

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2551 กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย ของประชากรวัยทำงาน เขตกรุงเทพมหานคร
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	ณัฐฐ์ สง่าพล, พิสุทธา แทนปั้น
<b>ที่ปรึกษา</b>	รองศาสตราจารย์ เสาวรส ใหญ่สว่าง
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
<b>คำสำคัญ</b>	.....

### บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารในโครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2551 และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าคือ ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 15 – 64 ปี ทั้งนี้การสุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) กำหนดสัดส่วนตัวอย่างตามอายุ การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยในการนำเสนอข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยว พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย ตามโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2551 และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test) เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ นิยมเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศ มักจะเดินทางท่องเที่ยว นานๆ ครั้ง เดินทางท่องเที่ยว ด้วยตัวเอง หรือไปกับครอบครัว และมีพฤติกรรม การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไปเรื่อยๆ ตามที่ๆ ยังไม่เคยไป

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของ ททท. ปี 2551 ที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักมากที่สุด คือ โครงการเที่ยวไทยให้สนุกเต็มความสุขให้ชีวิต เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ / อนุสาวรีย์ อสท.

มากที่สุด โดยจะเปิดรับข้อมูลข่าวสาร อาทิตย์ละ 3 – 4 ครั้ง และใช้เวลา 6 – 10 นาทีในการเปิดรับ  
ข้อมูลข่าวสาร สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเห็นคือ สื่อ ของโครงการเที่ยว  
ไทยให้สนุกเต็มความสุขให้ชีวิต (Nice Trip) มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โครงการส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวของ ททท . ปี 2551 มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ใน  
ระดับมาก และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ สื่อของโครงการเก็บเมืองไทยให้สวยงาม  
(ท่องทะเล)

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในบาง  
ประเด็นคือ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับ  
ข้อมูลข่าวสาร
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย  
ในบางประเด็น คือ เพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย เพศ ระดับการศึกษา  
มีความสัมพันธ์กับสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย รายได้ มีความสัมพันธ์กับ  
ความรู้สึกในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท . ปี 2551  
และเพศ อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวหลังมีโครงการส่งเสริมกา ร  
ท่องเที่ยวของ ททท. ปี2551
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย  
ในบางประเด็นคือ ประเภทของสื่อที่เปิดรับข่าวสาร และความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร มี  
ความสัมพันธ์กับการศึกษาก่อน และ หลังการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย สื่อ ที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไทย และความรู้สึกในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังมีโครงการ  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท . ปี 2551 และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวหลังมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. ปี 2551