

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การสร้างเว็บไซต์ ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้เขียน นายสรรพงศ์ จันทเลิศ

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการตอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ณิ ฌ ลำปาง	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	กรรมการ
อาจารย์สงวนศักดิ์ สีนเจิมศิริ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสร้างเว็บไซต์ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายมีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลข้อมูลทางการท่องเที่ยวและจัดระเบียบข้อมูลให้ส่งต่อการนำไปใช้ประโยชน์ และสร้างเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ขั้นตอนการศึกษาเริ่มจากการประมวลข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายให้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้ส่งต่อการนำไปใช้ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้คือ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลร้านขายของที่ระลึกและข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว จากกลุ่มข้อมูลข้างต้นจึงได้มีการสร้างเว็บไซต์ เพื่อทดสอบการใช้งาน และใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 252 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าสถิติร้อยละ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานในบริษัท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ภูมิภาคที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าชมเว็บไซต์มากที่สุดคือภาคกลาง ส่วนใหญ่ต้องการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ส่วนข้อมูลของร้านขายของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถามไม่นำไปใช้ในการวางแผนท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย จากการวิจัยพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความต้องการข้อมูลที่เพียงพอเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสำคัญกับรูปภาพเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการท่องเที่ยวและตัดสินใจ

Independent Study Title	Creation of Tourism Web Site in Chiang Rai Province	
Author	Mr. Sanpong Chantalead	
M.A.	Tourism Industry Management	
Examining Committee	Assist. Prof. Darunee Na Lampang	Chairman
	Assoc. Prof. Boonlert Jittangwattana	Member
	Lecturer Sa-ngaunsak Sinchermsiri	Member

ABSTRACT

The first objective of this thesis is to create a synopsis of tourism information available on Chiang Rai Province and to organize this information into categories. The second objective is to create a web site of the available Chiang Rai province tourism information.

The study collected information on tourism in Chiang Rai Province from various sources including the Tourism Authority of Thailand. This information was then summarized and organized by area: tourism locations, accommodations, restaurants, travel, souvenirs and tour program information. Following the collection and organization of the data, a web site was developed to make the information available to internet users. The website, which included a questionnaire to be completed by website visitors, was posted for a period of one month, from 8 February through 8 March 2003. A total of 252 of the visitors to the website completed the questionnaire. Survey results were tabulated using percentage as the key statistic.

Analysis of the survey results found that the majority of the website users were between 21 to 30 years old (about 51%). The most frequent occupation was company employee (about 33%) and most had a bachelor's degree (about 68%). Most of the respondents were from the central region of Thailand (about 48%). The main objective of respondents in visiting the website was to plan a tour

program (about 54%). Most of the respondents visited all the website areas. In general they visited all the website areas and were satisfied with most of the areas including tourism locations, accommodations, restaurants, travel, touring program information. The one area which was rated as needing improvement was the souvenir area where the respondents wanted additional information.

Overall, respondents stated that they wanted information that could be used for planning their tourism program. Specifically, they wanted additional detailed information and easy access to that data. One key finding was that the respondents desired pictures of the prospective tourism sites, e.g., hotel accommodations, restaurants, etc., to help them make their tourism decisions, which the website used in this research project did not include.