



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเสนอตามลำดับดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และ สื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งได้แก่
 - การเปิดรับสื่อบุคคล
 - การเปิดรับสื่อมวลชน
 - การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
 - การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก
 - ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยว
 - ฐานะทางเศรษฐกิจ
4. การไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 210 คน ตามที่กำหนดไว้ สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามได้ครบถ้วน (100%) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ปรากฏผลดังนี้ (ตารางที่ 1-6 ภาคผนวก ก)

- 1.1 เพศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น เพศชายคือ ร้อยละ 56.2

1.2 อายุ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 26.7 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี รองลงมาคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี (ร้อยละ 23.3) ส่วนผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 11.0)

1.3 ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคือ ร้อยละ 48.6 รองลงมาคือผู้มีการศึกษาในระดับ ม.1-ม.6 (ร้อยละ 19.0) และระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตร (ร้อยละ 17.1) ส่วนผู้ที่ไม่เคยเรียนเลย มีจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 1.4

1.4 สถานภาพในการทำงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทำงานแล้วคือ ร้อยละ 83.3 มีเพียงร้อยละ 16.7 เท่านั้นที่กำลังศึกษาอยู่

1.5 อาชีพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างบริษัท, ร้านค้า คือร้อยละ 41.4 รองลงมา รับราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ลูกจ้างรัฐบาล (ร้อยละ 24.8) และประกอบอาชีพส่วนตัว (ร้อยละ 18.1) ตามลำดับ ส่วนผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ (จากผลการวิจัย ได้แก่ ทำธุรกิจที่ดิน) มีจำนวนน้อยที่สุดคือเพียงร้อยละ 0.5

1.6 รายได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนยังไม่หักค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท คือร้อยละ 23.8 รองลงมา มีรายได้ตั้งแต่ 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ 18.1) ส่วนผู้มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท และตั้งแต่ 3,001-5,000 บาท มีร้อยละ 16.7 และร้อยละ 16.2 ตามลำดับ ผู้มีรายได้ 2,000-3,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือร้อยละ 11.0

2. การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการจัดลำดับความสำคัญของสื่อที่เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง

ลำดับความสำคัญ	ประเภทของสื่อ					
	สื่อบุคคล		สื่อมวลชน		สื่อเฉพาะกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อันดับที่ 1	163	77.6	44	21.0	3	1.4
อันดับที่ 2	42	20.0	117	55.7	24	11.4
อันดับที่ 3	2	1.0	17	8.1	128	61.0
ไม่จัดอันดับ	3	1.4	32	15.2	55	26.2
รวม	210	100.0	210	100.0	210	100.0
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	2.74		1.82		0.88	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ในการจัดลำดับความสำคัญของสื่อที่เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 77.6 ให้ความสำคัญแก่สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นอันดับที่ 1 ส่วนสื่อมวลชน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.7 ให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นอันดับที่ 2 สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้น ปรากฏว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 61.0 ให้ความสำคัญว่าเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง เป็นอันดับที่ 3

เมื่อนำลำดับความสำคัญของสื่อมาคิดเป็นคะแนน จะพบว่าสื่อบุคคลมีการเผยแพร่ข่าวสาร อยู่ในระดับมาก สื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง และสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับน้อย

3. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง

3.1 การเปิดรับสื่อบุคคล

3.1.1 การเปิดรับสื่อบุคคลในรอบ 1 เดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ

85.2 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้จากสื่อมวลชน (ตารางที่ 7 ภาคผนวก ก)

3.1.2 การเปิดรับสื่อมวลชนในรอบ 1 เดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 51.4 ไม่เคยพบปะ และสนทนากับเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่บริษัทท่องเที่ยวเลย นักท่องเที่ยวร้อยละ 35.7 มีโอกาสพบปะและสนทนากับเพื่อน (รวมทั้งเพื่อนบ้านและเพื่อนร่วมงาน) เกือบทุกวัน ส่วนการพบปะและสนทนากับญาติพี่น้อง (รวมทั้งบิดา-มารดา, บุตร-ธิดา) นั้น นักท่องเที่ยว ร้อยละ 39.0 มีโอกาสพบปะและสนทนาเกือบทุกวัน เช่นกัน สำหรับการพบปะและสนทนากับครู-อาจารย์ ในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 56.2 ไม่เคยพบปะและสนทนากับครู-อาจารย์เลย (ตารางที่ 2)

3.1.3 เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภท พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อจากเพื่อนและญาติพี่น้องบ่อยกว่า การเปิดรับสื่อจากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว และครู-อาจารย์ และมีการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการเปิดรับสื่อจากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว และครู-อาจารย์ อยู่ในระดับน้อย (ดูจากคะแนนเฉลี่ยในตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสื่อบุคคลในรอบ 1 เดือน

สื่อบุคคล	ความบ่อยครั้ง										คะแนนเฉลี่ย		
	ทุกวัน		เกือบทุกวัน		นาน ๆ ครั้ง		ไม่เคยเลย		ไม่เปิดรับสื่อบุคคล		รวม		(X̄)
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเจ้าหน้าที่บริษัทท่องเที่ยว	1	.5	6	2.9	64	30.5	108	51.4	31	14.8	210	100.0	0.44
เพื่อน (รวมทั้งเพื่อนบ้านและเพื่อนร่วมงาน)	2	1.0	75	35.7	64	30.5	38	18.1	31	14.8	210	100.0	1.23
ญาติพี่น้อง (รวมทั้งบิดา-มารดา บุตร-ธิดา)	13	6.2	82	39.0	42	20.0	42	20.0	31	14.8	210	100.0	1.37
ครู-อาจารย์	2	1.0	12	5.7	47	22.4	118	56.2	31	14.8	210	100.0	0.43

3.2 การเปิดรับสื่อมวลชน

3.2.1 การเปิดรับสื่อมวลชนในรอบ 1 สัปดาห์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 79.5 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากสื่อมวลชน (ตารางที่ 8 ภาคผนวก ก)

3.2.2 การเปิดรับสื่อมวลชนในรอบ 1 สัปดาห์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 50 มีโอกาสอ่านนิตยสารตั้งแต่ 5 ครั้ง/สัปดาห์ และนักท่องเที่ยวร้อยละ 34.8 พังวิทย์ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนการอ่านหนังสือพิมพ์และชมโทรทัศน์นั้น นักท่องเที่ยวมีโอกาสอ่านและชมตั้งแต่ 5 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 45.7 และร้อยละ 43.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

3.2.3 เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลาง (ดูจากคะแนนเฉลี่ยในตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำนวนตามความบ่อยครั้งในการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อ							
	วิทยุ		โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		นิตยสาร	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 5 ครั้ง/สัปดาห์	31	14.8	92	43.8	96	45.7	105	50.0
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	73	34.8	30	14.3	32	15.2	26	12.4
น้อยกว่า 2 ครั้ง/ สัปดาห์	63	30.0	45	21.4	39	18.6	36	17.1
ไม่เปิดรับสื่อมวลชน	43	20.5	43	20.5	43	20.5	43	20.5
รวม	210	100.0	210	100.0	210	100.0	210	100.0
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	1.80		2.28		2.34		2.41	

3.3 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ

3.3.1 การ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจในรอบ 1 เดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 78.6 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากสื่อเฉพาะกิจ (ตารางที่ 9 ภาคผนวก ก)

3.3.2 การ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจในรอบ 1 เดือน นักท่องเที่ยวร้อยละ 38.1 ได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ น้อยกว่า 2 ครั้ง/เดือน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่ได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ 3-4 ครั้ง/เดือน มีร้อยละ 37.6 ส่วนนักท่องเที่ยวที่ได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ตั้งแต่ 5 ครั้ง/เดือน มีเพียงร้อยละ 2.9 เท่านั้น (ตารางที่ 4)

3.3.3 เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ พบว่านักท่องเที่ยว มีการ เปิดรับสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับปานกลาง (ดูจากคะแนนเฉลี่ยในตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากสื่อเฉพาะกิจในรอบ 1 เดือน

ความบ่อยครั้ง	สื่อเฉพาะกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 5 ครั้ง/เดือน	6	2.9
3-4 ครั้ง/เดือน	79	37.6
น้อยกว่า 2 ครั้ง/เดือน	80	38.1
ไม่เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	45	21.4
รวม	210	100.0
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	1.55	

3.4 การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก

3.4.1 ความชอบที่จะพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 47.1 ชอบที่จะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นมาก ส่วนผู้ที่ไม่ชอบอย่างยิ่งที่จะพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นมีเพียงร้อยละ 1.0 เท่านั้น (ตารางที่ 10 ภาคผนวก ก)

3.4.2 ในการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ หรือมีโอกาสดูคุยกับบุคคลต่างถิ่น ในรอบ 6 เดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 57.6 ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศเลย นักท่องเที่ยวร้อยละ 57.1 มีโอกาสเดินทางไปต่างจังหวัดนาน ๆ ครั้ง ส่วนโอกาสพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นนั้น ร้อยละ 38.6 มีโอกาสพูดคุยเกือบทุกเดือน (ตารางที่ 5)

3.4.3 เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเดินทางไปยังสถานที่อื่น ๆ หรือมีโอกาสดูคุยกับบุคคลต่างถิ่นแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีการเดินทางไปต่างจังหวัดและมีโอกาสพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการเดินทางไปต่างประเทศนั้น นักท่องเที่ยวมีการเดินทางไปต่างประเทศอยู่ในระดับน้อย (ดูจากคะแนนเฉลี่ยในตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเดินทาง ไปยังสถานที่อื่น ๆ หรือมีโอกาสพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นในรอบ 6 เดือน

ความบ่อยครั้ง	การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก					
	เดินทางไป ต่างจังหวัด		เดินทางไป ต่างประเทศ		โอกาสพูดคุยกับ บุคคลต่างถิ่น	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกเดือน	8	3.8	7	3.3	23	11.0
เกือบทุกเดือน	38	18.1	30	14.3	81	38.6
นาน ๆ ครั้ง	120	57.1	52	24.8	74	35.2
ไม่เคยเลย	44	21.0	121	57.6	32	15.2
รวม	210	100.0	210	100.0	210	100.0
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	1.05		0.63		1.45	

3.5 ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับจากการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง ตอนล่าง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 56.2 คาดว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่างคือ การได้พักผ่อนหย่อนใจ และคลายความเครียดซึ่งจัดให้มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 ส่วนลำดับที่ 2 ได้แก่ การมีโอกาสได้ทัศนศึกษาซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ (ร้อยละ 42.9) อันดับที่ 3 ได้แก่ การได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีขึ้น (ร้อยละ 31.4) อันดับที่ 4 ได้แก่ การได้สมาคมกับผู้อื่น หรือผู้ที่ร่วมกลุ่มท่องเที่ยวทำให้มีเพื่อนเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 42.9) อันดับที่ 5 ได้แก่ การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (ร้อยละ 45.2) ส่วนประโยชน์ในเรื่องอื่น ๆ นักท่องเที่ยวร้อยละ 94.8 ไม่จัดอันดับให้ (ตารางที่ 6)

เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับแต่ละประการ โดยเฉลี่ยพบว่า นักท่องเที่ยวคาดว่า ผลประโยชน์ที่ได้รับคือ การได้พักผ่อนหย่อนใจคลายความเครียดและการมี

โอกาสได้ทัศนศึกษาซึ่ง เป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนการได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีขึ้น, การได้สมาคมกับผู้อื่นหรือผู้ที่ร่วมกลุ่มท่องเที่ยวทำให้มีเพื่อนเพิ่มขึ้น และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับประโยชน์ในเรื่องอื่น ๆ อยู่ในระดับน้อย (ดูจากคะแนนเฉลี่ยในตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกว่า 10 ปีที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและจัดลำดับความสำคัญของผลประโยชน์

ประโยชน์ที่จะได้รับ	ลำดับความสำคัญ														คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})		
	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3		อันดับที่ 4		อันดับที่ 5		อันดับที่ 6		ไม่จัดอันดับ			รวม	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีขึ้น	22	10.5	15	7.1	66	31.4	20	9.5	54	25.7	1	.5	32	15.2	210	100.0	3.05
มีโอกาสได้ทัศนศึกษาซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์	51	24.3	90	42.9	23	11.0	20	9.5	3	1.4	-	-	23	11.0	210	100.0	4.35
การได้พักผ่อนหย่อนใจและคลายความเครียด	118	56.2	51	24.3	33	15.7	3	1.4	-	-	1	.5	4	1.9	210	100.0	5.26
การได้สมาคมกับผู้อื่นหรือผู้ที่ร่วมกลุ่มท่องเที่ยวทำให้มีเพื่อนเพิ่มขึ้น	11	5.2	26	12.4	42	20.0	90	42.9	21	10.0	-	-	20	9.5	210	100.0	3.22
การได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	6	2.9	19	9.0	27	12.9	47	22.4	95	45.2	1	.5	15	7.1	210	100.0	2.72
อื่น ๆ	2	1.0	1	.5	1	.5	1	.5	-	-	6	2.9	199	94.8	210	100.0	0.14

3.6 ฐานะทางเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ร้อยละ 23.8 มีรายได้ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือร้อยละ 18.1 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนผู้มีรายได้ 2,000-3,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง ร้อยละ 11.0 (ตารางที่ 7)

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	35	16.7
2,000-3,000 บาท	23	11.0
3,001-5,000 บาท	34	16.2
5,001-10,000 บาท	38	18.9
10,001-20,000 บาท	50	23.8
20,000 บาทขึ้นไป	29	13.8
ไม่ตอบ	1	.5
รวม	210	100.0

4. การไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง

4.1 ความถูกต้องในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 58.1 เห็นด้วยว่า การตัดสินใจไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง รองลงมานักท่องเที่ยวร้อยละ 39.0 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่เห็นด้วยมีเพียงร้อยละ 2.9 (ตารางที่ 11 ภาคผนวก ก)

4.2 ความตั้งใจที่จะชักชวนให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 92.4 มีความตั้งใจที่จะชักชวนให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง (ตารางที่ 12 ภาคผนวก ก)

4.3 ความตั้งใจที่จะกลับไปท่องเที่ยวอีก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 92.4 มีความตั้งใจที่จะกลับไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงอีก (ตารางที่ 13 ภาคผนวก ก)

4.4 ระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 46.2 ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 1 เดือน รองลงมาคือร้อยละ 34.3 ใช้เวลาในการตัดสินใจ 1-3 เดือน ส่วนกลุ่มที่ใช้เวลาในการตัดสินใจ 4-5 เดือน มีเพียงร้อยละ 14.3 และนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาในการตัดสินใจมากกว่า 5 เดือน มีร้อยละ 5.2 เท่านั้น (ตารางที่ 8)

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว พบว่า โดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยว มีการตัดสินใจไปท่องเที่ยวเร็ว (ดูจากคะแนนเฉลี่ยในตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังจากทราบข่าวสารเกี่ยวกับการไปท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการตัดสินใจ	การไปท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	97	46.2
1-3 เดือน	72	34.3
4-5 เดือน	30	14.3
มากกว่า 5 เดือน	11	5.2
รวม	210	100.0
คะแนนเฉลี่ย (\bar{X})	3.21	

5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้แตกต่างกัน \neq/c

ทำการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Product Moment Correlation

ตารางที่ 9 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้

สื่อที่เผยแพร่ข่าวสาร	การไปท่องเที่ยว
สื่อบุคคล	.1145*
สื่อมวลชน	-.0283
สื่อเฉพาะกิจ	-.0692

*P < .05

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ เท่ากับ .1145 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อบุคคลมาก นักท่องเที่ยวจะไปท่องเที่ยวมาก ถ้าการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อบุคคลน้อย นักท่องเที่ยวจะไปท่องเที่ยวน้อย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ ส่วนการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงใต้ แสดงว่า การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจไม่ว่าจะมากหรือน้อย ก็ไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวมากขึ้นหรือน้อยลง

ตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท กับ การไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี t-test

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง	ความแตกต่างระหว่าง	
การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทกับการไปท่องเที่ยว	ค่าสหสัมพันธ์	ค่า t
สื่อบุคคล กับ สื่อมวลชน	0.14	1.01
สื่อบุคคล กับ สื่อเฉพาะกิจ	0.18	0.47
สื่อมวลชน กับ สื่อเฉพาะกิจ	0.04	0.40

N = 210

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการเผยแพร่ข่าวสารของสื่อแต่ละประเภทกับการไปท่องเที่ยวเป็นรายคู่แล้ว ผลปรากฏว่า การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไป ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างจากสื่อบุคคล, สื่อมวลชน และ สื่อเฉพาะกิจ, การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก, ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ตารางที่ 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแต่ละตัวกับการไปท่องเที่ยวใน
บริเวณภาคตะวันออกเฉียง

ปัจจัย	การไปท่องเที่ยว
การเปิดรับสื่อมวลชน	.1694*
การเปิดรับสื่อมวลชน	-.0197
การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	-.2224**
การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก	.1372*
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	.1082
ฐานะทางเศรษฐกิจ	.0161

*P < .05

**P < .01

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อมวลชน กับ การไปท่องเที่ยว
ในภาคตะวันออกเฉียง เท่ากับ .1694 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า
การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงในทิศทาง
เดียวกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เปิดรับสื่อมวลชนมากจะไปท่องเที่ยวมาก นักท่องเที่ยวที่
เปิดรับสื่อมวลชนน้อย ก็จะไปเที่ยวน้อย แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ ผลการ
ทดสอบความสัมพันธ์ในตารางข้างต้นยังพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับการ
ไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง สำหรับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับ
การไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีความสัมพันธ์กันใน
ทางลบ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เปิดรับสื่อเฉพาะกิจมาก จะไปเที่ยวน้อย แต่ความ
สัมพันธ์ที่พบก็อยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกกับการไป
ท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง เท่ากับ .1372 และมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า
การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคออก
เฉียงในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคม

ภายนอกมาก จะมีการเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ส่วนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่นเดียวกับฐานะทางเศรษฐกิจก็ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ถ้าจะพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละสื่อกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะปรากฏผลดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การเปิดรับสื่อมวลชน	การไปท่องเที่ยว
วิทยุ	.0464
โทรทัศน์	-.0192
หนังสือพิมพ์	.0075
นิตยสาร	-.0865

ผลจากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทไม่ว่าจะเป็น การเปิดรับสื่อมวลชนจาก วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ต่างไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงว่า การเปิดรับสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะมากหรือน้อย ก็ไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวมากขึ้นหรือน้อยลง