

หัวข้อสารนิพนธ์	ทัศนคติและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของสื่ออินเทอร์เน็ต
ชื่อผู้เขียน	นายจิรภาส ดาวมานพ
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

## บทคัดย่อ

ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ความรวดเร็ว, ความรู้ความเข้าใจ, ความถูกต้องชัดเจน, ความทันสมัย
2. ศึกษาทัศนคติด้านการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว, ที่พัก, ร้านอาหาร, พาหนะท่องเที่ยว, สินค้าที่ระลึก และธุรกิจนำเที่ยว
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลสถานภาพทั่วไปด้านพฤติกรรมกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีผลต่อการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม การเปิดรับกับทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากสื่อโฆษณาสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ซึ่งจะเลือก จ.พัทลุง, จ.กระบี่, จ.ภูเก็ต, จ.สมุทรสาคร, จ.นนทบุรี, จ.ปทุมธานี เท่านั้นข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม - พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 จำนวน 400 คน และทำการ สุ่มตัวอย่างอย่างง่าย(Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็น

แบบสอบถาม แบบปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์เนื้อหา

### ผลการวิจัยพบว่า

1. พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีสถานภาพครอบครัวโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 20,001-50,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าอนาคตจะค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
2. นักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า การค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา รองลงมา ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านข้อมูล ด้านบริการ ตามลำดับ
3. นักท่องเที่ยวชาวไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อทัศนคติ ด้านราคา ด้านบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านข้อมูล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ในทิศทางเดียวกันระดับน้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $X = 0.01$
4. นักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับทัศนคติด้านการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกทางด้านต่างๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทัศนคติด้านการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้าที่ระลึก อันดับรองลงมา ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว โรงแรมที่พัก พาหนะท่องเที่ยว ตามลำดับ