


การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวภายใน
ประเทศของคนกรุงเทพมหานคร



นางสาวสรินญา สาระสุทธิ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-1303-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

120650097

**MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND DOMESTIC TRAVELING BEHAVIOR
OF BANGKOK PEOPLE**

Miss Sarinya Sarasuddhi

**ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication**

Department of Public Relations

Faculty of Communication Art

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-1303-7

สรุณญา สารระสุทธิ : การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพมหานคร (Media Exposure, Knowledge, Attitude and Domestic Traveling Behavior of Bangkok People)
 อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. ประมะ สตะเวทิน, 152 หน้า ISBN 974-17-1303-7

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t – test, One – way ANOVA, ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

ผลการวิจัยพบว่า

1. คนกรุงเทพมหานครที่เพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยไม่แตกต่างกัน คนกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศในทางลบ
3. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ
4. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
5. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ
6. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
7. ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ
8. ความรู้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้ดีที่สุด

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ

ปีการศึกษา 2545

ลายมือชื่อ.....สุริยษา ธาระสุทธิ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....ประมะ สตะเวทิน.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4485261028 MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE, TRAVELING BEHAVIOR
 SARINYA SARASUDDHI : MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND
 DOMESTIC TRAVELING BEHAVIOR OF BANGKOK PEOPLE: ASSOC.PROF.
 PARAMA SATAWEDIN, Ph.D.,
 152 PP., ISBN 974-17-1303-7

The purpose of this research is to study the correlations among media exposure, knowledge, attitude and traveling behavior of Bangkok people. Questionnaires were used to collect the data from 400 samples. Frequency, percentage, mean, t-test, One-way ANOVA, Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis were employed for the analysis of the data, SPSS/PC program was used for data processing.

The results of the study were as follows:

1. Bangkok people different in sex and education level were not significantly different in media exposure. People different in age, marital status, occupation and income were significantly different in media exposure.
2. Media exposure negatively correlated with knowledge of domestic travel.
3. Media exposure did not correlate with attitude toward domestic travel.
4. Media exposure did not correlate with domestic travel behavior.
5. Knowledge of domestic travel did not correlate with attitude toward domestic travel.
6. Knowledge of domestic travel significantly correlated with domestic travel behavior.
7. Attitude toward domestic travel did not correlate with domestic travel behavior.
8. Knowledge was the variable which could best explain domestic travel behavior.

Department/Program Public Relations
 Field of study Development Communication
 Academic year 2002

Student's signature.....
 Advisor's signature.....
 Co-advisor's signature.....

Sarinya S.
Parama Satawedin

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน ซึ่งได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอด จนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญลือ ซึ่งกรุณา สละเวลาอันมีค่ามาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่ง กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์พร้อมทั้งให้คำแนะนำทางด้านสถิติที่ใช้ในการวิจัยเป็น อย่างดี รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทให้มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณชาวกรุงเทพมหานครทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาให้ความร่วมมือตอบแบบ สอบถาม

ขอขอบคุณ คุณอาสาวิตรี คุณอาที่รักผู้อุปถัมภ์ดูแลมาตั้งแต่เล็กจนโต และน้องก๊วกไก่อ น้องสาวที่แสนดีกับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งในการรวบรวมข้อมูล ตลอดจนขอขอบคุณ ปึก โบว์ นุ่ม ปี่ เป็ หนูนา และพี่วรรณ กับความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ในการรวบรวมข้อมูล และที่สำคัญ ขอขอบคุณน้องต่อตระกูล อุบลวัตร ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องของสถิติเป็นอย่างดี

ขอบคุณเพื่อนๆ DEV. COM. ทุกคนมากๆ สำหรับมิตรภาพตลอดระยะเวลาของการ เรียน โดยเฉพาะพี่เปี้ยก น้อง ต๊อก และปึกกับความช่วยเหลือทุกอย่าง

วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสำเร็จไม่ได้ ถ้าไม่มีคนพิเศษ “พี่เหนง” ที่ให้ความช่วยเหลืออย่าง จริงใจ จริงจัง และเสมอต้นเสมอปลายในการช่วยพิมพ์อย่างหามรุ่งหามค่ำ ขนส่งแบบสอบถาม ตลอดจนดูแลสภาพจิตใจและให้กำลังใจเป็นอย่างดีมาโดยตลอดขอขอบคุณอย่างที่สุดมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณบุคคล 2 คนที่สำคัญที่สุดในชีวิตคือ คุณพ่อและคุณแม่ ที่สนับสนุน ทุนการศึกษาและทุกสิ่งทุกอย่างอย่างเต็มที่กำลังใจ รวมไปถึงการดูแลทุกข์สุขและให้กำลังใจอย่าง หาที่เปรียบมิได้ และสุดท้ายขอขอบคุณคุณยายละม่อมกับขนมเค้กแสนอร่อยเพิ่มพลัง

ขอขอบคุณทุกความช่วยเหลือและกำลังใจ

สรินญา สาระสุทธิ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ปัญหาในการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	11
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ.....	15
ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์.....	29
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP).....	41
แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว.....	61
แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากร.....	65
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	70
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	75
ประชากรในการวิจัย.....	75
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	75
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	77
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
เกณฑ์การวัดตัวแปร.....	78
การทดสอบเครื่องมือ.....	81
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	82
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
4. ผลการวิจัย.....	85
การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	86
การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน.....	112
5. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	124
สรุปผลการวิจัย.....	126
การอภิปรายผลการวิจัย.....	131
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	139
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	140
รายการอ้างอิง.....	141
ภาคผนวก.....	146
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	152

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำนวนตามเพศ.....	86
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มอายุ.....	87
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	88
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	89
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	90
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	91
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ เปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ณรงค์เที่ยวไทย.....	92
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศจากสื่อมวลชน.....	95
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศจากสื่อเฉพาะกิจ.....	96
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศจากสื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อกิจกรรม.....	97
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศจากสื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์.....	98
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศจากสื่อบุคคล.....	99
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร การท่องเที่ยวภายในประเทศจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล.....	100
14. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคนกรุงเทพฯ จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ณรงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ จากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล.....	101
15. จำนวนและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการ การท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	103
16. จำนวนและร้อยละของคนกรุงเทพฯ จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับการ การท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	104
17. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	105
18. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับ ทัศนคติ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศที่ชอบเดินทางไป.....	107
20. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยว.....	108
21. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	109
22. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว.....	110
23. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสาเหตุในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ.....	111
24. สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยของคนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ.....	113
25. สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยของคนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	114
26. สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยของคนกรุงเทพมหานครจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	115
27. สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยของคนกรุงเทพมหานครจำแนกตามระดับการศึกษา.....	116
28. สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยของคนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ.....	117
29. สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยของคนกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้.....	118
30. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพฯ.....	121
31. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพฯ.....	122
32. แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ.....	123