

หัวข้อสารนิพนธ์	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมค่อบตบาทของ สื่อมวลชนเมืองพัทยาช่วงวิกฤตการณ์ท่องเที่ยว ปี 2552
ชื่อผู้วิจัย	นายลัทธฤต ณ สงขลา
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การศึกษา ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมค่อบตบาทของสื่อมวลชนเมืองพัทยาช่วงวิกฤตการณ์ท่องเที่ยว ปี 2552 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมในเมืองพัทยา ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมที่มีค่อบตบาทของสื่อมวลชนเมืองพัทยาในช่วงวิกฤตการณ์ท่องเที่ยว ปี 2552 และศึกษาปัญหาและรับฟังความคิดเห็น ตลอดจนข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมในเมืองพัทยา โดยผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมในเมืองพัทยา จำนวน 30 คน

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 1,000,001 – 1,500,000 บาท และมีระยะเวลาที่ทำงานในธุรกิจโรงแรมอยู่ระหว่าง 11 – 15 ปี

ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารข้อมูลทั่วไปของเมืองพัทยาจากสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทั่วไป ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านจากลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทั่วไป ได้แก่ เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์, เปิดรับข่าวสารจากเคเบิลทีวี/ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม, เปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต, เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, เปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร และเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่าง มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านจากลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ, เปิดรับข่าวสารจากสิ่งพิมพ์ของหน่วยงานเมืองพัทยา, เปิดรับข่าวสารจากกิจกรรม

ท่องเที่ยวเมืองพัทยา, เปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์ (ป้ายโฆษณา) และเปิดรับข่าวสารจากโซเชียลมีเดียของหน่วยงานเมืองพัทยา ตามลำดับ

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต่อบทบาทของสื่อมวลชนเมืองพัทยาช่วงวิกฤติการท่องเที่ยวปี 2552 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนช่วงวิกฤติการท่องเที่ยว ในปี 2552 ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนช่วงวิกฤติการท่องเที่ยว ในปี 2552, การช่วยสร้างบรรยากาศของความปลอดภัยและทัศนคติที่ดีด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา, การให้ความรู้และข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองพัทยา, การนำเสนอข่าวที่มีความถูกต้องและครบถ้วน, การเสนอความคิดเห็นที่สร้างสรรค์ และการเป็นผู้ตรวจสอบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์ต่างๆ ในเมืองพัทยา ตามลำดับ