

**หัวข้อสารนิพนธ์**

การเปิดรับสื่อและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ

การตัดสินใจมาเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์

**ชื่อผู้เขียน**

นางวรรณภา วงษ์สมาน

**สาขาวิชา/ คณะ/**

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยงและบันเทิง/

**มหาวิทยาลัย**

คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก

**อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์**

รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ

**ปีการศึกษา**

2550

### **บทคัดย่อ**

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1)ศึกษาการเปิดรับสื่อและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ 2)ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการตัดสินใจมาเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา คือการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้ไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า 1) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 39 ปี อาชีพส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทำงานโรงงาน / บริษัทเอกชน มีรายได้ปานกลาง โดยมีรายได้เฉลี่ย 26,500 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดขอนแก่น นิยมมาเป็นกลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนวัยเดียวกัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดเพชรบูรณ์ของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่คือ รถยนต์ส่วนตัว

2) การเปิดรับสื่อ พบว่า เมื่อจำแนกตามประเภทสื่อ พบว่า

สื่อมวลชนทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับมากที่สุด

สื่อพิเศษขององค์กร พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสิ่งพิมพ์ขององค์กรในระดับมาก

สื่อบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อจากเพื่อนในระดับมากที่สุด

3) นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจ 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ในระดับมากที่สุด คือ ดาวจำนวนมากที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่า

ด้านราคา พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูเก็ตภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ในระดับมากที่สุด คือ ราคาที่พักประหยัด / ราคาถูก

ด้านสถานที่ พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูเก็ตภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ในระดับมากที่สุด คือ มีพื้นที่ให้กางเต็นท์และมีห้องน้ำสะอาด

รวมทั้งด้านการสื่อสาร พบว่า แรงจูงใจที่มีต่อการตัดสินใจมาเที่ยว ภูเก็ตภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ ในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณา

4) ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ จังหวัดที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยว ประเภทของสมาชิกที่มาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมาเที่ยว ภูเก็ตภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01. รวมทั้งพบว่า การเปิดรับสื่อและแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมาเที่ยว ภูเก็ตภูเก็ต จังหวัดเพชรบูรณ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01.