



ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 1,280 ตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 48.59 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 13.20 รับจ้าง ร้อยละ 11.48 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 9.61 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 5.94 เกษตรกร ร้อยละ 2.27 และอื่นๆ เช่น ว่างาน ฯลฯ ร้อยละ 8.91 ระหว่างวันที่ 10 - 25 มิถุนายน 2562 ในหัวข้อ **“อิทธิพลของสื่อออนไลน์กับการท่องเที่ยว”** โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศเกี่ยวกับประเด็นอิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรมการใช้และการเข้าถึงสื่อออนไลน์ ผลการสำรวจ พบว่า **ร้อยละ 42.85 ประชาชนเห็นว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด** โดยอันดับ 1 สนใจแหล่งท่องเที่ยวแบบชายหาด /ทะเล /เกาะ (ร้อยละ 68.91) รองลงมา สนใจแหล่งท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร/เชิงนิเวศ (ร้อยละ 54.38) และอันดับ 3 สนใจแหล่งท่องเที่ยวแบบน้ำตก/ ถ้ำ/ แก่ง (ร้อยละ 52.42) เมื่อสอบถามแหล่งที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว พบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 87.66) รองลงมา ได้แก่ กูเกิล (Google) (ร้อยละ 59.14) และอินสตาแกรม (Instagram) (ร้อยละ 40.78) ส่วนประเภทของข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ถูกลืบค้น พบว่า **อันดับ 1** คือ สถานที่พักและโรงแรม (ร้อยละ 77.81) **อันดับ 2** คือ การเดินทางและการขนส่ง (ร้อยละ 76.41) และ**อันดับ 3** คือ ร้านอาหาร หรือร้านค้าต่างๆ (ร้อยละ 69.06) เมื่อสอบถามความคิดเห็นต่อการติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พบว่า ร้อยละ 98.90 เห็นด้วย เนื่องจากการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกช่องทางหนึ่งด้วย และมีเพียงร้อยละ 1.10 เท่านั้นที่ไม่เห็นด้วย เนื่องจากคิดว่าไม่เป็นจำเป็นควรให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

**จากผลสำรวจข้างต้น จะเห็นว่า สื่อออนไลน์ถือว่ามีสำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบัน** ไม่เพียงแต่การใช้ในภาคธุรกิจการค้า หรือแม้แต่ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของประเทศไทย โดยในประเทศไทยนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ซึ่งคงปฏิเสธไม่ได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่ก็มาจากอิทธิพลของการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลทำให้ผู้คนสนใจและเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่นั้นๆ แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการตรวจสอบ ควบคุม ดูแลความปลอดภัยของการใช้สื่อออนไลน์ในทางที่ถูกต้อง และควรมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น รวมทั้งในด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว และดำเนินการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับของการท่องเที่ยวต่อไป



**คนไทยซื้อสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว  
เฟซบุ๊กยอดฮิต ร้อยละ 87.66 สื่อยอดนิยม**

1. ท่านสนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อันดับ 1 แหล่งท่องเที่ยวแบบชายหาด/ทะเล/เกาะ	ร้อยละ 68.91
อันดับ 2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/เชิงนิเวศ	ร้อยละ 54.38
อันดับ 3 แหล่งท่องเที่ยวแบบน้ำตก/ถ้ำ/แก่ง	ร้อยละ 52.42
อันดับ 4 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ เช่น สวนสนุก ฯลฯ	ร้อยละ 38.20
อันดับ 5 แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ/วัฒนธรรม	ร้อยละ 37.11
อันดับ 6 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	ร้อยละ 30.62
อันดับ 7 อื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น	ร้อยละ 1.64

2. สื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของท่านในระดับใด

มากที่สุด	ร้อยละ 42.85
มาก	ร้อยละ 41.10
ปานกลาง	ร้อยละ 15.02
น้อย	ร้อยละ 0.87
น้อยที่สุด	ร้อยละ 0.16

3. สื่อออนไลน์ใดบ้างที่ท่านนิยมใช้ในการตัดสินใจเพื่อการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อันดับ	ประเภทสื่อ	ร้อยละ
อันดับ 1	เฟซบุ๊ก (Facebook)	87.66
อันดับ 2	กูเกิล (Google)	59.14
อันดับ 3	อินสตาแกรม (Instagram)	40.78
อันดับ 4	ไลน์ (Line)	37.19
อันดับ 5	ทวิตเตอร์ (Twitter)	16.09
อันดับ 6	อื่น ๆ เช่น นิตยสารท่องเที่ยว แผ่นพับประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	2.42

## 4. ท่านใช้สื่อออนไลน์ เพื่อสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อันดับ 1 ด้านสถานที่พักและโรงแรม	ร้อยละ 77.81
อันดับ 2 ด้านการเดินทางและการขนส่ง	ร้อยละ 76.41
อันดับ 3 ด้านร้านอาหาร หรือร้านคาเฟ่ต่างๆ	ร้อยละ 69.06
อันดับ 4 ด้านร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก	ร้อยละ 29.30
อันดับ 5 อื่น ๆ เช่น สถานที่ที่สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ เป็นต้น	ร้อยละ 3.67

## 5. ท่านเห็นด้วยกับการให้แหล่งท่องเที่ยวให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Wifi) หรือไม่

- ก) เห็นด้วย ร้อยละ 98.90  
โดยให้เหตุผลว่า เป็นการให้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกช่องทางหนึ่งด้วย
- ข) ไม่เห็นด้วย ร้อยละ 1.10  
โดยให้เหตุผลว่า สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เป็นจำเป็นควรให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

## 6. ท่านคิดว่าภาครัฐ/หน่วยงาน ควรเข้ามาตรวจสอบหรือควบคุมความปลอดภัยของการใช้สื่อออนไลน์อย่างไรบ้าง

ประชาชนส่วนใหญ่คิดว่า ทางหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาตรวจสอบความปลอดภัยและควบคุมดูแลในการใช้สื่อออนไลน์ ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. เรื่องของการกำหนดมาตรการควบคุมดูแลเรื่องความเป็นส่วนตัวทางด้านข้อมูลส่วนบุคคล และความเป็นส่วนตัวในการเข้าถึงตัวบุคคลที่ใช้สื่อออนไลน์ให้มากขึ้น
2. เรื่องของการตรวจสอบอายุของบุคคลที่ใช้บริการสื่อออนไลน์
3. ควรมีศูนย์รับแจ้งเหตุต่างๆ หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบของภาครัฐเข้ามาตรวจสอบและควบคุมการกระทำผิดผ่านการใช้สื่อออนไลน์
4. เรื่องของการตรวจสอบการนำเสนอ หรือโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ เกินจริง และในส่วนของคุณภาพข้อมูลที่ใส่ลงสื่อออนไลน์ควรเป็นข้อมูลที่อัปเดตล่าสุด
5. ควรตรวจสอบความถูกต้องของพิกัดแผนที่รวมถึงเส้นทางการเดินทางในสถานที่ต่างๆ
6. ควรเน้นย้ำถึงมาตรการข้อกำหนดมายคอมพิวเตอร์ (พรบ.คอมพิวเตอร์) ให้มากยิ่งขึ้น

## ข้อมูลทั่วไป

### 1. ภาค

1) ภาคเหนือ	ร้อยละ 43.47
2) ภาคกลาง	ร้อยละ 17.98
3) ภาคใต้	ร้อยละ 16.45
4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ร้อยละ 22.10

### 2. เพศ

1) ชาย ร้อยละ 37.63	2) หญิง ร้อยละ 59.00	3) เพศทางเลือก ร้อยละ 3.37
---------------------	----------------------	----------------------------

### 3. อายุ

1) อายุไม่เกิน 20 ปี	ร้อยละ 3.32
2) อายุ 21 – 30 ปี	ร้อยละ 39.95
3) อายุ 31 – 40 ปี	ร้อยละ 31.04
4) อายุ 41 – 50	ร้อยละ 14.67
5) อายุ 50 ปีขึ้นไป	ร้อยละ 11.02

### 4. อาชีพ

1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ร้อยละ 48.59
2) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ร้อยละ 5.94
3) พนักงานบริษัทเอกชน	ร้อยละ 9.61
4) เกษตรกร	ร้อยละ 2.27
5) รับจ้าง	ร้อยละ 11.48
6) นักเรียน/นักศึกษา	ร้อยละ 13.20
7) อื่นๆ เช่นว่างงาน ฯลฯ	ร้อยละ 8.91

### 5. รายได้ต่อเดือน

1) ไม่เกิน 15,000 บาท	ร้อยละ 43.90
2) 15,001 – 30,000 บาท	ร้อยละ 41.71
3) 30,001 – 45,000 บาท	ร้อยละ 9.78
4) 45,001 บาทขึ้นไป	ร้อยละ 4.61