

อภิชาติ ติลกสกุลชัย : การศึกษาความต้องการข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่อออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (A STUDY OF NEEDED INFORMATION OF THAI TOURISTS VIA TOURISM AUTHORITY OF THAILAND'S ONLINE MEDIA)
 อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผศ. ดร. สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, 195 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่อออนไลน์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการสุ่มแบบบังเอิญจากกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยให้ได้กลุ่มตัวอย่างมา 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้ใช้งานสื่อออนไลน์เพื่อหาข้อมูลท่องเที่ยวบ่อยครั้ง 20 คน ในช่วงอายุที่ต่างกัน และกลุ่มของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการสร้างและพัฒนา ผู้ดูแลและรับผิดชอบสื่อออนไลน์ของ ททท. จำนวน 4 คน โดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ผลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบระดับความต้องการข้อมูลระหว่างเพศ และอายุ แล้วใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออภิปรายผลจากค่าทางสถิติร่วมกับผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่าข้อมูลที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะค้นหาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ 10 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก เส้นทางการเดินทางและแผนที่ ร้านอาหาร ราคาและรายการส่งเสริมการขาย โปรแกรมท่องเที่ยว รูปภาพของแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก กิจกรรมที่ทำได้ ช่องทางการติดต่อและการจองที่พักและร้านอาหาร และข้อคิดเห็นจากผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน นอกจากนี้ยังพบว่าความต้องการข้อมูลท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อเสนอพิเศษ กิจกรรมที่ทำได้ และบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของแต่ละช่วงอายุนั้นมีลำดับความสำคัญของความต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันไป ช่วงอายุ 18 – 24 ปี และ 25 – 34 ปี จะเน้นหาข้อมูลกิจกรรมที่ทำได้เป็นอันดับแรก แล้วจึงหาข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อเสนอพิเศษ เส้นทางเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยว ส่วนช่วงอายุ 35 – 44 ปี และ 45 – 54 ปี จะ เน้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกก่อน จากนั้นจึงสนใจเรื่องข้อเสนอพิเศษ วิธีการเดินทาง และกิจกรรมที่ทำได้ และช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไปจะสนใจหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว วิธีการเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อเสนอพิเศษ แต่จะไม่เน้นเรื่องกิจกรรมที่ทำได้และบริการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยร้อยละ 96.75 นิยมที่จะทำการค้นหาข้อมูลผ่านทาง โปรแกรมค้นหาเช่นกูเกิ้ล แล้วจึงค้นหารายละเอียดจากสื่อออนไลน์อื่นๆ ไล่ตามผลการค้นหาที่ได้ โดยให้ความสำคัญกับสื่อ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก และบล็อก ในระดับมาก และหาจากสื่อเว็บบอร์ด ยูทูป ทวิตเตอร์ และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ อยู่ในระดับปานกลาง

สาขาวิชา..... วิทยาศาสตร์การกีฬา..... ลายมือชื่อนิติ.....
 ปีการศึกษา.....2554..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5378825039 : MAJOR MANAGEMENT OF RECREATION TOURISM

KEYWORDS : NEEDED INFORMATION / THAI TOURISTS / ONLINE MEDIA

APICHART TILOKSKULCHAI : A STUDY OF NEEDED INFORMATION OF THAI TOURISTS VIA TOURISM AUTHORITY OF THAILAND’S ONLINE MEDIA.
 ADVISOR : ASST.PROF. SUCHART TAWEEPORNPATHOMGUL, Ph.D. , 195 pp.

The purpose of this research was to study needed information of Thai tourists via Tourism Authority of Thailand (TAT)’s online media. A group of 400 Thai internet users (N = 400) were accidentally chosen as a sample. Data were collected from questionnaire and also from interviews conducted with 2 purposively selected groups; 20 Thai tourists of 18-year and older age. and 4 TAT’s online media administrators, and stakeholders. The quantitative method of statistical analysis were applied to find frequency, percentage, mathematical mean and standard deviation as well as comparison between sex and ages, and then descriptively explain results.

The results were shown that top-ten of most needed information that Thai-tourist respondents searched through the internet and online media were tourist attractions, accommodations, map and driving directions, restaurants, price and special promotions, tour programs, pictures of hotels and tourist attractions, activities, contact and reservation information of hotels and restaurants, and reviews and feedback from previous customers. In addition, needed information in attraction, accessibility, accommodation, availability packages, activities and ancillary services which were 6 major composites in tourism industry were in different order between ages. The group of 18-34 year-of-age focused on information about activities then accommodations, directions, promotions and attractions while the group of 35 – 54 paid their attentions to attractions and comfortable accommodations rather than promotions, directions and activities. The group of 55 years and older needed information in attractions, accessibility and directions, comfortable accommodations, and promotions. Activities were not important for this group. However; none of the groups paid attention in searching for information about ancillary services such as hospitals, police stations, etc. The needed information was gathered using search engine, accounted for 96.75%. Then go through another online media by the listed results starting from websites, facebook and blogs. After searching through those priority online media, the tourists would continue to search more information from webboard, youtube, twitter and mobile applications.

Field of Study : Sports Science Student’s Signature

Academic Year : 2011 Advisor’s Signature