

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกระบวนการการสื่อสารและศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการการสื่อสารของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามแบบปลายปิด และการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้พบว่าปัจจัยด้านผู้เขียนข้อมูล ปัจจัยด้านช่องทางและข้อมูล ปัจจัยด้านผลตอบกลับ และปัจจัยด้านสิ่งรบกวนเท่านั้นที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

The objective of this research was to study the correlation of communication process factors and the influence of communication process in online social network on the travel decision making of Bangkok consumers. This is a quantitative research with a sample of 400 Bangkok consumers. Close-end questionnaires were used to obtain the data. Percentage, Multicollinearity and Multiple Regression Analysis were used for the analysis of the data. The result shows that the communication process factors are correlated to the travel decision making of the Bangkok consumers and were tested by Multiple Regression Method with a significant level of 0.05. Factors that predict the travel decision making of Bangkok consumers are sender, message, channel, feedback and noise factor.