

หัวข้อสารนิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวธนันท์ธร สิริพัชรพงศ์กูร
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับความคิดเห็นต่อสื่อการประชาสัมพันธ์ของสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ วิธีการศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ จำนวน 400 คนเป็นกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ แจกแจงความถี่ หার้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพมหานคร สำหรับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อมาชมหมีแพนด้า พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาที่สวนสัตว์เชียงใหม่คือ รถยนต์ส่วนบุคคล มีการพักค้างคืนที่โรงแรม ใช้ระยะเวลาในการมาเที่ยวที่สวนสัตว์เชียงใหม่และที่อื่นๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 – 5 วัน มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ประมาณ 1,001 – 2,000 บาทต่อวัน และนักท่องเที่ยวส่วนมากรับประทานอาหารที่ร้านอาหารภายในสวนสัตว์ ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่

(2)

พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สื่อด้านบุคคล รองลงมา ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อวิทยุ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกด้านพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจำแนกด้านการรับประทานอาหาร มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่ ด้านสื่อวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์