

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพส่วนบุคคลของผู้สูงอายุชาวไทย ระดับพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยโดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสาร การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวัดผลแบบครั้งเดียว (One-shot Case Study) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่เคยแสดงทางช่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา และนำข้อมูลที่ได้มามีเคราะห์ทางสถิติโดยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคตและการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติมาทำการสรุปผล โดยแบ่งการนำเสนอผลสรุปของผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.1) ระดับพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.2) การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.3) ระดับพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการแสดงทางช่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

## ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 400 คน พบร้าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 59.00 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.00 กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีช่วงอายุ 60-69 ปี คิดเป็นร้อยละ 81.00 รองลงมา มีช่วงอายุ 70-79 ปี และ 80-99 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ ร้อยละ 2.75 ตามลำดับ ด้านสถานภาพสมรส พบร้ากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรสบีบูตร คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาโสด และ หย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ ร้อยละ 11.25 ตามลำดับ ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และ ร้อยละ 8.75 ตามลำดับ ส่วนด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมา มีอาชีพ อิสระ และ ข้าราชการบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 23.75 และ ร้อยละ 21.50 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.75 และ ร้อยละ 14.00 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะครอบครัวแบบอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่กับลูกหลานและญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาอยู่กับลูกหลาน และ อยู่กับคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 22.75 และ ร้อยละ 22.50 ตามลำดับ และ ด้านภาวะสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาวะสุขภาพแข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมา มีโรคประจำตัว และเจ็บป่วยเรื้อรัง คิดเป็นร้อยละ 35.75 และ ร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ

### 2.1) ระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ

กลุ่มตัวอย่างมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับต้นการเดินทางเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือในระดับต้นอาหารและเครื่องที่มีอยู่ในระดับมาก และในระดับต้นสินค้าที่รัฐลีกอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และ กลุ่มตัวอย่างมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือผ่านสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง และ ผ่านสื่อเน็ติยสารอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

## 2.2) การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

การตัดสินใจท่องเที่ยวหลังจากการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นบางครั้งหลังจากการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาคือตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศทุกครั้งหลังจากการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 24.80 และน้อยที่สุดคือไม่เคยตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศหลังจากการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.50

กลุ่มตัวอย่างมีการนำข่าวสารการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ ไปใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการนำข่าวสารการท่องเที่ยวในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวไปใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือในประเด็นด้านการเดินทางอยู่ในระดับมาก และในประเด็นด้านที่พักอยู่ในระดับมากตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างมีการนำข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ ไปใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการนำข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์ไปใช้ในการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับมาก และจากสื่อวิทยุอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

## 2.3) ระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

ระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง และด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านที่พัก และด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านที่พัก และด้านอาหาร และเครื่องดื่มที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านอาหาร

และเครื่องดื่ม และด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผู้สูงอายุชาวไทยที่มีภาวะสุขภาพแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศในประเด็นด้านการเดินทาง และด้านที่พักที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร การท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อโทรศัพท์มือถือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อนิตยสาร และสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อโทรศัพท์มือถือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อโทรศัพท์มือถือ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร และสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และผู้สูงอายุชาวไทยที่มีภาวะสุขภาพแตกต่างกันมีระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อนิตยสาร และสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านบริษัทนำเที่ยว และด้านสินค้าที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไทยจากสื่อโทรศัพท์มือถือ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปที่ได้จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวไทยที่กล่าวมาข้างต้น ทั้งในประเด็นสถานภาพส่วนบุคคล ระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ระดับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวทั่วไปกับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

### 1. ผู้สูงอายุชาวไทยแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยในประเด็นด้านการเดินทางและในประเด็นด้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยเป็นไปตามแนวคิดของ แม็คคอมส์และเบคเกอร์ (McCombs & Baker, 1979) ที่ให้ทฤษฎีว่าบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ ของตนเอง ซึ่งในที่นี้คือเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหลังจากการแสวงหาข่าวสารแล้ว และแนวคิดของ โจเชฟ ที่ แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960) ที่กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ โดยบุคคลทั่วไปจะเลือกรับข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ (Source) ตามความสนใจและความต้องการของตนเพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการบางอย่าง รวมถึงแนวคิดของ ชาร์ลส์ เค แอตคิน (Charles K. Atkin, 1973) ที่ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการข้อมูลของปัจเจกบุคคลนั้น คือความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) ที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ (Instrumental Utilities)

นอกจากนี้ยังอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ ไครคิลลัส (Krikelas, 1983 อ้างถึงใน สุวรรณ ฉัตรชัย, 2542) ที่ได้ให้คำนิยามของการแสวงหาข่าวสารว่าเป็นกิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะตอบสนองความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงาน และการเรียนรู้ เพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิด และความเข้าใจเดิม รวมถึงเมื่อบุคคลนั้นพบว่าความรู้ที่ตนเองมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพื่อเพิ่มเติมความรู้ดังกล่าวด้วยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

### 2. ผู้สูงอายุชาวไทยแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ วิลเบอร์ ชาร์แมร์ (Wilbur Schramm, 1973) ที่กล่าวไว้ว่า โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่สามารถใช้เป็นประโยชน์แก่

ตนเองเพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล โดยข่าวสารเหล่านี้สามารถหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่ และแนวคิดของ จอห์น ซี เมอร์ริลล์ และ ราล์ฟ แอล โลเวนส్ตைน์ (John C. Merrill & Ralph L. Lowenstein, 1971) ที่คิดเห็นว่าลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไปเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้บุคคลในบุคคลหนึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สามารถจะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ วรกิจโภคاثร (2529) ที่ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับและเข้าถึงสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Media Characteristics) ซึ่งในที่นี้หมายถึงสื่อโทรทัศน์

พีระ จิรโสภณ (2549) ได้กล่าวถึงข้อดีสื่อโทรทัศน์ (Television) ไว้หลายประการคือ ช่วยดึงดูดความสนใจได้มาก ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มาก เพราะมีทั้งภาพและเสียง ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ และยังพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้เวลา กับสื่อมวลชนอย่างมาก โดยใช้เวลามากกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ สื่อมวลชนจึงกลายเป็นสื่อที่สำคัญสำหรับกิจกรรมพักผ่อน (Robinson, Skill & Turner, 2004) โดยประเภทสื่อมวลชนที่ผู้สูงอายุนิยมเลือกเปิดรับมาก คือ โทรทัศน์ (Woodress, 1989; ยุวี กฤษવัฒนากรณ์, 2537; สมมาลี สังข์ศรี, 2543)

สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่ผู้สูงอายุนั้นเปิดรับอยู่เป็นกิจวัตรประจำวัน (สมมาต์ คงชื่นสิน, 2539; ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ, 2552) โดยรวมเฉลี่ยแล้วเวลาสำหรับการชมโทรทัศน์ของผู้สูงอายุเฉลี่ยวันละ 2-6 ชั่วโมง (Anderson, 1984; Hasselquist, 1992; พรเพ็ญ พยัคฆากรณ์, 2539) โดยภาพรวมของการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุ

จากการรายงานสถิติของมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2551) และการศึกษาของ Hwang (1974) Anderson (1984) Goodman (1990) Burnett (1991) Frase (1994) และ สมมาลี สังข์ศรี (2543) ต่างพบข้อค้นพบด้านข้อมูลข่าวสารในภาพรวมทั่วไป คือ ผู้สูงอายุมีความต้องการข่าวสารจากสื่อมวลชนด้านต่างๆ ได้แก่ ข่าวสารทั่วไป เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวของโลกของประเทศและท้องถิ่น ความรู้เรื่องสุขภาพร่างกายและจิตใจ สวัสดิการ การรักษาพยาบาล และสวัสดิการทางสังคม เรื่องบ้านพักและที่อยู่อาศัย การจ้างงาน ศาสนา กฎหมาย อัชีพ การเงิน การธนาคาร โฆษณา ละครและรายการวาระตี้ เพลงพังสนายฯ รวมถึงข่าวสารด้านการท่องเที่ยว โดยเนื้อหาของรายการทางสื่อมวลชนที่นำเสนอ นั้น สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อที่รวดเร็วและเข้าถึงผู้สูงอายุได้มาก (ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ, 2552)

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนกพล ชัยรัตนศักดา (2554) ที่ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึ่งการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรศัพท์มือถือที่สุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 94.75

3. ผู้สูงอายุชาวไทยที่มีสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะครอบครัว และภาวะสุขภาพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ จอห์น ซี เมอร์ริลล์ และ ราล์ฟ โลเวนสไตน์ (John C. Merrill & Ralph L. Lowenstein, 1971) ที่คิดเห็นว่าองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อ และแนวคิดของ ชาร์รัมม์ และ ไวท์ (Schramm & White, 1949) นักวิชาการสื่อสารที่พบว่าการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการรับสารและการใช้สื่อ

เบอร์นาร์ด เบอเรลสัน และ แกรี่ เอ สเตยเนอร์ (Bernard Berelson & Gary A. Steiner, 1964) ยังได้ให้hrs นะว่าการอ้างอิงทางความคิดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของคน คนเรามีแนวโน้มที่จะดูและฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเข้า ซึ่งกรอบอ้างอิงทางความคิดนี้หมายรวมถึงบทบาททางเพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ สถานภาพทางสังคม และความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ

อีกทั้งมีแนวคิดอื่นๆ ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้สื่อและเปิดรับสารจากสื่อ ได้แก่ แนวคิดของ ปร์มา สถาเทิน (2540) เกี่ยวกับตัวแปรเพศ (Sex) ที่กล่าวไว้ว่าจากการวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ จึงส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของหญิงและชายต่างกันด้วย

แนวคิดของ กัญจนा แก้วเทพ (2547) เกี่ยวกับตัวแปรอายุ (Age) ที่ได้อธิบายว่าปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป โดยคนจะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่อีกด้วย

แนวคิดของ ชาร์รัมม์ และ ไวท์ (Schramm & White, 1949 อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงคกิจ, 2542) เกี่ยวกับตัวแปรด้านการศึกษา (Education) นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการรับสารและการใช้สื่อ การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป

แนวคิดของ แมคเนลลี และอัลเดอร์ (McNelly & Others, 1968 อ้างถึงในยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) เกี่ยวกับตัวแปรด้านฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) โดยดูจาก อาชีพ รายได้ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร อีกทั้งยังเป็นตัวแปรที่สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดี เช่นเดียวกับกรณีตัวแปรการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก

นอกจากนี้ การแสวงหาข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารของผู้สูงอายุก็ขึ้นอยู่กับภาวะสุขภาพ หรือสมรรถภาพทางร่างกายของผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุให้ความสำคัญในสุขภาวะของตนเองมาก มักจะดูโทรทัศน์มาก (Rahtz, Sirgy & Meadow, 1989) และผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พนม คลีชาญา (2555) ที่ศึกษาเรื่องความต้องการข่าวสาร การใช้สื่อ และนิสัยการเปิดรับสื่อของผู้สูงอายุไทย โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ ผู้สูงอายุสัญชาติไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 406 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่าความต้องการข่าวสารแต่ละด้านของผู้สูงอายุมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ

4. พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยในประเด็นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านบริษัทนำเที่ยว และด้านสินค้าที่ระลึกของผู้สูงอายุชาวไทย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผลการวิจัยเป็นไปตามแนวคิดของ ไครคีรัส (Krikelas, 1983) ที่ได้ให้คำนิยามของการแสวงหาข่าวสารว่า เป็นกิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะตอบสนองความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง ซึ่งในที่นี้คือข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทั้ง 6 ประเด็นข้างต้น เพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิด และความเข้าใจเดิม รวมถึงเมื่อบุคคลนั้นพบว่าความรู้ที่ตนอาจมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ และสำหรับวัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชาร์แมร์ (Wilbur Schramm, 1973) กล่าวไว้ว่าในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่สามารถจะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแมคคอมส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Baker, 1979) ที่ให้สรุปว่าบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) ซึ่งในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจเพื่อเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

ส่วน ชาร์ลส์ เค แอตคิน (Charles K. Atkin, 1973) นั้นชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการข้อมูลจากสื่อสารมวลชนของบุคคลนั้น คือ ความต้องการได้รับข่าวสาร (Information)

โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertain) จึงต้องการข่าวสารเพื่อการนำไปใช้หรือข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ (Instrumental Utilities)

ทั้งนี้ โดยโนฮิว และ ทิปตัน (Donohew & Tipton, 1973) ได้เสนอว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับจินตภาพของความเป็นจริง (Image of Reality) ที่ตนมีอยู่ และจะมีการกำหนดกลุ่มสารสนเทศและแหล่งที่มาของสิ่งเร้า โดยการหาข้อมูลจำเพาะเฉพาะเจาะจงแหล่งใดแหล่งหนึ่ง (Narrow Focus) หรือการหาข้อมูลโดยใช้แหล่งข้อมูลหลายๆ แห่ง (Broad Focus) ให้ตรงกับความต้องการและนำข่าวสารไปใช้ต่อไป (Take Action)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แซมมวล แอล เบคเกอร์ (Sammuel L. Becker, 1972) ที่ว่าบุคคลจะแสวงหาและเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอย่างรู้ นอกจากนี้ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารที่ผ่านมาสู่ต้นทั้งหมดแต่จะเลือกรับเพียงบางส่วนที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อตน ดังที่ กิตามา สูรสนธิ (2533) ได้เสนอว่าข่าวสารที่หลังให้ผ่านเข้ามายังบุคคลจากสื่อต่างๆ นั้นมักจะถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลา โดยบุคคลจะคัดเลือกเฉพาะข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์ และเหมาะสมตามความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสาร

5. พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยจากสื่อเชิงกิจและสื่อมวลชนดังเดิม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนสื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

จากการวิจัยที่พบว่าการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยจากสื่อมวลชนดังเดิม ซึ่งได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร รวมถึงสื่อเชิงกิจ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ “สื่อมวลชน” เกือบทุกชนิดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทย เว้นแต่เพียงสื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น

ผู้วิจัยสามารถอธิบายผลการวิจัยดังกล่าวได้ โดยอ้างอิงแนวคิดของดวงฤทธิ์ พงศ์ไพบูลย์ (2544) ที่ว่าการเปิดรับข่าวสารจาก “สื่อมวลชน” นั้น ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเข้าได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส และ ชูเมกเกอร์ (Rogers & Shoemaker, 1971) ที่กล่าวว่า สื่อมวลชน คือสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการ

เพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลได้

อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ภากิตต์ ตรีสุกุล (2554) ที่กล่าวว่า “สื่อเฉพาะกิจ” นั้นมีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างโดยย่างหนักโดยเฉพาะ โดยสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่มีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน เช่น เอกสารแบบพิมพ์ จุลสาร หนังสือ แผ่นพับ โพสเตอร์ ฯลฯ (Adams, 1971) และแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2532) ที่กล่าวว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งในที่นี้คือข่าวสารความรู้ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงผลการวิจัยของ ณัฐชาญช์ สุวิทยพันธุ์ (2545) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโอมสเตอร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโอมสเตอร์จากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโอมสเตอร์

นอกจากนี้ ยังสามารถอภิปรายผลการวิจัยในส่วนที่พบว่า พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยจากสื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศได้ด้วยแนวคิดของ พีระ จิรโสกุณ (2549) ที่ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของ “สื่อบุคคลและสื่ออินเทอร์เน็ต” ไว้ว่าข้อจำกัดของสื่อบุคคล ได้แก่ ไม่มีความคงทนถาวร ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมากได้ หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจุงใจก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้ และเป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน ส่วนข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ตคือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม จึงไม่สามารถเข้าถึงหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในกลุ่มผู้สูงอายุได้

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน รวมถึงบริษัทนำเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ควรเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยอาศัยสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลักเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุได้อย่างสอดคล้อง อันนำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศต่อไป
2. หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน รวมถึงบริษัทนำเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ควรนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวให้ครบถ้วนทุกประเด็น โดยเฉพาะในประเด็นการเดินทาง และอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน รวมถึงบริษัทนำเที่ยว และผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ควรวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุก่อนดำเนินการสื่อสารเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านอาชีพ รายได้ และลักษณะครอบครัว

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรเจาะลึกสืบต่อสืบทอดให้มากขึ้น อาจเป็นสืบที่ผู้สูงอายุชาวไทยใช้ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดอย่างสืบท่อหรือทศนิยม หรืออาจเป็นสืบที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุชาวไทยอย่างสืบท่องเทอร์เน็ต
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายพื้นที่เป้าหมายจากเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครไปยังภูมิภาคอื่นๆ ทั่วประเทศ เพื่อผลการวิจัยที่มีความครอบคลุมและถูกต้องแม่นยำมากขึ้น