

ปรางทิพย์ ทวีสิทธิ์. ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, พุทธศักราช 2545, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดตราดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ความรู้
ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. (100 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ดร.พงษ์ วิเศษสังข์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ในลักษณะการทดลอง
เบื้องต้น (Pre Test – Post Test Experimental) เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านความรู้ ทัศนคติ
และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ก่อนและหลังการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ด้านการ
ท่องเที่ยวของจังหวัดตราดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ของนักศึกษา
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดตราดที่มีกับทัศนคติในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่าน
สื่ออินเทอร์เน็ต อีกทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายใน
จังหวัดตราดที่มีกับแนวโน้มการตัดสินใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราดของกลุ่มนักศึกษา
กลุ่มทดลองที่ใช้มีจำนวนทั้งสิ้น 60 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และ
วิเคราะห์ผลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยแบบ Paired t-test และวิเคราะห์หาค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ Pearson's Product
Moment Correlation Coefficient โดยมีระดับการยอมรับหรือปฏิเสธค่าตามวิจัย คือ .05 ซึ่ง
ประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดตราดของกลุ่มนักศึกษาก่อนมีการเปิดรับ
ข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีความแตกต่างกับภายหลังการ
เปิดรับ
2. ทัศนคติต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มนักศึกษา
ก่อนมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดตราดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มี
ความแตกต่างกับภายหลังการเปิดรับ
3. แนวโน้มการตัดสินใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราดของกลุ่มนักศึกษามี
แนวโน้มการตัดสินใจวางแผนเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดตราด เพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการเปิดรับ

Taveesit, P. M.A. (Communication Arts), November 2002, Graduate School,
Bangkok University

Internet Exposure to Tourism Information of Trat Province, Knowledge, Attitude and
Travelling Behavior of Undergraduate Students (100 pp.)

Advisor of thesis : Pong Wisessang, Ph.D.

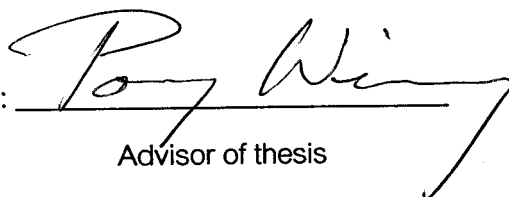
Abstract

The purpose of this study was to investigate the attitude of undergraduate students on Public Relations on Internet. Sixty subjects were simply selected from Internet users at Bangkok University who had not had experience with Trat province. The instruments for the experiment consisted of a questionnaire that was used in a pretest and posttest, and three websites containing tourism information of Trat which were presented at the posttest session.

A one group pretest-posttest research design was used in this study. The subjects responded to the questionnaire twice: once at the pretest session, and another immediately after the presentation of the websites one week later.

Descriptive statistics, Paired t-test, and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were employed to analyze the data. Results from data analysis revealed that the attitude of the subjects toward the Public Relations about tourism information on Internet was not as predicted at the significance level .05. However, the Public Relations on Internet increased knowledge of the subjects about the travelling place and decision-making in travelling to the place significantly.

Approved :



Advisor of thesis