

| | |
|------------------------|--|
| Thesis Title | The Personal characteristics, Perception of Tourism Industry Promotion and Perception of Political Conflict Situation in Thailand on Touring Intention of Foreign-Tourist in Thailand. |
| Name | Miss Phanrada Srilistidamrong. |
| Degree | Master of Business Administration |
| Major Field | International Business |
| Thesis Advisor | Dr. Piraphong Foosiri |
| Graduation Year | 2009 |

ABSTRACT

This study aims to study personal characteristics. Awareness and marketing communications in the industry of tourism tourists affect the decision to travel to Thailand international travelers under the circumstances of the political conflicts that affect or not. Population used in this study is that tourists arrived in Thailand in Tourism in August 2009. Sample of 400 questionnaires collected data. Statistics used in the analysis include the average percentage and standard deviation values. Analysis of multiple linear regression. And one-way variance test research found that the 3 factors are Personal characteristics. Perception of Tourism Industry Promotion. Political Conflict Situation in Thailand affecting the Touring Intention of Foreign-Tourist in Thailand. Most samples are about 18-30 year old tourists and Europeans. The level of awareness in the media moderates. They realize the conflicts in the political in high level and are nervous of coming attractions with tourists however, still decide to travel in Thailand. And they are interesting in tourism in Attractions natural high level. When they travel in Thailand and found that tourist satisfy in high level of their travel in all types of travel.

| | |
|-------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | อิทธิพลของคุณลักษณะประชากร ระดับการรับรู้สื่อการตลาดใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว และระดับ การรับรู้ของปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองของไทย มีผลต่อ การตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย |
| ชื่อนักศึกษา | นางสาวปานรดา ศรีฤทธิดำรง |
| ปริญญา | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต |
| ภาควิชา | ธุรกิจระหว่างประเทศ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ดร. พีรพงษ์ พุศิริ |
| ปีการศึกษา | 2009 |

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะประชากร และการรับรู้สื่อการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ภายใต้สถานการณ์ขัดแย้งทางการเมืองว่ามีผลหรือไม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในเดือนสิงหาคม 2009 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า ทั้ง 3 ปัจจัย คือ คุณลักษณะประชากร การรับรู้สื่อการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การรับรู้ถึงปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองด้านการเมืองมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุประมาณ 18-30 ปี และเป็นชาวยุโรป มีการรับรู้สื่อในระดับปานกลาง มีการรับรู้ถึงปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองในระดับสูง รวมทั้งมีความกังวลใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวยังคงตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสนใจในการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูง

เมื่อได้ท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงใจในการท่องเที่ยวในระดับสูงของทุกรูปแบบการท่องเที่ยว