บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ นิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชื่อผู้เขียน นางสาวสวรส กมลศุภปกรณ์

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2548

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ สุวรรณเพิ่ม ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา กาญจนะวรรณ
3. รองศาสตราจารย์ ดร. สมาน งามสนิท

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ลักษณะประชากร องค์ประกอบของนิตยสารท่องเที่ยว บทความและเนื้อหา ภาพประกอบ หน้าโฆษณา รายการของบริษัทนำเที่ยวในนิตยสารท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 25-60 ปี จำนวน 6 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ ประเวศ คันนายาว สวนหลวง ลาดพร้าว และบางนา วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบที (t-test) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบพหุคูณ แบบ LSD ในการทดสอบ

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีสมาชิกตั้งแต่ 2-3 คนขึ้นไป โดยมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป

2. ด้านองค์ประกอบของนิตยสาร พบว่า ประชากรให้ความสำคัญกับปกนิตยสารท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การจัดหน้า และปัจจัยด้านรูปเล่ม

3. ด้านข้อมูลจากการอ่าน พบว่า ประชากรให้ความสำคัญกับลักษณะของบทความเกี่ยวกับการนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาเป็นบทความที่มีผลต่อการตัดสินใจในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

4. ด้านข้อมูลด้านภาพประกอบเรื่อง พบว่า ประชากรให้ความสำคัญกับความน่าสนใจของภาพประกอบเรื่อง มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การเลือกภาพถ่ายที่เป็นจุดเด่นของสถานที่

5. ด้านข้อมูลจากภาพโฆษณารายการของบริษัทนำเที่ยว พบว่า ประชากรให้ความสำคัญกับความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ราคาที่เหมาะสมในการเดินทาง

6. ประชากรมีการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากข้อมูลด้านภาพประกอบเรื่องมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ องค์ประกอบของการโฆษณารายการของบริษัทนำเที่ยว ข้อมูลจากการอ่าน และองค์ประกอบของนิตยสาร

7. ประชากรที่แตกต่างกันทางเพศ อายุ ศาสนา มีการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่แตกต่างกัน ส่วนประชากรที่แตกต่างกันทางสถานภาพ อาชีพ สมาชิกในครอบครัว และรายได้ต่อเดือนมีการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แตกต่างกัน

ABSTRACT

Thesis Title Effects of Tourism Magazines on the Choices of Eco-Tourism Places

Student's Name Miss Sawarot Kamolsupakorn

Degree Sought Master of Arts

Academic Year 2005

Advisory Committee

1. Assoc. Prof. Dr. Wisanu Suwanperm Chairperson
2. Assoc. Prof. Dr. Nittaya Kanchanawan
3. Assoc. Prof. Dr. Samarn Ngamsanit

The aim of this research is to study the demographic characteristics, the factors regarding tourism magazines, the articles and their content, illustrations, advertisements, and the itineraries offered by travel companies that affect the decision to select eco-tourism destinations.

The research population consisted of residents, aged between 25-60 years old, from six districts in the Bangkok metropolitan area, i.e. Bang Kapi, Prawet, Khan Na Yao, Suan Luang, Lat Phrao and Bang Na. The data was analyzed using percentages, means, standard deviation, a t-test, coefficient correlation analysis, a one-way analysis of variance (ANOVA) and LSD multiple comparison.

The findings were as follows.

1. The majority of the population were female, aged under 30 years old, single, working as private company employees. Most of them were Buddhists, from families consisting of 2-3 members. Their monthly income was more than 10,000 baht.

2. With regard to the elements that make up travel magazines, it was found that the population paid attention to the cover page of such magazines the most, followed in descending order by the page layout and the overall characteristics of the magazine.

3. With regard to the content, it was found that the population paid attention to the types of articles containing information they could use the most, followed by articles that affected their decision as to where to travel to.

4. With regard to the illustrations, it was found that the population paid attention to the interesting aspect of the illustrations the most, followed by the selection of pictures that highlighted interesting tourism destinations.

5. With regard to the information contained in advertisements placed by travel agencies, it was found that the population paid attention to the interesting aspects of tourism destinations the most, followed by the appropriate cost of travel.

6. The population decided to choose eco-tourism destinations based on information gained from the illustrations the most, followed in descending order by these elements: advertisements on programs offered by travel agencies, the information from the articles, and the elements constituting the magazine.

7. The population with differences in gender, age, and religion had no difference in terms of their selection of eco-tourism destinations. The population with differences in terms of status, occupation, number of family members and monthly income exhibited differences in their selection of eco-tourism destinations.