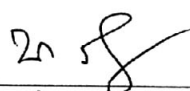


สุปาณี นิยมศิลป์ 2549: อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือน
อุทยานแห่งชาติ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อุทยานและนันทนาการ) สาขาวิชาอุทยาน
และนันทนาการ ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา ปรธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์
นภวรรณ ฐานะกาญจน์, Ph.D. 96 หน้า
ISBN 974-16-1947-2

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลบางประการของนักท่องเที่ยว การรับ
ข่าวสารจากสื่อมวลชนของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ และศึกษา
อิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคลบางประการและการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่
ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ โดยทำการศึกษาในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เก็บ
ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวรวม 410 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple
Regression Analysis)

ผลการศึกษาในส่วนของพฤติกรรมกรเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยว พบว่าช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยว
ส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมที่จะไปเยือนพื้นที่ศึกษาคือวันหยุดในช่วงเทศกาล ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือน
กุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลายๆแหล่งก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งที่จะเป็น
จุดหมายปลายทาง มีการเตรียมอุปกรณ์และเตรียมความพร้อมทางด้านร่างกายเพื่อเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งมี
การระดมภารกิจต่างๆก่อนการเดินทาง สำหรับการปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยเฉลี่ย
นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมด้านบวกในระดับต่ำ ในส่วนของการเลือกใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
นักท่องเที่ยวเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก แต่ได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์น้อยที่สุด
ส่วนใหญ่เคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษามาก่อนและคิดว่าข้อมูลนั้นมีความดึงดูดใจให้ไปเยือนในระดับมาก
ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษา ที่อยู่อาศัย ประสบการณ์ไปเยือนอุทยานแห่งชาติ และความ
ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเลือกช่วงเวลาท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
($\chi^2 = 55.375$; Sig = 0.000; $R^2 = 0.213$) การใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูลและการได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการ
การท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 2.229$; Sig = 0.008;
 $R^2 = 0.083$) การให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในวันหยุด การได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจากข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อการเตรียมตัวเพื่อเดินทางท่องเที่ยวอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ ($F = 2.704$; Sig = 0.001; $R^2 = 0.099$) และระดับการศึกษาและที่อยู่อาศัยมีอิทธิพลต่อการ
ปฏิบัติตัวขณะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 4.488$; Sig = 0.000; $R^2 = 0.154$)

สุปาณี นิยมศิลป์
ลายมือชื่อนิติ


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

18, ๖๓, ๔๕

Supanee Niyomsilp 2006: Influence of Mass Media on Behavior of Visitors to National Parks.
Master of Science (Parks and Recreation), Major Field: Parks and Recreation, Department of
Conservation. Thesis Advisor: Assistant Professor Noppawan Tanakanjana, Ph.D. 96 pages.
ISBN 974-16-1947-2

The objectives of this study were to investigate some personal characteristics of tourists, their behavior in receiving information from mass media and the behavior in visiting national parks, and testing the influence of personal characteristics and information receiving behavior to the behavior in visiting national parks. Doi Inthanon National Park and Khao Yai National Park were used as study areas. Questionnaire was used to collect data from 410 park visitors. The survey data were analyzed using descriptive statistics, logistic regression analysis, and multiple regression analysis.

The study found that most tourists chose certain time in visiting the national parks. The majority of them preferred to travel during public holidays, between November to February. Most tourists compared many tourist destinations before making travel decision. They well prepared the travel but had low level of positive on-site behavior. The highest percent of tourists chose internet to search for tourism information but they received the information from television at the most. The majority of them received information before the visit and found that the information was very attractive. Hypothesis testing found that educational level, source of tourists, experience in visiting the park, and the attractiveness of information from mass media significantly influenced tourist behavior in choosing time to travel (Chi-square = 55.375; Sig. = 0.000; $R^2 = 0.213$). Using internet to search for tourism information and receiving of information from tourism website significantly influenced tourist behavior in choosing travel destination (F = 2.229; Sig. = 0.008; $R^2 = 0.083$). Importance of spending holiday for travel, receiving of information from tourism website, and the attractiveness of information from mass media significantly influenced tourist behavior in preparing the travel (F = 2.704; Sig. = 0.001; $R^2 = 0.099$). And educational level and source of tourists significantly influenced on-site behavior of the tourists (F = 4.488; Sig. = 0.000; $R^2 = 0.154$).

Supanee Niyomsilp

Student's signature

Dr. Taber

Thesis Advisor's signature

18 May 2006