

ชิวานวล โปตระนันท์ : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมายในประเทศไทย. (EXPOSURE TO JAPAN AND REPUBLIC OF KOREA'S TOURISM COMMUNICATION AND TOURISM BEHAVIOR IN THAILAND) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ.ดร. วรวรรณ องค์ครุฑรักษา, 122 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น และเกาหลี (2) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อจากการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี และความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเป้าหมาย ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ตัวอย่างที่ศึกษาคือ นักท่องเที่ยวไทยอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีมีความแตกต่างกันคือ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวญี่ปุ่นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด และมีการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกาหลีผ่านสื่อละคร ภาพยนตร์ และรายการโทรทัศน์ และสื่อบุคคลมากที่สุด พฤติกรรมท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากคนรู้จักมากที่สุด โดยทั้งสองประเทศมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปได้ว่าการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวของทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีที่สามารถได้ผลดีต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นควรให้ความสนใจกับสื่อบุคคลมากขึ้น รวมไปถึงการสื่อสารผ่านภาพยนตร์ละครรายการโทรทัศน์ให้มากขึ้น และควรมีการศึกษาการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวไทย เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อไป

สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์.....ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา.....2554.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5384665928 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS : MAKETING COMMUNICATION / JAPAN / KOREA / TOURISM

CHEEWANUAN POTRANUN : EXPOSURE TO JAPAN AND REPUBLIC OF KOREA'S TOURISM COMMUNICATION AND TOURISM BEHAVIOR IN THAILAND. THESIS ADVISOR : ASST.PROF. WORAWAN ONGKRUTRAKSA, Ph.D, 122 pp.

The objectives of this research are: 1) to compare exposure to news on tourism in Japan and Korea and 2) to study exposure to marketing communications for Japan and Republic of Korea tourism and their effect on tourism behavior among the target group. The study was conducted employing quantitative research with a sample group of 400 persons, aged between 18 and 60.

Results showed that the tourism communication of Japan and the Republic of Korea were different. It found the Japanese tourism news was predominantly communicated by word of mouth, or buzz communication, while tourism news about the Republic of Korea was included in TV dramas and programs and films and word of mouth. Exposure to Japan is conveyed predominantly through internet and persons who have a great amount of knowledge about the country and tourism, while the target group would get their tourism news about the Republic of Korea from TV dramas and programs as well as films. And the exposure of Japan and Republic of Korea communication positively correlates to the behavior of tourists in Thailand.

This will be interested in visiting another country through word-of-mouth communication along with the use of film and TV programs and dramas. It is also recommended that studies be conducted on the exposure and acceptance of tourism news on Thailand among foreign nationalities to develop more effective communication plans for tourism in Thailand.

Field of Study : ..Communication Arts.....Student's Signature.....

Academic Year : ..2011..... Advisor's Signature.....