

ชนิดา สิทธิกุล. (2548). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในโครงการ Happiness "เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา" ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บช.ม.(การตลาด).กรุงเทพฯ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อ.ดร.ชนัยวงศ์ กิรติ วาณิชย์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในโครงการ Happiness "เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา" ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คนวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Windows สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์โดยการหาค่าไค-สแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 ถึง 34 ปี มีสถานภาพการสมรสเป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 ถึง 30,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. การจูงใจของปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดในโครงการ Happiness โดยรวมจูงใจให้คนวัยทำงานเข้าร่วมโครงการ Happiness ในระดับจูงใจมาก

2. ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในโครงการ Happiness ด้านการโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในโครงการ Happiness ด้านประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. คนวัยทำงานส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ มีสาเหตุที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการ Happiness คือ ไม่มีเวลา คนวัยทำงานส่วนใหญ่จะไปเที่ยวโดยการเข้าร่วมโครงการ ในอนาคตภายใน 1 ปี มีเหตุผลหลักที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่จัดเป็นโครงการ เพื่อชมสถานที่สำคัญและน่าสนใจ โดยจะไปภาคเหนือ ไปเที่ยวทะเล/เกาะ/แม่น้ำ ใช้พาหนะในการเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ในโครงการ คือ รถยนต์ส่วนตัว กลุ่มหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ คือ ครอบครัว ช่วงเวลาที่สะดวกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ในโครงการ คือ เดินทางช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม คาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายในการไปเที่ยวสถานที่ในโครงการ 3,001 ถึง 5,000 บาท ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ 3 ถึง 4 วัน

4. คนวัยทำงานที่มีเพศแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการ Happiness "เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา"ด้านการไปเที่ยวในอนาคตโดยเข้าร่วมโครงการ ด้านเหตุผลหลักที่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่จัดเป็นโครงการ และด้านภูมิภาคที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่จัด เป็นโครงการ แตกต่างกัน

5. คนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา”ด้านช่วงเวลาที่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ในโครงการ และด้านจำนวนวันที่ จะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ แตกต่างกัน

6. คนวัยทำงานที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” ด้านงบประมาณที่จะใช้ในการไปเที่ยวสถานที่ในโครงการ แตกต่างกัน

7. คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” ด้านช่วงเวลาที่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ในโครงการ ด้านงบประมาณที่จะใช้ในการไปเที่ยวสถานที่ในโครงการ และด้านจำนวนวันที่ จะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ ไม่แตกต่างกัน

8. คนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา”ด้านจำนวนวันที่ จะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ แตกต่างกัน

9. คนวัยทำงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” ด้านช่วงเวลาที่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ในโครงการ ด้านงบประมาณที่จะใช้ในการไปเที่ยวสถานที่ในโครงการ ด้านจำนวนวันที่ จะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ ไม่แตกต่างกัน

10. การจูงใจของปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ

11. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในโครงการ Happiness “เที่ยวที่ไหน ไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้านช่วงเวลาที่ จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ในโครงการ ด้านงบประมาณที่จะใช้ในการไปเที่ยวสถานที่ในโครงการ และด้านจำนวนวันในการเดินทางท่องเที่ยวในโครงการ

Chanida Sittikul. (2005). *Media Awareness of "Happiness" Project Influencing Working People's Traveling Behavior Trend in Bangkok*. Master Project, M.B.A. (Management). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University.
Advisor : Dr. Thanaiwong Kiratiwanich.

The research objectives are to study the media awareness of "Happiness" Project influencing working people's traveling behavior trend in Bangkok. The sample groups used in this study is 400 working people, aged 15-59 years old who live in Bangkok. Questionnaires are used to collect information and the data are evaluated using the SPSS for Windows program. The Statistical analyses used includes percentage, means, standard deviations and Chi-square test.

The finding revealed that most of samples are female, aged 25-34 years old, single, with bachelor degree and monthly income of 20,001–30,000 Baht who work with private company. The result of this research can be concluded as follows:

1. Total IMC of "Happiness" Project is in high level.
2. Media Awareness of "Happiness" Project for total advertising is in moderated level and public relations is in high level.
3. Most of samples have never joined "Happiness" Project because they have no time. Another samples, joined "Happiness" Project in order to visit the important and interested place. Main reason and selected to travel in the northern region of Thailand, the sea / the island / the river, by private car. The Influential group or people of decision making is their families. The Best time for traveling is in November–December the "Happiness" Project fee expend 3,001-5,000 Baht per 3-4 day.
4. Working people with difference gender had affected on difference traveling behavior trend of "Happiness" Project, the respect of the future traveling, the reason of traveling and the region.
5. Working people with difference aged had affected on difference traveling behavior trend of "Happiness" Project, the respect of the period and time for traveling.
6. Working people with difference marital status had affected on difference traveling behavior trend of "Happiness" Project, the respect of the expense for traveling.
7. Working people with difference educational background had affected on difference traveling behavior trend of "Happiness" Project, the respect of the expense for traveling and total day for traveling.

8. Working people with difference occupation had affected on difference traveling behavior trend of "Happiness" Project, the respect of the expense for traveling and total day for traveling.

9. Working people with difference monthly income had affected on difference traveling behavior trend of "Happiness" Project, the respect of the period for traveling, expense for traveling and total day for traveling.

10. IMC of "Happiness" Project had influenced working people's traveling behavior trend in Bangkok, the respect of total day for traveling.

11. Media Awareness of "Happiness" Project had not influenced working people's traveling behavior trend in Bangkok, the respect of the period for traveling, expense for traveling and total day for traveling.