

ถวัลย์ ใจน้อย 2550: ความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย ปรินญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา)
สาขาเทคโนโลยีการศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา ประธานกรรมการ
ที่ปรึกษา: อาจารย์สุวิธ นุตรสุวรรณ, กศ.ม. 69 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อสื่อประชาสัมพันธ์
ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในสื่อแต่ละประเภท คือ สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง
และอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 396 คน โดยการ
สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล
โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทยในระดับมาก ทั้ง 4 สื่อ ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.34 ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ
การมีจุดเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
และความทันสมัยของข่าวสารตลอดเวลา สื่อวิทยุโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในเรื่องที่มีวิธีการ
นำเสนอที่ดีเรียงลำดับตามความสำคัญ ส่วนการใช้ภาพประกอบสามารถดึงดูดใจผู้ชมได้ดี และผู้นำ
เสนอสามารถดึงดูดใจการรับสื่อได้มากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ในเรื่อง หัวข้อเรื่อง
อ่านง่าย เนื้อหาสามารถดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวและสื่อความหมายได้ชัดเจนมีความเป็นเอกภาพ
และสื่อวิทยุกระจายเสียง มีค่าเฉลี่ย 3.87 ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ เนื้อหาสาระของสื่อ ผู้บรรยาย
สามารถดึงดูดใจได้ และรูปแบบรายการมีความเหมาะสมมีผลต่อการโน้มน้าวและกระตุ้นให้เกิด
การเดินทางท่องเที่ยว

Thawan Jainoi 2007: Satisfaction of Public Relations Media Receivers in
 Tourism Authority of Thailand. Master of Education (Educational Technology),
 Major Field: Educational Technology, Department of Educational Technology.
 Thesis Advisor: Mr. Suwich Budsuwan, M.Ed. 69 pages.

The purpose of this research was to study satisfaction of public relations media receivers in Tourism Authority of Thailand in printing, television, radio, and internet. The samples of this study were taken from 396 people who lived in Bangkok derived from purposive technique. The instrument for collecting the data was the questionnaires, the data were analyzed by percentages, mean and standard deviation.

The research results revealed that the level of satisfaction on Tourism Authority of Thailand's public relations were at a high level in 4 aspects comprises of internet media ($\bar{X} = 4.34$), link to another tourist website, tourist information services, information update, television media ($\bar{X} = 4.27$), appropriate presentation relevant to the important issues, the motivation of pictures and presentors, printing media ($\bar{X} = 4.20$), easily to understand the topic appealed to travel, meaningful and unity, radio media ($\bar{X} = 3.87$), in connection to contents of media, the characteristics of reader and the suitable of media schedual impacted the invitation and impulse for traveling.