

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ และความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ (Survey Method) ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2556 – เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556

การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยสถิติการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ความพึงพอใจจากการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว และ ปัญหาและอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) และ การทดสอบแบบไคสแควร์ (Chi-Square)

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และต่ำที่สุดคืออายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เป็น นักศึกษามากที่สุดจำนวน 238 คิดเป็นร้อยละ 59.5 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 30,001-50,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากทวีปอเมริกา จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

5.1.2 พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวได้แก่ ด้านการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์การใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวัน ระยะเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง รวมถึงช่วงเวลาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวบ่อยที่สุด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 7 – 10 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยวันละ มากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 และมีระยะเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง มากกว่า 3 ชั่วโมงต่อ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 สำหรับช่วงเวลาที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในช่วง 06.00 – 12.00น. จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

5.1.3 ความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว

ในส่วนของความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับมาก สามารถจำแนกได้คือ ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.13 การได้รับการอธิบายถึงรายละเอียดแพคเกจทัวร์ที่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และ มีความรวดเร็วในการติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

5.1.4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย= 3.75) สามารถเรียงลำดับปัญหาที่พบมากที่สุดคือ “รายละเอียดของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวน้อยเกินไป” ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=3.23) “การหาข้อมูลท่องเที่ยวทำได้ยากเพราะไม่รู้จักชื่อเว็บไซต์” (ค่าเฉลี่ย= 3.30) ข้อมูลการท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ตเข้าถึงยาก (ค่าเฉลี่ย= 3.45) ตามลำดับ

5.1.5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน 1 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า

1.1 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน (เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แหล่งที่มา) มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน (เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แหล่งที่มา) มีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวด้านช่วงเวลาในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐาน 2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน (เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ แหล่งที่มา) มีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการใช้งาน ด้านรายละเอียด และด้านผลลัพธ์และโดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง เรื่อง “พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี” ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยภายใต้สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอภิปราย ได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 7 – 10 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 43.0 มีระดับการให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยวันละมากกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 46.0 และมีระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งมากกว่า 3 ชั่วโมง ร้อยละ 32.0 และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวในช่วง 06.00 – 12.00น. ร้อยละ 41.5 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมและในรายด้าน: ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ การได้รับการอธิบายถึงรายละเอียดแพคเกจทัวร์ที่ตรงตามความต้องการและความรวดเร็วในการติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมจากเว็บไซต์ ในระดับมาก และพบปัญหาและอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับน้อยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อที่ว่า กระบวนการเปิดรับสารจากสื่อของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ การเลือกจดจำ ตลอดจนการศึกษาที่มีผลต่อพฤติกรรมเลือกรับสื่อและเนื้อหาสาร และองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร คือ การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนอง

จุดประสงค์ของตน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อที่ว่า การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคน แตกต่างกันไปตามความต้องการคุณประโยชน์ลักษณะของบุคคล ประสบการณ์และสถานะแวดล้อมทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งนี้ พิจารณาจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งเลือกจากรับข้อมูลที่มีความน่าสนใจ ตรงตามความต้องการ และให้ข้อมูลได้รวดเร็วเท่านั้น เพราะในยุคปัจจุบันข้อมูลได้เผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมาก ทำให้ผู้ใช้ข้อมูลได้รับความรวดเร็วในการใช้ประโยชน์จากสื่อ ดังนั้น ผู้ใช้ข้อมูลมีทางเลือกในการเลือกและใช้ข้อมูลที่ให้ประโยชน์และก่อให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดต่อกิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองได้จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐาน 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ แหล่งที่มา แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน หรือกล่าวได้ว่า ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับแนวคิดของ DeFleur (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 164-165) ที่ว่า ความแตกต่างของปัจเจกบุคคล สังคม และความสัมพันธ์ของกลุ่มสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันของบุคคล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หฤทัย วงศ์สิทธิพันธุ์ (2553) ซึ่งศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี” ที่พบว่า อายุ ชั้นปีที่ศึกษา และ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา และงานวิจัยของ นุสรรา ผ้ายผ้า (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 2” ซึ่งพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต คือ เจตคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต และ เพศ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านปัจจัยตัวอื่นได้แก่ ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต ความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและประโยชน์ของกิจกรรมอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนิดวีปียา แสงเย็นพันธุ์ (2554, น. 1-2) ศึกษาเรื่องผลของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งพบว่า อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในด้านส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาจากข้อมูลประชากรศาสตร์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี

และเป็นนักศึกษา ซึ่งเป็นช่วงอายุและวัยที่กำลังอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จึงทำให้มีความสนใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวมาก ซึ่งสอดคล้องกับที่วิลเบอร์ ชแรมม์กล่าวไว้ว่า การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาสาร

สมมติฐาน 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ แหล่งที่มา แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน หรือกล่าวได้ว่า ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ ของเดซา นันทพิชัย (2548, น. 2) ซึ่งอธิบายไว้ว่า การแสวงหาสารสนเทศเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลและมีลักษณะเป็นกระบวนการที่บุคคลใด ๆ พยายามหาหนทางที่จะให้ได้รับสารสนเทศตามที่ต้องการ โดยในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อกลางในการแสวงหาและรับข้อมูลข่าวสาร อินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะของการสื่อสารแบบแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ซึ่งต่างจากสื่อประเภทอื่นที่ส่งผ่านข้อมูลข่าวสารทางเดียวสู่ผู้รับ จึงกล่าวได้ว่าในสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ใช้นั้นมีอำนาจควบคุมข่าวสารเองได้ อีกทั้งอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้มีพลัง มีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมได้มากกว่าที่เคยได้รับจากสื่อในรูปแบบเดิม เพราะในสื่อนี้ผู้ใช้จะเป็นผู้ผลิต ผู้กระทำ และผู้ใช้ในเวลาเดียวกัน กล่าวว่างานอินเทอร์เน็ตนั้นมีศักยภาพมากกว่าโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ที่ส่งผ่านข้อมูลทางเดียว (Passive) เพราะอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกชนิดของข้อมูล ข่าวสาร ที่เขาต้องการได้รับและสามารถตอบสนองมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ได้ ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการแสวงหาข่าวสารย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหา (Content) ที่ได้แสดงไว้ในสื่อว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อได้มากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกิดความพึงพอใจด้วย ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรนภา กองงาม (2551) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย และอายุมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยอดชาย โคตรรุณิน (2549) ซึ่งศึกษาปัจจัยบางประการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จังหวัดฉะเชิงเทราการศึกษาพบว่า เพศ และ รายได้เฉลี่ยของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียน

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และงานวิจัยของ ชานนท์ อรรถนิตย์ (2555) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งพบว่า นักศึกษาต่างสาขากัน มีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิดวีปยา แสงเย็นพันธ์ (2554, น. 1-2) ศึกษาเรื่องผลของข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งพบว่า เพศและระดับการศึกษามีผลต่อข้อมูลจากสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในด้านกลยุทธ์การตลาดเว็บไซต์ท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ ระดับการศึกษาที่มีความสนใจในเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่กล่าวว่า การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวเป็นไปเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจขึ้นอยู่กับแตกต่างกันไปตามลักษณะของบุคคล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตจากผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ และความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ให้บริการข้อมูลจะต้องให้ความสำคัญกับการให้บริการออกแบบเว็บไซต์ และ เนื้อหาของเว็บไซต์ เพื่อเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการ และคำนึงถึงรายละเอียด และข้อมูลของตำแหน่งให้ตรงต่อความต้องการ และ พฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ลำดับแรกคือ “รายละเอียดของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวน้อยเกินไป” ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยวจะสามารถขอข้อมูลที่จำเป็นในการท่องเที่ยวได้ทั้งนี้อาจทำการประชาสัมพันธ์ชื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยใช้อินเทอร์เน็ต อากิ นิตยสาร แผ่นพับ หรือ โฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นต้น

3. ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาอื่นๆ ที่พบในระดับปานกลางคือ “การหาข้อมูลท่องเที่ยวทำได้ยากเพราะไม่รู้จักชื่อเว็บไซต์” และข้อมูลการท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ตเข้าถึงยาก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงควรมีการส่งเสริมเว็บไซต์โดยทุกครั้งที่ทำการโฆษณาหน่วยงานในสื่อต่างๆ ควรมีการลงรายละเอียดของเว็บไซต์ไว้ด้วยนอกจากนี้ยังอาจ

ใช้บริการโฆษณาของ Search Engine เช่น Google Adwords เพื่อให้เว็บไซต์ขึ้นมาปรากฏในลำดับแรกๆ เมื่อมีผู้ค้นหาข้อมูล

4. จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด ผู้ให้บริการเว็บไซต์จึงควรให้ความสนใจในส่วนของคุณภาพเนื้อหาและควรสร้างรูปแบบของเว็บไซต์ให้มีความสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการเก็บข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยเองซึ่งมีเครื่องมือในการรวบรวมคือแบบสอบถาม ดังนั้นในการวิจัยในครั้งต่อไปจึงควรทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยการเข้าไปกรอกแบบสอบถามในเว็บไซต์เพิ่มเติม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมและชัดเจนมากขึ้น

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เลือกเก็บข้อมูลเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ในอำเภอเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเปรียบเทียบกับเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายยิ่งขึ้น

3. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา เช่นรูปแบบของเว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยวว่ามีความสวยงาม และมีความชัดเจนของข้อมูลหรือไม่อย่างไร หรือควรต้องมีการปรับปรุงข้อมูลในระดับใด เพื่อเพิ่มเติมเนื้อหาของเว็บไซต์ต่างๆ