

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน สามารถนำมาสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยทางด้านประชากร (ภูมิลำเนา, เพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, จำนวนบุตร, การศึกษา, อาชีพ, รายได้)

พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ ร้อยละ 80 เป็นหญิงมากกว่าชาย ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 26 -30 ปี และยังเป็นโสด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้ว จำนวนบุตรโดยเฉลี่ยแล้ว ครอบครัวละ 2 คน การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเกือบร้อยละ 70 และรายได้ครอบครัวต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 5 แสนบาท มีไม่ถึงร้อยละ 1 ดังข้อมูลและรายละเอียดตามที่ แสดงไว้ในตารางที่ 3 - ตารางที่ 10

ตารางที่ 3 แสดงภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาค

ภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	322	80.5
กลาง	41	10.3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	9	2.3
เหนือ	6	1.5
ใต้	19	4.7
รวม	397	99.3

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลางที่ไม่ใช่กรุงเทพฯ มีเป็นอันดับที่สองคือ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคใต้มีมากเป็นอันดับที่สามคือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนา

ลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนเป็นอันดับที่สี่คือ 9 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	137	34.2
หญิง	256	64.3
ไม่ระบุเพศ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือเป็นเพศหญิงจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเป็นเพศชายจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 โดยมีผู้ไม่ระบุเพศของตัวเองจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-20 ปี	24	6.2
21-30 ปี	193	49.5
31-40 ปี	108	27.7
41-50 ปี	42	10.8
51 ปีขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมีจำนวนมากที่สุด คือ 193 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-20 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	250	62.5
สมรส	131	32.8
ม่าย / หย่าร้าง	14	3.5
ไม่ตอบ	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสเป็นโสดมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้วและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นม่าย/หย่าร้าง คือ มีจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้วมีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 กลุ่มตัวอย่างที่เป็น ม่าย/หย่าร้าง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้วและมีบุตร
จำแนกตามจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	40	34.5
2 คน	41	35.3
3 คน	18	15.5
4 คนขึ้นไป	17	14.7
รวม	116	100.0

* คำนวณเฉพาะผู้ที่สมรสแล้ว และมีบุตร

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมรส และมีบุตร 2 คน มีเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 41 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรเพียงคนเดียวมีจำนวนใกล้เคียงกันมากที่สุดคือ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีบุตร 3 คน มีจำนวนรองลงมาคือ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีบุตรตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	6	1.5
มัธยมศึกษา	14	3.5
ปวช.	18	4.6
ปวส.	18	4.6
อนุปริญญา	21	5.3
ปริญญาตรี	244	61.8
ปริญญาโท	69	17.5
ปริญญาเอก	-	-
ไม่ตอบ	10	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดคือ 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทมีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาลงไปถึงระดับประถมศึกษา มีจำนวนทั้งหมด 56 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	40	10.0
ข้าราชการ	28	7.0
พนักงานบริษัท	275	68.9
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	36	9.0
ไม่ตอบ	21	5.1
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทมีจำนวนมากที่สุด คือ 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	20	5.0
10,000-20,000 บาท	93	23.3
20,001-30,000 บาท	68	17.0
30,001-40,000 บาท	53	13.3
40,001-50,000 บาท	47	11.8
50,001-60,000 บาท	34	8.5
สูงกว่า 60,000 บาท	45	11.3
สูงกว่า 1 แสนบาท	35	8.8
สูงกว่า 5 แสนบาท	3	.8
ไม่ตอบ	2	.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนสูงกว่า 60,000 บาท มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนสูงกว่า 1 แสนบาท มี 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 50,001-60,000 มี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนสูงกว่า 5 แสนบาท มี 3 คน คิดเป็นร้อยละ .7 (จุดเจ็ด)

4.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศในรอบปีที่ผ่านมาถึงปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากหนังสือพิมพ์มีถึงร้อยละ 67 ขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าไม่ได้เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากวิทยุมีเกือบร้อยละ 90 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มีประมาณร้อยละ 40 แต่ร้อยละ 68 ไม่เปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ชม.ในการอ่านนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมีจำนวนร้อยละ 70 จำนวนผู้ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้งใกล้เคียงเช่นเดียวกับการติดต่อกับสายการบินคือ ประมาณร้อยละ 80 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 65 พูดคุยกับเพื่อนและบุคคลในครอบครัวของตนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ประมาณ ร้อยละ 70 ไม่เคยไปติดต่อกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศอื่นที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยเลย กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57 ไม่เคยไปชมนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ และประมาณร้อยละ 50 ให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศปานกลาง ส่วนความคิดเห็นต่อการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ โทรทัศน์ และบริษัททัวร์ สามารถให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศได้มาก ในขณะที่สายการบิน หนังสือพิมพ์ตลอดจน เพื่อนและ บุคคลในครอบครัวให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศในระดับปานกลาง ส่วนวิทยุ นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ และ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยให้ข้อมูลข่าวสารได้ในระดับน้อยจนถึงน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 1 แหล่ง โทรทัศน์ นิตยสาร ด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ และ หนังสือพิมพ์เป็นแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกให้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนใหญ่เกือบร้อยละ

50 มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังข้อมูลและรายละเอียดตามที่ แสดงไว้ในตารางที่ 11 - ตารางที่ 26

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
บางกอกโพสต์	38	9.5
เดอะเนชั่น	2	0.5
ไทยรัฐ	20	5.0
เดลินิวส์	14	3.5
มติชน	3	0.8
กรุงเทพธุรกิจ	7	1.8
ประชาชาติ	2	0.5
ผู้จัดการรายวัน	3	0.8
จำไม่ได้	42	10.4
ไม่อ่าน	269	67.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า หนังสือพิมพ์ 3 อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างอ่านและ สามารถระบุชื่อ หนังสือพิมพ์ ได้แก่ บางกอกโพสต์ ไทยรัฐ และ เดลินิวส์ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 42 คน ไม่สามารถระบุชื่อหนังสือพิมพ์ที่ตนอ่านได้

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า ประมาณร้อยละ 67 ของกลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากสถานีวิทยุ

สถานีวิทยุที่ฟัง	จำนวน	ร้อยละ
เอฟ เอ็ม 105.5 เมกกะเฮิตซ์	13	2.9
เอฟ เอ็ม 95.5 เมกกะเฮิตซ์	2	0.5
เอฟ เอ็ม 94.5 เมกกะเฮิตซ์	1	0.3
เอฟ เอ็ม 93.0 เมกกะเฮิตซ์	1	0.3
เอฟ เอ็ม 88.5 เมกกะเฮิตซ์	4	1.0
เอฟ เอ็ม 88.0 เมกกะเฮิตซ์	6	1.5
กองทัพเรือ	1	0.3
จำไม่ได้	28	7.0
ไม่ฟัง	344	86.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศทางวิทยุทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 21 ซึ่งในจำนวนนี้ ร้อยละ 7 ตอบว่า จำสถานีวิทยุที่ตนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศไม่ได้ สถานีวิทยุเอฟ เอ็ม 105.5 เมกกะเฮิตซ์ได้รับความนิยมในกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 86 ไม่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากวิทยุ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร
ด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์ที่ดู	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	23	5.8
ช่อง 5	42	10.5
ช่อง 7	6	1.5
ช่อง 9	99	24.5
ช่อง 11	5	1.3
IBC	14	3.5
UTV	9	2.3
จำไม่ได้	52	13.0
ไม่ดู	150	37.6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า สถานีโทรทัศน์สีช่อง 9 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจาก UTV และ IBC คิดเป็น ร้อยละ 6 ในขณะที่จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จำสถานีโทรทัศน์ไม่ได้ มีจำนวนร้อยละ 12.5

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า ประมาณร้อยละ 38 ของกลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากโทรทัศน์

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร
ด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากนิตยสาร

นิตยสารที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
เที่ยวรอบโลก	55	13.8
เพื่อนเดินทาง	37	9.3
แค้นปิ้ง	1	0.3
Hotel & Travel	1	0.3
Expression	10	2.2
Air-Sea Guide	3	0.8
นิตยสารของบริษัททัวร์	8	2.0
Reader Digest	1	0.3
สวัสดี	11	3.0
ไม่อ่าน	273	68.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากนิตยสารเที่ยวรอบโลกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาได้แก่ นิตยสารเพื่อนเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 10

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า ร้อยละ 68 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวต่างประเทศจากนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระยะเวลาในการอ่านนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ(โดยเฉลี่ยคิดเป็นชั่วโมง)

ระยะเวลาในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ชม.	267	66.9
อาทิตย์ละ 1-2 ชม.	86	21.6
อาทิตย์ละ 3-4 ชม.	20	5.0
อาทิตย์ละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป	5	1.3
ไม่ตอบ	22	5.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ชม. มีจำนวนมากที่สุด สามารถคิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารอาทิตย์ละ 1-2 ชม. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาอาทิตย์ละ 5 ชม. ขึ้นไปในการอ่านนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความบ่อยครั้งที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน

การได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง	309	79.4
อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง	54	13.9
อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	17	4.4
ทุกวัน	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง คือมีจำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากบริษัททัวร์/ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินทุกวันมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของการติดต่อกับสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง

การติดต่อกับสายการบิน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง	318	83.2
อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง	26	6.8
อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	7	1.8
ทุกวัน	31	8.2
รวม	382	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 83 มีการติดต่อกับสายการบินน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการติดต่อกับสายการบินทุกวัน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8 กลุ่มตัวอย่างที่มีการติดต่อกับสายการบินอาทิตย์ละ 3-4 ครั้งมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความบ่อยครั้งในการพูดคุยกับเพื่อนและบุคคลในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ความบ่อยครั้งในการพูดคุยกับเพื่อนและบุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง	259	65.7
อาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง	97	24.6
อาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง	25	6.4
ทุกวัน	13	3.3
รวม	394	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่พูดคุยกับเพื่อน และบุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยกว่าอาทิตย์ละ 1 ครั้ง มีมากที่สุดคือ 259 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่พูดคุยกับเพื่อนและ บุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศอาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง มี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มตัวอย่างที่พูดคุยกับเพื่อน และบุคคลในครอบครัวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศอาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของการติดต่อกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของ
ประเทศอื่นที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย

การติดต่อกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ของประเทศอื่นที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยไปเลย	285	72.0
เคยไปแล้ว 1 ครั้ง	63	15.9
เคยไปแล้ว 3-4 ครั้ง	35	8.8
เคยไปมากกว่า 5 ครั้ง	13	3.3
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 72 ไม่เคยไปติดต่อกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศอื่นที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยเลย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปมาแล้ว 1 ครั้ง มี 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16 กลุ่มตัวอย่างที่เคยไปแล้ว 3-4 ครั้งมีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 กลุ่มตัวอย่างที่เคยไปมากกว่า 5 ครั้งมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนครั้ง (ร้อยละ) ของการไปชมนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
ต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่าง

การไปชมนิทรรศการเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยไปเลย	226	57.0
เคยไปชมแล้ว 1 ครั้ง	97	24.4
เคยไปชมแล้ว 3-4 ครั้ง	58	14.6
เคยไปชมแล้วมากกว่า 5 ครั้ง	16	4.0
รวม	397	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยไปชมนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทสมิมีมากเกินครึ่งหนึ่งคือ 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57 กลุ่มตัวอย่างที่เคยไปชมนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทสมากแล้ว 1 ครั้ง มีจำนวนรองลงมาคือ 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 กลุ่มตัวอย่างที่เคยไปชมแล้ว 3-4 ครั้งมี 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 และกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปชมนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทสมากแล้วมากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ความสนใจด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจมากที่สุด	29	7.4
สนใจมาก	88	22.6
สนใจปานกลาง	186	47.9
สนใจน้อย	54	13.9
สนใจน้อยที่สุด	32	8.2
รวม	389	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศปานกลางมีจำนวนมากที่สุดคือ 186 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดคือ 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อย มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9

จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 70 ให้ความสนใจข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 22 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
ต่างประเทศของแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูล	ระดับความคิดเห็น					X	S.D.
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
หนังสือพิมพ์	29 (7.8)	87 (23.5)	125 (33.7)	86 (23.2)	44 (11.9)	2.92	1.12
วิทยุ	16 (4.3)	58 (15.7)	82 (22.2)	129 (34.9)	85 (23.0)	2.44	1.13
โทรทัศน์	91 (23.6)	152 (39.4)	97 (25.1)	33 (8.5)	13 (3.4)	3.71	1.03
นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ	76 (19.9)	160 (41.9)	88 (23.0)	28 (7.3)	30 (7.9)	3.59	1.12
บริษัททัวร์	59 (14.8)	135 (33.8)	99 (24.8)	43 (10.8)	44 (11.0)	3.32	1.21
สายการบิน	22 (5.9)	71 (18.9)	128 (34.0)	90 (23.9)	65 (17.3)	2.72	1.13
เพื่อนและบุคคลในครอบครัว	52 (13.8)	121 (32.1)	109 (28.9)	61 (16.2)	34 (9.0)	3.25	1.15
องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ	28 (7.4)	81 (21.5)	94 (24.9)	82 (21.8)	92 (24.4)	2.66	1.26
นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ	18 (4.8)	85 (22.5)	91 (24.1)	74 (19.6)	109 (28.9)	2.55	1.25

จากตารางที่ 4.20 เมื่อจำแนกรายละเอียดตามแหล่งข้อมูลพบว่า

หนังสือพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์สามารถให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์สามารถให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมาก คิดเป็นร้อยละ 23.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่าหนังสือพิมพ์ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยคิดเป็น ร้อยละ 23.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยที่สุด

นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.9 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 4.8

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ บริษัททัวร์ สายการบิน และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับจากแหล่งข้อมูลเพียงแหล่งเดียว	78	20.7
เปิดรับจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 1 แหล่ง	217	57.6
ไม่เปิดรับข่าวสาร	82	21.7
รวม	377	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ มากกว่า 1 แหล่ง คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข่าวสารเลย คิดเป็นร้อยละ 21.7 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากแหล่งข้อมูลเพียงแหล่งเดียว คิดเป็นร้อยละ 20.7

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า กว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากแหล่งข้อมูลมากกว่า 1 แหล่ง จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดๆเลยกับกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากแหล่งข้อมูลเพียงแหล่งเดียวอยู่ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่เปิดรับ

แหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่เปิดรับ	สำคัญมาก ที่สุด	สำคัญ อันดับสอง	สำคัญ อันดับสาม	X	S.D.
หนังสือพิมพ์	55 (13.8)	23 (5.8)	10 (2.5)	.33	.70
วิทยุ	9 (2.3)	11 (2.8)	5 (1.3)	.12	.48
โทรทัศน์	79 (19.8)	39 (9.8)	10 (2.5)	.47	.77
นิตยสารด้านการ ท่องเที่ยวต่างประเทศ	62 (15.5)	59 (14.8)	15 (3.8)	.56	.88
บริษัททัวร์	33 (8.3)	34 (8.5)	6 (1.5)	.30	.69
สายการบิน	2 (0.5)	4 (1.0)	5 (1.3)	.06	.39
เพื่อนและบุคคลใน ครอบครัว	28 (7.0)	15 (3.8)	8 (2.0)	.21	.60
องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ของต่างประเทศ	9 (2.3)	9 (2.3)	2 (0.5)	.08	.39
นิทรรศการเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวต่างประเทศ	-	1 (0.3)	2 (0.5)	.02	.23

จากตารางที่ 4.23 พบว่า

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่จัดลำดับความสำคัญขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 2.3 เท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่จัดลำดับความสำคัญขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศ เป็นอันดับสอง กลุ่มตัวอย่างที่จัดลำดับความสำคัญขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศ เป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 0.5

นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่จัดลำดับความสำคัญของนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นอันดับหนึ่งเลย กลุ่มตัวอย่างที่จัดลำดับความสำคัญของนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 0.5 กลุ่มตัวอย่างที่จัดลำดับความสำคัญของนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 0.3

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่จัดลำดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจัดให้โทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด รองลงมา คือ นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับข่าวสารก่อนการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	195	50.5
เปิดรับข่าวสารหลังการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	29	7.5
กระทำทั้งสองอย่าง	162	42.0
รวม	386	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารก่อนการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั้งก่อนและหลังการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 42.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารหลังการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 7.5

4.3 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณ 1-2 ครั้ง ภายในเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 87 สาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ การพักผ่อน และสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ความสนุกสนานและการช้อปปิ้ง การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในขั้นที่ 1 คือ เมื่อได้มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่สนใจจากสื่อต่างๆ โทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารอันดับหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่สายการบินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นอันดับสุดท้าย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างมากถึงร้อยละ 81 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของตัวเอง ปัจจัยสำคัญอันดับที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ ทิวทัศน์และความสวยงามของประเทศที่จะไป ปัจจัยรองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เหมาะสม และรายได้

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศภายในเวลา 1 ปี

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	333	86.7
3-4 ครั้ง	37	9.6
5-6 ครั้ง	8	2.1
มากกว่า 6 ครั้ง	5	1.6
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ประมาณ 1-2 ครั้ง ภายในเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ 3-4 ครั้ง ภายในเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.6 กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ 5-6

ครั้ง ภายในเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 6 ครั้ง ภายในเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	ความสำคัญ			X	S.D.
	อันดับหนึ่ง	อันดับสอง	อันดับสาม		
ความสนุกสนาน	144 (36.1)	69 (17.3)	46 (11.5)	1.54	1.29
การพักผ่อนและสุขภาพ	154 (38.6)	92 (23.1)	38 (9.5)	1.71	1.25
การศึกษาวัฒนธรรม	15 (3.8)	42 (10.5)	45 (11.3)	0.44	0.83
ช้อปปิ้ง	22 (5.5)	47 (11.8)	95 (23.8)	0.64	0.89
การไปเยี่ยมญาติ	16 (4.0)	15 (3.8)	27 (6.8)	0.26	0.71
ธุรกิจ	20 (5.0)	15 (3.8)	6 (1.5)	0.24	0.75
ประชุม/สัมมนาในงาน	22 (5.8)	18 (3.8)	17 (4.0)	0.30	0.79

จากตารางที่ 27 พบว่า

ความสนุกสนาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า ความสนุกสนานเป็นสาเหตุอันดับแรกที่ทำให้เกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 36.0 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกความสนุกสนานเป็น อันดับสอง คิดเป็น ร้อยละ 17.3 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกความสนุกสนานเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ

การพักผ่อน และสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่าการพักผ่อน และสุขภาพ เป็นสาเหตุอันดับหนึ่งที่ทำให้เกิด ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เลือก การพักผ่อนและสุขภาพเป็น อันดับสองคิดเป็นร้อยละ 23 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการพักผ่อนและสุขภาพ เป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 10

การศึกษาวัฒนธรรม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า การศึกษาวัฒนธรรมเป็นสาเหตุอันดับสาม ที่ทำให้เกิด ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 11.3 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการศึกษาวัฒน- ธรรม เป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 10.5 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการศึกษาวัฒนธรรมเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 4

ช้อปปิ้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า ช้อปปิ้งเป็นสาเหตุอันดับสามที่ทำให้เกิดความต้องการ เดินทาง ท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 24 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกช้อปปิ้งเป็นอันดับสอง คิดเป็น ร้อยละ 12 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกช้อปปิ้งเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 6

การไปเยี่ยมญาติ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า การไปเยี่ยมญาติเป็นสาเหตุอันดับสาม ที่ทำให้เกิดความ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 7 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการไปเยี่ยมญาติเป็นอันดับ แรก คิดเป็น ร้อยละ 4 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกการไปเยี่ยมญาติเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 3.8

ธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบว่า ธุรกิจเป็นสาเหตุอันดับหนึ่งที่ทำให้เกิดความต้องการ เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นอันดับสอง คิดเป็น ร้อยละ 4 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกธุรกิจเป็นอันดับสามคิดเป็นร้อยละ 2

ประชุม/สัมมนา ดูงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบว่าประชุม/สัมมนาดูงานเป็นสาเหตุอันดับหนึ่ง ที่ทำให้ เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เลือก เป็นอันดับสอง คิดเป็น ร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 4

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การพักผ่อนและสุขภาพ เป็นสาเหตุสำคัญอันดับแรกที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนความสนุกสนาน และการช้อปปิ้ง เป็นสาเหตุรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 36 และ 24 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ขั้นที่ 1 เมื่อได้มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ท่านสนใจจากสื่อต่าง ๆ	130	38.9
ขั้นที่ 2 เมื่อได้มีการแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มเติม	38	11.5
ขั้นที่ 3 เมื่อได้มีการนำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ได้รับเพิ่มเติม มาเปรียบเทียบกับข่าวสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม	56	16.7
ขั้นที่ 4 เมื่อได้มีการนำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอยู่ทั้งหมด มาจัดลำดับตามความสำคัญ	57	17.0
ขั้นที่ 5 เมื่อได้นำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอยู่ไปปรึกษาขอคำแนะนำจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ	53	15.9
รวม	334	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ เมื่อได้มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่สนใจจากสื่อต่าง ๆ ในขั้นตอนที่ 1 มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ เมื่อได้มีการนำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอยู่ทั้งหมดมาจัดลำดับความสำคัญ ในขั้นตอนที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 17 ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่าง

ประเทศ เมื่อนำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอยู่! ไปปรึกษาขอคำแนะนำจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ ในขั้นตอนที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 16.7

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับขั้นตอนที่ 1 คือเมื่อได้มีการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศจากสื่อต่าง ๆ รองลงมาคือ ขั้นตอนที่ 4 คือ เมื่อได้มีการนำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอยู่ทั้งหมดมาจัดลำดับความสำคัญ และขั้นตอนที่ 5 คือ เมื่อนำข่าวสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ได้รับเพิ่มเติมมา เปรียบเทียบกับข่าวสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	118	29.8
วิทยุ	9	2.3
หนังสือพิมพ์	13	3.3
นิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ	23	5.8
เพื่อน	88	22.2
บุคคลในครอบครัว	87	22.0
บริษัททัวร์	37	9.3
สายการบิน	8	2.0
องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของตปท. ในไทย	13	3.3
รวม	396	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 3 อันดับแรกคือ โทรทัศน์ คิดเป็น ร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ เพื่อน และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.2 และ 22.0

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประมาณร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีความเห็นว่า โทรทัศน์ เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า เพื่อนและบุคคลในครอบครัว เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 22 ในขณะที่ สายการบินเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความเห็นว่า การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	313	81.3
การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	72	18.7
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า การโฆษณา และ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 81 กลุ่มตัวอย่างที่มีความเห็นว่า การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 19

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ

ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเดินทาง ท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	275	71.5
แฟน/คนรัก	16	4.3
สามี/ภรรยา	28	7.3
พ่อแม่	34	8.8
ลูก	7	1.8
เพื่อน	10	2.5
นายจ้าง	15	3.8
เลขานุการ	-	-
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีพ่อแม่เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 9 กลุ่มตัวอย่างที่มีสามี/ภรรยาเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 7

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 71.5 เป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของตนเอง รองลงมาคือ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 9 ใกล้เคียงกับสามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน(ร้อยละ)ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่มีผล
ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ทิวทัศน์ และความสวยงามของประเทศที่จะไป	138	39.6
ความปลอดภัยของสถานที่ที่จะไป	34	9.8
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาเหมาะสม	90	25.7
รายได้	64	18.3
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	23	6.6
รวม	349	100.0

จากตารางที่ 32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คือ ทิวทัศน์ และความสวยงามของประเทศที่จะไป คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมา คือค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 25.7 กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่า รายได้ของตนเป็น ปัจจัยที่มีผลทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 18.3 กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่า ความปลอดภัยของสถานที่ที่จะไปเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็น ร้อยละ 9.8 กลุ่มตัวอย่างที่เห็นว่า ความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.6

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ประมาณ ร้อยละ 40 ของกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า ทิวทัศน์ และความสวยงามของประเทศที่จะไปเป็นปัจจัยอันดับแรกที่มีผล ทำให้เขาตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ปัจจัยรองลงมาคือ ค่าใช้จ่าย รายได้ และความปลอดภัยของสถานที่ที่จะไป ตามลำดับ

สมมุติฐานข้อที่ 1 : ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ต่างประเทศ

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t Value	2-tail Prob.
ชาย	131	1.2824	.922		
หญิง	247	1.1538	.452	1.50	.135

จากตารางที่ 33 พบว่า ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง
ไม่มี!ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
15 - 20 ปี	24	1.1667	.4815		
21 - 30 ปี	186	1.2204	.7917		
31 -40 ปี	103	1.2039	.5306		
41- 50 ปี	41	1.1951	.5109		
51 ปี ขึ้นไป	22	1.0909	.2942	.2097	.9330
รวม	376	1.2021	.6586		

จากตารางที่ 34 พบว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศไม่
มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

สถานภาพสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
โสด	240	1.2083	.7532		
สมรส	127	1.1654	.4133		
ม่าย/หย่าร้าง	14	1.3571	.6333	.5993	.5497
รวม	376	1.1995	.6546		

จากตารางที่35 พบว่า ค่าเฉลี่ยของสถานภาพสมรสทั้ง 3 กลุ่มและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
ประถมศึกษา	5	1.2000	.4472		
มัธยมศึกษา	13	1.0000	.0000		
ป.ว.ช.	17	1.0588	.2425		
ป.ว.ส.	17	1.1765	.3920		
อนุปริญญา	20	1.2000	.6959		
ปริญญาตรี	237	1.1983	.7121		
ปริญญาโท	66	1.2576	.5632	.4298	.8590
รวม	375	1.1947	.6433		

จากตารางที่36 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการศึกษาและพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 7 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
นักศึกษา	40	1.2000	.4641		
ข้าราชการ	26	1.0000	.0000		
พนักงานบริษัท	263	1.1863	.6931		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	35	1.4857	.8179		
อื่น ๆ	20	1.1000	.3078	2.4728*	.0441
รวม	375	1.1979	.6523		

$P < .05$

จากตารางที่ 37 พบว่า อาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่ละคู่โดยวิธีของ Scheffe พบว่า ไม่มีคู่ใดที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.5

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คู่ที่ต่างกัน	F Ratio	F Prob.
1. 10,000- 20,000 บาท	85	1.1059	.4089	กลุ่มที่ 7 แตกต่าง จากกลุ่ม ที่ 2,3,4	3.1966**	.0027
2. 20,001- 30,000 บาท	66	1.1212	.4809			
3. 30,001- 40,000 บาท	52	1.1154	.3226			
4. 40,001- 50,000 บาท	45	1.1556	.5206			
5. 50,001- 60,000 บาท	33	1.2424	.5607			
6. สูงกว่า 60,000 บาท	44	1.1818	.4952			
7. สูงกว่า 1 แสน บาท	35	1.5429	.8521			
8. สูงกว่า 5 แสน บาท	3	1.0000	.0000			
รวม	363	1.1791	.5186			

**P<.01

จากตารางที่ 38 พบว่า รายได้ครอบครัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

เมื่อทดสอบรายได้ทั้ง 8 กลุ่มเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนสูงกว่า 1 แสนบาท มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท

จากตารางที่ 33 - 38 พบว่า อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในขณะที่เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส และการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมุติฐานข้อที่ 2 : ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t Value	2-Tail Prob.
ชาย	137	3.9197	2.087		
หญิง	256	3.8750	2.256	.20	.844

จากตารางที่ 39 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
15 - 20 ปี	24	3.4167	1.9982		
21 - 30 ปี	193	3.8756	2.2044		
31 -40 ปี	108	3.9352	2.1929		
41- 50 ปี	42	3.5952	2.1306		
51 ปี ขึ้นไป	23	4.7826	2.2352	1.4478	.2176
รวม	390	3.8872	2.1884		

จากตารางที่40 พบว่า อายุกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สถานภาพสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
โสด	250	3.9080	2.2804		
สมรส	131	3.7939	2.0219		
ม่าย/หย่าร้าง	15	4.3333	2.2254	.4389	.6451
รวม	396	3.8864	2.1931		

จากตารางที่ 41 พบว่า สถานภาพสมรสและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
ประถมศึกษา	6	4.1667	1.1690		
มัธยมศึกษา	14	5.0000	2.3859		
ป.ว.ช.	18	4.6111	2.7255		
ป.ว.ส.	18	3.0556	1.8621		
อนุปริญญา	21	3.1905	1.6619		
ปริญญาตรี	244	3.7910	2.1007		
ปริญญาโท	69	4.1739	2.4909	2.0318	.0606
รวม	390	3.8795	2.1945		

จากตารางที่ 42 พบว่า การศึกษาและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
นักศึกษา	40	3.6750	2.2802		
ข้าราชการ	28	4.4643	2.1685		
พนักงานบริษัท	275	3.8691	2.2009		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	36	3.6389	2.2310		
อื่น ๆ	20	4.3000	2.0287	.8683	.4829
รวม	399	1.1979	2.2000		

จากตารางที่ 43 พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างและการตัดสินใจเดินทางต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่ละคู่โดยวิธีของ Scheffe พบว่า ไม่มีคู่ใดมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F Ratio	F Prob.
1. 10,000- 20,000 บาท	93	4.1505	2.4537		
2. 20,001- 30,000 บาท	68	3.4853	1.8568		
3. 30,001- 40,000 บาท	53	3.6604	1.9210		
4. 40,001- 50,000 บาท	47	4.0638	2.0473		
5. 50,001- 60,000 บาท	34	4.4412	2.4019		
6. สูงกว่า 60,000 บาท	45	3.3778	2.1563		
7. สูงกว่า 1 แสน บาท	35	3.3929	2.2873		
8. สูงกว่า 5 แสน บาท	3	4.6667	3.5119	3.1629	.2198
รวม	378	3.8704	2.1927		

จากตารางที่ 44 พบว่า รายได้ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 8 กลุ่มและการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 39-44 พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สมมุติฐานข้อที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 45 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ

การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	น.ส.พ.	วิทยุ	โทรทัศน์	นิตยสาร	บ.ทัวร์	สายการบิน	เพื่อนบุคคลในครอบครัว	องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว	นิทรรศการ
	.0593	.0821	.0391	.1720**	.1835**	.1521**	.1504**	.1696**	.1167*

* $P = \leq 0.05$

** $P = \leq 0.01$

จากตารางที่ 45 พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อต่อไปนี้คือ นิตยสาร บริษัททัวร์ สายการบิน เพื่อนและบุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.5

สมมุติฐานข้อที่ 4 : การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวรวมความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 46 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	น.ส.พ.	วิทยุ	โทรทัศน์	นิตยสาร	บ.ทัวร์	สายการบิน	เพื่อน/บุคคลในครอบครัว	องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว	นิทรรศการ
	-0.0459	-0.0449	-0.0065	-0.0139	-0.0017	-0.0049	-0.0690	-0.0384	-0.0525

จากตารางที่ 4.45 พบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร บริษัททัวร์ สายการบิน เพื่อนและบุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย นิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญ