

doi: 10.14456/jiskku.2021.3

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเนเรชันวาย Information-Seeking Behaviors of Thai Generation Y Travelers

ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์^{1*}, ศศิพิมล ประพินพงศกร¹, แววดา เตชาทวีวรรณ¹

Piyada Daolomchan^{1*}, Sasipimol Prapinpongsakorn¹, Wawta Techataweewan¹

*Corresponding author email: piyada1493@gmail.com

Received: December 21, 2020

Revised: February 14, 2021

Accepted: February 18, 2021

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเนเรชันวาย

วิธีการศึกษา: ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุระหว่าง 19-34 ปี จำนวน 30 คน

ข้อค้นพบ: นักท่องเที่ยวไทยเจนเนเรชันวายมีพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว โดยมีการปฏิบัติ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ 2) การค้นหาและเข้าถึงสารสนเทศ 3) การตรวจสอบและการประเมินสารสนเทศ 4) การรวบรวมและการนำสารสนเทศไปใช้ และ 5) การประเมินผลลัพธ์ ซึ่งประเด็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่พบ คือ ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคล และด้านแหล่งสารสนเทศ

การประยุกต์ใช้จากการศึกษาครั้งนี้: ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนนำผลวิจัยไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริการสารสนเทศที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเจนเนเรชันวาย และส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวให้ขยายตัวมากขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ นักท่องเที่ยวไทย เจนเนเรชันวาย วัยรุ่นไทย

¹หลักสูตร ศศ.ม. สารสนเทศศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ; Information Studies Program, Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

Abstract

Purpose of the study: This investigation intends to explore information seeking behavior of Thai generation Y travelers and their problems and barriers in searching for information.

Methodology: In this qualitative study, interviews were conducted with 30 Thai travelers, aged between 19 to 34.

Main Findings: Analysis of the data reveals that the Thai generation Y travelers conduct their information search in 5 steps: identification of needed information, information seeking and access, information verification and evaluation, information organization and utilization, and search outcome assessment. In regard to problems and barriers in seeking information, it is reported that unavailability of English language websites in non-English speaking countries is the first barrier that provides the respondents with small chances to obtain needed traveling information. Besides, outdated touristic information on the websites is found to be the second barrier.

Applications of this study: Tourist business agencies and entrepreneurs and public traveling agencies can use these research findings for formulating tourist information model to respond to users' needs and promote tourism.

Keywords: Information seeking behavior, Thai travelers, Generation Y, Thai adolescents

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญอย่างมากของประเทศไทย เนื่องจากสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศมหาศาล อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร บริษัททัวร์นำเที่ยว เป็นต้น ซึ่งรัฐบาลพยายามผลักดันด้านการท่องเที่ยวโดยรวมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ด้วยการออกมาตรการต่าง ๆ มากกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวอยู่เสมอ โดยมีแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ในปี 2562 เน้นแผนการเพิ่มรายได้ที่ยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวภายใต้การดำเนินงาน 3 ทิศทางหลัก ประกอบด้วย 1) กระตุ้นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รอง 3) ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง เพราะให้รายละเอียดทุกอย่างที่เป็นประโยชน์กับการเดินทาง มีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีรายละเอียดครบถ้วน ทันสมัย จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยความราบรื่นและมั่นใจ และมีความรู้ความเข้าใจในสถานที่

ท่องเที่ยววนั้น ๆ นักท่องเที่ยวก็ได้รับประสบการณ์ที่ดีกลับไปด้วย อีกทั้งช่วยในการประชาสัมพันธ์และเป็นส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร (Tourism Authority of Thailand, 2019)

กลุ่มประชากรเจนเนอเรชันวาย (Generation Y หรือ Gen Y) ซึ่งนับว่าเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีจำนวนประมาณ 18 ล้านคนของประชากรทั้งหมดในประเทศไทย (Phungphol, Pasunon, & Chantuk, 2018) เป็นกลุ่มคนที่เกิดใน พ.ศ. 2521-2543 หรืออายุประมาณ 19-38 ปี (Riadh, Jessica, & Mathieu, 2019) และเป็นเจนเนอเรชันที่มีมากที่สุดในขณะนี้ ลักษณะของคนเจนเนอเรชันวายเป็นกลุ่มทันสมัย ไม่ตกยุค และมักเปื่อง่าย แต่เป็นกลุ่มที่ทันโลกทันเทคโนโลยี สามารถใช้อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย เช่น สมาร์ทโฟน โน้ตบุ๊กและกล้องดิจิทัลได้คล่องแคล่ว คนกลุ่มนี้จึงมีบุคลิกลักษณะด้านหนึ่งที่ค่อนข้างหือหาว ตามสมัยนิยม เป็นผู้บริโภคที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่น มีความเป็นตัวของตัวเอง ติดเพื่อน ชอบทำหลาย ๆ อย่างพร้อมกัน มองโลกในแง่ดี เป็นกลุ่มคนที่นักการตลาดทั่วโลกคาดว่าจะมีอิทธิพลสูงในยุคปัจจุบัน (Chaikaew, 2016) สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวายในประเทศไทยมีทั้งหมด 8.9 ล้านคน (TAT review, 2017) และเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีมากที่สุด คนกลุ่มนี้นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ที่ชอบอิสระและชอบวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในขณะที่คนยุคก่อนนิยมการท่องเที่ยวโดยใช้ทัวร์เพราะยังไม่มีอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพดีเท่ายุคปัจจุบันทำให้เลือกใช้บริการแบบทัวร์แบบเบ็ดเสร็จเพื่อความสะดวกและไม่ต้องหาข้อมูลเอง (Office of knowledge management and development, 2015) และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย (Wangsai, 2016; Kumlangphaet, 2016; Phungphol, Pasunon & Chantuk, 2018; Lerspipatthananon, 2018) พบว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากคนรุ่นก่อน ๆ อย่างชัดเจน โดยมีลักษณะเด่น ๆ ดังนี้ นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายมีความชอบและรสนิยมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย บางคนสนใจท่องเที่ยวเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง บางคนให้ความสำคัญกับอาหารเป็นอันดับแรก นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายชอบวางแผนด้วยตนเอง ไม่ชอบถูกกำหนดด้านเวลา สถานที่ หรือกิจกรรมจากบริษัทนำเที่ยว แผนการเดินทางสามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา มีการสืบค้นข้อมูลในการท่องเที่ยวมากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ เพื่อที่จะคัดกรอง เปรียบเทียบ และวางแผนการเดินทางให้เป็นไปตามที่ต้องการ เน้นแหล่งข้อมูลที่มาจากความสะดวกสบายในการใช้งาน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบใช้สื่อสังคม (Social Media) มากกว่าคนรุ่นอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวลาเดินทางท่องเที่ยว จะชอบบอกเล่าประสบการณ์ต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมตลอดเวลา นักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายนี้เป็นกลุ่มที่มีความคิดอิสระ แปลกใหม่ เป็นตัวของตัวเอง และค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information Seeking Behavior) เป็นกิจกรรมที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สารสนเทศ ข้อมูลและข่าวสารที่จะตอบสนองความต้องการของตน ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงานและเพื่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ในระหว่างการแสวงหาสารสนเทศ บุคคลผู้นั้นต้องปฏิสัมพันธ์กับระบบ

สารสนเทศ ซึ่งอาจเป็นระบบสารสนเทศโดยมนุษย์ หรือระบบสารสนเทศด้วยคอมพิวเตอร์ เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ เป็นต้น (Bhakdibutr, 1990; Wilson. 2000) สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ในการแสวงหาสารสนเทศนั้น เป็นการกระทำที่มีความสลับซับซ้อนและเป็นพลวัต ทำให้การศึกษาด้านนี้ของมนุษย์นิยมใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษากลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กด้วยวิธีสังเกต การสนทนา และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง หรือกึ่งโครงสร้างเพื่อให้ทราบพฤติกรรมที่แท้จริงของมนุษย์สามารถนำมาสร้างรูปแบบพฤติกรรมจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้ (Ellis, Cox, & Hall, 1993) และมีงานวิจัยชิ้นสำคัญที่พัฒนาตัวแบบพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศ ที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้หลายตัวแบบ เช่น ตัวแบบพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศของวิลสัน (Wilson' Model of Information Behavior) ตัวแบบพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศของเอลิส (Ellis' Behavioral Model of Information Seeking) ตัวแบบกระบวนการค้นหาสารสนเทศของคัลเธา (Kuhlthau' Information Search Process : ISP) และตัวแบบการแก้ปัญหาสารสนเทศของไอเซนเบอร์กและเบอร์โควิทซ์ (Eisenberg & Berkowitz' Information Problem-Solving : Big6 Skills Model) เป็นต้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในด้านของพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศในประเทศไทยพบว่ามีความสนใจทำการศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าวแต่แตกต่างกันไป เช่น งานวิจัยของ Rithidech (2014) ศึกษาพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการทำวิจัยของนักวิจัยในบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด โดยใช้ตัวแบบกระบวนการแสวงหาสารสนเทศของเอลิส Boonnu (2012) ศึกษาพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการจัดทำโครงงานวิทยาศาสตร์ของนักเรียนโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ โดยใช้ตัวแบบกระบวนการแสวงหาสารสนเทศของไอเซนเบอร์กและเบอร์โควิทซ์ Muangsuay (2012) ศึกษาพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศเพื่อการพัฒนาการปฏิบัติการพยาบาลของพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนในชมรมโรงพยาบาลเอกชนที่ไม่มุ่งผลประโยชน์ส่วนตน กรุงเทพมหานคร โดยใช้ตัวแบบการแสวงหาสารสนเทศของเลคซี เพ็ตติกรู และซิลแว็ง โดยจะพบว่าพฤติกรรมในการแสวงหาสารสนเทศมีกลุ่มตัวอย่างในหลากหลายอาชีพ เช่น นักเรียน นักศึกษา นักวิจัย พยาบาล นักวิชาการ สำหรับเหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวายเนื่องจากเป็นกลุ่มที่น่าสนใจและมีอิทธิพลสูงในทุกภาคธุรกิจ รวมทั้งธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เติบโตเร็วที่สุด นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ทันสมัยและมีความน่าเชื่อถือก่อนตัดสินใจเดินทาง ดังนั้น องค์กรท่องเที่ยวยุคใหม่จึงต้องเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและสามารถคาดการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงาน การรวบรวม วิเคราะห์จัดทำฐานข้อมูลขนาดใหญ่และจัดให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล/กลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง ในช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว คอลเซ็นเตอร์ เว็บไซต์ โมบาย แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น (Coates, Wipawin, Chutinan & Rapeepisarn, 2018) และจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังไม่ตอบสนอง

ต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในหลายด้าน เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลที่ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยว ความถูกต้องทันสมัยของข้อมูล วิธีการนำเสนอข้อมูลที่ไม่น่าสนใจ มีเอกสารเผยแพร่จำกัด และไม่ครอบคลุมหลายภาษา (Inklum, 2014) นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดทางเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถสืบค้นข้อมูลได้ด้วยตนเองในเวลาที่ต้องการ อีกทั้งด้านความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังขาดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้องค์กรขาดโอกาสในการพัฒนาการบริการสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้การบริการข้อมูลท่องเที่ยวขององค์กรท่องเที่ยวไม่ได้รับความสนใจ มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการน้อยลงอย่างต่อเนื่อง และมีลักษณะเป็นเพียงสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่ได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า (Suwanteerakit, 2010; Santaveesuk, 2010; Suporn, Rakruk, & Somnuek, 2013) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทำความเข้าใจและทราบถึงพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศ การศึกษาวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ต่อการวางแผนทางสำหรับการพัฒนาสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยวและการบริการสารสนเทศทางการท่องเที่ยวเพื่อให้ตรงกับความต้องการและความเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวายทั้งในปัจจุบันและในอนาคตให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย

ขอบเขตและวิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย ที่มีอายุระหว่าง 19-38 ปี จำนวน 30 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ ต้องเป็นผู้ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยได้วางแผนการสัมภาษณ์เริ่มจากการสรรหาและคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักก่อน ผู้วิจัยได้สรรหานักท่องเที่ยวชาวไทยที่พิจารณาจากคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการและบุคคลนั้นสะดวกที่จะให้ข้อมูล โดยเริ่มสรรหาจากเพื่อนที่เป็นนักท่องเที่ยวก่อนและได้มีการแนะนำผู้ให้ข้อมูลหลักคนอื่นๆ ต่อไป (snowball sampling) นอกจากนี้ยังสรรหาผู้ให้ข้อมูลหลักจากเพจท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้วิธีการสอบถามถึงประวัติการเดินทางท่องเที่ยว อายุ จากผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนเริ่มดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ตรงกับเกณฑ์ในการคัดเลือกที่กำหนดไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ศึกษาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ การท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเจนเรชันวาย

2) สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ การค้นหาและเข้าถึงสารสนเทศ การตรวจสอบและการประเมินสารสนเทศ การรวบรวมและการนำสารสนเทศไปใช้ และการประเมินผลลัพธ์ (Kuhlthau, 1993; Ellis, 1993; Wilson, 2000; Eisenberg & Berkowitz, 2001) ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านลักษณะเฉพาะทางบุคคล 2) ด้านสังคมหรือระหว่างบุคคล 3) ด้านแหล่งสารสนเทศ 4) ด้านสภาพแวดล้อม 5) ด้านเศรษฐกิจ (Wilson & Walsh, 1997) เพื่อใช้เป็นแนวคำถามในการสร้างแบบสัมภาษณ์

3) สร้างแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยแนวคำถาม 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย 5 ขั้นตอน

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย 5 ด้าน

4) ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ซึ่งประเมินความตรงตามเนื้อหา และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งทุกข้อคำถามได้ค่า IOC มากกว่า 0.67 จึงถือว่าเป็นข้อคำถามที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำไปทดลองสัมภาษณ์ (try out) กับนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย จำนวน 5 คน ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในข้อคำถามต่างๆ จากนั้นผู้วิจัยได้ทบทวนและปรับปรุงข้อคำถามกับอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท เพื่อให้ข้อคำถามมีความชัดเจนยิ่งขึ้นก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ผู้วิจัยนำเสนอโครงการวิจัยเพื่อรับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ รหัสโครงการวิจัย SWUEC-G-021/2563X โดยได้รับผลการพิจารณาว่าเป็นโครงการวิจัยที่เข้าข่ายยกเว้น (Research with Exemption from SWUEC) เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2563

2) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญร่วมด้วยภายใต้เกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่กำหนดในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง เดือนกรกฎาคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงที่อยู่ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด 19 จึงใช้วิธีสัมภาษณ์ทั้งแบบ

เผชิญหน้าและแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Microsoft Team, Zoom และ LINE ใช้เวลาในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก รายละเอียดประมาณ 45 นาที

4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้มามีความเพียงพอหรือไม่ โดยพิจารณาจากการอ้อมตัวของข้อมูลที่ได้มาว่าสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ตามกรอบแนวคำถามครบถ้วนหรือไม่เพียงใด จากนั้นนำวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ร่วมกับการจำแนกชนิดข้อมูลและสรุปผลในเชิงพรรณนา

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

นักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวายส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีสถานภาพโสด วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ สไตล์การท่องเที่ยวที่ชอบเป็น แนวธรรมชาติ เที่ยวตามร้านคาเฟ่/ร้านอาหาร เน้นถ่ายรูป แชแช/ช้อปปิ้ง และตามรอยศิลปินเกาหลี และชอบเดินทางท่องเที่ยวเองและไปกับกลุ่มเพื่อน ไปกับครอบครัว แฟน/คู่รัก ชอบเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และใช้สมาร์ทโฟนในการค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวเป็นหลัก

2. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวายมีพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ 5 ขั้นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดสารสนเทศที่ต้องการ แบ่งออกเป็น 2 กิจกรรม ดังนี้

1) การกำหนดสารสนเทศก่อนการเดินทาง นักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวายเตรียมตัวค้นหาสารสนเทศเพื่อการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้าด้วยตนเอง สารสนเทศที่ต้องการ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก ร้านอาหาร และวิธีการเดินทาง โดยค้นหาผ่านทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ บล็อก (Blog) เว็บไซต์ Pantip และ Youtube รวมทั้งการสอบถามเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยไปสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นมาแล้ว เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “มีการเตรียมตัวหาข้อมูลล่วงหน้าก่อนครับ โดยมีการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และสอบถามเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยไปเที่ยวที่นั่น ๆ มา (เพศชาย อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “มีการเตรียมตัวหาข้อมูลล่วงหน้า หลัก ๆ เลย คือ ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เป็นเว็บไซต์ที่มีคนเข้ามาแสดงความคิดเห็นเยอะ ๆ จากกลุ่มการท่องเที่ยว บล็อกต่าง ๆ ยูทูปช่องต่าง ๆ แล้วก็มีการถามคนที่เคยไปสถานที่นั้นมาแล้วให้เขารีวิวให้ฟัง (เพศหญิง อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

2) การกำหนดความต้องการสารสนเทศเบื้องต้นในด้านต่างๆ ก่อนการเดินทาง ได้แก่ 2.1) ด้านเนื้อหาสารสนเทศ โดยจะกำหนดและให้ความสำคัญกับเนื้อหาสารสนเทศด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร และ

การเดินทาง 2.2) ด้านประเภทสารสนเทศ จะเลือกใช้สารสนเทศประเภทออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ เพราะสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย 2.3) ด้านรูปแบบสารสนเทศ จะเลือกรูปแบบสารสนเทศที่เป็นรูปภาพ และรูปภาพทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ข้อความบรรยาย แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก วิธีการเดินทาง ต่าง ๆ ในเว็บไซต์ และคู่มือจากยูทูบ และแผนที่รายละเอียดด้านการเดินทางในเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และกูเกิลแมพ (Google maps) 2.4) ด้านแหล่งสารสนเทศ นักท่องเที่ยวเลือกใช้แหล่งสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต เพราะสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย รองลงมาจะเป็นสารสนเทศด้านบุคคล โดยมีการสอบถามเพื่อน หรือคนรู้จักที่เคยไปสถานที่นั้น ๆ มาแล้วเพื่อขอคำแนะนำหรือรีวิวสถานที่นั้น ๆ ให้ฟังเพื่อช่วยเพิ่มการตัดสินใจท่องเที่ยว ตัวอย่างการให้สัมภาษณ์ “1) ด้านเนื้อหา อันดับแรก ที่พัก ดูรีวิวจากเว็บไซต์ อันดับสอง ร้านอาหาร จะให้ความสำคัญมากขึ้น อันดับสาม วิธีการเดินทาง จะต้องเตรียมตัวมากในการหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ กันหลงทาง 2) ด้านประเภท ส่วนใหญ่จะใช้เว็บไซต์ ในการหาข้อมูลเป็นหลักเพราะ เดียวนี้สื่ออื่นจะไม่ทันสมัย อย่างหนังสือท่องเที่ยวอาจจะไม่ปัจจุบันสักเท่าไรเพราะพวกนี้มักจะตีพิมพ์หลายปีมาแล้ว พวกวารสาร โบรชัวร์อื่น ๆ จะมีบ้างตามงานท่องเที่ยวบริษัททัวร์ หรือบริษัทที่ขายแพ็คเกจทัวร์บางครั้งจะแจก แผนที่เดินทาง หรือข้อมูลเกร็ดเล็ก ๆ น้อยของสถานที่ บางครั้งก็จะเอามาอ้างอิงในการทำแผนท่องเที่ยวเหมือนกัน 3) ด้านรูปแบบ มีทั้งรูปภาพ ข้อความสั้น ๆ อธิบายสถานที่ ตำแหน่ง แล้วก็แผนที่ด้วย 4) ด้านแหล่งสารสนเทศ ใช้อินเทอร์เน็ต และมีการสอบถามจากเพื่อนก็มีสำหรับคนที่เคยไปแล้ว หรือคนที่ไปบ่อย ๆ (เพศหญิง อายุ 28 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “1) ด้านเนื้อหา อันดับแรก สถานที่ท่องเที่ยว อันดับสอง ที่พัก อันดับสาม ร้านอาหาร 2) ด้านประเภท ใช้ อินเทอร์เน็ตค่ะ กูเกิล เว็บไซต์ต่าง ๆ (พันทิป เฟซบุ๊กเพจ เช่น เที่ยวทั่วไทย ไปไหนดี) วิดีโอในยูทูบด้วย 3) ด้านรูปแบบ เลือกดูที่เป็นวิดีโอ รูปภาพ และข้อความบรรยายสถานที่นั้น ๆ และจะต้องมีแผนที่การเดินทางชัดเจน 4) ด้านแหล่งสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต และสอบถามเพื่อนที่อยู่ในระแวกใกล้เคียงพื้นที่นั้น ๆ อินเทอร์เน็ตทำให้รู้ข้อมูลในมุมของนักท่องเที่ยว แต่เพื่อนที่เป็นคนท้องถิ่นจะให้คำแนะนำเชิงลึกได้ (เพศหญิง อายุ 23 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาและเข้าถึงสารสนเทศ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1) การสำรวจข้อมูล นักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวายเริ่มต้นสำรวจข้อมูลจากแหล่งข้อมูลบน อินเทอร์เน็ตเนื่องจากเข้าถึงง่าย สะดวก มีข้อมูลมาก มีหลายข้อมูลหลายวิธีให้เปรียบเทียบ โดยนักท่องเที่ยวจะใช้ กูเกิลในการเริ่มต้นค้นหาสารสนเทศไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร วิธีการเดินทาง เพื่อเห็นผลการค้นหา มีข้อมูลให้เลือกดูหลากหลายตามผลการค้นหาที่แสดงขึ้นมา และสามารถไปต่อยังเว็บไซต์อื่น ๆ ได้ สำหรับวิธีการเดินทางต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีการใช้กูเกิลแมพเป็นตัวช่วยเพิ่ม ด้านที่พักนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกจองกับแอร์บี แอนด์บี (Airbnb), บูกิง (Booking) และ อะโกด้า (Agoda) มากที่สุดเนื่องจากเว็บไซต์ออกแบบให้ดูง่าย มีโปรโมชั่น บ่อยครั้งและได้รับประสบการณ์ตรงตามรีวิวเมื่อเข้าพักแล้ว ด้านตัวเครื่องบินนักท่องเที่ยวเลือกใช้เว็บไซต์สกายน สแกนเนอร์ (Skyscanner) มากที่สุดในการเปรียบเทียบราคา และใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อีกหนึ่งช่องทางที่จะ

ได้รับสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ยูทูบ และพันทิป บางส่วนมีการสอบถามคำแนะนำจากเพื่อนที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวประเทศ/จังหวัดนั้น ๆ มาก่อนเพื่อขอคำแนะนำ หรือนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่หามาจากอินเทอร์เน็ต เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “เริ่มต้นจากอินเทอร์เน็ต ก่อนอื่นจะเข้ากูเกิลก่อนเลยคะ เพราะจำ URL ของเว็บอื่น ๆ ไม่ได้ อย่างที่פקจะเลือกที่เป็นโรงแรมจากเว็บไซต์ www.booking.com / www.agoda.com หาชื่อโรงแรมจากกูเกิลก่อน พอเจอชื่อโรงแรม ก็ก๊อปปี้มาวางในกูเกิลอีกที ก็ค่อยมาเลือกอีกทีว่าเว็บไหนให้ราคาถูกลงสุด หรือไม่ก็เข้าอะโกด้าเลย เพราะชินกับหน้าเว็บอะโกด้า เข้ากูเกิลก่อนแล้วค่อยไปต่อ (เพศหญิง อายุ 28 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “เริ่มต้นจากอินเทอร์เน็ต ก่อนอย่างแรก เพราะเห็นจากเพจเฟซบุ๊ก เพจที่เราชอบ พอจะเริ่มค้นหาข้อมูลจะเริ่มเข้ากูเกิลก่อน เช่น พิมพ์เป็นชื่อเมืองไปก่อน “โอซาก้า แหล่งท่องเที่ยว” ก็ดูว่าที่ไหนมีที่เที่ยวที่เราสนใจและรู้จักอยู่แล้วบ้าง มีคำแนะนำจากเพื่อนด้วย ถ้าเป็นเฟซบุ๊กจะดูจากที่เราเคยแชร์เก็บไว้ หรือเคยเห็นผ่าน ๆ บังเอิญเห็น เห็นบล็อกเกอร์ลง หรือที่เขาแชร์ ๆ มาในเฟซบุ๊กและเห็นพอดี ยูทูบนี่จะมีช่องที่ชอบอยู่แล้วก็จะเข้าช่องนั้น ไปเลือกดูอีกที ส่วนการจองที่พักชอบจองของ Booking ค่ะ เพราะใช้ง่ายและชินกับแอปพลิเคชันนี้ (เพศหญิง อายุ 31 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

2) เครื่องมือช่วยค้นหาสารสนเทศ จะใช้ กูเกิล และใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ยูทูบ เพื่อดูผลการค้นหาและมีการเชื่อมต่อลิงก์ไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อค้นหาและเลือกสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมต่อไปเรื่อย ๆ เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “เครื่องมือช่วยค้น คือ เลิร์ชเอนจิน ใช้กูเกิลแล้วไปต่อเว็บไซต์อื่น ๆ เอาคะ ช่องทางอื่นอย่างเช่นวิดีโอก็ดู ยูทูบดูในเพจเฟซบุ๊ก เพราะจะมีพวกกรู๊ปท่องเที่ยวแต่ละคนก็จะมารีวิวสถานที่ท่องเที่ยวตามหัวข้อเพจคะ (เพศหญิง อายุ 28 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “ใช้เลิร์ชเอนจิน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต อิน스타그램, พันทิป, กูเกิล, เฟซบุ๊กก่อน (เพศหญิง อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

3) วิธีการหรือเทคนิคที่ใช้ในการค้นหาสารสนเทศ ส่วนใหญ่มีการใช้เทคนิคในการค้นหาด้วยการใช้คำสำคัญ เช่น ชื่อจังหวัด ประเทศ เมือง สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น และใช้การจำกัดคำค้นหาที่ต้องการด้วยการเว้นวรรคหลังสถานที่ ตามด้วยคำว่า “รีวิว” “ท่องเที่ยว” “ที่เที่ยว” “ที่พัก” “ร้านอาหาร” “พันทิป” “ประหยัด” “ประทับใจ” โดยนักท่องเที่ยวมีการปรับคำค้นให้แคบลง หรือกว้างขึ้นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการโดยใช้แฮชแท็ก # จากทวิตเตอร์ อิน스타그램 หรือเฟซบุ๊กเพื่อค้นหาสารสนเทศที่ต้องการ เช่น “#รีวิวเกาหลี” “#รีวิวญี่ปุ่น” เป็นต้น และมีการดูข้อมูลจากการเลือกดูที่คนอื่นปักหมุดสถานที่ไว้ในอิน스타그램 ส่วนนักท่องเที่ยวจะใช้เพื่อดูรูปภาพเพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “ส่วนใหญ่จะพิมพ์ชื่อสถานที่นั้น ๆ ลงไปในกูเกิล โดยพิมพ์ว่า “ฮองกง ที่เที่ยว” แล้วก็ขึ้นผลการค้นหามา ก็จะกดเข้าไปอ่าน ๆ ดู ผลการค้นหาก็ขึ้นมალ่าสุด ส่วนถ้าจะดูรีวิวในพันทิป จะพิมพ์ต่อท้ายในกูเกิลว่า “ฮองกง ร้านอาหารเจ้าเด็ด” “รีวิว ร้านดังในฮองกง” แล้วก็เลือกอ่านรีวิวร้านที่ใกล้สถานที่ ๆ เราจะไป และอ่านเลือกโพสต์ที่ข้อมูลค่อนข้างจะเป็นปัจจุบัน ไม่เกิน 2 ปี (เพศหญิง อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “เวลาจองที่

พักจะใช้เทคนิคจะเลือกตรง “ตัวกรอง” เลือกที่พักที่ใกล้ติดสถานีรถไฟ (เพศชาย อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบและการประเมินสารสนเทศ พบว่า มีการตรวจสอบและประเมินข้อมูลที่ค้นหามาเบื้องต้น โดยพิจารณาจาก 1) ความทันสมัยของข้อมูล ปีที่ใหม่ ๆ เป็นปัจจุบันมากที่สุด ปีล่าสุดหรืออาจจะย้อนหลังไม่เกิน 1 – 2 ปี เพราะบางครั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่นั้น ๆ ได้แก่ ข้อมูลด้านราคาค่าตัวโดยสารหรือวิธีการเดินทางได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว 2) ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูล มีการเปรียบเทียบว่าแต่ละแหล่งว่าให้ข้อมูลเหมือนหรือคล้ายกันหรือไม่ 2 แหล่งขึ้นไป เพื่อดูทิศทางของข้อมูลว่าจะไปในทางไหน ดูทั้งข้อมูลรีวิวด้านบวกและด้านลบเพื่อประกอบการตัดสินใจ นักท่องเที่ยวชอบดูข้อมูลที่เป็นภาพ รูปภาพอินโฟกราฟิก (Infographic) วิดีโอ เพราะดูง่ายและสะดวกมากขึ้น และเลือกดูข้อมูลจากเว็บไซต์ที่จัดเรียงสวยงาม เขียนเป็นข้อ ๆ อ่านเข้าใจง่าย และ 3) ดูความน่าเชื่อถือ โดยดูจากเพจท่องเที่ยวในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น Go went Go (เที่ยววันเที่ยว), HashCorner, อาจุมม่าบ้าเกาหลี, มุมเล็กๆ at เกาหลี และ I Roam Alone เป็นต้น โดยอ้างอิงจากจำนวนคนกดติดตาม คนกดไลค์และคนแชร์จำนวนมาก ๆ เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “มีการตรวจสอบและพิจารณาแหล่งข้อมูลที่ได้มาก่อนที่จะตัดสินใจ โดยความจากความน่าเชื่อถือ เช่น ถ้าเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือ ยูทูบชาแนล ควรจะมีคนกดติดตาม ถูกใจ กดแชร์จำนวนมาก มีรูปภาพหรือวิดีโอประกอบ อีกทั้งควรเป็นข้อมูลที่ทันสมัยไม่เก่ามากเกินไป และถ้ายังข้อมูลมีความน่าสนใจ เช่น ผู้เผยแพร่ทำเป็นภาพอินโฟกราฟิก ประกอบกับกับการบรรยายสั้น ๆ ก็จะทำให้ที่น่าสนใจมากขึ้น เพราะเราสามารถบันทึกรูปเก็บไว้ในมือถือเปิดดูได้ทุกเมื่อ เมื่อลื้ม (เพศชาย อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “แน่นอนว่าต้องมีการตรวจสอบ เพราะเราได้รับข้อมูลมาจากหลายด้านหลายแหล่งข้อมูล แต่ส่วนมากจะเน้นที่เป็นข้อมูลของปีล่าสุดค่ะ คิดว่าเป็นข้อมูลที่อัปเดตใกล้เคียงปัจจุบัน เราก็ต้องมารวบรวมแล้วดูว่าทิศทางส่วนมากจะไปไหน หรืออาจจะต้องดูจากความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลไม่ว่าจะเป็นรีวิว เช่น บล็อกเกอร์ต่าง ๆ เพจนี้มีผู้ติดตามเยอะไหม ดูวิดีโอจะน่าเชื่อถือที่สุด (เพศหญิง อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

ขั้นตอนที่ 4 การรวบรวมและการนำสารสนเทศไปใช้ พบว่า ก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีการรวบรวมและจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวของตนเองโดยการทำข้อมูลเป็นแผนการท่องเที่ยวโดยใช้ 1) Microsoft word ในการรวบรวมข้อมูลและทำแผนการท่องเที่ยว เนื่องจากสะดวก สามารถเพิ่มรูปภาพข้อความต่าง ๆ เพื่อดูเป็นภาพรวมได้ 2) Microsoft excel เนื่องจากสะดวกและเข้าใจง่าย สามารถทำเป็นตารางแท็บหมวดหมู่ต่าง ๆ ได้ ด้านเวลา สถานที่ เพิ่มรายละเอียดเล็กน้อยได้ รวมถึงมีการบันทึกในลักษณะการบันทึกภาพหน้าจอ (Capture) ลงสมาร์ตโฟนเพื่อเวลาใช้งานจริงก็จะสามารถเปิดเลือกดูได้ทันที ส่วนการนำสารสนเทศไปใช้นั้นจะใช้การพิมพ์ (print) แผนการท่องเที่ยวของตนเองในรูปกระดาษออกมาพกติดตัวไปด้วยหากเดินทางท่องเที่ยว และมีการส่งไฟล์เข้าอีเมลของตนเองในสมาร์ตโฟน เพื่อป้องกันแผนการท่องเที่ยวที่พกติดตัวไปด้วยสูญหายระหว่างทาง หรือไม่สะดวกในการหยิบขึ้นมาดู นอกจากนี้ยังใช้วิธีการส่งต่อหรือแชร์ (Share) แผนการ

ท่องเที่ยวผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ “Line” “Google sheet” หรือทางอีเมลให้เพื่อนร่วมเดินทางด้วย เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “นำข้อมูลที่รวบรวมมาทั้ง ข้อความ การเดินทาง มาทำลง Excel เพราะ Excel ดูเรียบร้อย ทำเป็นหมวด ๆ ได้ เช่น ร้านอาหารที่อยากไป ตารางรถไฟ ค่าใช้จ่าย แล้วพิมพ์ออกมาพกติดตัวไปด้วย แล้วก็อัปโหลด Excel ที่ทำไว้ใน Google sheet ด้วยเพราะมันดูออนไลน์ได้เลย แคร่ให้เพื่อนดูได้ด้วย (เพศหญิง อายุ 25 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “วิธีรวบรวมข้อมูลจะเป็นแพลนไว้ มีการแชร์ไฟล์ Word ที่ทำเก็บไว้ในมือถือ ส่งเข้าอีเมลทั้งของตัวเองและเพื่อนร่วมทริป และพิมพ์ออกมาติดตัวไปด้วย ส่วนในไฟล์ Word จะทำเป็นภาพรวมคล้าย ๆ ตารางเรียนว่าวันไหนไปที่ไหนบ้าง ช่วงไหน ที่ไหน (เพศหญิง อายุ 27 ปี อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ)”

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลลัพธ์ พบว่า เมื่อทำการค้นหาและเตรียมข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ไม่ได้มีการประเมินแบบเป็นทางการนัก แต่สามารถบอกได้ว่าข้อมูลที่รวบรวมและนำไปใช้นั้นตรงกับความต้องการค่อนข้างมาก ข้อมูลทุกอย่างที่หามาได้ค่อนข้างตรงสามารถนำไปใช้ได้จริงและข้อมูลที่ได้ตรงกับความเป็นจริงภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ ที่ได้พบเจอ ยกเว้นเจอเหตุการณ์เฉพาะหน้าซึ่งจะต้องหาข้อมูลใหม่ เช่น เกิดหลงทาง ข้อมูลตารางเวลาการเดินทางรถไฟเปลี่ยน ร้านหรือสถานที่นั้น ๆ ปิดไปแล้ว แต่ข้อมูลที่หาไม่ได้อัปเดต ภูเก็ตแผนที่ นำทางไปข้อมูลไม่ได้อัปเดตให้เป็นปัจจุบัน สภาพอากาศไม่ดี หรือเปลี่ยนแผนใหม่ ณ ตรงนั้น เป็นต้น และหากมีการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ในขั้นตอนของการแสวงหาสารสนเทศ นักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวายมีจุดหรือขั้นตอนที่ต้องการปรับปรุงหรือใส่ใจในเรื่องของการค้นหาข้อมูลด้านเวลาเปิด-ปิดสถานที่ และการเดินทาง เช่น เวลาของรถไฟซึ่งอาจมีเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจต้องอัปเดตข้อมูลการเดินทางของตนเองก่อนเดินทางล่วงหน้า 1 วัน เป็นต้น เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “ตรงกับความต้องการ ข้อมูลทุกอย่างที่หาไป ให้ระดับตรงมาก หน่วยงานอาจมีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยด้านข้อมูลเวลาของรถไฟ และตรงกับความเป็นจริงภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ การเดินทางได้ข้อมูลมาถูก แต่พอไปหน่วยงานจริงเราอาจจะงงเฉย ๆ หรือเราเดินทางเองค่ะ ส่วนขั้นตอนที่ต้องการปรับปรุงหรือใส่ใจมากขึ้น น่าจะเป็นขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล จะต้องค้นหาข้อมูลด้านเวลา ต้องใส่ใจเวลาเปิด-ปิดมากขึ้น เวลาการเดินทาง หาข้อมูลให้ละเอียดมากขึ้น (เพศหญิง อายุ 31 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “ตรงกับความต้องการ เพราะทำข้อมูลไว้ละเอียด ข้อมูลที่ได้รับตรงกับความเป็นจริงภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ แต่ก็จะมีส่วนของข้อมูลด้านการเดินทาง คือ เราทำข้อมูลไปแล้วก็จริง แต่พอสถานการณ์จริง เวลาที่ญี่ปุ่นมันเยอะมาก เหมือนมีเปลี่ยนแปลงด้วย แล้วเราไม่ได้เช็คข้อมูลอีกทีเลยตรรกะทำให้ไปไม่ทัน ส่วนจุดที่อยากจะใส่ใจเพิ่มเติม คือ เรื่องข้อมูลตารางเวลาเดินทางมากขึ้น ขั้นที่หาข้อมูล อาจจะต้องปรับปรุงข้อมูลก่อนการเดินทางล่วงหน้าอีกทีสัก 1 วัน และข้อมูลเรื่องการต่อรถให้มากขึ้น (เพศหญิง อายุ 25 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

3. ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย พบว่า มีปัญหาอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศ 2 ด้านหลัก ๆ คือ ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคลและด้านแหล่งสารสนเทศ

โดยด้าน ลักษณะเฉพาะของบุคคล พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการหาข้อมูลทางด้านภาษาต่างประเทศ แหล่งข้อมูลบางแหล่งไม่มีภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากล เช่น นักท่องเที่ยวได้เข้าเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่เป็นภาษาญี่ปุ่น เป็นเว็บที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนั้น ๆ นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลจากเว็บนี้ แต่อ่านภาษาญี่ปุ่นไม่เข้าใจ จึงได้ลองนำไป แปลที่กูเกิลแปลภาษา แต่ก็ยังไม่เข้าใจเนื้อหาอยู่ดี เป็นต้น ภาษามีความหลากหลายตามภาษาประจำชาติ ของประเทศต่าง ๆ มีการใช้แอปพลิเคชันช่วยแปลภาษาทันทีเมื่อประสบปัญหาทางด้านภาษา เช่น เดินทางไป ต่างประเทศที่เขาไม่พูดหรือไม่ใช้ภาษาอังกฤษ (รัสเซีย) และคนพื้นที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับเราได้ ก็จะทำให้เกิดความลำบากในด้านนี้เวลาเราต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากคนในพื้นที่ครับ เป็นต้น ส่วนด้านแหล่ง สารสนเทศ พบว่า เวลาค้นหาข้อมูลจะเจอแหล่งสารสนเทศที่ไม่ค่อยปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันนักทำให้ข้อมูล ขาดความทันสมัยหรือทันเหตุการณ์ในช่วงเวลาที่จะไปเที่ยว จึงทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในเรื่องของ สถานที่ ราคา และเส้นทางในการเดินทาง เป็นต้น เห็นได้จากผลการสัมภาษณ์ที่ว่า “ส่วนมากจะเป็นปัญหาเรื่อง ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ไม่ปรับปรุงจนเป็นปัจจุบันมากนัก จึงทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนกับสถานที่จริงอยู่บ้าง ถ้าปรับปรุงจุดนี้ได้ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากขึ้น (เพศชาย อายุ 27 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)” และ “แผนที่ ในกูเกิลแมพบางทีไม่มีการอัปเดต ทำให้ได้ข้อมูลคลาดเคลื่อน และเว็บไซต์บางเว็บข้อมูลด้านราคาตัวโดยสารรถ อาจจะไม่ตรงตามความเป็นจริงที่หน้างาน อาจจะถูกกว่า หรือแพงกว่า แล้วแต่สถานการณ์ (เพศหญิง อายุ 26 ปี อาชีพพนักงานบริษัท)”

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย

1.1 ขั้นตอนการหาสารสนเทศที่ต้องการ นักท่องเที่ยวมีการกำหนดสารสนเทศที่ต้องการก่อนการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเริ่มต้นแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวโดยมีการเตรียมตัวค้นหาสารสนเทศ เพื่อการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้าด้วยตนเองก่อน ซึ่งคนเจนเรชันนี้ชอบวางแผนเดินทางล่วงหน้า ตลอดเสมอ เพื่อให้เป็นไปตามแผนและอยู่ในกรอบการเดินทางท่องเที่ยวที่ตนเองต้องการ และไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับทัวร์ โดยนิยมค้นหาข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และบล็อกท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวเจนเรชันนี้ไม่ค้นหาข้อมูลผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร เอกสารโบรชัวร์ เนื่องจากรู้สึกได้เนื้อหาที่ไม่ ทันสมัย และเข้าถึงได้ไม่สะดวกเท่ากับการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kambele, Li & Zhou (2015) ที่นักท่องเที่ยวพึ่งพาการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมากในแสวงหาข้อมูล และงานวิจัยของ Li et, al (2013) ที่พบว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนเจนเรชันวายมากที่สุดคือสื่อสังคมออนไลน์ เพราะกลุ่มคนเจนเรชันวายเป็นผู้ที่ใช้และมีความคุ้นเคยกับการติดต่อสื่อสาร สื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล อีกทั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ernest, Level & Culbertson (2005) ที่พบว่าพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของ ประชาชนทั่วไป ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงจากแหล่งสารสนเทศแบบเดิม เช่น โทรศัพท์ ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว

จดหมาย มาเป็นการค้นหาจากสื่ออินเทอร์เน็ต และนักท่องเที่ยวเจนเรชันวายมักจะนิยมวางแผนเบื้องต้น โดยให้ความสำคัญกับเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และการเดินทาง เลือกค้นหาสารสนเทศในรูปแบบออนไลน์จากแหล่งอินเทอร์เน็ต เพราะ สะดวกรวดเร็ว ทันสมัย เข้าถึงง่าย เลือกดูเนื้อหาในรูปแบบรูปภาพ ภาพอินโฟกราฟิก วิดีโอจากยูทูบ ข้อความอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในเว็บไซต์ และแผนที่รายละเอียดการเดินทาง ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวเจนเรชันวายซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มีความเคยชินกับการใช้อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวเจนเรชันวายที่ชอบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ชอบถูกจำกัดในด้วยเรื่องของเวลาหรือสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rodriguez (2009) ที่กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ว่าเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ใช้สามารถแสดงตัวตน ได้เห็นการนำเสนอประสบการณ์ แนวคิด รูปภาพ หรือเนื้อหาการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิง การวางแผน การตัดสินใจการท่องเที่ยว และงานวิจัยของ Ruimai (2006) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เวิลด์ไวด์เว็บ ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ บนเว็บไซต์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่เผยแพร่บนอินเทอร์เน็ตสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวได้ และสอดคล้องกับ Buhalis, et al (2014) ที่ให้ข้อเสนอแนะว่าการให้บริการข้อมูล หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการวางแผนของนักท่องเที่ยวควรคำนึงถึงรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย เพราะบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างหลากหลายและยังสอดคล้องกับพฤติกรรมของคนในยุคที่มีการใช้เทคโนโลยีอย่างกว้างขวางด้วย

1.2 ขั้นการค้นหาและเข้าถึงสารสนเทศ นักท่องเที่ยวเจนเรชันวายเริ่มต้นสำรวจสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เป็นเพราะคนเจนเรชันนี้คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีเป็นอย่างดี ถนัดการใช้อินเทอร์เน็ตเนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว มีข้อมูลมาก มีหลายข้อมูลจากหลายแหล่งและหลายวิธีทำให้เปรียบเทียบ โดยนักท่องเที่ยวจะใช้ ภูเกิล ในการเริ่มต้นค้นหาข้อมูลก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อเข้าถึงผลการค้นหา มีข้อมูลให้เลือกดูหลากหลาย และสามารถไปต่อยังเว็บไซต์อื่น ๆ ได้ ซึ่งเป็นไปตามหลักการใช้ความพยายามน้อยที่สุดที่อธิบายว่าคนทั่วไปมักจะแสวงหาสารสนเทศด้วยวิธีที่สะดวกที่สุด จากแหล่งที่เข้าถึงง่ายที่สุด (Bate, 2010) เนื่องจากมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ และมีความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอีกทั้งยังมีสื่อต่าง ๆ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงด้านการคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ และในส่วนที่พบว่ามีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกช่องทางที่จะได้รับสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่มักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันอยู่แล้วทำให้ได้รับสารสนเทศมีการแสดงขึ้นมาหน้าฟีด (Feed) บ่อยครั้งตามที่ตนเองสนใจไปติดตาม อีกทั้งยังได้รับข้อมูลตลอดเวลาจากการแชร์หรือแบ่งปันของคนในกลุ่มเดียวกันที่มีความสนใจในเรื่องท่องเที่ยวเหมือนกันอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Samerchit (2015) ที่พบว่าแหล่งสารสนเทศที่บุคคลในช่วงวัยนี้เลือกใช้มากที่สุด คือ

อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เพราะสะดวก ง่าย มีความคุ้นเคยในการเข้าถึงแหล่งสารสนเทศโดยวิธีนี้ และงานวิจัยของ Lerspipatthananon (2018) ที่พบว่า มักจะพบเห็นคนในเจนเรชันวายในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม และ ยูทูบ เป็นต้น โดยจะพบถึงการเล่าเรื่องราวละเอียดการเดินทาง ประกอบภาพถ่ายแบบทันทีทันใด ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากคนเจนเรชันก่อนหน้า

สำหรับการใช้เครื่องมือช่วยค้นหาสารสนเทศ พบว่ามักใช้ กูเกิล และ สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการค้นหาข้อมูลและใช้การเชื่อมต่อลิงก์ไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อค้นหาและเลือกสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมต่อไปเรื่อย ๆ เนื่องจากวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงไป อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการใช้ชีวิตประจำวันซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA, 2020) รายงานว่าในปี 2563 วัยที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดครองแชมป์ 5 ปีซ้อน คือกลุ่มเจนเรชันวายซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนผ่านสู่ชีวิตดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Noibuatip (2018) ที่พบว่าบุคลากรมหาวิทยาลัยมหาสารคามใช้แหล่งสารสนเทศอินเทอร์เน็ตและฐานข้อมูลออนไลน์ เช่น Google, Google scholar, Pubmed, Sciencedirect เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเจริญก้าวหน้าอย่างมากและแหล่งข้อมูลสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญและใหญ่ที่สุด มีการปรับปรุงข้อมูลอยู่ตลอดเวลาแทบทุกวินาที ซึ่งบุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงสารสนเทศได้ทุกสาขาวิชา อีกทั้งสามารถสืบค้นได้ทุกสถานที่ งานวิจัยของ Praditteera (2013) ที่พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกใช้แหล่งสารสนเทศที่มีความสะดวก โดยเลือกใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาสารสนเทศจากเว็บไซต์ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เทคนิคการค้นหาด้วยคำ กลุ่มคำ คำสำคัญ เพื่อใช้ในการจำกัดคำค้นหาที่ต้องการด้วยการใช้เทคนิคการเว้นวรรคและใช้แฮชแท็ก (#) เพื่อค้นหาจากทางสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เปลี่ยนแปลงไป มีการสืบค้นข้อมูลอย่างง่าย สะดวกตนเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Charoenwanchaikul (2011) ที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลโดยใช้โปรแกรมค้นหาข้อมูล ได้แก่ กูเกิล มากที่สุด ค้นหาข้อมูลโดยใช้คำสำคัญที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่จะใช้คำค้นที่เป็นภาษาไทยก่อนในการค้นหาสารสนเทศที่ต้องการ ซึ่งนักศึกษามักใช้ศัพท์แบบไม่ควบคุม หรือภาษาธรรมชาติ เช่น คำ กลุ่มคำ และวลีมาเป็นคำค้นมากกว่าการใช้ศัพท์แบบควบคุม และมีการใช้เทคนิคการสืบค้นสารสนเทศ เช่น การเว้นวรรค การปรับคำค้นให้แคบลง หรือกว้างขึ้น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ และงานวิจัยของ Chomjuntuek (2018) ที่กล่าวว่าแฮชแท็กท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อเอาไว้แชร์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอสถานที่ตามแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงจึงมีการใช้แฮชแท็กท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางในการรีวิวสถานที่ต่าง ๆ ผ่านตัวอักษรและรูปภาพที่สวยงามบนแฮชแท็กของหัวข้อนั้น ๆ ซึ่งในส่วนนี้คิดว่าแฮชแท็กท่องเที่ยวที่ตั้งขึ้นมาน่าจะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะการใช้แฮชแท็กเปรียบเสมือนเป็นการบอกต่อข้อมูล และยังสอดคล้องกับ NSTDA (2013) ที่กล่าวว่าในปัจจุบันแฮชแท็กได้ถูกนำมาใช้กับสื่อสังคมออนไลน์หลายตัวทั้ง ทวิตเตอร์, อินสตาแกรม, ยูทูบ

รวมทั้ง กูเกิล เองก็ได้เพิ่มความสามารถระบบสืบค้นของตนเองให้รู้จักกับเครื่องหมาย # เป็นส่วนประกอบของคำค้นอีกด้วย

1.3 ขั้นการตรวจสอบและการประเมินสารสนเทศ ที่พบว่าการตรวจสอบและประเมินข้อมูลที่ค้นหาเบื้องต้น โดยพิจารณาความทันสมัยของข้อมูล ความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูล ความน่าเชื่อถือเป็นลำดับแรก ๆ ซึ่งจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวยุคไทยเจนเนอเรชันวายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบความถูกต้อง ความทันสมัย ความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนที่จะนำข้อมูลไปใช้ในการเดินทาง เพราะจะต้องนำข้อมูลที่ค้นหาได้ไปใช้จริง และเนื่องจากคนเจนเนอเรชันวายนี้มีความคาดหวังสูง ต้องการความน่าเชื่อถือว่าข้อมูลที่หามาได้จะตรงกับสถานการณ์จริงเมื่อเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongsadiloke (2016) ที่พบว่ามีนิสัยมีการแยกแยะและตรวจตราสารสนเทศจากความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา จากความเกี่ยวข้องของเนื้อหาสารสนเทศ และความทันสมัยของสารสนเทศ งานวิจัยของ Bronstein (2007) ที่พบว่าการตรวจสอบข้อมูลและข้อเท็จจริงจากการค้นหาสารสนเทศว่าสารสนเทศที่ค้นหาได้นั้นตรงกับวัตถุประสงค์หรือไม่ และกิจกรรมการตรวจสอบเป็นขั้นตอนอิสระที่สามารถกระทำได้ทุกขั้นตอนของการวิจัย

1.4 ขั้นการรวบรวมและการนำสารสนเทศไปใช้ ที่พบว่า ก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการท่องเที่ยวมักมีการรวบรวมและจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวของตนเองโดยการทำข้อมูลเป็นแผนการท่องเที่ยวโดยพิมพ์จัดเก็บไว้ในโปรแกรมรวมถึงมีการบันทึกในลักษณะการบันทึกภาพหน้าจอลงสมาร์ทโฟน และจะจัดเตรียมนำสารสนเทศไปใช้โดยการพิมพ์ (print) แผนการท่องเที่ยวของตนเองในรูปกระดาษออกมาพกติดตัวไปด้วยหากเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งส่งไฟล์เข้าอีเมลของ อีกทั้งยังใช้วิธีการแชร์แผนการท่องเที่ยวผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์ต่าง ๆ หรือทางอีเมลให้เพื่อนร่วมเดินทางด้วย ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะคนเจนเนอเรชันนี้มีความยืดหยุ่นสามารถปรับและจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวของตนเอง โดยขึ้นอยู่กับความความถนัด และความสะดวกของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rithidech (2014) ที่พบว่านักวิจัยมีวิธีการดึงสารสนเทศออกมาในรูปแบบของ PDF, Microsoft word และ Microsoft Excel ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความสะดวกของนักวิจัย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Juychum, Sittichai & Lertpongsombat (2013) ที่พบว่านักศึกษามีวิธีการจัดการสารสนเทศที่คัดเลือกจากการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ โดยมีการบันทึกข้อมูลเก็บไว้ เนื่องจากเห็นว่าสามารถเรียกดูข้อมูลทั้งหมดในภายหลังได้ และสะดวกในการนำไปใช้

1.5 ขั้นการประเมินผลลัพธ์ เมื่อนำสารสนเทศไปใช้ในการเดินทางแล้ว นักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ จะมีการประเมินแบบไม่เป็นทางการว่า สารสนเทศที่รวบรวมและนำไปใช้นั้นครบและตรงกับความต้องการค่อนข้างมาก ข้อมูลทุกอย่างที่ได้ค้นหานั้นโดยรวมค่อนข้างตรงมาก และมีความพอใจเพราะสามารถนำไปใช้ได้จริง สำหรับการแสวงหาสารสนเทศเพิ่มเติมนั้น อาจมีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อเดินทางท่องเที่ยวแล้วประสบปัญหาข้อมูลที่หาได้ไม่ครอบคลุม หรือเกิดเหตุการณ์เฉพาะหน้า จึงทำให้ต้องเกิดการแสวงหาสารสนเทศเพิ่มเติมในขณะนั้น และหากมีการท่องเที่ยวในครั้งหน้า นักท่องเที่ยวก็จะประเมินและ

ให้ความสำคัญได้ว่าสารสนเทศที่ได้รับมานั้นเพียงพอหรือไม่ หรือยังขาดส่วนใดอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rithidech (2014) ที่พบว่านักวิจัยได้สารสนเทศที่ตรงกับความต้องการอย่างเพียงพอ ครบตรงตามโครงเรื่องที่กำหนด และมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลครั้งสุดท้ายซึ่งทำให้สามารถประเมินได้ว่าสารสนเทศที่ต้นคันทามาได้นั้นเพียงพอหรือไม่ หรือยังขาดส่วนใดอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thivant (2005) ที่พบว่าการแสวงหาสารสนเทศจะเสร็จสิ้นลงหรือไม่ ต้องดูจากสถานการณ์ว่าขณะนั้นมีข้อมูลพร้อมสำหรับนำไปใช้ หรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติมโดยกลับไปตรวจตราแหล่ง และสำรวจเลือกดูอีกครั้ง และยังสอดคล้องกับวิจัยของ Mohammed (2007) ที่พบว่าหากได้รับสารสนเทศไม่ตรงกับประเด็นที่ต้องการ หรือหากมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากปัญหาในการแสวงหาสารสนเทศเกิดขึ้น นักวิจัยก็จะทำการแสวงหาสารสนเทศใหม่ โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ให้สามารถหาสารสนเทศมาตรงตามต้องการ

2. ปัญหาและอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเรชันวาย

จากผลการวิจัยที่พบว่ามีปัญหาอุปสรรคในการแสวงหาสารสนเทศ 2 ด้านหลัก คือ 1) ด้านลักษณะเฉพาะของบุคคลที่เจอปัญหาและอุปสรรคในการหาข้อมูลทางด้านภาษาต่างประเทศ แหล่งข้อมูลบางแหล่งไม่มีภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลภาษามีความหลากหลายตามภาษาประจำชาติของประเทศต่าง ๆ มีการใช้แอปพลิเคชันช่วยแปลภาษาทันทีเมื่อประสบปัญหาทางด้านภาษา เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนจะไม่ใช้คำค้นที่เป็นภาษาอังกฤษ ในการสืบค้นเพราะไม่ถนัดใช้ภาษาทั้งตอนแสวงหาสารสนเทศก่อนการเดินทางและเมื่อเดินทางท่องเที่ยวแล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wuthisomboon (2003) ที่พบว่าอุปสรรคทางด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาที่ไม่ถนัดในการใช้และการแปลเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการแสวงหาสารสนเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Charoenwanchaikul (2011) Boonnu (2012) Rithidech (2014) ที่พบว่าบุคคลมักมีอุปสรรคทางด้านภาษาซึ่งเป็นปัญหาลักษณะเฉพาะของบุคคล บางคนจะไม่ใช้คำค้นที่เป็นภาษาอังกฤษในการสืบค้น เพราะไม่ถนัดในการใช้ภาษา ทำให้เกิดอุปสรรคในการค้นหาข้อมูล 2) ด้านแหล่งสารสนเทศที่พบว่าไม่ค่อยมีความทันสมัยหรือทันเหตุการณ์ในช่วงเวลาที่จะไปเที่ยว จึงทำให้เกิดได้รับข้อมูลที่คลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กล่าวว่าข้อมูลที่หามาได้นั้นเมื่อนำไปใช้จริงแล้ว ส่วนใหญ่ที่พบว่าไม่ค่อยทันสมัยหรือทันเหตุการณ์มากที่สุดจะเป็นในเรื่องของเวลาเปิด-ปิดสถานที่ การขนส่ง ราคาค่าโดยสาร และรายละเอียดการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวกล่าวว่าควรปรับปรุงข้อมูลของตนเองอีกครั้งล่วงหน้า 1 วันก่อนเดินทางอีกด้วย เพื่อป้องกันข้อมูลคลาดเคลื่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Coates (2010) ที่พบว่าบางเว็บไซต์ให้ข้อมูลไม่เพียงพอไม่ครอบคลุมที่จะนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ทำให้ต้องแสวงหาสารสนเทศที่ต้องการจากแหล่งสารสนเทศมากกว่าหนึ่งแหล่ง ข้อมูลขาดความถูกต้องและเว็บไซต์บางเว็บไม่ได้ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสารสนเทศที่ไม่ถูกต้องจากแหล่งนั้นไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวยุคมีพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวโดยใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก มีอุปสรรคปัญหาทางด้านภาษาเมื่อพบสารสนเทศที่เป็นภาษาต่างประเทศและสารสนเทศที่ได้ไม่เพียงพอความต้องการ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวยุค เช่น ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนหน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศท่องเที่ยวอื่นๆ ควรส่งเสริมให้มีการผลิตสื่อสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบออนไลน์ที่มีความถูกต้อง ทันสมัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้อาจพัฒนารูปแบบบริการสารสนเทศใหม่ๆ ให้ตรงกับความต้องการและอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวยุคเฉพาะกลุ่มโดยนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทางอย่างครอบคลุมและเพียงพอ เช่น บริการข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่มีการแปลข้อมูลเฉพาะจากภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยในบางหัวข้อเฉพาะตามความเหมาะสมเพิ่มเติม บริการข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวยุคที่มีความสนใจเฉพาะเรื่องเดียวกันโดยเน้นผ่านช่องทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ รวมถึงเพิ่มจุดเชื่อมโยงจากเว็บไซต์ของหน่วยงานไปยังแหล่งข้อมูลออนไลน์หลากหลายประเภทเพื่อขยายช่องทางข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวยุคในการค้นหาข้อมูลและได้ข้อมูลเพียงพอต่อการนำไปใช้งานตามวัตถุประสงค์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณหลักสูตร ศศ.ม. สารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้ทุนสนับสนุนการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Mohammed, Al-Suqri N. (2007). **Information needs and seeking behavior of social science scholars at Sultan Qaboos University in Oman: A mixed-method approach**. Retrieved 25 March 2019, from <http://search.proquest.com/docview/304720781>
- Bhakdibutr, C. (1990). **Saranithetsartbueangton**. (In Thai). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Boonnu, N. (2012). **Information seeking behavior of Mahidol Wittayanusorn school students in conducting science projects**. (In Thai) Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Bronstein, J. (2007). **The role of the research phase in information seeking behavior of Jewish studies scholars: A modification of Ellis's behavioral characteristics**. Retrieved 20 May 2020, from <http://www.informationr.net/ir/12-3/paper318.html>

- Buhalis, D., Cobanoglu, C. & Law, R. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 26(5), 743. Retrieved 5 May 2020, from <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/IJCHM-08-2013-0367>.
- Chaikaew, P. (2016). **The influence of inclusive leadership on business success of Generation Y entrepreneurs in Thailand**. (In Thai) Bangkok: Thammasat University.
- Charoenwanchaikul, S. (2011). **Information seeking behavior in conducting research projects of the 4th year undergraduate students in Rajamangala University of Technology Krungthep**. (In Thai) Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Chomjuntuek, P. (2018). **Exposure behavior, attitudes and the travel decision processes to in using travel Hashtag on Twitter**. (In Thai) Bangkok: Thammasat University.
- Coates, P. (2010). **Tourism information seeking of High-End British tourists traveling to Thailand**. (In Thai) Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Coates, P., Wipawin, N., Chutinan, S. & Rapeepisarn, K. (2018). The current state of Thailand tourist information services. **Information**, 26(1), 35-50.
- Eisenberg, M., & Berkowitz, B. (2001). **Big6 skills overview**. Retrieved 20 February 2019, from <https://static1.squarespace.com/static/59a303936a49631dd51f9a7d/t/5b92bf5e03ce644e10c18005/1536343902416/Big6+Skills+Overview.pdf>
- Electronic transactions development agency (ETDA). (2020). **ETDA phoei pi 62 khon Thai chai internet phoem khuen chalia 10 chuamong 22 nathi Gen Y khong chaem 5 pi son**. Retrieved 1 April 2020, from <https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>
- Ellis, D. (1989). A behavior approach to information retrieval design. **Journal of Documentation**, 46(4), 191-213.
- Ellis, D., Cox, D., & Hall, K. (1993). A comparison of the information seeking patterns of Researchers in the Physical and Social sciences. **Journal of documentation**. 49(4): 356-369. Retrieved 25 March 2019, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb026919/full/html>
- Ernest, Douglas J., Level, Alison V. and Culbertson, Michael. (2005). **Information-seeking behavior for recreational activities and its implications for libraries**. Reference

- Services Review. 33, 1: 88-103. Abstract online. DOI 10.1108/00907320510581405.
Retrieved 10 June 2020.
- Inklum, R. (2014). Measuring service quality of Tourism Information Center at Suvarnabhumi Airport. **International Thai Tourism Journal**, 10(1), 59-71.
- Juychum, D., Sittichai, R., Lertpongsombat, I. (2013). **Information seeking for studying and information literacy standards related to information seeking of ndergraduate students at Princess of Naradhiwas University**. (In Thai) Pattani: Prince of Songkla University Pattani Campus.
- Kambebe, Z., Li, G., & Zhou, Z. (2015). Travelers' information-seeking behaviors. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 32(1-2), 141-152.
- Kuhlthau, C. C. (1993). A principle of uncertainty for information seeking. **Journal of Documentation**, 49(4), 339-355.
- Kumlangphaet, W. (2016). **Online marketing to Generation X Y Z consumers**. (In Thai) Bangkok: Rajamangala University of Technology Phra Nakhon.
- Lerspipatthananon, W. (2018). **Thai Gen Y people' travelling behavior and motivation patterns**. (In Thai) Bangkok: Dusit Thani college.
- Li, X., Xiang, L., & Simon, H. (2013). The application of generational theory to tourism consumer behavior: An American perspective. **Tourism Management**, 37(2013) 147-164.
- Muangsuay, P. (2012). **Information seeking behavior for developing nursing practice of the head nurses in the hospital of the non-profit private hospital group, Bangkok metropolis**. (In Thai) Bangkok: Srinakharinwirot University.
- National science and technology development agency (NSTDA), (2013). **Hashtag**. Retrieved 15 October 2020, from <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/2913-hashtag>
- Noibuatip, M. (2018). Information seeking behavior for research of the staff of Mahasarakham University. **Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University**, 11(2), 172-184
- Office of knowledge management and development. (2015). **New gen is now**. Retrieved 29 March 2019, from <http://www.okmd.or.th/okmd-opportunity/new-gen/687/>

- Phungphol, W., Pasunon, P. & Chantuk, T. (2018). **An analysis of Generation-Y characteristics in Thailand 4.0 era: a case study of fourth-year students in private university.** (In Thai). Phitsanulok: Naresuan University.
- Pongsadiloke, S. (2016). **Information seeking behavior of Graduate students at The faculty of Medicine, Chulalongkorn University.** (In Thai) Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Riadh, L., Jessica, G., & Mathieu, L. (2019). Generation Y and online fashion shopping: Orientations and profiles. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 48(2019), 113-121.
- Rithidech, K. (2014). **Information seeking behavior for doing research of the researchers in Kasikorn Research Center Co., Ltd.** (In Thai) Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Ruimai, N. (2006). **Oversea tourists' information exposure in Koh Pha-Ngan in 2006.** (In Thai) Bangkok: Suan Dusit Rajabhat University.
- Samerchit, Y. (2015). **A study of information seeking behavior of graduate students at Thaksin University using the principle of least effort (ZIPF'S LAW).** (In Thai) Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Santaveesuk, N. (2010). **Development and trends of management administration regarding information services of the Pattaya city.** Retrieved 28 March 2019, from <http://www.wiruch.com/articles%20for%20article/thesis%20title%20and%20abstract%20mpa6%202553.pdf>
- Suporn, P., Rakruk, S., & Somnuek, P. (2013). Guidelines for the one-stop tourism information service center establishment of Nakhon Phanom province. **Human and Social Science Journal Ubon Ratchatani University**, 4(1), 67-89.
- Suwanteerakit, N. (2010). **Establish project of tourism authority of Thailand's Tourist Information Center in the Siam Square area.** (In Thai) Bangkok: Thammasat University.
- TAT review. (2017). **Understanding Y.** Retrieved 29 March 2019, from <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-32017/798-32017-gen-y>

- Thivant, E. (2005, July). Information seeking and use behavior of Economists and business analysts. **Information Research**. 10(4). Retrieved 29 March 2019, from <http://informationr.net/ir/10-4/paper234.html>
- Tourism Authority of Thailand. (2019). **TAT action plan 2019**. Retrieved 29 March 2019, from https://api.tat.or.th/upload/annual_report/live/แผนปฏิบัติการของ-ททท-ปี2562-ฉบับสมบูรณ์.pdf
- Wangsai, C. (2016). **Keep calm and understand Gen Y**. Retrieved 28 March 2019, from <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2016/menu-42016/751-42016-gen-y>
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. **Informing Science**, 3(2), 49-55.
- Wilson, T., & Walsh, C. (1997). Intervening variables in information seeking behaviors: Information behaviour: An interdisciplinary perspective. **Information Processing & Management**, 33(4), 551-572. Retrieved 28 March 2019, from https://www.academia.edu/3086444/Information_behaviour_an_interdisciplinary_perspective
- Wuthisomboon, S. (2003) . **The information seeking process of graduate students in information science at Sukhothai Thammathirat Open University**. (In Thai) Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.