

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 3) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลำปาง 5 แห่ง คือ อุทยานน้ำตกและบ่อน้ำร้อนแจ้ซ้อน วัดพระธาตุลำปางหลวง ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล และเขื่อนกิ่วลม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดใกล้เคียงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์มากที่สุด 2) มีความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางเป็นอย่างดี 3) พฤติกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวมา 1 วัน การใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 1,000 บาท และเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง พบว่า 4.1) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก จะได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 4.2) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการเปิดรับข่าวสารมากก็จะทำให้พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 4.3) ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการได้รับข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้นก็จะทำให้พฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

The objectives of this research were to study (1) the research participants' exposure to tourism news, (2) their knowledge about tourism, (3) their behavior of tourism, and (4) the relationships between their exposure to news and their tourism knowledge and behavior.

This study was a survey based on a sample population of 400 Thai tourists who visited 5 of the significant tourist attractions in Lampang, namely Jae Son Hot Spring and Waterfall Park, Wat Phrathat Lampang Luang, the Thai Elephant Conservation Center, Doi Khuntan National Park, and Kiw Lom Dam. The samples were chosen through accidental sampling. The data were collected through a questionnaire and analyzed through a percentage, a mean, a frequency, standard deviation and Pearson's correlation coefficients.

The study revealed four distinct findings. (1) the largest number of samples was tourists who came from nearby provinces. Most of them were exposed to tourism news mainly via television. (2) most of the samples had a good level of knowledge about tourist attractions in Lampang. (3) the majority came with their families for a one-day trip by their personal car and spent less than 1,000 baht. (4) as for the relationships between exposure to news and tourism behavior, it was found that the tourists who were exposed to a greater amount of news had a greater level of knowledge about tourism. In addition, the tourists who were exposed to a greater amount of news traveled for tourism more often, while those who received a greater amount of knowledge about tourism also traveled for tourism more often.