

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
ภายในประเทศผ่านอินเทอร์เน็ต

โดย : นางสาวนิพาดา แก้วพุ่ม

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา :

(ดร.วิจิตร สุพินิจ)

..... / /

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลและการตัดสินใจท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างคือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และและสถิติทดสอบความสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน สถานภาพโสด และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 15,001-25,000 บาท มีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต 3-6 ปี ใช้อินเทอร์เน็ต 3-4 วัน/สัปดาห์ ใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง 6-8 ชั่วโมง โดยช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต 12.01-18.00 น. มีสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตคือที่ทำงาน ส่วนใหญ่การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อใช้อีเมลล์

นอกจากนี้ระดับความบ่อยครั้งของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจากด้านการเดินทางมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่พัก และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ

ประชาชนที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวภายในประเทศผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง และด้านสถานที่พักไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญ .05

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านที่พัก และด้านอาหารและเครื่องดื่ม กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มอาชีพนี้มีความถี่ในการแสวงหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต รวมถึงมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศสูงกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ดังนั้นหากทุกภาคส่วนร่วมมือกันในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว เฉพาะกลุ่มอาชีพนี้ และส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ก็จะเกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้นไป

Abstract

Research Title : Behavior Tourism Information Seeking VIA Internet for Domestic Travel

Researcher : Miss Niphada Kaewphut

Degree : Master of Business Administration

Major : Marketing Management

Advisor :
(Dr. Vijit Supinij)
..... / /

This study aimed to examine the relationship between demographic characteristics of people in Bangkok and the tourist information seeking behavior. The study tour to seek information through the Internet for domestic tourism.

This study was a survey from a sample of individuals aged 15 years or more in total of 400 people from collecting information from questionnaires. And statistical processing, including frequency, percentage, average, and standard deviation. For hypothesis testing, statistical analysis, t-test, ANOVA (One-Way Analysis of Variance) and Pearson correlation test. The research found that:

Most are males between 21-25 years of undergraduate education. An employee status is single and personal income per month. 15,001-25,000 baht, And through the Internet information-seeking behavior in the period of 3-6 years, internet users use internet 3-4 days / week, 6-8 hours each time using the Internet by using the Internet during 12:01 to 18:00 hrs. . There are places where the Internet is working. Most use the Internet to e-mail. In addition, the frequency of the

trips within the country. The decision found that the respondents are traveling within the country, most of the trip. Minor is the place to stay. And the tourist respectively.

People with average monthly personal income have different information seeking behavior of domestic tourism through different media. And information seeking behavior of domestic tourism via the Internet in relation to the decision of the local tourist attractions. Travel And the property in the same direction. The relationship between low levels. The level of significance. 05

Related agencies, both public and private, should focus on offering tourist information. Travel accommodation and food and beverage. With a group of tourists who are career civil servants / state employees. The results showed that Professional groups are often seeking travel information via the Internet. Including a decision over local tourism. Travelers with other professional groups So if all sectors hand in determining the form of niche tourism professionals. And promotion continued. To publicize information about the tour allows visitors to get to know. They will travel the country to increase.