

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์เว็บไซต์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร
ผู้วิจัย	สมจารย์ ปาลอภิไตร
สถานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2553
คำสำคัญ	การวิเคราะห์ เว็บไซต์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

#### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างเอกสาร ได้แก่ เว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 70 เว็บไซต์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยวิธีการจับสลากแบบไม่แทนที่ และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยทำการสุ่มแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เว็บไซต์ คือ การแจกแจงความถี่ อัตราส่วนค่าร้อยละ และไคว์สแควร์ (Chi-square) และการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวใช้การแจกแจงความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ทดสอบแบบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีของเซฟเฟ้ (Scheffé) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้ใช้เว็บไซต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประสบการณ์ในการใช้เว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่แตกต่างกัน มีความต้องการต่อเนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีทั้งแตกต่างกันและไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

**Title** THE ANALYSIS OF TOURISM WEBSITE: A CASE STUDY OF AGRO-TOURISM PROMOTION WEBSITE

**Author** Thamajaree Panapitai

**Advisor** Associate Professor Chawalee Na Thalang

**Co - Advisor** Associate Professor Sutthinan Promsuwan, Ph.D.

**Academic Paper** Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management, Naresuan University, 2010

**Keywords** ANALYSIS, TOURISM WEBSITE, AGRO-TOURISM

#### ABSTRACT

The objectives of this study were to study the content and format of Agro-tourism promotion website and analyze the users' needs (the tourists). It will be used for improving, developing and modifying the websites to fulfill users' needs. The data were randomly sampled from 70 sites and analyzed by frequency, percentage and Chi Square. The users' needs (the tourists) were obtained by accidental random sampling from 400 tourists who live in Bangkok and data were analyzed by frequency, standard deviation, one-way analysis of variance (One way ANOVA) and the method of Scheffé. The results show that tourists who used the Agro-tourism promotion websites with different demographic variables: age, education, income, differed in their experience of Agro-tourism attractions. They also differed in the use of the Agro-tourism websites. Conclusively, the tourists differed in their demand for the websites' content and format. The difference is not statistically significant at .05.