177022

ชื่อปัญหาพิเศษ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆพระราชวังดุสิต

ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ สุชญา วัชราภิรักษ์

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป)

ปีการศึกษา 2547

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต มีจุดมุ่งหมายคือ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิตของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยี่ยมชมพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิตจะเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิงเล็กน้อย มีอายุ 15-29 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 30-44 ปี และเป็นนักศึกษามากที่สุดรองลงมาคืออาชีพนักธุรกิจส่วนตัวการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์สื่อมวลชน ได้รับข่าวสารจากนิตยสาร/วารสาร มากที่สุด อยู่ในระดับ มาก รองลงมาคือจากอินเตอร์เน็ต อยู่ในระดับ ปานกลางสื่อบุคคล ได้รับข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มากที่สุดอยู่ในระดับ มาก รองลงมาคือ เพื่อนและครู/และครูอาจารย์อยู่ในระดับ ปานกลางสื่อเฉพาะกิจได้รับข่าวสารจากเว็บไซต์มากที่สุดอยู่ในระดับ มาก รองลงมาคือ แผ่นพับ/แผ่นปลิว อยู่ในระดับมากด้านพฤติกรรมการการท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆมีวัตถุประสงค์เพื่อทำรายงานมากที่สุดอยู่ใน รองลงมาคือ เพื่อมีความรู้หรือประสบการณ์ด้านประวัติศาสตร์ จะมาท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นกลุ่ม 5-6 คน จะไปกันในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยรถส่วนตัวกันมากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะชักชวนเพื่อนฝูงให้มาท่องเที่ยวพระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต มากที่สุด ความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของสื่อมวลชน กับสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับน้อย