.ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทาง 5.บุคคลที่เดินทางมาด้วย 6.จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยว และยังเป็นการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติอยู่ด้วย เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ เป็นต้น

ครอบครัวเดี่ยว หมายถึง ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติร่วมกันไม่เกิน 2 รุ่น ซึ่งอาจจะท่องเที่ยวเป็นสามีและภรรยา เที่ยวแบบพ่อแม่และลูกท่องเที่ยวแบบพ่อหรือแม่และลูก

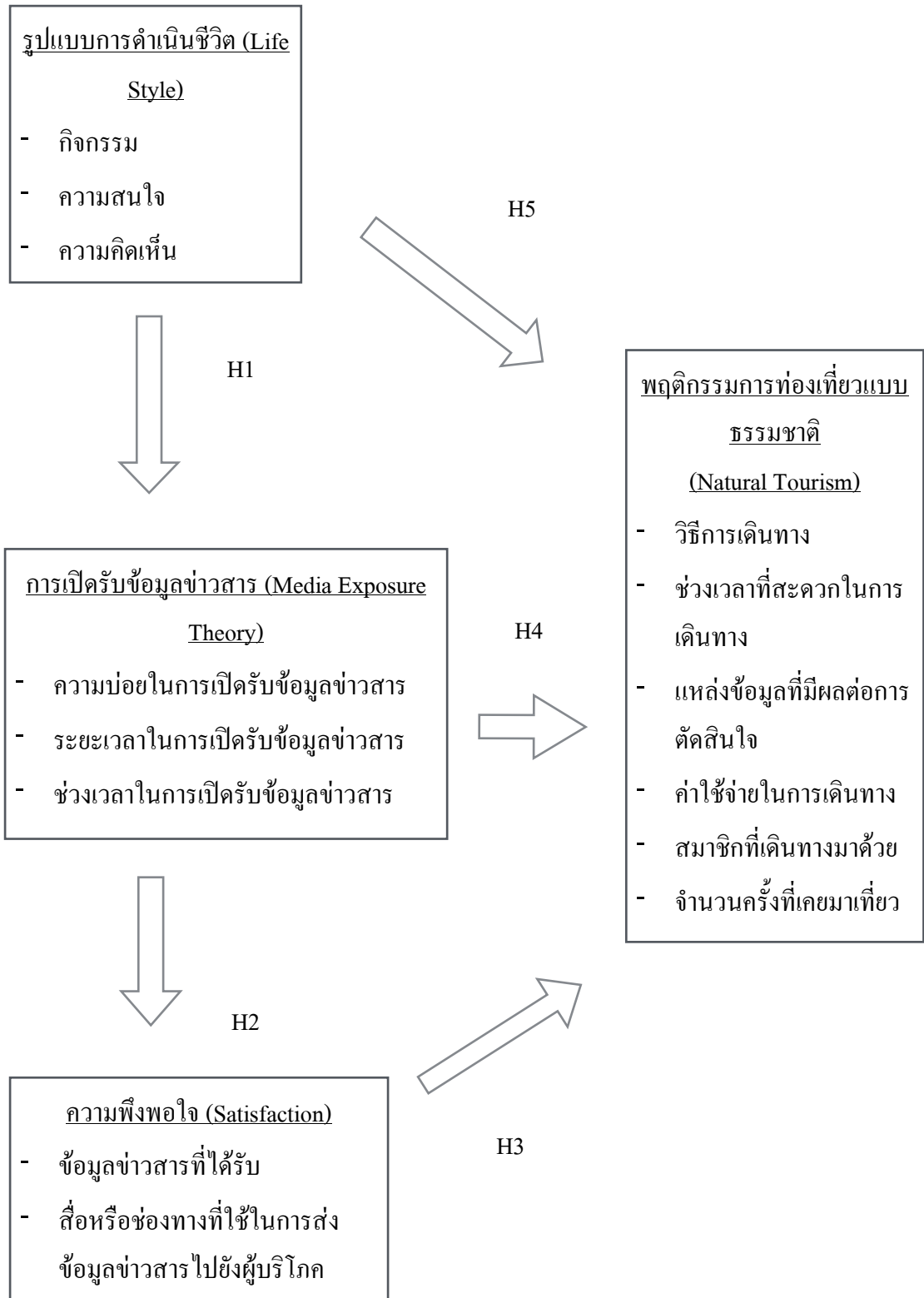
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 นักการตลาดสามารถนำข้อมูลผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวเดี่ยว และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.7.2 เมื่อทราบผลความสัมพันธของตัวแปรแล้ว สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบของข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติได้อย่างเหมาะสม

1.7.3 สามารถนำข้อมูลพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรมและรีสอร์ท เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น

1.8 กรอบแนวคิด



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

2.1 แนวคิดรูปแบบของครอบครัวไทย (Nuclear or Elementary Family)

2.2 แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

2.4 ทฤษฎีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (Media Exposure Theory)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดรูปแบบของครอบครัวไทย (Nuclear or Elementary Family)

ครอบครัวนับเป็นสถาบันทางสังคมอันดับแรกที่มีมนุษย์ต้องสัมผัสคลุกคลีมาตั้งแต่เกิด และไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเป็นสถาบันที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อมนุษย์ทุกคน นับตั้งแต่เกิดเติบโต จนกระทั่งถึงวาระสุดท้ายของชีวิต ประสบการณ์และความสัมพันธ์ในครอบครัวของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่มิอาจหลีกเลี่ยงได้ บุคลิกภาพ ค่านิยม และความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออก ดังนั้น ครอบครัวจึงเป็นแหล่งหล่อหลอมและบ่มเพาะพฤติกรรมต่างๆรวมทั้งพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล (ชูชัย สมิทธิไกร, 2556)

การศึกษาถึงอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภค นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนล้วนแต่มาจากครอบครัวที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง ประสบการณ์และการเรียนรู้จากครอบครัว จึงทำให้พฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น

เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริโภค วิธีการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ และความถี่ในการบริโภค นอกจากนั้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคก็มักจะได้รับอิทธิพลจากสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวอีกด้วย

ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีความเกี่ยวพันกันทางสายเลือด หรือการแต่งงาน หรือการรับเลี้ยงบุคคลที่เข้ามาอาศัยอยู่ด้วยกัน ส่วนคำว่า ครัวเรือน (Household) หมายถึง บุคคลคนเดียวหรือหลายคนอาศัยอยู่ในบ้านหรือสถานที่เดียวกัน และจัดหาหรือใช้สิ่งอุปโภคบริโภคอันจำเป็นแก่การครองชีพร่วมกัน ทั้งนี้ไม่คำนึงถึงว่าบุคคลเหล่านั้นจะมีความสัมพันธ์ฉันญาติพี่น้องหรือไม่ก็ตาม ดังนั้น ครัวเรือนจึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง โดยครอบคลุมทั้งครัวเรือนที่มีลักษณะเป็นครอบครัวแบบดั้งเดิม ครัวเรือนที่อยู่ลำพังคนเดียว และครัวเรือนที่อยู่ด้วยกันแบบไม่ใช่ญาติ

2.1.1 คุณลักษณะของครอบครัว

ครอบครัวมีคุณลักษณะที่สำคัญดังต่อไปนี้

2.1.1.1 ครอบครัวเป็นระบบเปิดเชิงสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือ ครอบครัวจะมีการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอ นอกจากนั้น ครอบครัวยังได้รับผลกระทบจากภายนอกตลอดเวลา เช่น จากโรงเรียน ที่ทำงาน หรือสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

2.1.1.2 ครอบครัวมีการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาตลอดเวลาและต่อเนื่อง ผ่านจากวงจรชีวิตขั้นหนึ่งไปสู่วงจรชีวิตอีกขั้นหนึ่ง ตัวอย่างเช่น จากครอบครัวที่เพิ่งแต่งงานไปสู่ครอบครัวที่มีลูกเล็ก ครอบครัวที่มีวัยรุ่น และครอบครัวที่ลูกเติบโตเป็นผู้ใหญ่และแยกครอบครัวออกไปในที่สุด

2.1.1.3 ครอบครัวมีการจัดระบบภายใน เพื่อให้ครอบครัวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างสมดุลและมีความต่อเนื่อง

2.1.1.4 ครอบครัวมีการติดต่อสื่อสาร ทั้งระหว่างระบบย่อยหรือสมาชิกภายในครอบครัวและกับระบบภายนอก

2.1.1.5 ครอบครัวมีกฎที่สมาชิกต้องถือปฏิบัติ กฎจะควบคุมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกและการปฏิบัติหน้าที่ภายในครอบครัวให้มีประสิทธิภาพเพื่อการดำรงอยู่อย่างสมดุล นอกจากนั้น ในวงจรชีวิตแต่ละขั้น ครอบครัวจะมีการปรับเปลี่ยนกฎเหล่านี้ให้มีความเหมาะสมอยู่เสมอ

2.1.1.6 ครอบครัวมีขอบเขต ทั้งระหว่างบุคคลในครอบครัวด้วยกันเองและระหว่าง

ครอบครัวยุคกับระบบภายนอกอื่นๆ ถ้าขอบเขตไม่ชัดเจนหรือสับสน ก็จะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพ และพัฒนาการครอบครัวได้

2.1.2 หน้าที่ของครอบครัว

ครอบครัวจะดำรงอยู่ได้อย่างเหมาะสมและเป็นปกติสุขหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการทำหน้าที่ของครอบครัวว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ซึ่งครอบครัวทำหน้าที่ต่างๆ ดังนี้

2.1.2.1 การแก้ปัญหา (Problem Solving) หมายถึง ครอบครัวได้ทำหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น อย่างเหมาะสม ทำให้ครอบครัวดำเนินไปได้และปฏิบัติหน้าที่ด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครอบครัวที่มีประสิทธิภาพจะแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบ ในทางตรงกันข้ามครอบครัวที่ไม่มีประสิทธิภาพมักจะแก้ไขปัญหาอย่างไม่เป็นระบบ ไม่เสร็จสิ้น และจะกลายเป็นปัญหาเรื้อรังในที่สุด

2.1.2.2 การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกในครอบครัว เนื้อหาของการสื่อสารแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับวัตถุ และการดำเนินชีวิตประจำวัน และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึก ครอบครัวที่สื่อสารด้านวัตถุไม่ดีมักจะมีปัญหาการสื่อสารด้านอารมณ์ร่วมด้วยเสมอ

2.1.2.3 การมอบหมายบทบาท (Role) หมายถึง แบบแผนพฤติกรรมที่สมาชิกประพฤติต่อกันและกันเป็นประจำ บทบาทแบ่งได้ 2 ด้าน คือ บทบาทพื้นฐาน ซึ่งเป็นบทบาทที่แต่ละคนจำเป็นต้องกระทำอย่างครบถ้วน เพื่อให้ครอบครัวดำรงอยู่ได้อย่างปกติสุข และ บทบาทอื่นๆ ซึ่งเป็นบทบาทเฉพาะของแต่ละคน สมาชิกในครอบครัวจะได้รับมอบหมายบทบาทและหน้าที่ และแต่ละครอบครัวจะมีระบบการควบคุมให้สมาชิกแต่ละคนปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างครบถ้วน

2.1.2.4 การตอบสนองต่ออารมณ์ความรู้สึก (Affective Responsiveness) หมายถึง การตอบสนองทางอารมณ์ต่อกันและกันอย่างเหมาะสมทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ อารมณ์ความรู้สึกเกิดขึ้นในครอบครัวมีทั้งอารมณ์ในภาวะปกติ เช่น อบอุ่น เป็นสุข และอารมณ์ในภาวะวิกฤต เช่น กลัว โกรธ

2.1.2.5 การสร้างความผูกพันทางอารมณ์ (Affective Involvement) หมายถึง ระดับความผูกพันห่วงใยที่สมาชิกแต่ละคนมีต่อกัน รวมทั้งการแสดงออกซึ่งความสนใจและการเห็นคุณค่าซึ่งของกันและกัน

2.1.2.6 การควบคุมพฤติกรรม (Behavior Control) หมายถึง วิธีการที่ครอบครัว

ควบคุมหรือจัดการกับพฤติกรรมของสมาชิก การควบคุมพฤติกรรมของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สมาชิกประพฤติตนอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสมไม่ทำให้เกิดความเดือดร้อนทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น

2.1.3 ประเภทของครอบครัว

ในประเทศไทยมีครอบครัวอยู่ด้วยกันหลายแบบดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ครอบครัวขยาย หมายถึง ครอบครัวระบบเครือญาติที่มีการอยู่ร่วมกันอย่างน้อย 3 รุ่น (ปู่ย่า/ตา ยาย/พ่อ แม่ และลูก)

2.1.3.2 ครอบครัวเดี่ยว หมายถึง ครอบครัวที่มีการอยู่ร่วมกันไม่เกิน 2 รุ่น ซึ่งอาจจะเป็นสามีและภรรยา พ่อแม่และลูก พ่อหรือแม่และลูก

2.1.3.3 ครอบครัวที่มีปู่ย่า/ตา ยาย และหลาน หมายถึง ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุซึ่งอาจจะเป็นย่า หรือตา ยาย เป็นผู้รับภาระเลี้ยงดูหลาน

2.1.3.4 ครอบครัวที่อยู่ลำพังเพียงคนเดียว หมายถึง ครอบครัวที่บุคคลอยู่ตามลำพังเพียงคนเดียว

จากผลสำรวจสถานการณ์ของครอบครัวไทยในปี 2548 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2549) พบว่า ประเภทครอบครัวที่มีมากที่สุด ในสังคมไทย คือ ครอบครัวเดี่ยว โดยครอบครัวเดี่ยวที่อยู่ด้วยกันระหว่างพ่อแม่และลูกมีจำนวนมากที่สุด และมากที่สุดในภาคใต้ ครอบครัวขยายมากเป็นอันดับสอง มีมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และกรุงเทพมหานครมีน้อยที่สุด ครอบครัวที่อยู่ลำพังเพียงคนเดียวเป็นอันดับสาม มากที่สุดอยู่ในกรุงเทพมหานคร และครอบครัวที่มีผู้สูงอายุรับภาระเลี้ยงดูหลาน มีมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และแนวโน้มของครอบครัวไทยในอนาคตมีขนาดเล็กลง จากอัตราการเกิดที่ลดลงและอัตราการหย่าร้างและเป็นหม้ายเพิ่มขึ้น มีผลทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไป ในปัจจุบันผู้หญิงมีบทบาทการเป็นหัวหน้าครอบครัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

ดังนั้นในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว” จะใช้แนวคิดกลุ่มครอบครัวเดี่ยวมาเป็นกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากแนวโน้มครอบครัวไทยในอนาคตมีขนาดเล็กลงและครอบครัวเดี่ยวพบมากที่สุด ในสังคมไทย และในปัจจุบันปัญหาสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เด็กเติบโตขึ้นมามีปัญหาหรืออาจเกิดจากสภาพแวดล้อมที่ไม่ดีก็อาจส่งผลกระทบได้ โดยผู้วิจัยจะเจาะกลุ่มเป้าหมายในบริเวณเขตกรุงเทพมหานครมาใช้ในการศึกษางานวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัย

2.2 แนวคิดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style)

แนวคิดของวิถีชีวิต (Lifestyle Concept) มุ่งไปที่การกระทำที่มองเห็น (Overt Actions) เช่น ดำเนินชีวิตอย่างไร ใช้เงินอย่างไร ใช้เวลาทำอะไร วิถีชีวิตมีความสำคัญมากต่อการบริหารงาน ตลาดเมื่อนำมาใช้กับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) และตัวแปรอื่นๆ (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548) วิถีชีวิต (Life style) หมายถึง วิธีการที่แต่ละคนดำเนินชีวิตหรือแบบการใช้ชีวิตของมนุษย์ที่แสดงออกมาเป็นกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) วิถีชีวิตของมนุษย์แต่ละคนจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองโดยจะแสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคล ในส่วนของกิจกรรมมนุษย์จะเลือกปฏิบัติตามวิถีชีวิตของตนเอง (ชูชัย สมิทธิไกร, 2556ก)

วิถีชีวิตของมนุษย์แต่ละบุคคลจะมีลักษณะแตกต่างกันทั้งพฤติกรรมการบริโภคและรวมทั้ง การได้รับอิทธิพลทางด้านจิตวิทยา ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรมด้วย

2.2.1 ลักษณะสำคัญของวิถีชีวิต (Lifestyle)

2.2.1.1 เป็นวิธีการที่แต่ละคนแสดงออกถึงภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image)

และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1.2 เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลหนึ่งซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction)

กับสังคมตลอดช่วงวัฏจักรชีวิตของแต่ละคน (Life Cycle)

2.2.1.3 กำหนดโดยตัวแปร 3 ชนิด คือ ประสบการณ์ในอดีต ปัจจัยภายใน และ

สถานการณ์ปัจจุบัน

2.2.1.4 วิถีชีวิตที่แต่ละคนปรารถนานั้นสามารถส่งผลกระทบต่อความจำเป็น และ

ความปรารถนาที่จะซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ โดยสิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบกลับไปยังวิถีชีวิตด้วย

2.2.1.5 วิถีชีวิตและระยะของวัฏจักรชีวิตครอบครัวยังส่งผลกระทบต่อกันและกัน

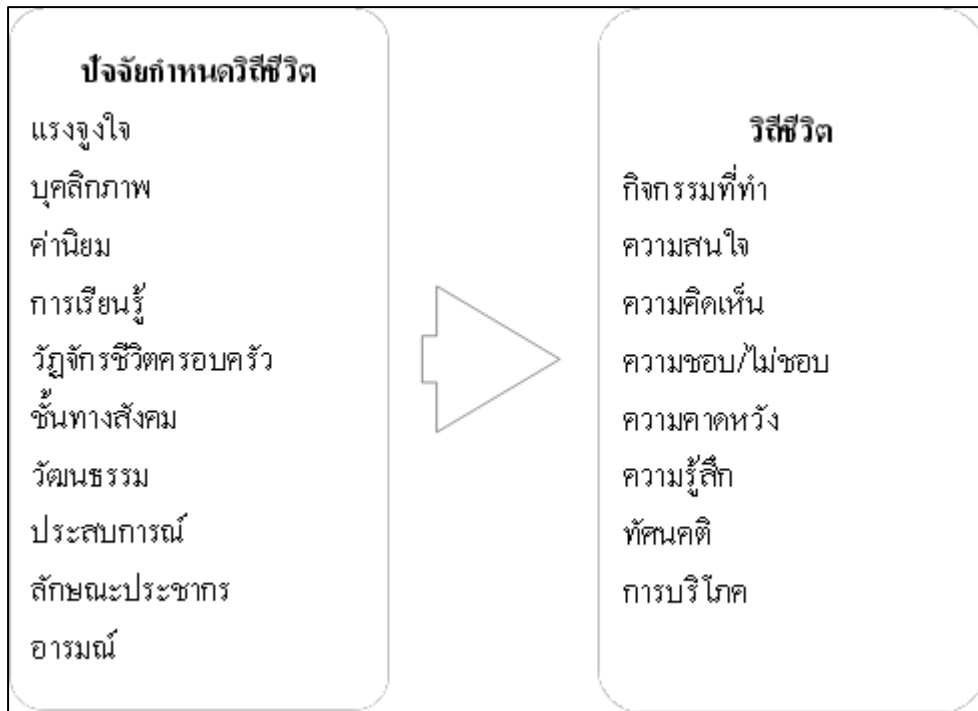
2.2.1.6 ผู้บริโภคโดยทั่วไปไม่ตระหนักหรือไม่รู้ตัวว่าวิถีชีวิตส่งผลกระทบต่อการ

ซื้อและการบริโภคของตน

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)
การทำงาน	ครอบครัว	ตนเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ปัญหาสังคม
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง
กิจกรรมช่วงพักร้อน	กิจกรรมในชุมชน	ธุรกิจ
กิจกรรมบันเทิง	นันทนาการ	เศรษฐกิจ
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
กิจกรรมในชุมชน	อาหาร	ผลิตภัณฑ์
การจับจ่ายซื้อสินค้า	สื่อ	อนาคต
กีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม

แหล่งที่มา: อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2543.



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยกำหนดวิถีชีวิต

แหล่งที่มา: ชูชัย สมิทธิไกร, 2556.

2.2.2 การศึกษาหรือการวัดวิถีชีวิต

การศึกษาหรือการวัดวิถีชีวิตเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การพรรณนาลักษณะทางจิตวิทยาหรือมาตรวัดจิตนิสัยของผู้บริโภคโดยวิธีการใช้ 3 ตัวแปร แบบ AIO คือ วิธีการที่มุ่งค้นหาว่าผู้บริโภคกระทำการกิจกรรมอะไร มีความสนใจเรื่องอะไร และได้มีความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆอย่างไรบ้าง ดังนั้น การทำแบบสำรวจ AIO จึงประกอบไปด้วยข้อคำถามต่างๆที่มุ่ง 3 ประเด็นหลักดังนี้

2.2.2.1 กิจกรรมที่ทำ เพื่อให้ผู้บริโภคเปิดเผยสิ่งที่ทำ สิ่งที่ซื้อ รวมทั้งการใช้เวลาว่าง

2.2.2.2 ความสนใจ เป็นคำถามที่วัดความชอบและการจัดลำดับความสำคัญของผู้บริโภค

2.2.2.3 ความคิดเห็น เป็นคำถามที่มุ่งเน้นความคิด ความรู้สึก และทัศนคติต่างๆของผู้บริโภคที่มีต่อโลก สังคม ศาสนา เศรษฐกิจ และประเด็นอื่นๆ

ในส่วนต่อมา คำตอบของผู้บริโภคทั้งหมดจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยกระบวนการทางสถิติเพื่อจำแนกผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มๆ

2.2.3 วิธีชีวิตของบุคคลได้ 5 แบบ

2.2.3.1 แบบมุ่งเน้นวัฒนธรรม (Cultural Orientation) หมายถึง วิธีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือประเพณีทางสังคม เช่น การชมการแสดงทางวัฒนธรรม การชมนิทรรศการศิลปะ

2.2.3.2 แบบมุ่งเน้นสังคม (Societal Orientation) หมายถึง วิธีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อม

2.2.3.3 แบบมุ่งเน้นความบันเทิง (Entertainment Orientation) หมายถึง วิธีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความบันเทิงและความพอใจของตนเอง เช่น การชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพอใจส่วนตัว

2.2.3.4 แบบมุ่งเน้นบ้านและครอบครัว (Home and Family Orientation) หมายถึง วิธีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบ้านและครอบครัวของตนเอง เช่น การทำกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว

2.2.3.5 แบบมุ่งเน้นกีฬาและกิจกรรมกลางแจ้ง (Sport and Outdoor Orientation) หมายถึง วิธีชีวิตที่มุ่งเน้นกิจกรรม ความสนใจ และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่แข็งแรง เช่น การเล่นกีฬา การทำกิจกรรมกลางแจ้ง

2.2.4 แบบการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

2.2.4.1 บทบาททางสังคม (Social Roles) โครงสร้างของความสัมพันธ์ของบทบาทภายในครอบครัวของไทยเปลี่ยนไปจากเดิมมาก แต่เดิมสตรีอยู่กับบ้านและทำหน้าที่ตัดสินใจกับเรื่องต่างๆภายในบ้านของตน สามีมักจะทำหน้าที่ในการตัดสินใจซื้อและซื้อสิ่งของมาให้ ในปัจจุบันสตรีได้รับการศึกษาสูงขึ้นออกไปทำงานนอกบ้าน จึงทำให้สตรีมีบทบาทสำคัญในการซื้อและมีอำนาจซื้อในอัตราส่วนสูงที่เดียวในตลาด ซึ่งก็เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่แก่แบบของการใช้ชีวิตของครอบครัวไทย ในปัจจุบันนี้สมาชิกแต่ละคนในครอบครัวต่างก็มีบทบาทและอิทธิพลต่อการซื้อสิ่งของให้กับครอบครัวมากที่เดียว เมื่อมีการตัดสินใจเลือกตราหือของสินค้าใหญ่ๆก็มักจะมีการร่วมกันตัดสินใจ

2.2.4.2 เวลาสำหรับการพักผ่อน (Leisure Time) ในปัจจุบันเราทำงานน้อยลงเหลือสัปดาห์ละ 5 วัน ดังนั้น “ปรัชญาของการใช้เวลาพักผ่อน” จึงมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของแบบการใช้ชีวิต เราจะเห็นได้ว่าทุกวันนี้คนไทยตื่นตัวในเรื่องกิจกรรมและกีฬาเพื่อการพักผ่อนมากขึ้น เช่น ไปเที่ยวชายหาด สนใจศิลปกรรมสนใจดนตรี สนใจเกี่ยวกับดอกไม้ การแสดง มหรสพ การออกไปรับประทานอาหารนอกบ้าน เป็นต้น การเพิ่มเวลาพักผ่อนจะนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตที่

แตกต่างไปจากเดิมตั้งแต่การดำรงชีพในครอบครัวไปจนถึงการแต่งกาย การใช้เครื่องทุ่นแรง เป็นต้น

2.2.4.3 ช่วงเวลาของชีวิต (Pace of Living) ในขณะนี้มีการเร่งช่วงเวลาของชีวิตมากขึ้น บุคคลจะไม่ใคร่เต็มใจที่จะรอเวลาที่จะตอบสนองความต้องการสำหรับสินค้าหรือบริการต่างๆ แม้ว่าเขาจะไม่มีเงินพอที่จะซื้อก็ตาม แนวโน้มทางสังคมและจิตวิทยาดังกล่าวนี้อาจจะเพิ่มความสำคัญในการให้สินเชื่อในการขายของนักการตลาด ตลอดจนบริการขายผ่อนส่งของบริษัทต่างๆ และสถาบันการเงิน นอกจากนี้ยังทำให้บริษัทต่างๆ ต้องมีเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ในรูปเครื่องจักรและระบบอัตโนมัติ มีเครื่องสำหรับขายสินค้า ตลอดจนเครื่องยนต์กลไกในการบรรจุสินค้า ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป กระจุกสินค้าไว้ เพื่อให้ทันกับความต้องการของสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคราคาสินค้าอาจจะต่ำลงแต่บริการดีขึ้น

2.2.4.4 การเคลื่อนที่ทางสังคม (Social Mobility) การเคลื่อนที่ทางสังคมเป็นลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของแบบของการใช้ชีวิตของผู้บริโภคซึ่งหมายถึงสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนงานรายได้เพิ่ม และการแยกจากบุคคลยุคก่อนหน้าตน เป็นต้น การศึกษาที่เพิ่มขึ้นได้ยกระดับสนิยมและกลายเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มการเคลื่อนที่ทางสังคม นอกจากนั้นการศึกษาได้ทำให้วามเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายภายในชั้นของสังคมง่ายขึ้น และเป็นต้นเหตุให้บุคคลหวังที่จะหารายได้สูงขึ้นในอนาคต ปรากฏว่าในปัจจุบันนี้นิสัยของการใช้จ่ายและแบบแผนของครอบครัวได้เปลี่ยนไปโดยขึ้นอยู่กับความปรารถนาและความคาดหมายมากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับรายได้ในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ามีการใช้สินเชื่อกันมากขึ้นและมีการเคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นด้วย ชนชั้นกลางที่มีจำนวนมากมีการเคลื่อนที่ทางภูมิศาสตร์มากขึ้น บุคคลมีการย้ายจากท้องถิ่นสู่เมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานครทำให้มีประชากรหนาแน่น (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

แบบการใช้ชีวิตของแต่ละคนนำไปสู่สถานการณ์ต่างๆ ประสบการณ์ชีวิต ค่านิยม ทัศนคติ และความคาดหมาย ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ บุคคลและครอบครัวต่างก็มีแบบการใช้ชีวิตที่ถูกกำหนด

2.2.5 แบบการใช้ชีวิตกับครอบครัว

ทั้งตัวบุคคลและครอบครัวมีแบบการใช้ชีวิต ถูกกำหนดโดยแบบการใช้ชีวิตของสมาชิกครอบครัวแต่ละคน อย่างไรก็ตามปัจจัยต่างๆ เช่น ขั้นตอนของวงจรชีวิตของบุคคล ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และชั้นทางสังคม มีอิทธิพลต่อการปรับแต่งแบบของการใช้ชีวิตของครอบครัว

2.2.6 รูปแบบการใช้ชีวิต (Psychographics)

ผู้บริโภควิเคราะห์แบบของการใช้ชีวิตเพื่อลดความไม่สอดคล้องและความไม่สมดุลในค่านิยมของเขาด้วยการแปลความหมายเหตุการณ์รอบตัวพร้อมทั้งทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นด้วยการกระทำเช่นนี้ ทำให้ค่านิยมมีความคงทนถาวร แต่ระบบของการใช้ชีวิตมีการแปรเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วมาก ซึ่งทำให้นักวิจัยต้องคอยสนใจและคอยปรับวิธีการวิจัยตลอดจนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด

Psychographics เป็นเทคนิคที่นักวิจัยผู้บริโภควิเคราะห์เพื่อวัดแบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO ซึ่งหมายถึง การวัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความเห็น (Opinions) นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่า ตัวอักษร A ควรหมายถึง ทักษะ (Attitudes) แต่ถ้าจะพิจารณาตามความเหมาะสมแล้ว คำว่ากิจกรรมเหมาะสมกว่าในการวัดแบบของการใช้ชีวิต เนื่องจากว่ามันวัด สิ่งที่บุคคลกระทำ รายละเอียดจึงมีดังนี้

A คือ กิจกรรมซึ่งหมายถึงปฏิกิริยาที่แสดงออกเช่น ดูโทรทัศน์ จ่ายของในร้านค้าหรือเล่าให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับบริการซ่อมรถของอยู่ประจำ แม้ว่าปฏิกิริยานี้ใครๆ ก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถจะเดาเหตุผลของการกระทำได้หมดและก็ไม่ใครจะมีใครทำการวัดเพื่อหาเหตุผลของปฏิกิริยานี้

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุโดยมีระดับของความตื่นตัวที่เกิดขึ้น เมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

O คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียน “ตอบ” ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่า เช่น เชื่อในสิ่งที่บุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับการเลือกทางเลือกและโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก

พฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน แต่ละกลุ่มมีวิถีชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ผู้ศึกษาจึงต้องทำการแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มๆ ก่อน ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ และพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว” จึงเลือกใช้มาตรวัดจิตนิสัยของผู้บริโภคโดยวิธีการใช้ 3 ตัวแปร แบบ AIO คือ วิธีการที่มุ่งค้นหาว่าผู้บริโภคกระทำกิจกรรมอะไร มีความสนใจเรื่องอะไร และได้มีความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆอย่างไรบ้าง นำมาใช้เป็นแนวทางในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค จึงสามารถนำแบบสำรวจ AIO มาปรับใช้กับงานวิจัยนี้ได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของธุรกิจคือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ แต่การที่จะทราบว่าลูกค้าพึงพอใจมากหรือน้อยเพียงไรจำเป็นที่จะต้องทราบความหมายของความพึงพอใจเสียก่อน

ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการนั้นไม่แน่นอน เช่น ความรู้สึกถูกใจในระดับคาดหวังหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าก็ได้ ความพึงพอใจของลูกค้าจึงหมายถึง ผู้ใช้สินค้าและบริการได้รับในสิ่งที่ต้องการ แต่ต้องไม่เกินขอบเขต คือ ต้องสามารถทำได้หรือจัดหาให้ได้โดยไม่ผิดความถูกต้องและวัตถุประสงค์ (สรชัย พิศาลบุตร, 2549)

(IM2, 2558) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การทำงานใดๆประสบความสำเร็จได้ นักธุรกิจหรือผู้นำที่มีความสามารถจะศึกษาความต้องการของลูกค้าหรือผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า หรือทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาเกิดความพึงพอใจในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด เป็นความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการ

Abraham Maslow เป็นผู้วางรากฐานจิตวิทยามนุษยนิยม เขาได้พัฒนาทฤษฎี แรงจูงใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อระบบการศึกษาของอเมริกันเป็นอันมาก ทฤษฎีของเขามีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า การตอบสนองแรงจูงใจเป็นหลักการเพียงอันเดียวที่มีความสำคัญที่สุด ซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ มาสโลว์ มีหลักการที่สำคัญเกี่ยวกับแรงจูงใจ โดยเน้นในเรื่องลำดับขั้นความต้องการ เขามีความเชื่อว่ามนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้น แรงจูงใจของคนเรามาจากความต้องการ พฤติกรรมของคนเรามุ่งไปสู่การตอบสนองความพอใจ

ธรรมชาติของมนุษย์ ตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's of Needs) แบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ ด้วยกัน

2.3.1 ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ

2.3.1.1 มนุษย์มีความต้องการและความต้องการมีอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด

2.3.1.2 ความต้องการที่ได้รับการสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจ สำหรับพฤติกรรมต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรม

2.3.1.3 ความต้องการของคนซ้ำซ้อนกัน บางทีความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วยังไม่สิ้นสุด ก็เกิดความต้องการด้านอื่นขึ้นอีก

2.3.1.4 ความต้องการของคนมีลักษณะเป็นลำดับชั้นความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนอง

2.3.1.5 ความต้องการเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเอง

2.3.2 ลำดับความต้องการอยู่ 5 ขั้นตอน ได้แก่

2.3.2.1 ความต้องการด้านร่างกาย เป็นความต้องการปัจจัย 4 เช่น ต้องการอาหารให้อิ่มท้อง เครื่องนุ่งห่มเพื่อป้องกันความร้อน หนาวและอุจาดตา ยารักษาโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันแดด ฝน ลม อากาศ ร้อน หนาว และสัตว์ร้าย ความต้องการเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกคน จึงมีความต้องการพื้นฐานขั้นแรกที่มนุษย์ทุกคนต้องการบรรลุให้ได้ก่อน

2.3.2.2 ความต้องการความปลอดภัย หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการด้านร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้วจะมีความต้องการด้านความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ของตนเองเพิ่มขึ้นต่อไป เช่น หลังจากมนุษย์มีอาหารรับประทานจนอิ่มท้องแล้วได้เริ่มหันมา คำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร หรือสุขภาพ โดยหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องสารพิษที่ติดมากับ อาหาร ซึ่งสารพิษเหล่านี้อาจสร้างความไม่ปลอดภัยให้กับชีวิตของเขา เป็นต้น

2.3.2.3 ความต้องการความรักและการเป็นเจ้าของ เป็นความต้องการที่เกิดขึ้น หลังจากการ ที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้ว มนุษย์จะเริ่มมองหาความรักจากผู้อื่น ต้องการที่จะเป็นเจ้าของสิ่งต่าง ๆ ที่ตนเองครอบครองอยู่ตลอดไป เช่น ต้องการให้พ่อ แม่ พี่ น้อง คนรัก รักเราและต้องการให้เขาเหล่านั้นรักเราคนเดียว ไม่ต้องการให้เขาเหล่านั้นไปรักคนอื่น โดยการแสดงความเป็นเจ้าของ เป็นต้น

2.3.2.4 ความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่ง หลังจาก ได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ความรักและเป็นเจ้าของแล้ว จะต้องการการยอมรับ นับถือจากผู้อื่นต้องการได้รับเกียรติจากผู้อื่น เช่น ต้องการการเรียกขานจากบุคคลทั่วไปอย่างสุภาพ ให้ความเคารพนับถือตามควร ไม่ต้องการการกดขี่ข่มเหงจากผู้อื่น เนื่องจากทุกคนมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน

2.3.2.5 ความต้องการความเป็นตัวตนอันแท้จริงของตนเอง เป็นความต้องการขั้น

สุดท้าย หลังจากที่ผ่านมาความต้องการความเป็นส่วนตัว เป็นความต้องการที่แท้จริงของตนเอง ลดความต้องการภายนอกลง หันมาต้องการสิ่งที่ตนเองมีและเป็นอยู่ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์แต่ความต้องการในขั้นนี้มักเกิดขึ้นได้ยากเพราะต้องผ่านความต้องการในขั้นอื่น ๆ มาก่อนและต้องมีความเข้าใจในชีวิตเป็นอย่างดี

สรุปได้ว่าระดับความต้องการทั้ง 5 ระดับของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ นั้น สามารถตอบคำถามเรื่องความมุ่งหมายของชีวิตได้ครบถ้วนในระดับหนึ่งเพราะมนุษย์เราตามปกติ จะมีระดับความต้องการหลายระดับและเมื่อความต้องการระดับต้นได้รับการสนองตอบก็จะเกิด ความต้องการ ในระดับสูงเพิ่มขึ้นเรื่อยไปตามลำดับจนถึงระดับสูงสุด การตอบคำถามเรื่อง เป้าหมายและคุณค่าของชีวิตมนุษย์ตามแนวของจิตวิทยาแขนง มนุษย์นิยม จึงทำให้เราได้เห็น คำตอบในอีกแง่มุมหนึ่ง

ในการทำงาน ผู้บริหารจึงควรรู้พื้นฐานความต้องการของมนุษย์เพื่อจัดหาให้มีปัจจัยเกื้อหนุนให้เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า หรือผู้ได้บังคับบัญชาเกิดความพึงพอใจในบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย หรือเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย (สรชัย พิศาลบุตร, 2549)

2.3.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจของผู้ใช้สินค้าและบริการจะทำให้ผู้ผลิทราบถึงเรื่องต่างๆของธุรกิจที่สำคัญ ดังนี้

- 2.3.3.1 ทราบความรู้ ความเข้าใจลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากขึ้น
- 2.3.3.2 ทราบความคาดหวังของลูกค้าที่คาดหวังถึงคุณภาพสินค้าและบริการที่จะได้รับ
- 2.3.3.3 ทราบความต้องการเพิ่มเติมของลูกค้าที่นอกเหนือจากสิ่งที่มีอยู่เดิม
- 2.3.3.4 ทราบความแตกต่างระหว่างคุณลักษณะและคุณสมบัติสินค้า และบริการที่ผู้ผลิคิดว่าลูกค้าต้องการและคุณลักษณะและคุณสมบัติสินค้า และบริการที่ลูกค้าต้องการได้รับจริง
- 2.3.3.5 ทราบความแตกต่างเรื่องคุณภาพของสินค้าที่คาดว่าจะได้รับกับคุณภาพสินค้าที่ลูกค้าได้รับจริง
- 2.3.3.6 ทราบความแตกต่างระหว่างคุณภาพสินค้าในการโฆษณาและคุณภาพสินค้าจริง
- 2.3.3.7 ทราบความคิดเห็น ปัญหา อุปสรรคต่อการใช้สินค้าและบริการของลูกค้า
- 2.3.3.8 ทราบข้อเสนอแนะที่ควรนำไปปรับปรุงสินค้าและบริการ

2.3.4 ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในสื่อเป็นแนวทางการศึกษาที่ได้รับความนิยมโดยทฤษฎีนี้มีพื้นฐานอยู่ที่การเลือกใช้สื่อของผู้รับสารหรือผู้บริโภค ในที่นี้จึงไม่ได้นำทฤษฎีนี้ไว้ในกลุ่มผู้สื่อสารแต่นำมาไว้ในหัวข้อสื่อแทน

เนื่องจากเป็นบทบาทของการเลือกใช้สื่อทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้รับสารสามารถได้รับการจำแนกในฐานะเป็นผู้ใช้หรือเปิดรับสื่อ เพราะผู้รับสารจะได้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อทั้งในแง่การสร้างประสบการณ์โดยตรงจากข้อมูลข่าวสารของสื่อ ในประเด็นที่สองผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากสาระในการนำเสนอของสื่อ และผู้รับสารเป็นผู้กระทำการใช้ซึ่งเป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการสร้างผลกระทบ

ตามทฤษฎีนี้ผู้รับสารถือว่าเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นและต้องการไปสู่เป้าหมาย ผู้รับสารมีความรับผิดชอบในการเลือกสื่อเพื่อสนองต่อความต้องการของตนและใช้สิ่งที่ได้มาเป็นหนทางในการสร้างความพึงพอใจ Palmgreen (1984) ได้ขยายงานของ Rosengren ออกไป ความพึงพอใจที่ได้จากสื่อถูกกำหนด

โดยทัศนคติที่มีความเชื่อต่อสื่อที่จะสนองตอบ เช่น คนแสวงหาความพอใจรายการสารคดีก็จะหลีกเลี่ยงรายการบันเทิงเพราะไม่สนองต่อความจริงในชีวิตและโลกของเขาแต่อย่างใดโดยสรุปคนรู้ว่าความต้องการของเขาคืออะไรและวิธีการที่จะพอใจในความต้องการของเขานั้นจะต้องอย่างไร

อันที่จริงการใช้และความพึงพอใจตรงกับทฤษฎีคุณค่าความคาดหวัง (Expectancy-value Theory) ซึ่งเป็นส่วนขยายของทฤษฎีในภายหลัง ความพึงพอใจที่แสวงหาถูกกำหนดโดยทัศนคติต่อสื่อเราเชื่อถือซึ่งสื่อนี้จะเจาะจงใจในสิ่งที่จะทำให้เรา สารที่สื่อส่งมาให้เราอาจมีความหลากหลายเช่นเดียวกับมนุษย์ที่มีความต้องการหลากหลายมนุษย์จะเลือกเอาเฉพาะความต้องการที่ตรงกันมาไว้ซึ่งบางเขาราก็อาจได้ตรงกับความต้องการของเราทั้งรายการ ดังนั้นความพึงพอใจของเราจึงขึ้นอยู่กับการประเมินรายการ

หากเราคู่กันเคยกับประเภทของรายการเราก็จะเลือกรายการ หากเราคู่กันเคยกับประเภทของรายการเราก็จะเลือกรายการนั้นตามความเชื่อที่เรามีอยู่เนื่องจากรายการนั้นนำเสนอสิ่งที่เราคาดหวังได้เป็นอย่างดี ความเชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในสื่อเป็นสิ่งที่นักวิจัยค้นหาและพบว่าความพึงพอใจในข่าวของกลุ่มตัวอย่างพบว่าได้จากสื่อที่หลากหลาย เพราะข่าวสารที่นำเสนอเป็นเรื่องเหตุการณ์ในปัจจุบัน ทำให้เราสนุก และมีเรื่องที่จะพูดคุยกับผู้อื่น กลุ่มตัวอย่าง

คาดหวังหรือมีทัศนคติต่อข่าวที่เขาจะนำมาใช้จากสื่อที่เขาพึงพอใจความคาดหวังของผู้ชมจะมากขึ้นหากเขาชมรายการมากขึ้นด้วย

อันที่จริงทฤษฎีนี้ตรงกันข้ามกับทฤษฎีสังคมมวลชน (Mass Society Theory) ที่เห็นว่าประชาชนโดยทั่วไปตกเป็นเหยื่อที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ต่อสื่อมวลชนที่ทรงพลังเนื่องจากสื่อมวลชนพวกนี้ใช้พลังกดดันหรืออิทธิพลบังคับมวลชนให้เป็นไปในทิศทางที่ตนนำเสนอเรื่องราว แต่มุมมองของสื่อในยุคหลังเปลี่ยนไป มีทฤษฎีใหม่ๆ ที่ทดแทนทฤษฎีสังคมมวลชนที่มองผลกระทบของสื่อมวลชนมีอย่างจำกัดต่อลักษณะความเป็นส่วนตัวของผู้รับสารและชีวิตทั้งหลายในสังคม (Limited Effects)

ทั้งนี้เพราะผู้คนมีความแตกต่างหลากหลายจนสื่อไม่สามารถใช้ทฤษฎีเหมิณเดียวอย่างที่เคยใช้ในทฤษฎีสังคมมวลชน แนวทางศึกษาจึงเฉพาะเจาะจงต่อความคิดที่ส่งผลกระทบจำกัดอันเนื่องมาจากข้อจำกัดที่แสดงออกมาในคุณลักษณะที่หลากหลายของคนในสังคม (Individual Differences Perspectives) ด้วยเหตุนี้สื่อจึงถูกมองว่ามีอำนาจจำกัดเนื่องจากผู้รับสารรวมตัวกันเป็นสมาคมและการสังกัดกลุ่มในรูปพหุนิยมแนวความคิดที่เฉพาะจึงมีผลกระทบอันจำกัดและเน้นข้อจำกัดที่กำหนดโดยความเป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ (Social Categories Model)

ขั้นตอนการใช้และความพึงพอใจในสื่อขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของการคัดเลือกที่ได้เปรียบ กล่าวคือ คนจะเลือกเปิดรับสื่อใดขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์หรือรางวัลจากการเปิดรับหารด้วยความพยายามที่ต้องการ หากความพยายามที่ต้องการเปิดรับสื่อมีมากในขณะที่ได้รับสิ่งตอบแทนน้อย บุคคลก็จะไม่เลือกเปิดรับสื่อนั้นเพราะไม่ได้รับความพึงพอใจจากประโยชน์ที่ได้รับแตกต่างไปอย่างไร แต่ในทางตรงข้ามรางวัลที่ได้รับมากเมื่อเทียบกับการไม่ต้องลงแรงเปิดรับสื่อมากนัก คนเราก็จะเลือกเปิดรับสื่อนั้นเพราะเป็นทางเลือกที่ได้ประโยชน์สูงสุดท่ามกลางทางเลือกในการเปิดรับสื่อต่างๆ อันที่จริงการเลือกเปิดรับสื่อมีขั้นตอนคล้ายคลึงกับความต้องการตามหลักของมาสโลว์ที่เริ่มจากความต้องการง่าย ๆ ไปสู่ความต้องการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

มีนักทฤษฎีจำนวนมากที่ให้เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อเช่น Rubin (2002) ที่ให้เหตุผลว่าคนเปิดรับสื่อเพื่อใช้เวลาให้หมดไป เป็นเพื่อน สร้างความตื่นเต้นหนีจากโลกความเป็นจริง รื่นเริงหยรรษา อันตรกิริยาทางสังคม พักผ่อน รับข้อมูลข่าวสาร และเรียนรู้เนื้อหาพิเศษ เช่นเดียวกับ McQuail (2010) ที่มองว่าคนเปิดรับสื่อเพื่อความเพลิดเพลิน สัมพันธ์กับผู้สื่อข่าวเอกลักษณ์หรือค่านิยมของตนเอง และสอดคล้องติดตามสังคม บางคนติดตามสื่อเพื่อสร้างความรู้สึกว่าดาราหรือศิลปินว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตตนเพียงการรู้จักผ่านสื่อ (Parasocial Interaction)

สมมติคติของทฤษฎีนี้อยู่ที่ ประการแรก การมองผู้รับสารเป็นคนที่กระตือรือร้นและการใช้สื่อเนื่องจากมีเป้าหมาย ประการที่สองความคิดริเริ่มที่มีต่อความพึงพอใจซึ่งเป็นทางเลือกที่สื่อมอบ

ให้กับผู้ชม ประการที่สาม การแข่งขันระหว่างสื่อเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ชม ประการที่สี่ ประชาชนมีความตระหนักต่อตนเองเพื่อประโยชน์จากการใช้สื่อ ผลประโยชน์ และแรงจูงใจซึ่งสามารถทำให้มีภาพที่ถูกต้องในการเปิดรับสื่อหรือใช้สื่อนั้น และการประเมินคุณค่าของเนื้อหาสื่อจะกระทำได้โดยผู้รับสารเท่านั้น

2.3.5 ความต้องการจากความพอใจสื่ออาจพิจารณาได้เป็น 5 ลักษณะ

2.3.5.1 ประการแรกการรับรู้ ซึ่งเป็นความต้องการในข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และประมวลภาพเพื่อให้เข้าใจเรื่องราวที่ผ่านมา

2.3.5.2 ประการที่สองความรู้สึก สะเทือนใจ เป็นภาคอารมณ์ ความพอใจ หรือประสบการณ์ในทางสุนทรียศาสตร์

2.3.5.3 ประการที่สาม การบูรณาการในเรื่องส่วนบุคคล เป็นการสร้างความเชื่อมั่น ความมั่นใจ และสถานภาพของผู้รับสาร

2.3.5.4 ประการที่สี่ การบูรณาการทางสังคม เป็นการเริ่มต้นในการเชื่อมโยงครอบครัว เพื่อน สังคม และอื่นๆ

2.3.5.5 ประการสุดท้าย การปลดปล่อยความตึงเครียด เป็นการหนีจากโลกความเป็นจริงและสร้างความเพลิดเพลินให้กับตนเอง

ในกรณีที่ผู้รับสารเป็นผู้ที่กระตือรือร้น คนเหล่านี้จะเลือกเปิดรับสื่อด้วยความมุ่งมั่น เล็งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับควบคู่ไปกับความพึงพอใจ โดยสิ่งแรกที่ผู้รับสารกลุ่มนี้คำนึงถึงคือ วัตถุประสงค์ อันเป็นการใช้สื่อเพื่อให้งานเฉพาะของตนคล่องประสบความสำเร็จ สิ่งที่สองคือ ความมุ่งมั่น สิ่งนี้จะเกิดขึ้นเมื่อประชาชนมีแรงจูงใจอันดับแรกในการกำหนดการใช้สื่อ สิ่งที่สาม การคัดเลือก ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อเพื่อสะท้อนผลประโยชน์ที่มีอยู่จริง สิ่งที่สำคัญที่หนักแน่น ผู้รับสารจะสร้างกรอบจินตนาการจากความหมายของตนเองที่ได้รับจากสื่อ

อย่างไรก็ตามการใช้สื่อส่งผลสองประการที่ทำให้ผู้คนเข้าใจผิด คือ กิจกรรม (Activity) และความกระตือรือร้น (Activeness) กิจกรรมหมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคสื่อการทำ แต่ความกระตือรือร้น เป็นอิสรภาพที่ผู้รับสารมีอยู่ในขณะที่สื่อเองก็มีความเป็นอิสระในสถานการณ์ใดๆ ความกระตือรือร้นทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นต่อกระบวนการสื่อสารมวลชนด้วย ในปัจจุบันการใช้และความพึงพอใจในสื่อสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเนื่องจากเปิดโอกาสให้มีอันตรกิริยาต่อกันแม้จะอยู่ในระยะที่ไกลกัน ประโยชน์จากสื่อส่งเสริมประชาธิปไตยและทุนนิยม ละลายพรมแดนระหว่างโทรคมนาคมกับอุตสาหกรรมกระจายเสียงทั้งภาพ อายุ ผู้แต่ง และเพศ

ไม่ใช่สิ่งจืดจางในการติดต่อเครือข่ายสังคมแบบไร้สายเนื่องจากการเติบโตของระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งเข้ามาแทนที่สื่อแบบเก่าซึ่งแม้ยังคงอยู่แต่ก็ต้องวิ่งตามสื่อสมัยใหม่

โดยสรุป การใช้สื่อเพื่อสนองต่อความคาดหวังหรือทัศนคติซึ่งความคาดหวังจะทำให้ผู้รับสารพยายามรับเรื่องราวสื่อที่สร้างความพึงพอใจให้เนื่องจากสามารถสนองความต้องการหรือความคาดหวังที่เขามีหรือแสวงหาสารนั้นๆ

ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว” เป็นการวัดความพึงพอใจทางด้านของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ สื่อหรือช่องทางการส่งข่าวสาร และความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารด้วย

2.4 ทฤษฎีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (Media Exposure Theory)

(สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัย 4 แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัย 4 เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และ เพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจาก

ช่องทาง ต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ขั้น ดังต่อไปนี้

2.4.1 การกลั่นกรอง 4 ขั้น

2.4.1.1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของบุคคลนั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2.4.1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

2.4.1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาพทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

2.4.1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึคนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือ

ความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่างๆ ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจเกิดขึ้น

2.4.2 ความหมายของการเปิดรับข่าวสารแบ่งตามพฤติกรรม

2.4.2.1 การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2.4.2.2 การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

2.4.2.3 การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ

2.4.3 การเลือกรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ

2.4.3.1 เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ทันสมัย

2.4.3.2 เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน

2.4.3.3 เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

2.4.3.4 เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบ ๆ ตัว

2.4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล

2.4.4.1 ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือก

ของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้ง ความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์ ที่เลือก ตอบสนองความต้องการของตนเอง เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับ ในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2.4.4.2 ทักษะและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะ คือความชอบและมีใจ โน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกรู้สึกว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทักษะและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือก ดีความหมายและการเลือกจดจำ

2.4.4.3 เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายใน การดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรา กำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกดีความหมาย และ การเลือกจดจำเพื่อตอบสนองเป้าหมายของตน

2.4.4.4 ความสามารถ (Capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่อง หนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อบุคคลในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือก ดีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

2.4.4.5 การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

2.4.4.6 ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้น ส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบาง คนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

2.4.4.7 สถานะ (Context) สถานะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ใน สถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มี อิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกดีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เรา ต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจาก เรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

2.4.4.8 ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับ สารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เรา พัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิด ใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ดีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ

2.4.5 การเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ

2.4.5.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2.4.5.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2) การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีความสนใจในทางนั้นด้วย

2.4.5.3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสาร

เฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไป ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

(กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555) นอกจากนี้ผู้รับสารอาจมีลักษณะ Active และต่อต้านการโน้มน้าวของสื่อมวลชนได้ อาจมีตัวแปรหลายตัวที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสาร เช่น ความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง เป็นต้น

2.4.6 “วิธีการใช้สื่อ” แบ่งเป็น 2 วิธี

2.4.6.1 ใช้แบบ Active กลุ่มนี้จะรวมคำตอบประเภทที่ว่า เปิดดูข่าวเพราะคุณภาพของข่าว เพราะชอบรูปแบบรายการ เพราะชื่นชอบผู้ประกาศข่าว เป็นต้น

2.4.6.2 ใช้แบบ Passive กลุ่มนี้จะรวมคำตอบประเภทที่ว่าดูเพราะเป็นความเคยชิน เปิดดูสถานีช่องนี้อยู่แล้ว ดูไปเรื่อย ๆ ไม่มีเหตุผลอะไร เป็นต้น

จากแนวคิดทั้ง 2 แบบดังกล่าว ผู้ที่เปิดรับข่าวสารน่าจะต้องมีแนวโน้มที่จะมีวิธีการใช้สื่อแบบ Active มากกว่า Passive ทั้งนี้เพราะสื่อหรือข่าวสารมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทางที่เรียกกรองและกระตุ้นให้ผู้ใช้อย่าง Active อยู่เสมอ แม้แต่ในการเปิดรับสื่อที่มีลักษณะต้องเลือกในการเปิดรับเนื้อหาสาระแต่ละชนิดเพื่อตอบสนองความต้องการของตนในการแสวงหาข่าวสาร ผู้เปิดรับสารก็ยังต้อง Active อย่างสูงสุด

ในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งเป็นทศวรรษแรกของสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (ศรีหญิง ศรีรักษา, 2544) ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” ที่มาของปัญหาการวิจัยคือ ภาครัฐด้านการท่องเที่ยวมีการกำหนดให้ระบบบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และช่วยในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานทางการตลาด กลุ่มนิสิตนักศึกษาเป็นกลุ่มผู้ที่มีศักยภาพสูงที่สุดในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

ในด้านของการท่องเที่ยวกลุ่มนิสิตนักศึกษาก็เป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในวัยของการท่องเที่ยวอย่างสูงมากเป็นวัยแห่งการแสวงหาประสบการณ์จากโลกกว้าง ชีวิตยังไม่มีภาระรับผิดชอบ วิทยาลัยมีร่างกายที่แข็งแรงในการเดินทาง มีการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม เป็นช่วงแห่งความสนุกสนาน ดังนั้น ข้อมูลจากการวิจัยพบว่า 72% ของกลุ่มตัวอย่างไปเที่ยวปีละ 1-4 ครั้ง นักวิจัยออกแบบ

งานวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามเรื่องการแสวงหาข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตพบดังนี้

แบบแผนการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวพบว่า โทรศัพท์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวมากที่สุด กลุ่มตัวอย่าง 79% ระบุว่า เคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวมาแล้ว

แบบแผนการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว ในขณะที่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารถือว่าเป็นการรับสารแบบ Passive เนื่องจากผู้รับสารไม่มีความต้องการข่าวสารแบบเฉพาะเจาะจง เป็นแบบทั่วไป แต่หากผู้รับสารมีความต้องการข่าวสารแบบเฉพาะเจาะจงแล้ว การสื่อสารจะเป็นแบบ Active กลายเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร

ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ในกรณีการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างยังใช้สื่อบุคคลเพื่อการแสวงหาข่าวสารเป็นอันดับแรก คือ เพื่อน คนรู้จัก สมาชิกในครอบครัว พี่น้อง รองลงมาแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน คือ วิทยุ โทรศัพท์ สื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สื่อบุคคล แม้จะมีความง่าย สะดวก และน่าไว้วางใจ แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของความกว้างขวางของฐานความรู้ซึ่งเป็นเรื่องเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ต

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเรื่องการท่องเที่ยวในประเทศที่มีรายละเอียดมากที่สุด ข้อมูลที่มีภาพประกอบ link กับเว็บไซต์อื่นๆที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นกระดานข่าว กระดานสนทนา ซึ่งคุณสมบัติทั้งหมด สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถตอบสนองได้ และน่าจะมีโอกาสให้ได้มากกว่าสื่ออื่น อาจคาดเดาได้ว่า ในอนาคตสื่ออินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นช่องทางการสื่อสารหลักที่กลุ่มบุคคลเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจะใช้เป็นช่องทางแสวงหาข่าวสารเพื่อการใช้เวลาว่างแบบต่างๆอย่างแน่นอน

2.4.7 ผู้สื่อสารที่อาศัยผู้รับสาร

ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้รับสารมักจะมุ่งเน้นศึกษาการใช้หรือการเปิดรับสื่อ การรับสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้น ส่วนใหญ่ของทฤษฎีนี้มักจะยอมรับว่าผู้รับสารเป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active Audience) สามารถรู้ทันในการประเมินคนทำสื่อว่าจริงใจหรือไม่จริงใจ แอบแฝงหรือตรงไปตรงมา และเน้นความเป็นจริงทางสังคมหรือระบบทุนนิยม

การศึกษาว่าด้วยเรื่องผู้รับสารเป็นที่ยอมรับสูงสุดในยุคที่วิทยุโทรทัศน์ก้าวเข้ามาในบ้านของผู้ชมเพราะทำให้ผู้รับสารกับสื่อโทรทัศน์อยู่ใกล้ชิดติดกันจนก่อให้เกิดผลต่างๆตามมาทั้งในแง่ผลกระทบ ที่รุนแรง ปานกลาง หรือน้อยมาก

อย่างไรก็ตามความสำคัญของผู้รับสารแปรสภาพผกผันกับผู้ส่งสาร กล่าวคือ หากผู้ส่งสารเป็นผู้ใช้อำนาจนิยม ผู้รับสารก็จะกลายเป็นผู้ได้รับการโฆษณาชวนเชื่อและหากผู้รับสารเป็นอิสระสามารถเลือกรับสื่อได้ตามความพอใจ ผู้ส่งสารก็จะไร้อิทธิพลหรือมีอิทธิพลลดลงเป็นลำดับ

2.4.8 ทฤษฎีผู้รับสาร (Audience Theories)

ทฤษฎีการชวนเชื่อมีความสำคัญอยู่ที่ผู้ส่งสารหรือแหล่งสารแต่ความสำเร็จไม่ใช่อยู่ที่ตัวผู้ส่งสารหากอยู่ที่ผู้รับสารมาได้อย่างไร อำนาจของการชวนเชื่อคือการใช้ความสามารถให้เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วโดยนำเสนอผู้รับสารด้วยสิ่งง่ายๆแต่ต้องเป็นสารที่ลึกลับในตัวตนของผู้รับสาร และนำความต้องการของผู้ส่งสารเข้าไปแทนที่

รวมทศวรรษที่ 1970-1980 การค้นคว้ามุ่งไปสู่ผู้รับสารมากขึ้นทำให้เข้าใจตัวตนของผู้รับสารในการเสกสื่อประจำวันแม้วิทยุจะเป็นสื่อใหม่ซึ่งเป็นที่ยอมรับสูงสุดในยุคนั้นแต่ปรากฏว่ากลับมีอิทธิพลต่อผู้รับสารไม่มากอย่างที่คิด งานวิจัยเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่าสื่อส่งผลกระทบต่ออย่างจำกัดอันแตกต่างไปจากในห้วงของสงครามโลกก่อนหน้านี้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในห้วงเวลาของสงครามเย็นการระดมการชวนเชื่อกลับทำให้ประชาชนเรียนรู้เหลี่ยมคูจากสื่อมากขึ้น จนชั้นนำจึงไม่อาจครอบงำความคิดได้อย่างสำนักคิดแฟรงค์เฟิร์ตวางไว้

เมื่อผู้รับสารไม่ได้ใส่ใจคุณค่าของสื่อมวลชนเช่นแต่ก่อน เนื่องจากตัวสื่อเองก็ไม่สามารถให้สารัตถะการตีความ การคัดเลือกสารได้อย่างเพียงพอ ทฤษฎีที่มีผู้รับสารเป็นศูนย์กลางในยุคเริ่มต้นจึงหยุดชะงักเพราะผู้คนสับสนในการทำหน้าที่ของสื่อที่พยายามทั้งครอบงำ หรือแสดงความรับผิดชอบ หรือเรียกร้องเสรีภาพ ตลอดจนการขอมหาขจิตวิญญาณให้กับผู้ปกครอง

ยิ่งในปัจจุบันผู้รับสารจำนวนมากพัฒนาตัวตนให้กลายเป็นผู้รับสารที่กระตือรือร้นทำให้การนำเสนอของสื่อสร้างกรอบจินตนาการที่เลวร้ายให้กับผู้รับสาร อย่างไรก็ตามมีการแบ่งจำพวกของผู้รับสารไว้ในหลายลักษณะได้แก่ ผู้รับสารที่กระตือรือร้นใช้สื่อและเข้าใจสื่อมวลชนเป็นอย่างดี ผู้รับสารที่พัฒนาไปในเชิงวัฒนธรรมศึกษาจากการศึกษาของนักวิจัยในอังกฤษ

แต่ทฤษฎีผู้รับสารก็ยอมรับความสามารถของผู้รับสาร แต่จะมีการศึกษาวิจัยที่ต่างกัน คือคนเหล่านี้เลือกที่จะรับสื่อที่เหมือนกัน หรืออาจแตกต่างกัน ในเวลาเดียวกัน หรืออาจจะคนละเวลาเลือกที่จะเข้าใจหรือมีการตีความที่แตกต่างกัน หรือเหมือนกัน เป็นต้น

สรุปแล้วทฤษฎีผู้รับสารจึงไม่ยากที่จะมองคนใดคนหนึ่งว่าเป็นเพียงผู้รับ แต่ผู้รับสารอาจจะเลือกรับสาร เลือกรับสื่อ หรือเลือกมาเป็นกรอบจินตนาการ สื่อจึงอาจจะส่งผลกระทบอย่างเต็มที่หรืออย่างอิสระต่อผู้รับสาร ยิ่งผู้รับสารในระยะหลังๆสามารถเลือกตีความสารเองได้ตามความคิดเห็นของตนเอง

กลุ่มเป้าหมายจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น ซึ่งการเลือกที่จะเปิดรับสิ่งเหล่านั้นจะมีความสอดคล้องกับ ทักษะ ทักษะ ค่านิยม และความคิดของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว” จะทำการศึกษาตัวแปรการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภค โดยวัดจากความบ่อยของการเปิดรับ และระยะเวลาในการเปิดรับว่ามากน้อยเพียงใด

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism)

การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ การเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546)

2.5.1 การท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้น ตามเงื่อนไข 3 ประการ คือ

- 2.5.1.1 เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2.5.1.2 เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 2.5.1.3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

2.5.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญและสภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

- 2.5.2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราว ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้อง มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ นั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึก ต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2.5.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยว ประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุนับว่า กิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายๆ แห่ง ตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

2.5.2.3 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึง สถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

2.5.2.4 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว มาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความ แปลกตา ของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็น สัญลักษณ์ ของท้องถิ่น นั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทาง วิชาการก็ได้

2.5.2.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

2.5.2.6 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและ ถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่าง ของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

2.5.2.7 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบ แนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการ กำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึง ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมเนื่องจากน้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการ กำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้ การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมี เป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้ เป็น เครื่องมือในการตรวจสอบ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูล ที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจ ของ นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติของ ประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2.5.2.8 แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น บริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

2.5.2.9 แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมา เยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและ อาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และ การตกปลา เป็นต้น

2.5.2.10 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็น ทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและ นันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหิน งอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการ พระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

2.5.2.11 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ การประเมินมาตรฐานแหล่ง

ท่องเที่ยวประเภท เกาะสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวน ตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและ ความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไป เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และ องค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด

2.5.2.12 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง

หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็น ทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและ นันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย (วรัชต์ มัชฌมบุรุษ, ม.ป.ป.) การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาจากองค์การท่องเที่ยวโลก ได้มีการกำหนด

2.5.3 รูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก

ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

2.5.3.1 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง

ภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศักยภาพของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

5) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจรัสที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐาน

การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2.5.3.2 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์

ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)

หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.5.3.3 รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism)

ประกอบด้วย

1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism)

หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกระเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว

เพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดาน โตคลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

5) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

7) การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

8) การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจ้ดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรแรมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจ้ดรายการพักรแรมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

9) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/ C=conference / E=exhibition) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จ้ดประชุม มีรายการจ้ดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจ้ดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจ้ดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง

หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือ รายการเที่ยวพักค้างแรม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

10) การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือ มากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ ประวัติศาสตร์ (Agro-historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo- historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิง เกษตรและวัฒนธรรม (Agro-cultural Tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรม นักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green Tourism ที่คน มาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War Tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยว สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer Tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมา ช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมา ช่วยงานสันติภาพในประเทศไทย เป็นต้น

โดยสรุป การท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายขึ้นอยู่กับการพัฒนาของนักท่องเที่ยว เอง และขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะ เกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร

ดังนั้นในงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ และพฤติกรรมในการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว” จะใช้แนวคิดเรื่องพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ มาใช้ในการอธิบายพฤติกรรม วัดทัศนคติ แนวคิดของผู้บริโภค และ นำผลมาศึกษาหาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นต่อไป

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การันต์ พุกชัยวานิชย์ (2556) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและรูปแบบการ ดำเนินชีวิตที่มีผลต่อ ส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง ยี่ห้อพราน ทะเลในเขตบางแค” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ทะเลแช่แข็ง ยี่ห้อ พรานทะเล และอาศัยอยู่ในเขตบางแค จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามใน

การเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows พบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ตามลำดับ มีอายุ 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท 2) ผู้บริโภคทั้งหมดเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อพรานทะเล โดยซื้ออาหารพร้อมปรุง ต้องการความสะดวก รวดเร็ว สถานที่ที่เลือกมากที่สุดคือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต 3) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ตนเอง มือที่รับประทานมากที่สุดคือ มือเย็น และสถานที่ที่บริโภคมากที่สุด คือ ที่บ้าน

กฤติมา เกรียงขจรพันธ์ กมลพร หงส์สกุล และปัญญา พุทธสุระ (2557) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้รับฟังต่อการดำเนินรายการของสถานีวิทยุ อสมท. กระบี่ คลื่น FM 105.0 MHz จังหวัดกระบี่” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชาชนผู้รับฟังวิทยุ อสมท. กระบี่ คลื่น FM 105.0 MHz จำนวน 400 คน จากประชากร 1,507,000 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า 1) ความพึงพอใจของผู้รับฟังต่อการดำเนินรายการของสถานีวิทยุ อสมท. กระบี่ คลื่น FM 105.0 MHz โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้รับฟังต่อการดำเนินรายการของสถานีวิทยุ อสมท. กระบี่ คลื่น FM 105.0 MHz จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้รับฟังที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินรายการของสถานีวิทยุ อสมท. กระบี่ คลื่น FM 105.0 MHz ไม่แตกต่างกัน ส่วน อาชีพ ต่างกัน

สุกวัฒน์ สงวนงาม (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ใช้สถิติการวิจัยเชิงพรรณนา พบว่า 1) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 26 - 35 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 15,001 - 20,000 บาท โดยเปิดรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์จะไม่แน่นอน 2) ช่วงเช้าวันจันทร์ - วันศุกร์ รายการข่าวที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ เรื่องเล่าเช้านี้ ช่อง 3 ช่วงกลางวันวันจันทร์ - วันศุกร์ รายการข่าวที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ เทียงวันทันเหตุการณ์ ช่อง 3 ช่วงบ่ายและค่ำวันจันทร์ - วันศุกร์ รายการข่าวที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3 ช่วงดึกและเช้าวันจันทร์ - วันศุกร์ รายการข่าวที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ ข่าวสามมิติ ช่อง 3 ช่วงวันเสาร์ - วันอาทิตย์ รายการข่าวที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ เรื่องเล่าเสาร์ - อาทิตย์ ช่อง 3 เนื้อหาที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุด คือ มีความทันสมัย ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดกับพิธีกรที่ดำเนินรายการด้วยความน่าสนใจ

วรรณมน จันทศิษฐ์ (2552) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัด สมุทรสงคราม” โดยระเบียบวิธีวิจัย ใช้แบบสอบถาม ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS พบว่า 1) ท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจตลาดน้ำอัมพวาโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) มีความพึงพอใจ โดยรวม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ และร้านค้าร้านอาหารและเครื่องดื่ม แตกต่างกัน 3) ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ศุภนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน (2555) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัด ระนอง” ผู้วิจัยใช้รูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการ บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัด ระนองจำนวนทั้งสิ้น 400 คน พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพ ส่วนใหญ่เป็น นักเรียนนักศึกษา ถัดมาได้แก่ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พนักงาน /เจ้าหน้าที่บริษัทราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ อื่นๆ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวครั้งนี้คือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 2) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่อยู่ในระดับมากโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้าน ความร่มรื่น บรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ

นันธิตา เพชรภรณ์ (2558) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี” กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักเกาะเกร็ดจากวารสารการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีการดำเนินชีวิตเป็นสถานที่ที่ต้องการเข้ามาเที่ยวมากที่สุด โดยเดินทางมาด้วยครอบครัวหรือ ญาติๆ และมีการจัดสรรค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวระหว่าง 1,001-1,500 บาท ใช้จ่ายเป็นค่าของฝาก/ของที่ระลึก และรับทราบข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต 2) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ รายได้ และ สถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านสถานที่แตกต่างกันนักท่องเที่ยวที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านการบริการและ ความปลอดภัย และด้านอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และ ความภักดีของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟ” โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และมีแบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟทั้งเพศชาย และหญิง วัยทำงาน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุระหว่าง 20-60 ปี จำนวน 398 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟ สามารถแบ่งออกได้ เป็น 7 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มอนุรักษ์นิยม (2) กลุ่มสนุกสนานสไตล์ตนเอง (3) กลุ่มบ้านคือวิมาน (4) กลุ่มดูแลรักษา (5) กลุ่มสมดุลชีวิต (6) กลุ่มงานดีเศรษฐกิจเดิน (7) กลุ่มสมัยนิยม แวดวงบันเทิง 2) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟทุกกลุ่มมีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการ เปิดรับสื่อ ยกเว้นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ อนุรักษ์นิยม 3) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟทุกกลุ่มมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีของผู้ฟังต่อรายการวิทยุกรีน เวฟ 4) การเปิดรับสื่อของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดี ของผู้ฟัง ต่อรายการวิทยุกรีนเวฟ

เลิศหญิง หิรัญโร (2545) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตพฤติกรรม的开รับสื่อ และ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถามเป็ นเครื่องมือในการวิจัยกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มรูปแบบการดำเนิน ชีวิตของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครสามารถแบ่งได้เป็น 8 รูปแบบ คือ (1) กลุ่มอนุรักษ์นิยม (2) กลุ่มชอบกิจกรรม (3) กลุ่มหัวก้าวหน้านักท้าทาย (4) กลุ่มมีความสุขในชีวิต (5) กลุ่มห่วงใยดูแล (6) กลุ่มยึดถือศาสนา (7) กลุ่มพอบานแม่เรือน (8) กลุ่มมองโลกในแง่ร้าย 2) ผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สูงกว่าสื่ออื่นๆ 3) ผู้ สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการโดยรวมค่อนข้างต่ำ 4) กลุ่มร ูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ 5) กลุ่มร ูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ 6) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรม การบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

ชนัญญา เกษนันทน์ (2556) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการ ขอมรับ นวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ โดยมี แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งเพศชายและหญิงจำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยแสดงให้เห็น รูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน 10 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทันสมัยไม่ล้าหลัง 2) กลุ่มมีชีวิตชีวา 3) กลุ่มห่วงใยผู้อื่นใส่ใจตัวเอง 4) กลุ่มนักกิจกรรม 5) กลุ่มจริงจังกับชีวิต 6) กลุ่มสา

มะเลเทเมา 7) กลุ่มอยู่กับเหี้ยเฝ้ากับเรื่อน 8) กลุ่มคุณหญิงย่ายายคุณชายปู้ตา 9) กลุ่มหรรษาฟูฟ่า และ 10) กลุ่มรักประเพณีและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคสูงอายุนิยมเปิดรับสื่อดั้งเดิม คือ โทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่ออื่นๆ แต่กลับเปิดรับสื่อใหม่ทุกชนิดในระดับต่ำ รวมทั้งยังมีการยอมรับนวัตกรรมอยู่ใน ระดับต่ำด้วยเช่นกัน เพราะมีเพียงแค่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับนวัตกรรมคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบมีชีวิตชีวา และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบจริงจังกับชีวิต

สถาพร สิงหะ (2555) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกของ นักดำน้ำชาวไทย” ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็น นักดำน้ำชาวไทยจำนวน 275 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) เพศ อายุ ระดับหลักสูตรการเรียนดำน้ำที่สำเร็จ ประสบการณ์ในการดำน้ำลึก ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกแตกต่างกัน 2) นักดำน้ำชาวไทยมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึก จากสื่ออินเทอร์เน็ต อยู่ใน ระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ รองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล ในส่วนสื่อมวลชน นั้นผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย3. นักดำน้ำชาวไทยมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน สื่อ อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล ในระดับปานกลาง แต่สื่อเฉพาะกิจนักดำน้ำชาวไทยมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในระดับสูง

การทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดทำให้ผู้วิจัยทราบถึงข้อค้นพบจากงานวิจัยในอดีตว่ามีความคล้ายกันของแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ระเบียบวิธีวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอครวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นเกณฑ์สำหรับ สร้างแบบสอบถามในการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตใน 3 ด้าน คือ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ยังใช้เป็นเกณฑ์การตั้งคำถามของตัวแปร การเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย จากวรรณกรรมที่ได้ทบทวนส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการท่องเที่ยวที่จะจะไปตามที่ต่างๆ ซึ่งจะสามารถนำมาปรับใช้กับงานวิจัยได้ เนื่องจากเป็น การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติโดยใช้เป็นแนวในการตั้งคำถามในภาพรวมได้ นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการยืนยันการอภิปรายผลและขยายผลเพิ่มเติมในการวิจัยเล่มนี้ได้อีกด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 เกณฑ์ในการให้คะแนน
- 3.7 เกณฑ์การแปลความหมายเฉลี่ย
- 3.8 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ
- 3.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.10 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และเก็บข้อมูลกับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทุกเพศทุกวัย โดยผู้ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในลักษณะกลุ่มครอบครัวเดียวเป็นคนตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อเป็นการศึกษาและหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ โดยมีรายละเอียดตามหัวข้อต่างๆ ดังนี้

3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกเพศทุกวัย เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ซึ่งมีการท่องเที่ยวรูปแบบกลุ่มครอบครัวเดี่ยว มีรูปแบบการดำเนินชีวิต มีการตัดสินใจเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง รวมไปถึงสามารถแสดงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการไปท่องเที่ยวได้ โดยข้อมูลทางสถิติพบว่า ประชากรกลุ่มนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 5,692,284 คน (สำนักทะเบียนกลาง, 2558)

3.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดจากสูตรคำนวณของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ดังนี้

สูตรคำนวณของ Taro Yamane

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	คือ	ขนาดตัวอย่าง
	N	คือ	ประชากร หรือจำนวนประชากร
	e	คือ	ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนให้เกิดขึ้นได้ 0.05

ดังนั้นเมื่อทำการแทนค่าจากสูตรจะได้ ดังนี้

$$n = \frac{5,692,284}{1 + 5,692,284 (0.05)^2}$$

จากการแทนค่าในสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากับ 400 คน

3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกรอบในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame)

คือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อให้ได้เขตที่เป็นตัวแทนมาจำนวน 4 เขต จากจำนวนเขตปกครองของกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 50 เขต ซึ่งได้แก่ เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตพระนคร และเขตคลองสาน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ใน 4 เขตของกรุงเทพมหานครนี้ ซึ่งจะเริ่มแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ก่อนหลังจากนั้น หากเขตใดมีจำนวนไม่ครบเขตละ 100 คนจึงจะลงพื้นที่เพื่อเก็บแบบสอบถามเพิ่ม โดยทั้งหมดจะต้องสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3.3.2 ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

คือ เก็บแบบสอบถามออนไลน์ในแต่ละเขตๆละ 100 คน ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับเพื่อนที่รู้จักในเฟสบุ๊กที่อาศัยอยู่ใน 4 เขตของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตพระนคร และเขตคลองสาน ซึ่งจะเลือกส่งไปในกล่องข้อความเฟสบุ๊กของเพื่อนในเฟสบุ๊ก การเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยจะนับจากข้อมูลที่ส่งกลับมาใน Google Drive ว่าได้จำนวนเท่าไรหลังจากนั้น หากเขตใดมีจำนวนไม่ครบ 100 คนจึงจะลงพื้นที่เก็บตามสถานี่ต่าง ๆ อาทิ บริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา ที่อยู่อาศัย ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้านกาแฟที่อยู่ใน 4 เขตของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตพระนคร และเขตคลองสาน ในแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรองว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบครอบครัวหรือไม่ จึงจะแจกแบบสอบถาม ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะต้องอาศัยอยู่ใน 4 เขตที่กำหนดของเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นและแจกแบบสอบถาม เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามทำเสร็จแล้วจะเก็บแบบสอบถามทันที

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น ความพึงพอใจ

ตัวแปรตาม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น ความพึงพอใจ

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขต

กรุงเทพมหานคร

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยแบ่งรายละเอียดเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับการทำกิจกรรม (Activities) คำถามเกี่ยวกับความสนใจ (Interests) และคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinions) ตามแนวทางการตั้งคำถามของ ชนัญญา เกษนันทน์ (2556) และชมพูนุท สารวานิช พิทักษ์ (2556)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ประกอบไปด้วย คำถามเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ สื่อหรือช่องทางของการให้ข้อมูลข่าวสาร ไปสู่ผู้บริโภค และความทันสมัยของข้อมูลข่าวสาร ตามแนวทางการตั้งคำถามของ สถาพร สิงหะ (2555)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ และระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ตามแนวทางการตั้งคำถามของ รัญญา นาคนุ่น (2556)

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการวัดทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

3.6 เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปรในการวัด โดยใช้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางวิจัย โดยทำการปรับให้มีความเหมาะสมด้านการใช้ภาษา และใช้มาตรวัดต่างๆ ดังนี้

3.6.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต

3.6.1.1 การจัดเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ ใช้มาตรวัดแบบความถี่ Rating Scale 5 ระดับ โดยแบ่งเป็นคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

3.6.1.2 เรื่องความสนใจหรือให้ความสำคัญ ใช้มาตรวัดแบบ 5-point Likert Scale โดยแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

3.6.1.3 ความคิดเห็นต่อตนเองและประเด็นต่างๆ ใช้มาตรวัดแบบ 5-point Likert Scale โดยแบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

3.6.2 ความพึงพอใจ ต่อข้อมูลข่าวสารที่เกิดจากการเปิดรับ ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ โดยแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

3.6.2.1 ความชอบต่อข้อมูลข่าวสารที่เกิดจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ดีมากที่สุด	5	คะแนน
ดีมาก	4	คะแนน
ดี	3	คะแนน

พอใช้	2	คะแนน
ไม่ดี	1	คะแนน

3.6.2.2 ความชอบในสื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
แบบธรรมชาติไปสู่ผู้บริโภค แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ดีมากที่สุด	5	คะแนน
ดีมาก	4	คะแนน
ดี	3	คะแนน
พอใช้	2	คะแนน
ไม่ดี	1	คะแนน

3.6.2.3 ความรวดเร็ว ความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ดีมากที่สุด	5	คะแนน
ดีมาก	4	คะแนน
ดี	3	คะแนน
พอใช้	2	คะแนน
ไม่ดี	1	คะแนน

3.6.3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ใช้มาตรวัดความถี่ Rating Scale 5 ระดับ

3.6.3.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
แบ่งคำตอบเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกวัน	5	คะแนน
เปิดรับข้อมูลข่าวสาร 5-6 วัน / สัปดาห์	4	คะแนน
เปิดรับข้อมูลข่าวสาร 3-4 วัน / สัปดาห์	3	คะแนน
เปิดรับข้อมูลข่าวสาร 1-2 วัน / สัปดาห์	2	คะแนน
เปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยกว่า 1 วัน / สัปดาห์	1	คะแนน

3.6.3.2 ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ แบ่ง
คำตอบออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากกว่า 6 ชั่วโมง / วัน	5	คะแนน
5-6 ชั่วโมง / วัน	4	คะแนน
3-4 ชั่วโมง / วัน	3	คะแนน

1-2 ชั่วโมง / วัน	2	คะแนน
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน	1	คะแนน

3.6.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการวัดทางด้านพฤติกรรม ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ โดยแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

3.7 เกณฑ์การแปลความหมายเฉลี่ย

การแปลความหมาย ผู้วิจัยจะนำเอาค่าเฉลี่ยที่ได้ของกลุ่มมาแบ่งตามเกณฑ์หาช่วงความกว้างของอัตราภาคชั้นจากการคำนวณตามหลักการหาค่าเฉลี่ย โดยมีสูตร ดังนี้ (สุวิมล ติรกานันท์, 2543)

$$\begin{aligned}
 \text{อัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายเฉลี่ยของข้อมูลจะสามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

1.00 - 1.80	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
2.61 - 3.40	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
4.21 - 5.00	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

แบบสอบถามบางข้อจะมีการกลับค่าคะแนนในการคำนวณแปลความหมายเฉลี่ย เนื่องจากเป็นคำถามเชิงปฏิเสธ ได้แก่ คำถามรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยสามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

1.00 - 1.80	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด
1.81 - 2.60	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
3.41 - 4.20	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
4.21 - 5.00	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.7.1 เกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ของวิเชียร เกตุสิงห์ (2538) ในการวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยสามารถแปลความหมายได้ ดังนี้

0.00 - 0.19	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
0.20 - 0.39	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
0.40 - 0.59	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
0.60 - 0.79	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
0.80 ขึ้นไป	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

3.8 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ทำวิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

3.8.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยส่งให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบ และแก้ไข ปรับปรุงทางด้านของภาษาและคำถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องและชัดเจน รวมไปถึงครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้มากที่สุด

3.8.2 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปดำเนินการทดสอบ (Pre-test) ก่อนการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคำตอบที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามถึงความเข้าใจในแบบสอบถามและภาษาที่ใช้ รวมถึงนำผลทดสอบไปคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา Cronbach (Cronbach's Alpha) โดยมีเกณฑ์ ไม่ต่ำกว่า 0.75

3.8.3 ผลทดสอบไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

3.8.3.1 รูปแบบการดำเนินชีวิต เท่ากับ 0.837

3.8.3.2 ความพึงพอใจ เท่ากับ 0.890

3.8.3.3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เท่ากับ 0.803

3.8.3.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.786

ซึ่งคือค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

3.9 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง ตามวิธีที่กล่าวให้ครบจำนวน 400 ชุด โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลคือการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์จะเก็บข้อมูลทันทีหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือและทำแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว

3.10 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล และทำการตรวจสอบความครบถ้วนของแบบสอบถามแล้ว จึงทำการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences : SPSS) เพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆที่ใช้ในงานวิจัย จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

3.10.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้ในการอธิบายข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว โดยใช้การบรรยายข้อมูลด้วยวิธีแจกแจงความถี่ในรูปแบบตารางร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.10.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ในการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ซึ่งสมมติฐาน 3 ข้อ จะใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนตัวแปรด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตจะใช้วิธีการแบบวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในการจัดกลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทุกเพศ ทุกวัย จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 12 ตอน ดังนี้

- 4.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปร ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Styles)
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 4.5 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 4.6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ
- 4.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 4.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 4.10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 4.11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ
- 4.12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

4.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน โดยแบ่งข้อมูลทางลักษณะประชากรได้ออกเป็น 5 ส่วน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คือ ร้อยละ 53.3 และเพศชาย ร้อยละ 46.8 (ดังตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	187	46.8
หญิง	213	53.3
รวม	400	100.0

4.1.2 อายุ

ผู้วิจัยแบ่งช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 ช่วงอายุ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-28 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอายุ 29-38 ปี ร้อยละ 18.8 กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 5.8 กลุ่มอายุ 39-48 ปี ร้อยละ 3.8 กลุ่มอายุ 49-58 ปี ร้อยละ 1.8 และกลุ่มอายุ 59 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	23	5.8
18-28 ปี	279	69.8
29-38 ปี	75	18.8
39-48 ปี	15	3.8

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
49-58 ปี	7	1.8
59 ปีขึ้นไป	1	0.3
รวม	400	100.0

4.1.3 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 58.5 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 27.8 การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ร้อยละ 7.8 การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 5.0 และการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	31	7.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	20	5.0
อนุปริญญา/ปวส.	4	1.0
ปริญญาตรี	234	58.5
สูงกว่าปริญญาตรี	111	27.8
รวม	400	100.0

4.1.4 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 54.0 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 26.3 กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 8.8 กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 8.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆที่ไม่ได้ระบุไว้ เช่น ไม่ระบุอาชีพ วางงาน ผู้ช่วยนักวิจัย นักร้อง ฟรีแลนซ์ พนักงานมหาวิทยาลัย เป็นต้น ร้อยละ 1.8 และกลุ่มอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	216	54.0
พนักงานบริษัทเอกชน	105	26.3
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	8.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	35	8.8
รับจ้าง	3	0.8
อื่นๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

4.1.5 รายได้ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 33.5 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.3 กลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 19.5 กลุ่มที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 8.8 กลุ่มที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 6.5 และกลุ่มที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	105	26.3
10,001-20,000 บาท	134	33.5
20,001-30,000 บาท	78	19.5
30,001-40,000 บาท	35	8.8
40,001-50,000 บาท	22	5.5
50,001 บาทขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100.0

4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปร ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านกิจกรรม (Activities)

ผลการศึกษาด้านการทำกิจกรรมพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมากที่สุด ได้แก่ ใช้ อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย (4.34)

กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมาก คือ รับประทานอาหารกับครอบครัว ค่าเฉลี่ย (3.74) และไปท่องเที่ยวพักผ่อนต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ย (3.55)

กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำปานกลาง คือ ไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ในวันหยุดเทศกาล ค่าเฉลี่ย (3.39) ไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา ค่าเฉลี่ย (3.31) ทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัวในวันหยุด ค่าเฉลี่ย (3.30) เลือกซื้อสินค้าที่มีหยัหรือที่สื่อถึงความเป็นตัวตน ค่าเฉลี่ย (3.29) ซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด ค่าเฉลี่ย (3.04) และเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย (2.68) ตามลำดับ ดังตารางที่ (4.6)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายการทำกิจกรรม

กิจกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
1.ไปท่องเที่ยวพักผ่อนต่างจังหวัด	3.55	0.993	มาก
2.เลือกซื้อสินค้าที่มีหยัหรือ ที่สื่อถึงความเป็นตัวตน	3.29	0.922	ปานกลาง
3.ทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัวในวันหยุด	3.30	0.972	ปานกลาง
4.รับประทานอาหารกับครอบครัว	3.74	1.063	มาก
5.ซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด	3.04	0.988	ปานกลาง
6.ใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว	4.34	0.833	มากที่สุด
7.ไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา	3.31	1.038	ปานกลาง
8.ไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ในวันหยุดเทศกาล	3.39	1.042	ปานกลาง

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

กิจกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
9. เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	2.68	1.020	ปานกลาง

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความสนใจ (Interests)

ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ย (4.36) และรู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น ค่าเฉลี่ย (4.36)

ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นด้วย ได้แก่ สนใจข้อมูลการไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ย (4.17) ชอบหาสถานที่ท่องเที่ยวตามโลกออนไลน์ ค่าเฉลี่ย (4.02) หากร้านอาหารที่จะไปทานกับครอบครัว ค่าเฉลี่ย (3.92) รู้สึกเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ ค่าเฉลี่ย (3.93) ใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ ค่าเฉลี่ย (3.71) สนใจเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ค่าเฉลี่ย (3.73) และหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ ค่าเฉลี่ย (3.47) ดังตารางที่ (4.7)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายความสนใจ

ความสนใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
1.สนใจข้อมูลการไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด	4.17	0.734	มาก
2.ใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ	3.71	0.803	มาก
3.ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก	4.36	0.729	มากที่สุด
4.หาร้านอาหารที่จะไปทานกับครอบครัว	3.92	0.817	มาก
5.หาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ	3.47	0.949	มาก
6.ชอบหาสถานที่ท่องเที่ยวตามโลกออนไลน์	4.02	0.887	มาก
7.รู้สึกเชื่อเรื่องบาปบุญ คุณโทษ	3.93	1.027	มาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ความสนใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
8.สนใจเรื่องราวของประวัติศาสตร์	3.73	0.885	มาก
9.รู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น	4.36	0.686	มากที่สุด

4.2.3 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรด้านความคิดเห็น (Opinions)

ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งและให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คิดว่าปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญ ค่าเฉลี่ย (4.55) รองลงมา คือ ไปเที่ยวกับครอบครัวเป็นเรื่องที่ดี ค่าเฉลี่ย (4.49) คิดว่าควรมีเวลาให้กับครอบครัวบ้าง ค่าเฉลี่ย (4.39) คิดว่าเราควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ค่าเฉลี่ย (4.26) และคิดว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสค่าเฉลี่ย (4.34)

ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย คือ ไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย ค่าเฉลี่ย (3.81) คิดว่าในอนาคตนานกว่าปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย (3.77) และซื้อสินค้าให้กับตัวเองเป็นการไม่สิ้นเปลือง ค่าเฉลี่ย (3.58)

ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเฉยๆ คือ คิดว่าความเชื่อเก่าๆ ไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่แล้ว ค่าเฉลี่ย (3.09) (ดังตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายความคิดเห็น

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลความหมาย
1. การไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย	3.81	0.827	มาก
2. การซื้อสินค้าให้กับตัวเองเป็นการไม่สิ้นเปลือง	3.58	0.858	มาก
3. คิดว่าควรมีเวลาให้กับครอบครัวบ้าง	4.39	0.652	มากที่สุด

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความหมาย
4. การไปเที่ยวกับครอบครัวเป็นเรื่องที่ดี	4.49	0.660	มากที่สุด
5. คิดว่าความเชื่อเก่าๆไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่แล้ว	3.09	0.977	ปานกลาง
6. คิดว่าปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญ	4.55	0.699	มากที่สุด
7. คิดว่าในอดีตบ้านเมืองน่าอยู่กว่าปัจจุบัน	3.77	0.999	มาก
8. คิดว่าเราควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้	4.26	0.742	มากที่สุด
9. คิดว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส	4.34	0.659	มากที่สุด

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Styles)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยโดยนำกลุ่มกิจกรรม (Activities) กลุ่มความสนใจ (Interests) และกลุ่มความคิดเห็น (Opinion) มาวิเคราะห์ขั้นที่ 2 โดยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component) เพื่อสกัดปัจจัยและหมุนแกนปัจจัยมุมฉากแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์จัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งสามารถจัดกลุ่มได้ 8 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต

กลุ่มที่ 2 กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มรักครอบครัว

กลุ่มที่ 4 กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม

กลุ่มที่ 5 กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน

กลุ่มที่ 6 กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก

กลุ่มที่ 7 กลุ่มก้าวล้ำทันสมัย

กลุ่มที่ 8 กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 8 กลุ่ม อธิบายได้ดังนี้

4.3.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ กลุ่มตัวอย่างรักในการท่องเที่ยวในประเทศ ชอบเปลี่ยนบรรยากาศโดยเฉพาะอากาศที่บริสุทธิ์ มีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเพื่อสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในโลกความจริงและโลกออนไลน์ ใ้หาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร นำสมัยตามต่างจังหวัดและในเมือง จึงถือได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันอย่างมาก (ดังตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบอินเทอร์เน็ต

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 1	Factor Loading
กลุ่มใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว	0.799
กลุ่มสนใจข้อมูลการไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด	0.627
กลุ่มชอบหาสถานที่ท่องเที่ยวตามโลกออนไลน์	0.719
กลุ่มคิดว่าปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญ	0.556

4.3.2 กลุ่มที่ 2 กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมักจะทำกิจกรรมต่างๆตลอดเวลาเมื่อมีเวลาว่าง ทั้งมีการไปท่องเที่ยวพักผ่อนตามต่างจังหวัด หากมีวันหยุดก็จะพาสมาชิกครอบครัวในครอบครัวไปทำกิจกรรม ในวันหยุดเทศกาลก็จะไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ หรือไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา มีจิตใจดีชอบช่วยเหลือสังคม มีการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ (ดังตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไม่ชอบหยุดนิ่ง

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 2	Factor Loading
กลุ่มไปท่องเที่ยวพักผ่อนต่างจังหวัด	0.667
กลุ่มทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัวในวันหยุด	0.603

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 2	Factor Loading
กลุ่มไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา	0.502
กลุ่มไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ในวันหยุดเทศกาล	0.625
กลุ่มเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม	0.692

4.3.3 กลุ่มที่ 3 กลุ่มรักครอบครัว

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างจะนึกถึงครอบครัวเป็นลำดับแรก สิ่งที่สำคัญอีกอย่างก็คือการมีเวลาที่จะได้ทำสิ่งต่างๆกับครอบครัว การไปเที่ยวกับครอบครัวจึงเป็นเรื่องที่ดี นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมักจะชอบหาร้านอาหารแปลกใหม่ บรรยากาศดีเพื่อที่จะไปรับประทานอาหารกับครอบครัว (ดังตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 3	Factor Loading
กลุ่มรับประทานอาหารกับครอบครัว	0.572
กลุ่มให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก	0.689
กลุ่มหาร้านอาหารที่จะไปทานกับครอบครัว	0.398
กลุ่มคิดว่าควรมีเวลาให้กับครอบครัวบ้าง	0.718
กลุ่มไปเที่ยวกับครอบครัวเป็นเรื่องที่ดี	0.695

4.3.4 กลุ่มที่ 4 กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่ดีเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีตมากกว่าปัจจุบัน จึงคิดว่าบ้านเมืองในอดีตน่าอยู่กว่าปัจจุบัน และควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ นอกจากนี้ยังมีความคิดที่ว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสอีกด้วย (ดังตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบความเชื่อดั้งเดิม

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 4	Factor Loading
คิดว่าในอดีตบ้านเมืองน่าอยู่กว่าปัจจุบัน	0.735
คิดว่าเราควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้	0.772
คิดว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส	0.666

4.3.5 กลุ่มที่ 5 กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการเลือกซื้อสินค้าที่มียี่ห้อที่สื่อถึงความเป็นตัวตนและจะใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น มีความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ (ดังตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดีทั้งภายนอกและภายใน

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 5	Factor Loading
เลือกซื้อสินค้าที่มียี่ห้อ ที่สื่อถึงความเป็นตัวตน	0.476
ใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ	0.549
รู้สึกเชื่อเรื่องบาปบุญ คุณโทษ	0.669
รู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น	0.442

4.3.6 กลุ่มที่ 6 กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างจะถือตนเองเป็นหลัก มักจะคิดว่าการมอบสิ่งต่างๆให้กับตนเองเป็นเรื่องที่ดี จึงคิดว่าการไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย และการซื้อสินค้าให้กับตัวเองก็เป็นการไม่สิ้นเปลืองอีกด้วย (ดังตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบถือตนเองเป็นหลัก

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 6	Factor Loading
การไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย	0.758
การซื้อสินค้าให้กับตัวเองเป็นการไม่สิ้นเปลือง	0.789

4.3.1 กลุ่มที่ 7 กลุ่มก้าวล้ำนำสมัย

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดนำสมัยจึงมักจะซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด เช่น มือถือก็จะเป็นรุ่นใหม่ล่าสุด เป็นต้น ชอบหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ และยังมีความคิดว่าความเชื่อเก่าๆนั้นไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่ได้แล้ว (ดังตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบก้าวล้ำนำสมัย

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 7	Factor Loading
ซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด	0.644
หาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ	0.738
คิดว่าความเชื่อเก่าๆไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่แล้ว	0.582

4.3.2 กลุ่มที่ 8 กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมืองเราเป็นพิเศษ (ดังตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสนใจประวัติศาสตร์

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบที่ 8	Factor Loading
สนใจเรื่องราวของประวัติศาสตร์	0.803

4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกสบายมากที่สุดค่าเฉลี่ย (3.89) รองลงมาคือ ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็วค่าเฉลี่ย (3.82) ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจค่าเฉลี่ย (3.66) ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย (3.61) ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย (3.60) ด้านข้อมูลข่าวสารที่

เปิดรับมีความน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย (3.58) ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความครบถ้วนสมบูรณ์ค่าเฉลี่ย (3.51) ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความถูกต้องแม่นยำ ค่าเฉลี่ย (3.37) และด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย (3.36) ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ความพึงพอใจ	ระดับของความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (S.D.)	แปล ความหมาย
	ดีมาก ที่สุด	ดีมาก	ดี	พอใช้	ไม่ดี		
1. ข้อมูลข่าวสารที่ เปิดรับมีความครบถ้วน สมบูรณ์	44 (11.0)	166 (41.5)	142 (35.5)	45 (11.3)	3 (0.8)	3.51 (0.86)	ดีมาก
2. ข้อมูลข่าวสารที่ เปิดรับมีความน่าสนใจ	45 (11.3)	170 (42.5)	158 (39.5)	25 (6.3)	2 (0.5)	3.58 (0.79)	ดีมาก
3. ข้อมูลข่าวสารที่ เปิดรับมีความถูกต้อง แม่นยำ	42 (10.5)	130 (32.5)	167 (41.8)	57 (14.3)	4 (1.0)	3.37 (0.89)	ดี
4. ข้อมูลข่าวสารที่ เปิดรับมีความน่าเชื่อถือ	45 (11.3)	123 (30.8)	170 (42.5)	57 (14.3)	5 (1.3)	3.36 (0.91)	ดี
5. ข้อมูลข่าวสารที่ เปิดรับมีความทันสมัย	65 (16.3)	150 (37.5)	153 (38.3)	29 (7.3)	3 (0.8)	3.61 (0.87)	ดีมาก

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ระดับของความพึงพอใจ					$\bar{x}$ (S.D.)	แปล ความหมาย
	ดีมาก ที่สุด	ดีมาก	ดี	พอใช้	ไม่ดี		
6. ช่องทางที่ใช้ในการ ส่งข้อมูลข่าวสารมี ความรวดเร็ว	98 (24.5)	164 (41.0)	111 (27.8)	22 (5.5)	5 (1.3)	3.82 (0.91)	ดีมาก
7. ช่องทางที่ใช้ในการ ส่งข้อมูลข่าวสารมี ความสะดวกสบาย	104 (26.0)	169 (42.3)	109 (27.3)	14 (3.5)	4 (1.0)	3.89 (0.87)	ดีมาก
8. ช่องทางที่ใช้ในการ ส่งข้อมูลข่าวสารมี ความน่าสนใจ	63 (15.8)	163 (40.8)	151 (37.8)	19 (4.8)	4 (1.0)	3.66 (0.84)	ดีมาก
9. ช่องทางที่ใช้ในการ ส่งข้อมูลข่าวสาร น่าเชื่อถือ	58 (14.5)	165 (41.3)	145 (36.3)	24 (6.0)	8 (2.0)	3.60 (0.88)	ดีมาก
เฉลี่ยรวม						3.60	

4.5 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มตัวอย่างส่วนมาก คือ เว็บไซต์ painaidii.com ค่าเฉลี่ย (2.12) รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ chillpainai.com ค่าเฉลี่ย (2.07) เว็บไซต์ edtguide.com ค่าเฉลี่ย (2.02) งานอีเว้นท์ไทยเที่ยวไทย ค่าเฉลี่ย (1.89) รายการโทรทัศน์

เที่ยวไทย ค่าเฉลี่ย (1.86) งานอีเว้นท์ท่องเที่ยวท่องโลก ค่าเฉลี่ย (1.75) รายการโทรทัศน์เปรี้ยวปาก ค่าเฉลี่ย (1.62) นิตยสาร Trips ค่าเฉลี่ย (1.41) ส่วนรายการโทรทัศน์เที่ยวละไมไทยแลนด์กับนิตยสาร Honeymoon&Travel มีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเท่ากัน ค่าเฉลี่ย (1.40) และนิตยสาร อสท. ค่าเฉลี่ย (1.38) ตามลำดับ (ดังตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ช่องทาง	ระดับของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					$\bar{x}$ (S.D.)	แปล ความหมาย
	จำนวน (ร้อยละ)				น้อยกว่า 1 วัน/ สัปดาห์		
	ทุก วัน	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน / สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์			
1.รายการโทรทัศน์ เที่ยวไทย	21 (5.3)	22 (5.5)	55 (13.8)	84 (21.0)	218 (54.5)	1.86 (1.17)	น้อย
2.รายการโทรทัศน์ เที่ยวละไมไทยแลนด์	9 (2.3)	13 (3.3)	18 (4.5)	48 (12.0)	312 (78.0)	1.40 (0.89)	น้อยที่สุด
3.รายการโทรทัศน์ เปรี้ยวปาก	11 (2.8)	18 (4.5)	31 (7.8)	87 (21.8)	253 (63.3)	1.62 (1.00)	น้อยที่สุด
4.นิตยสาร อสท.	3 (0.8)	14 (3.5)	32 (8.0)	34 (8.5)	317 (79.3)	1.38 (0.84)	น้อยที่สุด
5.นิตยสารTrips	6 (1.5)	18 (4.5)	21 (5.3)	45 (11.3)	310 (77.5)	1.41 (0.89)	น้อยที่สุด
6.นิตยสาร Honeymoon&Travel	4 (1.0)	21 (5.3)	22 (5.5)	37 (9.3)	316 (79.0)	1.40 (0.89)	น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ช่องทาง	ระดับของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร					$\bar{x}$ (S.D.)	แปล ความหมาย
	ทุก วัน	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน / สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์	น้อยกว่า 1 วัน/ สัปดาห์		
7. เว็บไซต์ chillpainai.com	31 (7.8)	32 (8.0)	62 (15.5)	84 (21.0)	191 (47.8)	2.07 (1.28)	น้อย
8. เว็บไซต์ edtguide.com	30 (7.5)	35 (8.8)	55 (13.8)	72 (18.0)	208 (52.0)	2.02 (1.30)	น้อย
9. เว็บไซต์ painaidii.com	32 (8.0)	40 (10.0)	61 (15.3)	77 (19.3)	190 (47.5)	2.12 (1.32)	น้อย
10.งานอีเว้นท์ ไทยเที่ยวไทย	18 (4.5)	38 (9.5)	49 (12.3)	72 (18.0)	223 (55.8)	1.89 (1.21)	น้อย
11.งานอีเว้นท์ ท่องเที่ยวท่องโลก	14 (3.5)	37 (9.3)	39 (9.8)	56 (14.0)	254 (63.5)	1.75 (1.17)	น้อยที่สุด
เฉลี่ยรวม						1.54	

4.5.1 ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในแต่ละวัน

กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในแต่ละวันน้อยกว่า 1 ชั่วโมงมากที่สุด ร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ ระยะ 1 – 2 ชั่วโมง ร้อยละ 30.8 ระยะ 3 –

4 ชั่วโมง ร้อยละ 8.0 ระยะ 5-6 ชั่วโมง ร้อยละ 2.5 และมากกว่า 6 ชั่วโมง ร้อยละ 1.3 (ดังตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 จำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในแต่ละวัน

ระยะเวลาในการเปิดรับ/วัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	230	57.5
1 – 2 ชั่วโมง	123	30.8
3 – 4 ชั่วโมง	32	8.0
5-6 ชั่วโมง	10	2.5
มากกว่า 6 ชั่วโมง	5	1.3

4.5.2 ช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติมากที่สุดคือ เวลา 20.01 – 24.00 น. ร้อยละ 66.5 รองลงมาได้แก่ เวลา 15.01 – 20.00 น. ร้อยละ 26.3 เวลา 10.01 – 15.00 น. ร้อยละ 18.3 เวลา 05.01 - 10.00 น. ร้อยละ 7.0 และเวลา 00.01 – 05.00 น. ร้อยละ 4.8 (ดังตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 จำนวน และร้อยละของช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ช่วงเวลาในการเปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ
00.01 – 05.00 น.	19	4.8
05.01 - 10.00 น.	28	7.0
10.01 – 15.00 น.	73	18.3
15.01 – 20.00 น.	105	26.3
20.01 – 24.00 น.	266	66.5

4.6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

4.6.1 วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเดินทางโดยรถส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 83.8 รองลงมาได้แก่ รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 7.3 เครื่องบิน ร้อยละ 6.0 เชาร์รถรับจ้าง ร้อยละ 1.8 และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 1.3 (ดังตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 จำนวน และร้อยละของวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

การเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	335	83.8
รถโดยสารประจำทาง	29	7.3
บริษัทนำเที่ยว	5	1.3
เช่ารถรับจ้าง	7	1.8
เครื่องบิน	24	6.0

4.6.2 ช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางในวันหยุดช่วงเทศกาลต่างๆมากที่สุด ร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 30.0 วันหยุดลาพักร้อน ร้อยละ 27.3 และอื่นๆ ร้อยละ 6.8 ได้แก่ ไม่ระบุช่วงเวลา วันธรรมดา ตามความสะดวก แล้วแต่ความเหมาะสม ไปตอนไหนก็ได้ ทุกวัน เวลาว่าง เมื่ออยากไป ช่วงเทศกาลและวันเสาร์อาทิตย์ ช่วง Low price ticket ช่วงปิดเทอม เป็นต้น (ดังตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 จำนวน และร้อยละของช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ช่วงเวลาในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดช่วงเทศกาลต่างๆ	144	36.0
วันหยุดลาพักร้อน	109	27.3
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	120	30.0
อื่นๆ	27	6.8

4.6.3 แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการตัดสินใจโดยแหล่งข้อมูลเว็บไซต์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย (4.27) รองลงมาได้แก่ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน Smartphone ค่าเฉลี่ย (4.07) บุคคลที่มีประสบการณ์ ค่าเฉลี่ย (3.84) โทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย (3.51) แท็บเล็ต Tablet ค่าเฉลี่ย (3.47) นิตยสาร/หนังสือท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย (3.08) บุรุษราชสัมพันธ์/งานอีเว้นท์ Event ค่าเฉลี่ย (2.96) ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ค่าเฉลี่ย (2.67) ใบปลิว/แผ่นพับ ค่าเฉลี่ย (2.57) หนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย (2.48) และวิทยุ ค่าเฉลี่ย (2.31) (ดังตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

แหล่งข้อมูล	ระดับผลต่อการตัดสินใจ					$\bar{x}$ (S.D.)	แปล ความหมาย
	จำนวน (ร้อยละ)						
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1.โทรทัศน์	59	147	142	41	11	3.51	มาก
	(14.8)	(36.8)	(35.5)	(10.3)	(2.8)		
2.วิทยุ	8	30	129	143	90	2.31	น้อย
	(2.0)	(7.5)	(32.3)	(35.8)	(22.5)		
3.เว็บไซต์	185	154	47	11	3	4.27	มากที่สุด
	(46.3)	(38.5)	(11.8)	(2.8)	(0.8)		

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	ระดับผลต่อการตัดสินใจ					$\bar{x}$ (S.D.)	แปล ความหมาย
	จำนวน (ร้อยละ)						
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
4.โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone)	156 (39.0)	148 (37.0)	70 (17.5)	19 (4.8)	7 (1.8)	4.07	มาก
5.แท็บเล็ต(Tablet)	79 (19.8)	136 (34.0)	111 (27.8)	44 (11.0)	30 (7.5)	3.47	มาก
6.หนังสือพิมพ์	16 (4.0)	38 (9.5)	140 (35.0)	135 (33.8)	71 (17.8)	2.48	น้อย
7.นิตยสาร/หนังสือ ท่องเที่ยว	41 (10.3)	103 (25.8)	149 (37.3)	60 (15.0)	47 (11.8)	3.08	ปานกลาง
8.ป้ายโฆษณาขนาด ใหญ่	20 (5.0)	66 (16.5)	146 (36.5)	99 (24.8)	69 (17.3)	2.67	ปานกลาง
9.แผ่นพับ/ใบปลิว	17 (4.3)	51 (12.8)	144 (36.0)	121 (30.3)	67 (16.8)	2.57	น้อย
10.บุรุษประชาสัมพันธ์/ งานอีเว้นท์(Event)	33 (8.3)	97 (24.3)	142 (35.5)	75 (18.8)	53 (13.3)	2.96	ปานกลาง
11.บุคคลที่มี ประสบการณ์	116 (29.0)	156 (39.0)	86 (21.5)	32 (8.0)	10 (2.5)	3.84	มาก

4.6.4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเฉลี่ยต่อ 1 ครั้งต่อ 1 คน

กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 2,000 – 3,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่าย 3,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 33.5 ค่าใช้จ่าย 1,000 – 2,000 บาท ร้อยละ 21.3 และ ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท ร้อยละ 5.3 (ดังตารางที่ 4.6.4)

ตารางที่ 4.24 จำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติเฉลี่ยต่อ 1 ครั้งต่อ 1 คน

ค่าใช้จ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	21	5.3
1,000 – 2,000 บาท	85	21.3
2,000 – 3,000 บาท	160	40.0
3,001 บาทขึ้นไป	134	33.5

4.6.5 สมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาด้วยส่วนใหญ่ คือ พ่อ แม่ และลูก มากที่สุด ร้อยละ 79.3 และสามี และภรรยา ร้อยละ 20.8 (ดังตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 จำนวน และร้อยละของสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

สมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
สามี และภรรยา	83	20.8
พ่อ แม่ และลูก	317	79.3

4.6.6 จำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในรอบปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 1 – 5 ครั้ง ร้อยละ 80.3 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 6 – 10 ครั้ง ร้อยละ 13.5 จำนวน 11 – 15 ครั้ง ร้อยละ 4.3 และจำนวน 16 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 2.0 (ดังตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 จำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในรอบปี

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ครั้ง	321	80.3
6 – 10 ครั้ง	54	13.5
11 – 15 ครั้ง	17	4.3
16 ครั้งขึ้นไป	8	2.0

4.7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ

ผลการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พบความสัมพันธ์เชิงบวก

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับต่ำ ได้แก่ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .308 กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .341 กลุ่มรักครอบครัว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .259 กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .310 กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .342 กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .291 และกลุ่มก้าวล้ำนำสมัย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .316 อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ 1 กลุ่ม คือ กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ (ดังตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจ	p	ระดับ
กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต	.308**	.000	ต่ำ
กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง	.341**	.000	ต่ำ
กลุ่มรักครอบครัว	.259**	.000	ต่ำ
กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม	.310**	.000	ต่ำ
กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน	.342**	.000	ต่ำ

ตารางที่ 2.7 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจ	p	ระดับ
กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก	.291 **	.000	ต่ำ
กลุ่มก้าวหน้าสมัย	.316 **	.000	ต่ำ
กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ	.051	.313	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ผลการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ รูปแบบการดำเนินชีวิตทุกกลุ่มยกเว้น กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลที่มีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นตามสมมติฐานในระดับต่ำและต่ำมาก

รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับต่ำ ได้แก่ กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .335 กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .242 กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .305 และกลุ่มถือตนเองเป็นหลัก .230 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับต่ำมาก คือ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .136 กลุ่มรักครอบครัว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .199 และกลุ่มก้าวหน้าสมัย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .155 อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ 1 กลุ่ม คือ กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ (ดังตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการ
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าความสัมพันธ์		
	กับการเปิดรับข้อมูล	p	ระดับ
	ข่าวสาร		
กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต	.136**	.007	ต่ำมาก
กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง	.335**	.000	ต่ำ
กลุ่มรักครอบครัว	.199**	.000	ต่ำมาก
กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม	.242**	.000	ต่ำ
กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน	.305**	.000	ต่ำ
กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก	.230**	.000	ต่ำ
กลุ่มก้าวล้ำนำสมัย	.155**	.002	ต่ำมาก
กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ	.001	.980	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ผลการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พบความสัมพันธ์เชิงบวก

รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับ
ต่ำ ได้แก่ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .246 กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง มีค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .302 กลุ่มรักครอบครัว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .249 กลุ่มคิทั้ง
ภายนอกและภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .334 กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก มีค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์ที่ .239 และกลุ่มก้าวล้ำนำสมัย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .241 รูปแบบการดำเนิน
ชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับต่ำมาก คือ กลุ่มความเชื่อ

ดั้งเดิม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .170 และกลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .142 (ดังตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าความสัมพันธ์ กับพฤติกรรม	p	ระดับ
กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต	.246**	.000	ต่ำ
กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง	.302**	.000	ต่ำ
กลุ่มรักครอบครัว	.249**	.000	ต่ำ
กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม	.170**	.001	ต่ำมาก
กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน	.334**	.000	ต่ำ
กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก	.239**	.000	ต่ำ
กลุ่มก้าวล้ำทันสมัย	.241**	.000	ต่ำ
กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ	.142**	.004	ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.10 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ผลการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พบความสัมพันธ์เชิงบวก

ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .334 (ดังตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
แบบธรรมชาติ

	ค่าความสัมพันธ์ กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	p	ระดับ
ความพึงพอใจ	.334 **	.000	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.11 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติ

ผลการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ
ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พบความสัมพันธ์เชิงบวก

ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับต่ำ มีค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .300 (ดังตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

	ค่าความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	p	ระดับ
ความพึงพอใจ	.300 **	.000	ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ผลการศึกษาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พบความสัมพันธ์เชิงบวก

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในระดับต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .372 (ดังตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

	ค่าความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	p	ระดับ
การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	.372 ^{**}	.000	ต่ำ

^{**} มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
- 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
- 6) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
- 7) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทุกเพศทุกวัย ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในลักษณะกลุ่มครอบครัว เฉพาะจำนวน 400 คน ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกรอบในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) และขั้นตอนที่ 2

การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท้องเที่ยวแบบธรรมชาติ

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายเกี่ยวกับข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมกาท้องเที่ยวแบบธรรมชาติของกลุ่มครอบครัวเดี่ยว หลังจากนั้นใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบโดยแยกคำถามในตัวแปรกิจกรรม ตัวแปรความสนใจ และตัวแปรความคิดเห็น ออกจากกันเพื่อทำการจัดกลุ่ม จากนั้นจึงวิเคราะห์ปัจจัยขั้นที่สอง เพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การท้องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ในส่วนการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท้องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมกาท้องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท้องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาท้องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมกาท้องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์

5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุระหว่าง 18-28 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

5.1.2 การทำกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมากที่สุด ได้แก่ ใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท้องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.34 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมาก คือ รับประทานอาหารกับครอบครัว ค่าเฉลี่ย 3.74 และ

ไปท่องเที่ยวพักผ่อนต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ย 3.55 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำปานกลาง คือ ไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ในวันหยุดเทศกาล ค่าเฉลี่ย 3.39 ไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา ค่าเฉลี่ย 3.31 ทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัวในวันหยุด ค่าเฉลี่ย 3.30 เลือกซื้อสินค้าที่มีหยัหื้อ ที่สื่อถึงความเป็นตัวตน 3.29 ซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด ค่าเฉลี่ย 3.04 และเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ย 2.68

5.1.3 ความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.36 และรู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น ค่าเฉลี่ย 4.3 ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นด้วย ได้แก่ สนใจข้อมูลการไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ย 4.17 ชอบหาสถานที่ท่องเที่ยวตามโลกออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 4.02 หาร้านอาหารที่จะไปทานกับครอบครัว ค่าเฉลี่ย 3.92 รู้สึกเชื่อเรื่องบาปบุญ คุณโทษ ค่าเฉลี่ย 3.93 ใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ ค่าเฉลี่ย 3.71 สนใจเรื่องราวของประวัติศาสตร์ ค่าเฉลี่ย 3.73 และหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.47

5.1.4 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่งและให้ความสำคัญมากที่สุด คือ คิดว่าปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญ ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมา คือ ครอบครัวเป็นเรื่องที่ดี ค่าเฉลี่ย 4.49 คิดว่าควรมีเวลาให้กับครอบครัวบ้าง ค่าเฉลี่ย 4.39 คิดว่าเราควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ ค่าเฉลี่ย 4.26 และคิดว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส ค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย คือ ไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย ค่าเฉลี่ย 3.81 คิดว่าในอดีตบ้านเมืองน่าอยู่ ค่าเฉลี่ย 3.77 และซื้อสินค้าให้กับตัวเองเป็นการไม่สิ้นเปลือง ค่าเฉลี่ย 3.58 ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเฉยๆ คือ คิดว่าความเชื่อเก่าๆไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่แล้ว ค่าเฉลี่ย 3.09

5.1.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อนำกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความสนใจ กลุ่มความคิดเห็น มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยขั้นแรกนั้นพบว่า สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งสิ้น 8 กลุ่ม ดังนี้

5.1.5.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ กลุ่มตัวอย่างรักในการท่องเที่ยวในประเทศ ชอบเปลี่ยนบรรยากาศโดยเฉพาะอากาศที่บริสุทธิ์ มีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเพื่อสืบค้นข้อมูล

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในโลกความจริงและโลกออนไลน์ ใช้หาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร นำสมัยตามต่างจังหวัดและในเมือง จึงถือได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันอย่างมาก

5.1.5.2 กลุ่มที่ 2 กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมักจะทำกิจกรรมต่างๆตลอดเวลาเมื่อมีเวลาว่าง ทั้งมีการไปท่องเที่ยวพักผ่อนตามต่างจังหวัด หากมีวันหยุดก็จะพาสมาชิกครอบครัวในครอบครัวไปทำกิจกรรม ในวันหยุดเทศกาลก็จะไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ หรือไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา มีจิตใจดีชอบช่วยเหลือสังคม มีการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ

5.1.5.3 กลุ่มที่ 3 กลุ่มรักครอบครัว

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างจะนึกถึงครอบครัวเป็นลำดับแรก สิ่งที่สำคัญอีกอย่างก็คือการมีเวลาที่จะได้ทำสิ่งต่างๆกับครอบครัว การไปเที่ยวกับครอบครัวจึงเป็นเรื่องที่ดี นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมักจะชอบหาร้านอาหารแปลกใหม่ บรรยากาศดีๆ เพื่อที่จะไปรับประทานอาหารกับครอบครัว

5.1.5.4 กลุ่มที่ 4 กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่ดีเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีตมากกว่าปัจจุบัน จึงคิดว่าบ้านเมืองในอดีตน่าอยู่กว่าปัจจุบัน และควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ นอกจากนี้ยังมีความคิดที่ว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสอีกด้วย

5.1.5.5 กลุ่มที่ 5 กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการเลือกซื้อสินค้าที่มียี่ห้อที่สื่อถึงความเป็นตัวตนและจะใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้สึที่ดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น มีความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ

5.1.5.6 กลุ่มที่ 6 กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างจะถือตนเองเป็นหลัก มักจะคิดว่าการมอบสิ่งต่างๆให้กับตนเองเป็นเรื่องที่ดี จึงคิดว่าการไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย และการซื้อสินค้าให้กับตัวเองก็เป็นการไม่สิ้นเปลืองอีกด้วย

5.1.5.7 กลุ่มที่ 7 กลุ่มก้าวล้ำนำสมัย

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดนำสมัยจึงมักจะซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด เช่น มือถือก็จะเป็นรุ่นใหม่ล่าสุด เป็นต้น ชอบหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ และยังมีความคิดว่าความเชื่อเก่าๆ นั้นไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่ได้แล้ว

5.1.5.8 กลุ่มที่ 8 กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมืองเราเป็นพิเศษ

5.1.6 ความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างนั้น ด้านที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกสบาย ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความทันสมัย ด้านช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความ ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความถูกต้อง ตามลำดับ สำหรับด้านที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าเชื่อถือ

5.1.7 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างนั้น สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ painaidii.com เว็บไซต์ chillpainai.com เว็บไซต์ edtguide.com งานอีเว้นท์ไทยเที่ยวไทย รายการโทรทัศน์ เทย์เที่ยวไทย งานอีเว้นท์ท่องเที่ยวท่องโลก รายการโทรทัศน์เปรี้ยวปาก นิตยสารTrips ตามลำดับ สำหรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด ได้แก่ รายการโทรทัศน์เที่ยวละไมไทยแลนด์กับนิตยสาร Honeymoon & Travel และนิตยสารอสท. มีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เท่ากัน

ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในแต่ละวันมากที่สุด ได้แก่ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 1 – 2 ชั่วโมง 3 – 4 ชั่วโมง 5-6 ชั่วโมง ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในแต่ละวันน้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า 6 ชั่วโมง

ช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลามากที่สุด ได้แก่ เวลา 20.01 – 24.00 น. เวลา 15.01 – 20.00 น. เวลา 10.01 – 15.00 น. เวลา 05.01 - 10.00 น. ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลาน้อยที่สุด ได้แก่ เวลา 00.01 – 05.00 น.

5.1.8 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ โดยรถส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน เช่ารถ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวน้อยที่สุด ได้แก่ บริษัทนำเที่ยว

ช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลามากที่สุด ได้แก่ วันหยุดช่วงเทศกาลต่างๆ วันหยุดเสาร์ วันหยุดลาพักร้อน ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลาน้อยที่สุด ได้แก่ อื่นๆ คือ ไม่ระบุช่วงเวลา วันธรรมดา ตามความสะดวก แล้วแต่ความเหมาะสม ไปตอนไหนก็ได้ ทุกวัน เวลาว่าง เมื่ออยากไป ช่วงเทศกาลและวันเสาร์อาทิตย์ ช่วง Low price ticket ช่วงปิดเทอม เป็นต้น

การตัดสินใจไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ โดยแหล่งข้อมูลเว็บไซต์ โทรศัพท์มือถือ Smartphone บุคคลที่มีประสบการณ์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต Tablet นิตยสาร/หนังสือท่องเที่ยว นูธประชาสัมพันธ์/งานอีเว้นท์ Event ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ แผ่นพับ/ใบปลิว หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจน้อยที่สุด ได้แก่ วิทยุ

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้ค่าใช้จ่ายมากที่สุด ได้แก่ 2,000 – 3,000 บาท 3,001 บาทขึ้นไป 1,000 – 2,000 บาท ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้ค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ได้แก่ ไม่เกิน 1,000 บาท

สมาชิกที่เดินทางมาด้วยของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างมีสมาชิกที่เดินทางมาด้วยมากที่สุด ได้แก่ พ่อ แม่ และลูก กลุ่มตัวอย่างมีสมาชิกที่เดินทางมาด้วยน้อยที่สุด ได้แก่ สามเณร

จำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ 1 – 5 ครั้ง 6 – 10 ครั้ง 11 – 15 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางไปท่องเที่ยวน้อยที่สุด ได้แก่ 16 ครั้งขึ้นไป

5.2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้นพบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ได้แก่ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มความเชื่อ กลุ่มคติทั้งภายนอกและภายใน กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก และกลุ่มก้าวล้ำนำสมัย ยกเว้นกลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม กลุ่มคติทั้งภายนอกและภายใน กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต กลุ่มรักครอบครัว และกลุ่มก้าวล้ำนำสมัย ยกเว้น กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.3 สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้ง 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มคติทั้งภายนอกและภายใน กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก กลุ่มก้าวล้ำนำสมัย กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม และกลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ

5.2.4 สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตาม

สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการ
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2.5 สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ ธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ
ธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้ง
ไว้ โดยความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2.6 สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตาม
สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
แบบธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

5.3.1 การทำกิจกรรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทำเป็นประจำ คือ ใช้
อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว การใช้เน็ตของคนในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตถือ
ได้ว่ามีความสำคัญต่อโลกปัจจุบันยิ่งเพราะในโลกยุคสมัยนี้เป็นยุคของการเร่งรีบที่จะไปทำงานรีบ
ที่จะไปเรียนจนไม่มีเวลาพักผ่อนและยังทำให้ไม่มีเวลาที่จะไปทำอย่างอื่นเลย วิธีไหนที่สามารถทำ
ให้เราเกิดความสะดวกสบายใช้เวลาน้อยที่สุด เราก็พยายามไขว่คว้า สรรหามาเพื่อสนองความ
ต้องการของตัวเอง

การใช้เน็ตจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำให้เราใช้ชีวิตได้ง่ายๆ และเพิ่ม
ความสะดวกสบายกับชีวิต ในการใช้เทคโนโลยีของคนสมัยนี้จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อ
ชีวิตเรามากขึ้นเรื่อยๆ นับวันโลกก็ยังพัฒนาขึ้นทุกวัน ผู้คนจึงให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี
การใช้เน็ตจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งแก่ผู้คนเพราะจากแต่ก่อนผู้คนอาจไม่ค่อยให้ความสำคัญ

กับมันมากนัก แต่เดี๋ยวนี้เทคโนโลยีอาจเป็นสิ่งที่เราต้องการ หรืออาจจะพูดได้ว่าเทคโนโลยีอาจเป็นปัจจัยที่ 5 ที่เราต้องการในชีวิต อีกทั้งการใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการทำกิจกรรมต่างๆ ในหลายด้านร่วมกันของสมาชิกในครอบครัวมากขึ้นอีกด้วย ดังนั้นกิจกรรมส่วนใหญ่ที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทำรองลงมา จึงเป็นการไปรับประทานอาหารกับครอบครัวและไปท่องเที่ยวพักผ่อนต่างจังหวัด โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลในการไปทำกิจกรรมเหล่านั้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เลิศหญิง หิรัญโร (2545) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีการทำกิจกรรมผ่อนคลายนอกบ้าน และยังมีการบริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตค่อนข้างบ่อย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบกิจกรรม คือ นิยมทำกิจกรรมผ่อนคลายนอกบ้าน เป็นกลุ่มที่ชอบพบปะผู้คน เพื่อนฝูง และชอบงานรื่นเริงความบันเทิงต่างๆ ทั้งยังเป็นกลุ่มที่ชอบบริโภคสื่อ เช่น ดูหนังในโรงภาพยนตร์ เล่นอินเทอร์เน็ต

5.3.2 ความสนใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ความสนใจที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทำเป็นประจำ คือ ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก ครอบครัวเป็นสถาบันสังคมแรกเริ่มที่มีความสำคัญที่สุด เพราะเป็นสถาบันพื้นฐานที่มีบทบาทสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับมนุษย์ทุกคนในสังคม เป็นสถาบันแรกที่ทำหน้าที่ทางสังคมในการ ถ่ายทอดค่านิยม ปลูกฝังความเชื่อ สร้างเสริมทัศนคติ กำหนดบุคลิกภาพ วิธีประพฤติปฏิบัติตน รวมทั้งการสร้างบรรทัดฐานทางสังคมให้แก่ สมาชิกรุ่นใหม่ ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาสังคมและประเทศโดยรวม ครอบครัวจึงเปรียบเสมือนจักรกลชิ้นแรกที่ทำหน้าที่หล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคลให้เป็นไปตามที่สังคมต้องการ นำไปสู่การดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข ขณะเดียวกัน ยังเป็นแหล่งให้ความช่วยเหลือ ดูแล เยียวยา บำบัด ฟื้นฟู ในยามที่ต้องเผชิญกับปัญหาวิกฤตที่มากกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของสมาชิกในครอบครัวอีกด้วย และครอบครัวยังถือเป็นหน่วยเศรษฐกิจย่อยที่สุดที่มีความสำคัญสูงต่อระบบเศรษฐกิจส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิต การบริโภค และการอบรม ที่ต้องเริ่มจากครอบครัวก่อนทั้งสิ้น รวมทั้งเป็นรากฐานการสร้างชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งอีกด้วย นอกจากนี้เราจะดูแลครอบครัวของเราอย่างดีแล้วเพียงพอแล้ว เมื่อมีใครมาขอความช่วยเหลือจากเราแล้วเราช่วยเหลือผู้อื่นนั้น เราย่อมรู้สึกดีตามไปด้วย ดังนั้นความสนใจส่วนใหญ่ที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทำรองลงมา คือ รู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น การอยู่ร่วมกันในสังคม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความใจไมตรีที่ดีต่อกัน จึงจะอยู่กันได้อย่างสันติสุขความมีน้ำใจเป็นเรื่องที่ทุกคนทำได้ โดยไม่ต้องใช้เงินทองมากมายเพียงแต่แสดงความเมตตากรุณาต่อเพื่อนมนุษย์ โดยการช่วยเหลือเล็ก ๆ น้อย ๆ ก็เป็นการแสดงน้ำใจได้ เช่นการ

พาเด็กหรือผู้สูงอายุข้ามถนน หรือการสละที่นั่งบนรถโดยสารให้หญิงมีครรภ์ เป็นต้น ก็นับว่าเป็น การแสดงน้ำใจการแสดงควมมีน้ำใจจึงไม่ใช่วัดกันด้วยเงิน บางคนมีเงินมากอาจเลี้ยงน้ำใจก็ได้ บางคนเป็นเศรษฐีแต่ตระหนี่ถี่เหนียว ไม่ยอมสละเงินโดยไม่รับผลประโยชน์ตอบแทนสอดคล้อง กับผลการวิจัยของ ชูลิพร ธานีรัตน์ (2556) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีรูปแบบ การดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่ให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ อนุชิต ศิริกิจ (2548) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติที่มีต่อการ เลือkB้านจัดสรรประเภทบ้านเดี่ยวและทาวน์เฮาส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้าน ความสนใจที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว

5.3.3 ความคิดเห็นของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทำเป็นประจำ คือ คิดว่า ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญ มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลายด้าน ทั้ง การศึกษา พาณิชยกรรม ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่น ๆ ดังนี้ ด้านการศึกษาสามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้า หาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ นักศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งที่ข้อมูลที่ เป็น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น ด้านธุรกิจและการพาณิชย์ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ สามารถซื้อขายสินค้า ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ที่เป็น บริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ ก็สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตน ผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรม ทดลองใช้ (Shareware) หรือ โปรแกรมแจกฟรี (Freeware) เป็นต้น ด้านการบันเทิง การพักผ่อน หย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบ ที่จอคอมพิวเตอร์ เหมือนกับวารสาร ตามร้านหนังสือต่างๆ ไป สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่ และเก่า มาดูได้ แต่ในสังคม ปัจจุบันมักเกิดปัญหากับหลายครอบครัวที่มีการติด Social Network มีพฤติกรรมติดสังคมออนไลน์ ตลอดเวลาอาจเกิดปัญหาตามมาได้ หากจะทำให้ครอบครัวอบอุ่นมากขึ้น ควรจะหยุดการใช้ Social Network เวลาที่ไปกับครอบครัวเพื่อสมาชิกในครอบครัวจะได้พูดคุยกันมากขึ้น และจะช่วยลดปัญหา ที่เกิดขึ้นจากความไม่เข้าใจกัน ดังนั้นกิจกรรมส่วนใหญ่ที่ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำรองลงมา คือ ไปเที่ยวกับครอบครัวเป็นเรื่องที่ดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมร โตะทอง (2555) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าผลกระทบในทางบวกจากการใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่คือ ช่วยทำให้การดำเนินชีวิตประจำวันง่ายขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นและพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลข่าวสารและสนทนาทางอินเทอร์เน็ต

5.3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น สามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครได้ 8 กลุ่ม ดังนี้

5.3.4.1 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบอินเทอร์เน็ต รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ กลุ่มตัวอย่างรักในการท่องเที่ยวในประเทศ ชอบเปลี่ยนบรรยากาศโดยเฉพาะอากาศที่บริสุทธิ์ มีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเพื่อสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในโลกความจริงและโลกออนไลน์ ใช้หาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร นำสมัยตามต่างจังหวัดและในเมือง จึงถือได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันอย่างมาก ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตพร ปิยะพงศ์กุล (2556) กลุ่มอยู่กับตัวเองและกลุ่มสันโดษ อธิบายว่า คนกลุ่มนี้จะใช้เวลาอยู่กับตนเองตามลำพังเงียบๆ และบางครั้งจะใช้เวลาว่างชอบเล่นอินเทอร์เน็ตเพื่อความเพลิดเพลินใจ

5.3.4.2 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไม่ชอบหยุดนิ่ง รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมักจะทำกิจกรรมต่างๆตลอดเวลาเมื่อมีเวลาว่าง ทั้งมีการไปท่องเที่ยวพักผ่อนตามต่างจังหวัด หากมีวันหยุดก็จะพาสมาชิกครอบครัวในครอบครัวไปทำกิจกรรม ในวันหยุดเทศกาลก็จะไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ หรือไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา มีจิตใจดีชอบช่วยเหลือสังคม มีการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) กลุ่มดูแลรักษา อธิบายว่า เป็นกลุ่มที่อยากดูแลรักษาตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อมเพราะเชื่อว่าทุกสิ่งเป็นเรื่องของส่วนรวม ดังนั้นจึงชอบเป็นอาสาสมัครและร่วมทำบุญบริจาคให้ผู้เดือดร้อน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตพร ปิยะพงศ์กุล (2556) คมมกลุ่มรักตนเองและสังคม อธิบายว่า บุคคลกลุ่มนี้จะคำนึงถึงสังคม โดยจะเป็นอาสาสมัคร/ทำกิจกรรมเพื่อสังคม และไม่ละเลยที่จะทำความดีเพื่อตนเองด้วยการนั่งสมาธิ ทำบุญ หรือไปวัด โบสถ์ หรือสถานที่ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา นอกจากนี้ยังเป็นสมาชิกหรือติดตามเว็บ

ไซค์ หนังสือ นิตยสาร หรือแฟนเพจ Facebook เวลาว่างมักไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ และเสริมสวย เข้าสปา หรือนวดผ่อนคลาย และกลุ่มกิจกรรมดีชีวิมีสุข กลุ่มนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบการไปเที่ยวต่างจังหวัดในวันหยุด หากมีเวลาว่างจะทำงานอดิเรก หรือไม่ก็ไปชมภาพยนตร์ ณ โรงภาพยนตร์ และมักดูแลร่างกายอย่างสม่ำเสมอด้วยการออกกำลังกาย เล่นกีฬา

5.3.4.3 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างจะนึกถึงครอบครัวเป็นลำดับแรก สิ่งที่สำคัญอีกอย่างก็คือการมีเวลาที่จะได้ทำสิ่งต่างๆกับครอบครัว การไปเที่ยวกับครอบครัวจึงเป็นเรื่องที่ดี นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมักจะชอบหาร้านอาหารแปลกใหม่ บรรยากาศดีๆเพื่อที่จะไปรับประทานอาหารกับครอบครัว ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) กลุ่มบ้านคือวิมาน อธิบายว่า เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัวเป็นอันดับแรกโดยกลุ่มนี้ชอบอยู่บ้านในวันหยุด ใช้เวลาว่างร่วมกับคนในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจิตวิทยาพัฒนาการในช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (อายุระหว่าง 20-40 ปี) พบว่าในช่วงอายุนี้อาจให้ความสำคัญกับเพื่อนลดน้อยลงเปลี่ยนแปลงมาสู่สัมพันธภาพและผูกพันกับเพื่อนต่างเพศแบบคู่ชีวิต ซึ่งมีจุดศูนย์กลางของสัมพันธภาพ คือ ครอบครัว (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540)

5.3.4.4 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบความเชื่อดั้งเดิม รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดที่ดีเกี่ยวกับเรื่องราวในอดีตมากกว่าปัจจุบัน จึงคิดว่าบ้านเมืองในอดีตน่าอยู่กว่าปัจจุบัน และควรอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้ นอกจากนี้ยังมีความคิดที่ว่าควรช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสอีกด้วย ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติพร ธานีรัตน์ (2556) กลุ่มวิถีไทย อธิบายว่า กลุ่มนี้เห็นว่าวิถีชีวิตของคนไทยคือสิ่งที่ดีงามและควรแก่การรักษาไว้ให้คงอยู่นานๆ เพราะคือเสน่ห์ของแต่ละสังคม เช่น ตลาดน้ำ ควรแก่การอนุรักษ์ไว้ แต่ละภาคไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับภูมิประเทศ ภูมิอากาศแต่ละท้องถิ่น และทุกคนควรมีศาสนาสังคมจะดีถ้าปฏิบัติตามคำสอนของศาสนา ศาสนากล่อมเกลามาให้คนเป็นคนดี

5.3.4.5 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดีทั้งภายนอกและภายใน รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการเลือกซื้อสินค้าที่มียี่ห้อที่สื่อถึงความเป็นตัวตนและจะใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น มีความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์ (2556) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ “อนุรักษ์นิยม” เป็นกลุ่มที่มีพลังความคิดเชิงบวก และมีจิตสำนึกที่ดีต่อเรื่องต่างๆ มองโลกแง่ดีและคิดว่าคนไทยยังมีน้ำใจไม่ตรีต่อกัน รวมถึงปัญหาต่างๆ ของประเทศกำลังคลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น

5.3.4.6 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบถือตนเองเป็นหลัก รูปแบบการดำเนินชีวิต

กลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างจะถือตนเองเป็นหลัก มักจะคิดว่าการมอบสิ่งต่างๆให้กับตนเองเป็นเรื่องที่ดี จึงคิดว่าการไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่องฟุ่มเฟือย และการซื้อสินค้าให้กับตัวเองก็เป็นการไม่สิ้นเปลืองอีกด้วย ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตพร ปิยะพงศ์กุล (2556) กลุ่มบริโภคนิยม อธิบายว่า ใส่ใจกับสิ่งที่ตนเองกำลังทำ รักในงานที่ตนทำ เลือกทำในสิ่งที่ตนเองชื่นชอบและพอใจ หรือเหตุผลทางอารมณ์มากกว่า ในด้านการซื้อสินค้าและบริการ คนกลุ่มนี้มีความสามารถในการจับจ่ายสินค้าในราคาที่สูงได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษรา เกิดมงคล (2546) รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นตัวของตัวเอง รักอิสระ เลือกทำในสิ่งที่ตนเองชอบและพึงพอใจ ไม่ยึดติดในสิ่งที่สังคมให้ความสำคัญ

5.3.4.7 กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบก้าวล้ำนำสมัย รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดนำสมัยจึงมักจะซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด เช่น มือถือก็จะเป็นรุ่นใหม่ล่าสุด เป็นต้น ชอบหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทคประเภทต่างๆ และยังมีความคิดว่าความเชื่อเก่าๆนั้นไม่สามารถนำมาใช้ในสมัยใหม่ได้แล้ว ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับกลุ่มทันโลกทันเหตุการณ์ ในงานวิจัยของ ชุติพร ธานีรัตน์ (2556) อธิบายว่า กลุ่มนี้ติดตามข่าวสารและมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ มักหาข้อมูลต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ต ใช้เวลาว่างส่วนใหญ่คุยกับเพื่อนทางสังคมออนไลน์ มักจะดูข้อมูลสินค้าทางอินเทอร์เน็ตก่อนตัดสินใจซื้อ เปิดรับข่าวสารเป็นประจำสม่ำเสมอ

5.3.4.8 กลุ่มสุดท้าย คือ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบประวัติศาสตร์น่าสนใจ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมืองเราเป็นพิเศษ ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับกลุ่มรักบ้านเกิด ในงานวิจัยของ ชุติพร ธานีรัตน์ (2556) กลุ่มรักบ้านเกิด อธิบายว่า คนกลุ่มนี้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ประเทศไทยเป็นจุดหมายการเดินทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังภูมิใจในความเป็นชาติไทย และพร้อมที่จะอวดความเป็นไทยให้ชาวต่างชาติเห็นถึงวัฒนธรรมที่งดงามที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ ได้แก่ เมืองไทย เมืองยิ้ม วัฒนธรรมที่หลากหลายของแต่ละภาค เป็นสิ่งยืนยันบรรพบุรุษไทยมีมายาวนาน และกลุ่มวันวานยังหวานอยู่ อธิบายว่า คนกลุ่มนี้มักคิดถึงความหลังเมื่อครั้งอดีต เมื่อว่างเว้นจากการทำงานก็จะชอบคิดถึงเรื่องราวต่างๆที่เคยผ่านมาในชีวิต นอกจากนี้ยังชอบดูสื่อบันเทิงในอดีต เช่น พุดคุยเรื่องราวในอดีต ดูภาพในอดีต ชมละครอดีต

5.4 อภิปรายผลการวิจัยจากสมมติฐาน

5.4.1 สมมติฐานที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้นพบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มความเชื่อ กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก และกลุ่มก้าวล้ำนำสมัย ยกเว้นกลุ่มประวัติศาสตร์ น่าสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 7 กลุ่ม มีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกสบาย ข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว ข้อมูลข่าวสารมีความน่าสนใจ ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความทันสมัย ข้อมูลข่าวสารน่าเชื่อถือ ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าสนใจ ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความถูกต้องแม่นยำ และข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าเชื่อถือตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากโดยธรรมชาติของมนุษย์จะมีความต้องการพื้นฐานอยู่ 5 ระดับและมนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นหลังจากนั้นจะเกิดเป็นแรงจูงใจ และคนเราจึงต้องมุ่งไปสู่การตอบสนองความพอใจให้เกิดสภาวะที่ปราศจากความเครียดให้มีความรู้สึกรับรู้คุณค่าในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ เป็นความรู้สึกบรรลุนถึงความต้องการ เช่น การใช้สื่อเพื่อสนองต่อความคาดหวังหรือทัศนคติซึ่งความคาดหวังจะทำให้ผู้รับสารพยายามรับเรื่องราวสื่อที่สร้างความพึงพอใจให้เนื่องจากสามารถสนองความต้องการหรือความคาดหวังที่เขาหรือเธอแสวงหาสารนั้นๆ มีความตรงกันข้ามกับทฤษฎีสังคมมวลชน (Mass Society Theory) ที่เห็นว่าประชาชนโดยทั่วไปตกเป็นเหยื่อที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ต่อสื่อมวลชนที่ทรงพลังที่จริงแล้วผู้รับสารจะรับสารตามความพึงพอใจของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเท่านั้น

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดีทั้งภายนอกและภายใน รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการเลือกซื้อสินค้าที่มีประโยชน์ที่สื่อถึงความเป็นตัวตนและจะใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น มีความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ จากกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของคนกลุ่มนี้ ทำให้กลายเป็นกลุ่ม

ที่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด

กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมืองเราเป็นพิเศษ อาจไม่สนใจความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเพราะไม่มีความจำเป็นต่อคนกลุ่มนี้ จึงไม่พบความสัมพันธ์ของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัฐมณีนันท์ ตั้งกิจถาวร (2557) ซึ่งศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟสบุ๊ก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ผ่านเฟสบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันทั่วทั้งที่ ทันต่อเหตุการณ์ และพึงพอใจที่ข้อมูลข่าวสารมีภาพประกอบ (Infographic) ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ แซ่จ้าว (2558) ซึ่งศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ความรู้สึกพึงพอใจจากการเปิดการรับรู้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของบุคคลที่กรอกแบบสอบถาม ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบความน่าสนใจ การเข้าถึงข้อมูล และความถูกต้องของเนื้อหา ส่วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลและพฤติกรรมการวางแผนการตัดสินใจท่องเที่ยวทั้งนั้น

5.4.2 สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน โดย กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม กลุ่มดีทั้งภายนอกและภายใน กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต กลุ่มรักครอบครัว และกลุ่มก้าวล้ำนำสมัย ยกเว้น กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งเจ็ดกลุ่ม มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อทุกประเภท ได้แก่ เว็บไซต์ painaidii.com เว็บไซต์ chillpainai.com เว็บไซต์ edtguides.com งานอี

เว็บไซต์ไทยเที่ยวไทย รายการโทรทัศน์ ไทยเที่ยวไทย งานอีเว้นท์ท่องเที่ยวท่องเที่ยวทั่วโลก รายการโทรทัศน์ เปรี้ยวปาก นิตยสารTrips ตามลำดับ สำหรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด ได้แก่ รายการโทรทัศน์เที่ยวละไมไทยแลนด์กับนิตยสาร Honeymoon & Travel และนิตยสาร อสท. มีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เท่ากัน ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในแต่ละวันมากที่สุด ได้แก่ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง 1 – 2 ชั่วโมง 3 – 4 ชั่วโมง 5-6 ชั่วโมง ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในแต่ละวันน้อยที่สุด ได้แก่ มากกว่า 6 ชั่วโมง ช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลามากที่สุด ได้แก่ เวลา 20.01 – 24.00 น. เวลา 15.01 – 20.00 น. เวลา 10.01 – 15.00 น. เวลา 05.01 - 10.00 น. ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลาน้อยที่สุด ได้แก่ เวลา 00.01 – 05.00 น. ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากมนุษย์มักจะมีการเลือกเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่มีข้อมูลข่าวสารมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเองหรือบุคคล จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น โดยการเลือกสรรข่าวสารของบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา นอกจากนี้ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ทั้งนี้เพราะผู้คนมีความแตกต่างหลากหลายจนสื่อไม่สามารถใช้ทฤษฎีเข็มฉีดยาอย่างที่เคยใช้ได้คนจะเลือกเปิดรับสื่อใดขึ้นอยู่กับบริบทการคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์หรือรางวัลจากการเปิดรับหารด้วยความพยายามที่ต้องการตามหลักของมาสโลว์ที่เริ่มจากความต้องการง่ายๆ ไปสู่ความต้องการที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบไม่ชอบหยุดนิ่ง รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมักจะทำกิจกรรมต่างๆ ตลอดเวลาเมื่อมีเวลาว่าง ทั้งมีการไปท่องเที่ยวพักผ่อนตามต่างจังหวัด หากมีวันหยุดก็จะพาสมาชิกครอบครัวไปทำกิจกรรม ในวันหยุดเทศกาลก็จะไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ หรือไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทางศาสนา มีจิตใจดีชอบช่วยเหลือสังคม มีการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครที่จะทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มคุณธรรมนำจิตใจ จากกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของคนกลุ่มนี้ ทำให้กลายเป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด

กลุ่มประวัติดิสน่าสนใจ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมืองเราเป็นพิเศษ อาจไม่สนใจการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเพราะข้อมูลข่าวสารอาจจะไม่มี
ความจำเป็นต่อคนกลุ่มนี้ จึงไม่พบความสัมพันธ์ของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญา นาคนุ่น
(2556) ซึ่งศึกษาเรื่อง การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต)
และทัศนคติที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สบู์แคโรทฟิลิปินส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า
ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความบ่อยที่ปฏิบัติเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการ
แสวงหาข้อมูลในระดับปานกลาง ด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสบู์แคโรทฟิลิปินส์จากเว็บไซต์
และการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสบู์แคโรทฟิลิปินส์จากเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความบ่อยที่ปฏิบัติเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการแสวงหาข้อมูลในระดับน้อยถึง
น้อยที่สุด ด้านการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสบู์แคโรทฟิลิปินส์จากอินสตาแกรม และการค้นหาข้อมูล
เกี่ยวกับสบู์แคโรทฟิลิปินส์จากทวิตเตอร์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนรี ไชยภักดี (2552)
ซึ่งศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี
ปันรักให้โลกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รับรู้
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สูง
ที่สุด โดยประชาชนส่วนใหญ่เลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ผ่าน
รายการเส้นทางบันเทิง โดยมีความถึในการรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก 1-2 วัน/
สัปดาห์ และประชาชนส่วนใหญ่มีความสนใจในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการ 7 สี ปันรักให้
โลกในระดับสนใจพอสมควร และสนใจมาก (สัดส่วนเท่ากัน)

5.4.3 สมมติฐานที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
แบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐาน
ที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ
ธรรมชาติ ทั้ง 8 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชอบอินเทอร์เน็ต กลุ่มไม่ชอบหยุดนิ่ง กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มดีทั้ง
ภายนอกและภายใน กลุ่มถือตนเองเป็นหลัก กลุ่มก้าวล้ำนำสมัย กลุ่มความเชื่อดั้งเดิม และกลุ่ม
ประวัติศาสตร์น่าสนใจ กล่าวคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งแปดกลุ่ม มีพฤติกรรมท่องเที่ยว
แบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทุกรูปแบบ ได้แก่ วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยว
ของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ โดยรถส่วนตัว รถ
โดยสารประจำทาง เครื่องบิน เชารถ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเดินทางไปเที่ยวน้อยที่สุด

ได้แก่ บริษัทนาเที่ยว ช่วงเวลาที่สะดวกในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลามากที่สุด ได้แก่ วันหยุดช่วงเทศกาลต่างๆ วันหยุดเสาร์ วันหยุดลาพักร้อน ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้ช่วงเวลาน้อยที่สุด ได้แก่ อื่นๆ คือ ไม่ระบุช่วงเวลา วันธรรมดา ตามความสะดวก แล้วแต่ความเหมาะสม ไปตอนไหนก็ได้ ทุกวัน เวลาว่าง เมื่ออยากไป ช่วงเทศกาลและวันเสาร์อาทิตย์ ช่วง Low price ticket ช่วงปิดเทอม เป็นต้น การตัดสินใจไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ โดยแหล่งข้อมูลเว็บไซต์ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone) บุคคลที่มีประสบการณ์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต (Tablet) นิตยสาร/หนังสือท่องเที่ยว บุคลากรสัมพันธ์/งานอีเวนต์ (Event) ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ แผ่นพับ/ใบปลิว หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจน้อยที่สุด ได้แก่ วิทยุ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างใช้ค่าใช้จ่ายมากที่สุด ได้แก่ 2,000 – 3,000 บาท 3,001 บาทขึ้นไป 1,000 – 2,000 บาท ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างใช้ค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ได้แก่ ไม่เกิน 1,000 บาท สมาชิกที่เดินทางมาด้วยของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างมีสมาชิกที่เดินทางมาด้วยมากที่สุด ได้แก่ พ่อ แม่ และลูก กลุ่มตัวอย่างมีสมาชิกที่เดินทางมาด้วยน้อยที่สุด ได้แก่ สามเณร จำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนั้น กลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ 1 – 5 ครั้ง 6 – 10 ครั้ง 11 – 15 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางไปท่องเที่ยวน้อยที่สุด ได้แก่ 16 ครั้งขึ้นไป ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก จากสภาพสังคมและสภาพเศรษฐกิจส่งผลให้ทุกวันนี้มนุษย์เกิดความเครียดได้ง่าย รู้สึกเหนื่อยล้าจากการทำงาน ดังนั้นในช่วงที่มีโอกาสที่จะได้พักผ่อน อาทิเช่น วันหยุดต่างๆ แทบทุกคนล้วนหากิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย และทำสิ่งที่ตัวเองชอบ การเดินทางไปท่องเที่ยวก็เป็นกิจกรรมอันดับต้นๆที่ทุกคนเลือกทำ จากการรับรู้ข่าวสารนั้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซึ่งบุคคลจะมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป และท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร สอดคล้องกับพฤติกรรมความสัมพันธ์กับผู้อื่น (The relationship) เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ทั้งในทางบวกและทางลบ พฤติกรรมสัมพันธ์ก็เพื่อช่วยปรับปรุงแก้ไขปัญหาเพื่อให้ความสัมพันธ์สอดคล้องต่อกัน

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดีทั้งภายนอกและภายใน รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีการเลือกซื้อสินค้าที่มีประโยชน์ที่สื่อถึงความเป็นตัวตนและจะใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเองเสมอ กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้สึกที่ดีที่ช่วยเหลือผู้อื่น มีความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ จากกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของคนกลุ่มนี้ ทำให้กลายเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด

กลุ่มประวัติศาสตร์น่าสนใจ รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์บ้านเมืองเราเป็นพิเศษ อาจไม่สนใจเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเพราะพฤติกรรมรูปแบบต่างๆอาจจะไม่มีความจำเป็นต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของคนกลุ่มนี้ จึงเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ของกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตน้อยที่สุด

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรรมณ จันทดิษฐ์ (2552) ซึ่งศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เคยมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาก่อนหน้านี้ 3 ครั้งขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีวิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาโดยรถส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวตลาด ครั้ง 4-5 คน ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบครอบครัว และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) ไม่เกิน 1,000 บาท พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ในส่วนที่เกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้ง ต่อ 1 คน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นพวรรณ พรหมเพ็ญ (2558) ซึ่งศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทต่างๆ ของจังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของแหล่งท่องเที่ยว เดินทางมาเป็นครั้งแรก โดยมาเข้าเย็นกลับ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุด คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เนื่องจากว่าสุโขทัยเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจมากมายโดยเฉพาะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่และสวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและเลือกที่จะเดินทางมาชมความงามของสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยเนื่องการคมนาคมที่พัฒนาขึ้นของจังหวัดสุโขทัยซึ่งมีการเดินทางที่สะดวกมากขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาเข้าเย็นกลับ

5.4.4 สมมติฐานที่ 4 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากโดยธรรมชาติของมนุษย์จะมีความต้องการพื้นฐานอยู่ 5 ระดับและมนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นหลังจากนั้นจะเกิดเป็นแรงจูงใจ และคนเราจึงต้องมุ่งไปสู่การตอบสนองความพอใจให้เกิดสภาวะที่ปราศจากความเครียดให้มีความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ เป็นความรู้สึกบรรลุถึงความต้องการ เช่น การใช้สื่อเพื่อสนองต่อความคาดหวังหรือทัศนคติซึ่งความคาดหวังจะทำให้ผู้รับสารพยายามรับเรื่องราวสื่อที่สร้างความพึงพอใจให้เนื่องจากสามารถสนองความต้องการหรือความคาดหวังที่เขามีหรือแสวงหาสารนั้นๆ และมนุษย์มักจะมีการเลือกเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ที่มีข้อมูลข่าวสารมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเองหรือบุคคลจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น โดยการเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา นอกจากนี้ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย สอดคล้องกับทฤษฎีการชวนเชื่อมีความสำคัญอยู่ที่ผู้ส่งสารหรือแหล่งสารแต่ความสำเร็จไม่ขึ้นอยู่กับตัวผู้ส่งสารหากอยู่ที่ผู้รับสารมาได้อย่างไร อำนาจของการชวนเชื่อคือการใช้ความสามารถให้เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วโดยนำเสนอผู้รับสารด้วยสิ่งง่ายๆ แต่ต้องเป็นสารที่ลึกลับตัวตนของผู้รับสาร และนำความต้องการของผู้ส่งสารเข้าไปแทนที่

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สถาพร สิงหะ (2556) ซึ่งศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่นักดำน้ำชาวไทยใช้ประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกคือ สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) สื่อมวลชน (Mass Media) นั้นไม่ได้มีผลกับการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย เพราะฉะนั้นในการสื่อสารกับนักดำน้ำชาวไทยนั้นสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ใช่สื่อที่ดีที่สุดในการสื่อสาร ควรเลือกใช้สื่อใหม่ (New Media) เช่น Website Blog Facebook หรือ Instagram เป็นช่องทางในการสื่อสารกับนักดำน้ำชาวไทย ในส่วนพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวที่เขานั้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึก เพื่อพักผ่อน และเพื่อความบันเทิง ในด้านการนำข้อมูลจากสื่อมาใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกนั้น กลุ่มตัวอย่างมีการนำข้อมูลจาก สื่อบุคคล และข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต มาใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกในด้านแหล่งดำน้ำที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกบ่อยที่สุดคือ แหล่งดำน้ำฝั่งอันดามัน

ด้านช่วงเวลาในกลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกที่จะท่องเที่ยวแบบดำนํ้าลึกนั้นคือ ช่วงวันหยุดเทศกาล โดยกลุ่มตัวอย่างมักจะเดินทางท่องเที่ยวแบบดำนํ้าลึกกับ กลุ่มนํ้าเป็นส่วนใหญ่ และสถานที่พักผ่อนในระหว่างท่องเที่ยวแบบดำนํ้าลึกนั้นคือ บนเรือ Liveaboard และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟิรพัฒน์ ตูลยาเดชานนท์ (2555) ซึ่งศึกษาเรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และความภักดีต่อตราสินค้าของสมาชิกเฟิชบุ๊กแฟนเพจธุรกิจสินค้าในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) สมาชิกมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากแฟนเพจอยู่ในระดับสูง โดยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในเรื่องของการติดตามแฟนเพจเพราะสนใจข้อมูลที่น่าสนใจเป็นรูปภาพมากที่สุด 2) สมาชิกมีความพึงพอใจต่อองค์กรธุรกิจและแฟนเพจอยู่ในระดับสูง โดยมีความพึงพอใจในเรื่องของการมีความรู้สึกว่าองค์กรมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจและเข้าใจง่ายมากที่สุด 3) สมาชิกมีความภักดีต่อองค์กรธุรกิจและแฟนเพจอยู่ในระดับสูง โดยมีความภักดีในเรื่องของการมีความยินดีที่จะเป็นผู้บริโภคขององค์กรต่อไปมากที่สุด 4) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของสมาชิก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของสมาชิกแฟนเพจธุรกิจสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 5) ความพึงพอใจของสมาชิก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีของสมาชิกแฟนเพจธุรกิจสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4.5 สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากโดยธรรมชาติของมนุษย์จะมีความต้องการพื้นฐานอยู่ 5 ระดับและมนุษย์มีแนวโน้มที่จะมีความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้นหลังจากนั้นจะเกิดเป็นแรงจูงใจ และคนเราจึงต้องมุ่งไปสู่การตอบสนองความพอใจให้เกิดสถานะที่ปราศจากความเครียดให้มีความรู้สึกรับรู้ของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ เป็นความรู้สึกบรรลุถึงความต้องการ เช่น การใช้สื่อเพื่อสนองต่อความคาดหวังหรือทัศนคติซึ่งความคาดหวังจะทำให้ผู้รับสารพยายามรับเรื่องราวสื่อที่สร้างความพึงพอใจให้เนื่องจากสามารถสนองความต้องการหรือความคาดหวังที่เขามีหรือแสวงหาสารนั้นๆ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Bakhtin (1981) ใน ความสัมพันธ์ โดยเรามองความสัมพันธ์ว่าเป็นบทสนทนาโต้ตอบระหว่างเสียงที่หลากหลายซึ่งพยายามขจัดความขัดแย้งใดๆระหว่างความสัมพันธ์นั้น ใช้คำพูดหรือให้ความเห็น (Voice) อันส่งผลต่อการตัดสินใจ วิจัย และจากสภาพสังคมและสภาพเศรษฐกิจส่งผลให้ทุกวันนี้มนุษย์เกิดความเครียดได้ง่าย รู้สึกเหนื่อยล้าจากการทำงาน ดังนั้นในช่วงที่มีโอกาสที่จะได้พักผ่อน อาทิเช่น วันหยุดต่างๆ แทบทุกคน

ล้วนหากิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย และทำสิ่งที่ตัวเองชอบ การเดินทางไปท่องเที่ยวก็เป็นกิจกรรมอันดับต้นๆที่ทุกคนเลือกทำ จากการการรับรู้ข่าวสารนั้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซึ่งบุคคลจะมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป และท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร สอดคล้องกับทฤษฎีของ Buber (1958) ความแตกต่างระหว่างตัวตน คุณค่าทั้งหมดของตัวเราย่อมมาจากทั้งหมดของประสบการณ์ ความคิด และทัศนคติของตัวเราในทำนองเดียวกันกับผู้อื่นด้วย

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ ทองปิ่น (2546) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 ถึง 29 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสด อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ผู้บริโภคมีเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามมากที่สุดคือเพื่อบำรุงผิว โดยมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มากที่สุดคือ เพิ่งเคยซื้อเพียงครั้งเดียว รองลงมาคือทุก 3 เดือน ตามลำดับระยะเวลาในการบริโภคประมาณ 6 เดือน และ 6 เดือนถึง 1 ปี ตามลำดับ แหล่งในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามที่ผู้บริโภคไปซื้อมากที่สุดคือร้านขายยาทั่วไป ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์วิตามินซี รองลงมาได้แก่ผลิตภัณฑ์ผสมโปรตีนจากปลาทะเล (อิมิติน) และน้ำมันดอกอี่ฟนิ่งพริมโรส (EPO) ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อความงามเฉลี่ยต่อครั้งมีค่าเฉลี่ยโดยรวม 1,481.70 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมานมาศ ลิเลิสงส์ ภัคคี (2552) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านักค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้น เฟลซ ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้านักค้ามีความพึงพอใจด้านต่างๆ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใจมาก ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งของร้าน Sorbet & Sherbet ที่จะต้องรักษามาตรฐานการขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้านักค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้านักค้าเกิดแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการ และมีการแนะนำบอกต่อแก่ผู้อื่นในแง่ดีมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆให้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านักค้า ด้านความถี่ในการมาใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet ทางด้านการกลับมาใช้บริการในอนาคต และทางด้านการแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่าและพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านักค้า ด้านความถี่ในการมาใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการร้าน Sorbet &

Sherbet ทางด้านในอนาคตจะใช้บริการมากขึ้นหรือน้อยลง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กล่าวคือ หากลูกค้ามีพฤติกรรมในการใช้บริการมาก จะมีแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการและมีการแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการ เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และลูกค้าจะใช้บริการมากขึ้นหรือน้อยลง เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการร้าน Sorbet & Sherbet ควรพิจารณาเพิ่มความถี่ในการมาใช้บริการของลูกค้า โดยการจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น คุกกี้ของสะสมแต้ม เพื่อแลกเปลี่ยนส่วนลดหรือรับสิทธิพิเศษอื่น

5.4.6 สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากมนุษย์มักจะมีการเลือกเปิดรับสื่อประเภทต่างๆที่มีข้อมูลข่าวสารมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเองหรือบุคคลจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของข้อมูลที่ประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น โดยการเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้รับสารมักจะมุ่งเน้นศึกษาการใช้หรือการเปิดรับสื่อ ผู้รับสารเป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active Audience) และหากทำให้ผู้รับสารรู้สึกเป็นอิสระสามารถเลือกรับสื่อได้ตามความพอใจผู้ส่งสารจะมีอิทธิพลมาก นอกจากนี้ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัยสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย และจากสภาพสังคมและสภาพเศรษฐกิจส่งผลให้ทุกวันนี้มนุษย์เกิดความเครียดได้ง่าย รู้สึกเหนื่อยล้าจากการทำงาน ดังนั้นในช่วงที่มีโอกาสที่จะได้พักผ่อน อาทิเช่นวันหยุดต่างๆ แทบทุกคนล้วนหากิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย และทำสิ่งที่ตัวเองชอบ การเดินทางไปท่องเที่ยวก็เป็นกิจกรรมอันดับต้นๆที่ทุกคนเลือกทำ จากการการรับรู้ข่าวสารนั้น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลินการ ซึ่งบุคคลจะมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป และท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร

จากการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น พบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนภูมิ เหมือนสน (2555) ซึ่งศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานบริษัท กรณีศึกษา บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน) มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทั้งหมด 6 ชนิดคือ (1) บอร์ดประชาสัมพันธ์ (2) เสียงตามสาย (3) เว็บไซต์ (4) เว็บบอร์ด (5) SMS (6) วารสารภายในองค์กร ผลการวิจัยระดับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานพบว่า ระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่พนักงานเปิดรับ ส่วนใหญ่คือ เว็บบอร์ด รองลงมาคือ เว็บไซต์ ลำดับที่ 3 คือ SMS ลำดับที่ 4 คือ เสียงตามสาย และลำดับสุดท้ายคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ และวารสาร ผลการวิจัยระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานคือ เว็บบอร์ด ด้านความรวดเร็วจับใจ รองลงมาคือ เว็บไซต์ ด้านความน่าเชื่อถือ ลำดับที่ 3 คือ SMS ด้านความรวดเร็วจับใจ ลำดับที่ 4 คือ เสียงตามสาย ด้านความรวดเร็วจับใจ ด้านน้ำเสียงที่ใช้ในการพูด และด้านภาษา และคำพูดที่ใช้ ลำดับที่ 5 คือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ด้านความน่าเชื่อถือ และลำดับสุดท้ายคือ วารสาร ด้านการออกแบบ

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

5.5.1 สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้วางแผน พัฒนาสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และรับมือกับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลได้ทันทั่วทั้งปี เนื่องจากเป็นช่วงที่กลุ่มครอบครัวเดี่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด

5.5.2 ข้อมูลจากผลการวิจัยช่วยให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับโรงแรมและรีสอร์ทสามารถส่งข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดที่พัก โปรแกรมเที่ยวได้ตรงช่องทางกับผู้บริโภคเนื่องจากกลุ่มครอบครัวเดี่ยวมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่มีความสะดวกสบายมากที่สุด และส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์

5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.6.1 งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงอย่างเดียวซึ่งอาจไม่ได้ความครบถ้วนของข้อมูลในส่วนของเครื่องมือแบบสอบถามไม่สามารถวัดได้อย่างละเอียด เช่น อารมณ์ ความรู้สึก ดังนั้นจึงควรทำการเก็บข้อมูลแบบผสมผสานทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับวิธีเชิงปริมาณ เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก หรือการสนทนากลุ่ม

5.6.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นควรทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันกับจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้ข้อมูลที่เปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครว่ามีความเหมือน หรือแตกต่างกันอย่างไร โดยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการณรงค์โครงการต่อไป

5.6.3 จากผลการวิจัยครั้งนี้กลุ่มครอบครัวเดี่ยวมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ นิตยสารน้อย ซึ่งสิ่งเหล่านี้นั้นเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่าเว็บไซต์ นอกจากนี้สื่อเว็บไซต์ยังมีผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของกลุ่มครอบครัวเดี่ยวมากอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงควรนำข้อมูลข่าวสาร เนื้อหา จากสื่อดั้งเดิม เช่น นิตยสาร โทรทัศน์ ย้ายมาใส่ลงในสื่อเว็บไซต์ให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและให้ได้ประโยชน์ต่อกลุ่มครอบครัวเดี่ยว

บรรณานุกรม

- “การจัดโครงการเที่ยวช่วยไทย” (2559, 1 มีนาคม). ไทยรัฐ. น. 5-6.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). การท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <http://www.tatcontactcenter.com/index.php>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). ประเภทแหล่งท่องเที่ยว. สืบค้นจาก http://osthailand.nic.go.th/masterplan_area/userfiles/files/Tourism.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). โครงการไทยช่วยไทย. สืบค้นจาก <http://www.thairath.co.th/content/584243>
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- การันต์ พุกชัยวานิชย์. (2556). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งยี่ห้อพรานทะเลในเขตบางแค. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพมหานคร.
- กฤติมา เกรียงขจรพันธ์, กมลพร หงษ์สกุล และปัญญา พุทธสุภะ. (2557). ความพึงพอใจของผู้รับฟังต่อการดำเนินรายการของสถานีวิทยุ อสมท.กระบี่ คลื่น FM 105.0 MHz จังหวัดกระบี่.วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4 (2), 15-26.
- เกษรา เกิดมงคล. (2546). รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ไจพร เศรษฐกิจวิวัฒน์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรม และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวบนหมู่เกาะในเขตภาคตะวันออก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ฉัฐมณีนันท์ ตั้งกิจถาวร. (2557). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกระบุ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ชูชัย สมิตธิไกร. (2556ก). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: วิ.พรินท์.

- ชูชัย สมิตธิไกร. (2556). รูปแบบของครอบครัวไทย. สืบค้นจาก <http://dnfe5.nfe.go.th/ilp/42005/42005-02-1.html>
- ชนัญญา เกษะนันท์. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ชมพูนุท สารวานิชพิทักษ์. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และความภักดีของผู้ฟังรายการวิทยุกรีนเวฟ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุลีพร ธานีรัตน์. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดย้อนยุคของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- จิตติพร ปิยะพงษ์กุล. (2556). รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ. วารสาร: การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์, 7(1), 45-47.
- ณัฐนรี ไชยภักดี. (2552). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ธนภูมิ เหมือนสน. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานบริษัท กรณีศึกษา บริษัทจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำภาคตะวันออก จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพมหานคร.
- ธารารัตน์ แก้วพันธุ์ช่วง. (2554). การเปิดรับ และการรับรู้การสื่อสารการตลาด โทรทัศน์มีเดีย และแอปพลิเคชันสปริง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพมหานคร.
- นพวรรณ พรหมเพ็ญ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทต่างๆ ของจังหวัดสุโขทัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- นันธิดา เพชรภรณ์. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 7(พิเศษ), 63-72.

- พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. (2552). ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มี
ความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการร้าน Sorbet & Sherbet โกลเด้น เฟลซ.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
กรุงเทพมหานคร.
- พิรพัฒน์ ตูลาเดชานนท์. (2555). การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และความ
ภักดีต่อตราสินค้า ของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจธุรกิจสินค้าในประเทศ
ไทย. วารสาร: การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์, 6(1), 31-40.
- ปริญญา นาคนุ่น. (2556). การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์สื่ออินเทอร์เน็ต
และทัศนคติที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์สบู่นครอทฟิลิปปีนส์ที่จำหน่ายทางออนไลน์.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- เลิศหญิง หิรัญโร. (2545). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการ
บริโภคสินค้าและบริการของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วรรณวิภา พุศรีริมา. (2553). ปัญหาด้านเยาวชน. สืบค้นจาก [https://sites.google.com/
site/natnaree017/payha-khxng-yeawchn-laea-naewthang-kar-kaekhi-payha](https://sites.google.com/site/natnaree017/payha-khxng-yeawchn-laea-naewthang-kar-kaekhi-payha)
- วรรณมน จันทดิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณี
ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). เหนือการวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร. สืบค้นจาก [http://digital
_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930104/chapter3.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53930104/chapter3.pdf)
- วิไลลักษณ์ ทองปิ่น. (2546). ความพึงพอใจและพฤติกรรมในการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
เพื่อความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- วีรวรรณ แซ่จ้าว. (2558). อิทธิพลของทัศนคติและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ
แผนการท่องเที่ยว. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
กรุงเทพมหานคร.
- วรัชต์ มัชฌมบุรุษ. (ม.ป.ป.). รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย. สืบค้นจาก [http://tourismat
buu.wordpress.com/](http://tourismat_buu.wordpress.com/)

- ศรีเรือน แก้วกังวาน. (2540). *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีหญิง ศรีक्षा. (2544). *สื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://www.tnrr.in.th/2558/?page=result_search&record_id=267123
- สถาพร สิงหะ. (2555). *การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบค่าน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2549). *สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทำได้ง่ายนิดเดียว*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). *การท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549). *ผลสำรวจสถานการณ์ของครอบครัวไทยในปี 2548*. สืบค้นจาก <http://www.owf.go.th/wofa/modules/website/upload/article/>
- สำนักทะเบียนกลาง. (2558). *ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก http://stat.bora.dopa.go.th/stat/y_stat57.html
- สุกัญญา สว่างงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเนชั่น, กรุงเทพมหานคร.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: โฮลิสติก พับลิชชิง.
- สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์. (2555). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง*. สืบค้นจาก [http://eresearch.library.ssru.ac.th/bitstream/123456789/263/4/ird_136_55%20\(4\).pdf](http://eresearch.library.ssru.ac.th/bitstream/123456789/263/4/ird_136_55%20(4).pdf)
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: ระเบียบทอง.
- สุวิมล ติรกันันท์. (2543). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์แนวทางการปฏิบัติ*. สืบค้นจาก <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~jaimorn/re5.htm>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อนุชิต ศิริกิจ. (2548). การยอมรับของผู้บริโภคต่อการบริการพาณิชย์บนเครือข่ายไร้สาย (Customer Adoption of M-Commerce Service). *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 4(1), 21-34.
- อมร โต๊ะทอง. (2555). พฤติกรรมและผลกระทบการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- อรอุมา ศรีสุทธีพันธ์. (2545). ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Bakhtin, M. M. (1981). *The Dialogic Imagination: Four Essays* (M. Holquist, Ed.; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). Austin: University of Texas Press.
- Buber, Martin. (1958). *Path in Utopia*, trans. R.F.C Hull. Boston : Beacon Press. Buchanan Bruce.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and personality* (2nd ed.). New York: Herper & Row.
- McQuail , Dennis (2010). *McQuail s Mass Communication Theory*. London : Sage.
- Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. In R.N. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook* (pp. 20-55). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rosengren, K. (1974). Uses and grat ifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 269-286). Beverly Hills, CA: Sage.
- Rubin, A. (2002). The uses-and-grat ifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed.). (pp. 525-548). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. Newyork: Harper and Row Publication.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมกรรมการ
ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาในระดับปริญญาโท คณะนิเทศ
ศาสตร์ และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ผู้วิจัยขอความร่วมมือจาก
ท่านใน การตอบแบบสอบถามทุกข้อโดยครบถ้วนตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลจากแบบสอบถามนี้
จะนำ มาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ข้อมูลที่ท่านตอบทั้งหมดนี้จะถือเป็นความลับและผู้วิจัย
จะนำ เสนอผลการวิจัยในผลรวม ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งในความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดว่าเป็นจริงตามคุณลักษณะหรือความคิดของ
ท่านมากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หลังข้อความแต่ละข้อ ให้ตรงกับ
ความคิดของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หลังข้อความแต่ละข้อให้ตรงกับความคิด ของท่าน
มากที่สุด

1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2.อายุ ☐ ต่ำกว่า 18 ปี ☐ 39-48 ปี
☐ 18-28 ปี ☐ 49-58 ปี
☐ 29-38 ปี ☐ 59 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา ☐ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ☐ ปริญญาตรี
☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

- ☐ อนุสัญญา/ปวส. ☐ อื่นๆ.....
- 4.อาชีพ ☐ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ☐ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- ☐ พนักงานบริษัทเอกชน ☐ รับจ้าง
- ☐ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ อื่นๆ.....
- 5.รายได้/เดือน ☐ น้อยกว่า 10,000 บาท ☐ 30,001–40,000 บาท
- ☐ 10,001–20,000 บาท ☐ 40,001–50,000 บาท
- ☐ 20,001–30,000 บาท ☐ 50,001 บาทขึ้นไป
- 6.ท่านเคยมีการท่องเที่ยวลักษณะครอบครัวเดี่ยว(สามี และภรรยา หรือ พ่อ แม่และลูก) หรือไม่
- ☐ มี ☐ ไม่มี
- 7.ท่านเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ เรียนรู้การจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกป่าชายเลน เป็นต้น)หรือไม่
- ☐ เคย ☐ ไม่เคย
- 8.ท่านเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล(เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศทางทะเล เรียนรู้การจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมปลูกปะการังเทียม เป็นต้น)หรือไม่
- ☐ เคย ☐ ไม่เคย
- 9.ท่านเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา(แหล่งที่เป็นหินผา อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด หินงอกหินย้อย ฟอสซิล)หรือไม่
- ☐ เคย ☐ ไม่เคย
- 10.ท่านเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตร(พื้นที่สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์)หรือไม่

☐ เคย☐ ไม่เคย

11. ท่านเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์(ชมปรากฏการณ์ต่างๆ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก เรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล)หรือไม่

☐ เคย☐ ไม่เคย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ด้านกิจกรรม					
กิจกรรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ท่านไปท่องเที่ยวพักผ่อนต่างจังหวัด					
2.ท่านเลือกซื้อสินค้าที่มียี่ห้อ ที่สื่อถึงความเป็นตัวตน					
3.ท่านทำกิจกรรมกับสมาชิกในครอบครัวในวันหยุด					
4.ท่านรับประทานอาหารกับครอบครัว					
5.ท่านซื้อสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ล่าสุด					
6.ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยว					
7.ท่านไปทำบุญที่วัดในวันสำคัญทาง					

ศาสนา					
8. ท่านไปเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ในวันหยุด เทศกาล					
9. ท่านเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครทำ กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม					
ด้านความสนใจ					
ความสนใจ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
10. ท่านสนใจข้อมูลการไปท่องเที่ยว ต่างจังหวัด					
11. ท่านใส่ใจภาพลักษณ์ของตนเอง เสมอ					
12. ท่านให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็น อันดับแรก					
13. ท่านหาร้านอาหารที่จะไปทานกับ ครอบครัว					
14. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไฮเทค ประเภทต่างๆ					
15. ท่านชอบหาสถานที่ท่องเที่ยวตาม โลกออนไลน์					
16. ท่านรู้สึกเชื่อเรื่องบาปบุญ คุณโทษ					

17. ท่านสนใจเรื่องราวของประวัติศาสตร์					
18. ท่านรู้สึกดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น					
ด้านความคิดเห็น					
ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
19. การไปเที่ยวต่างจังหวัดไม่ใช่เรื่อง ฟุ่มเฟือย					
20. การซื้อสินค้าให้กับตัวเองเป็นการไม่ สิ้นเปลือง					
21. ท่านคิดว่าควรมีเวลาให้กับ ครอบครัวบ้าง					
22. การไปเที่ยวกับครอบครัวเป็นเรื่องที่ ดี					
23. ท่านคิดว่าความเชื่อเก่าๆไม่สามารถ นำมาใช้ในสมัยใหม่แล้ว					
24. ท่านคิดว่าปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมี ความสำคัญ					
25. ท่านคิดว่าในอดีตบ้านเมืองน่าอยู่ กว่าปัจจุบัน					

26. ท่านคิดว่าเราควรอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมไทยไว้					
27. ท่านคิดว่าควรช่วยเหลือ ผู้ด้อยโอกาส					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ความพึงพอใจ	ดีมาก ที่สุด	ดีมาก	ดี	พอใช้	ไม่ดี
1. ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความครบถ้วนสมบูรณ์					
2. ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าสนใจ					
3. ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความถูกต้องแม่นยำ					
4. ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความน่าเชื่อถือ					
5. ข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับมีความทันสมัย					
6. ช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็ว					
7. ช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกสบาย					
8. ช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารมีความ					

น่าสนใจ					
9. ช่องทางที่ใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารนำเชื่อถือ					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1.ท่านมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติผ่านช่องทางต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

ช่องทาง	ความบ่อยครั้ง				
	ทุกวัน	5-6 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	1-2 วัน/ สัปดาห์	น้อย กว่า 1 วัน/ สัปดาห์
1.รายการโทรทัศน์ไทย					
2.รายการโทรทัศน์ทีวีละไม ไทยแลนด์					
3.รายการโทรทัศน์เปรี้ยวปาก					
4.นิตยสารอ.ส.ท.					
5.นิตยสารTrips					
6.นิตยสารHoneymoon&Travel					
7.เว็บไซต์chillpainai.com					
8.เว็บไซต์edtguide.com					

9.เว็บไซต์painaidii.com					
10.งานอีเว้นท์ไทยเที่ยวไทย					
11.งานอีเว้นท์ท่องเที่ยวไทยท่องโลก					

2.ท่านใช้ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติแต่ละวันมากน้อยเพียงใด

- ☐ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน
 ☐ 5-6 ชั่วโมง/วัน
☐ 1-2 ชั่วโมง/วัน
 ☐ มากกว่า 6 ชั่วโมง/วัน
☐ 3-4 ชั่วโมง/วัน

3.ท่านมักจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในช่วงเวลาใด(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 00.01-05.00 น.
 ☐ 15.01-20.00 น.
☐ 05.01-10.00 น.
 ☐ 20.01-24.00 น.
☐ 10.01-15.00 น.

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1.วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

- ☐ รถส่วนตัว
 ☐ เช่ารถรับจ้าง
☐ รถโดยสารประจำทาง
 ☐ เครื่องบิน
☐ บริษัทนำเที่ยว
 ☐ อื่นๆ.....

2.ช่วงเวลาที่จะสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

☐ วันหยุดช่วงเทศกาลต่างๆ

☐ วันหยุดเสาร์-อาทิตย์

☐ วันหยุดลาพักร้อน

☐ อื่นๆ.....

3.แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ

แหล่งข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.โทรทัศน์					
2.วิทยุ					
3.เว็บไซต์					
4.โทรศัพท์สมาร์ทโฟน(Smartphone)					
5.แท็บเล็ต(Tablet)					
6.หนังสือพิมพ์					
7.นิตยสาร/หนังสือท่องเที่ยว					
8.ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่					
9.แผ่นพับ/ใบปลิว					
10.บูธประชาสัมพันธ์/งานอีเว้นท์(Event)					
11.บุคคลที่มีประสบการณ์					

4.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ (เฉลี่ย/ครั้ง/1 คน)

☐ ไม่เกิน 1,000 บาท

☐ 2,001-3,000 บาท

☐ 1,001-2,000 บาท

☐ 3,001 บาทขึ้นไป

5. สมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบธรรมชาติด้วย

☐สามี และภรรยา

☐ พ่อ แม่ และลูก

6. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในรอบปี

☐ 1-5 ครั้ง

☐ 11-15 ครั้ง

☐ 6-10 ครั้ง

☐ 16 ครั้งขึ้นไป

ขอขอบพระคุณในการเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล

นางสาวนวรรตน์ สุธรรมชัย

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตร์ (การโฆษณาเชิงสร้างสรรค์)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต
ปีที่สำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2554

ประสบการณ์การทำงาน

ผู้ช่วยฝ่ายขาย บริษัท ดีไลท์พลัส จำกัด
พระราม 2 กรุงเทพมหานคร 10150
พ.ศ. 2554- 2555