

ชื่อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและชาวยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	จุฑามาศ ตาดพริ้ง
อาจารย์ที่ปรึกษา	ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา	2545

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร กับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ต่อข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทย และ ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ มีผลต่อข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างไร สำหรับการทดสอบสมมติฐานจะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ ในการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ประชากรที่ทำการศึกษาคือผู้โดยสารขาออกที่ใช้บริการ ณ อาคารผู้โดยสารขาออกนอกประเทศ ท่าอากาศยานกรุงเทพ โดยสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 120 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบกับการสัมภาษณ์เล็กน้อย โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ ให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่กระจายตามความเป็นจริง สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ การหาค่าร้อยละ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยดังนี้

นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามาประเทศไทยส่วนใหญ่รู้จักประเทศไทยจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน และครอบครัว รองลงมาคือคู่มือ หนังสือแนะนำเที่ยวและในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว จะติดตามข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ด้านแรงจูงใจ สำคัญก่อนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การทราบว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ด้านวัฒนธรรม ประเพณีไทย ด้านอาหาร การจับจ่ายซื้อของ สำหรับในด้านวัฒนธรรม นั้น นักท่องเที่ยวมีความประทับใจมากที่สุด ต่อวิธีการปฏิบัติที่คนไทย มีต่อนักท่องเที่ยว ด้วยความมีอัธยาศัยไมตรี

ผลจากการวิจัยได้ข้อเสนอแนะว่า การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย นอกจากสื่อมวลชนแล้ว นักท่องเที่ยวนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้นควรใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ให้มากขึ้นประกอบกับสำนักงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์

แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและควรมีการตลาดแบบครบวงจรให้ได้ในกลุ่มประเทศที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งอยู่ ตลอดจนทั้งมีการวางแผนเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ ด้วย

DPU

Thesis Title Information Exposure Expectation and Satisfaction of American
and The West European Tourists about Thailand
Name Chuthapha Tardping
Thesis Advisor Professor Sukanya Sudbanthad
Department Development Communication
Academic Year 2002

ABSTRACT

The objectives of this research are to study information exposure, expectation and satisfaction of tourists about Thailand and to study how correlation between expectation and satisfaction of tourists cause the effect to Thai tourism. For hypothesis test, it is to study correlation between type of information exposure and difference in expectation and satisfaction of tourists toward information.

Sample group of this research is the departing passengers in International Passenger Terminal, totaling 120 persons. The Questionnaire is used as a tool to collect data from the sample group. Selection of sample group is made by accidental sampling. Statistical methods for data analysis are frequency, percentage, mean and standard deviation. The results of the research are as following.

Prior to visiting Thailand, the primary media that make known of Thailand to most of tourists is person liked friends and family followed manual, tour guide magazine and English newspaper. The reasons motivate tourists to visit Thailand are magnificent natural touring places, attractive Thai culture and tradition, tasty food and shopping arcade. The most impressive culture for tourists is the way Thai people treat tourists with friendship.

The results of the research suggested that besides the mass media, the tourists also search the information about Thailand from the internet. Moreover, Tourism Authority of Thailand should make more public relation on touring places in order to make known of the best in Thailand to tourists. Also, one-stop service marketing should be set in every country where the office branches of the Tourism

Authority of Thailand are located including setting special market plans to serve the demand of tourists in each country sufficiently.

DRU