หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานี
หน่วยกิต	12
ผู้เขียน	นายธวัชชัย กลิ่นนาค
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภัชน์
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. โสพล มีเจริญ
หลักสูตร	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	ครุศาสตร์เทคโนโลยี
ภาควิชา	เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะ	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
พ.ศ.	2554

บทคัดย่อ

งานวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สุราษฎร์ธานี ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีและศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ คือ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ททท.จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 378 คน ใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ เก็บรวบรวมข้อมูลในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2554 เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.89 ผลการวิจัย พบว่า ททท. สุราษฎร์ธานีใช้สื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ค เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บบล็อกและเว็บ ยูทูบ ส่วนสื่อออฟไลน์ ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นปลิว ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข่าวสารผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 63.20) จากอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.10) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.48, S.D. = 0.27) โดยด้านสื่อป้ายโฆษณามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = 0.39) นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุและอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา ภูมิลำเนา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร / ความพึงพอใจ / นักท่องเที่ยว / สื่อประชาสัมพันธ์

Thesis Title	The Study of Information Seeking Behavior and Satisfaction of Tourist to Public Relations Media of Tourism Authority of Thailand, Suratthani
Thesis Credits	12
Candidates	Mr. Tawattchai Klinnak
Thesis Advisor	Assoc.Prof. Dr. Kuntida Thamwipat
	Asst. Prof. Dr. Sopon Meejaleurn
Program	Master of Science in Industrial Education
Field of Study	Technology Education
Department	Educational Communications and Technology
Faculty	Industrial Education and Technology
B.E.	2554

Abstract

The study of information seeking behavior and satisfaction of tourist to public relations media of Tourism Authority of Thailand (TAT), Surat thani aimed to study public relations media of Tourism Authority of Thailand, study tourist behavior of information seeking in Surat thani province and to compare satisfaction level of tourist in Surat thai toward public relations media of Tourism Authority of Thailand. Sample group is 5 executive and TAT officers and 378 Thai tourist in Surat thani. Data were collected by convenience sampling in second semester of 2010 academic year. Tool in the study is questionnaire with confidence level 0.92. It was found that online media were used by TAT such as facebook, website, e-mail, webblog and youtube and offlne media were used such as brochure, leaflet, billboard, newspaper, radio and television.The information is obtained by internet (45.10%), computer and electronic instrument (63.2%).Satisfaction level of tourist is at high level ($\overline{X}$ = 4.48, S.D = 0.27) When considering each issue, it was found that in the area of Cutout has the highest average score ($\overline{X}$ = 4.60, S.D = 0.39). The statistic test for hypothesis illustrated that tourists with different gender, age and occupation have no difference in satisfaction level toward public relations media of Tourism Authority Thailand Surat thani. Tourists with different educational level, hometown and salary have difference satisfaction level at significance statistic level of .05

Keywords : Information Seeking Behavior/ Satisfaction/Tourist Public Relations Media