

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
กับระยะเวลาในตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย กระทำ
โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัด
เพชรบุรี ตามกลุ่มต่างๆ ที่แบ่งไว้ คือ กลุ่มเมืองเพชรบุรี, กลุ่มชาวหาดชะอำ, กลุ่มหาดเจ้า
สำราญ ๕ ชายหาดปึกเตียน, กลุ่มอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน
ระหว่างเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2539 รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน มีผลจาก
การวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ร้อยละและค่า
เฉลี่ย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ
เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี, ประโยชน์ที่คาดว่าจะ
จะได้รับ

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจ มาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นภายหลังการมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน เป็นเพศชาย 200 คน และเพศหญิง 200 คน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่าในจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากันคือ เพศละ 50%

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อายุ

กลุ่มตัวอย่างมีอายุต่างๆ กัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	144	36.0
21 - 30 ปี	117	29.3
31 - 40 ปี	72	18.0
41 - 50 ปี	44	11.0
51 - 60 ปี	18	4.5
60 ขึ้นไป	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุไม่เกิน 20 ปี คือ ร้อยละ 36.0 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีอายุ ตั้งแต่ 21-31 ปี คือร้อยละ 29.3 อายุระหว่าง 31-40 ปี คือร้อยละ 18.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี คือร้อยละ 11.0 อายุระหว่าง 51-60 ปี คือร้อยละ 4.5 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป คือร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สภาพภาพการสมรส

กลุ่มตัวอย่างมีสภาพภาพการสมรสต่างๆ กัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพภาพการสมรส

สภาพภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	243	60.8
คู่สมรสเสียชีวิต	7	1.8
หย่า	2	0.5
สมรส	143	35.8
แยกกันอยู่	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ยังเป็นโสด คือร้อยละ 60.8 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่สมรสแล้ว คือร้อยละ 35.8 คู่สมรสเสียชีวิต คือร้อยละ 1.8 คู่สมรสแยกกันอยู่ 1.3 และอยู่ในสภาพภาพหย่าร้าง คือร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ที่อยู่ปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างอยู่ในที่ต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ที่อยู่ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	49	12.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30	7.5
ภาคตะวันออก	22	5.5
ภาคกลาง	287	71.8
ภาคใต้	12	3.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในภาคกลางคือร้อยละ 71.8 รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือ คือ ร้อยละ 12.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ ร้อยละ 7.5 ภาคตะวันออก คือ ร้อยละ 5.5 และภาคใต้ คือร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเรียนเลย	3	0.8
ระดับประถมศึกษา	36	9.0
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	61	15.3
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. หรือเทียบเท่า	114	28.5
ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. หรือ เทียบเท่า	77	19.3
ระดับปริญญาตรี	105	26.3
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. หรือเทียบเท่า คือร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่ปริญญาตรี คือร้อยละ 26.3 ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. หรือเทียบเท่า คือร้อยละ 19.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คือร้อยละ 15.5 ระดับประถมศึกษา คือร้อยละ 9.0 การศึกษาระดับอื่นๆ (จากผลการวิจัยได้แก่ระดับปริญญาโทและปริญญาเอก) คือร้อยละ 1.0 และไม่เคยเรียนเลย คือ ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

การประกอบอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างมีการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการประกอบอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	23.5
ลูกจ้าง	73	18.3
พ่อค้า, แม่ค้า	20	5.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	47	11.8
นักเรียน, นิสิต, นักศึกษา	149	37.3
แม่บ้าน	15	3.8
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน, นิสิต, นักศึกษา คือร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ รับราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ คือร้อยละ 23.5 ลูกจ้าง คือร้อยละ 18.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คือ ร้อยละ 11.8 พ่อค้า, แม่ค้า คือร้อยละ 5.0 แม่บ้าน คือร้อยละ 3.8 และอาชีพอื่นๆ (จากผลการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ, ไม่มีอาชีพ) คือร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

รายได้

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,000 บาท	22	5.5
2,000 - 3,000 บาท	29	7.3
3,001 - 5,000 บาท	50	12.5
5,001 - 10,000 บาท	71	17.8
10,001 - 20,000 บาท	97	24.3
20,000 บาทขึ้นไป	25	6.3
ไม่มีรายได้	106	26.5
รวม	400	100
ค่าเฉลี่ย X		4.73

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ยังไม่มีรายได้ คือร้อยละ 26.5 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท คือร้อยละ 24.3 ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001- 10,000 บาท คือร้อยละ 17.8 ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 3,001 - 5,000 บาท คือร้อยละ 12.5 ผู้ที่มีรายได้ ตั้งแต่ 2,000 - 3,000 บาท คือ ร้อยละ 7.3 ผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป คือร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาฐานะทางเศรษฐกิจ โดยเฉลี่ยของรายได้จากเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 0 - 2.00 แสดงว่ามีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับต่ำ 2.01 - 4.00 อยู่ในระดับปานกลาง และ 4.01 - 6.00 อยู่ในระดับสูงแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูง

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ต่างกันดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลำดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ลำดับการเปิดรับข่าวสาร	ประเภทของสื่อ					
	สื่อบุคคล		สื่อมวลชน		สื่อเฉพาะกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลำดับที่ 1	305	76.3	62	15.5	33	8.3
ลำดับที่ 2	56	14.0	184	46.0	82	20.5
ลำดับที่ 3	28	7.0	47	11.8	147	36.8
ไม่จัดลำดับ	11	2.8	107	26.8	138	34.5
รวม	400	100	400	100	400	100
คะแนนเฉลี่ย (X)	2.64		1.50		1.03	

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ในการจัดลำดับของการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากเป็นอันดับ 1 คือร้อยละ 76.3 ส่วนสื่อมวลชนนักท่องเที่ยวยุคใหม่เปิดรับข่าวสารเป็นลำดับที่ 2 คือร้อยละ 46.0 สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้นปรากฏว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารของการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี เป็นลำดับที่ 3 คือร้อยละ 36.8

เมื่อนำลำดับการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวมาคิดเป็นคะแนนค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 0 - 1.00 มีการเปิดรับในระดับน้อย 1.01 - 2.00 อยู่ในระดับปานกลางและ 2.01 - 3.00 อยู่ในระดับมาก แล้วพบว่า นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคลในระดับมาก สำหรับสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจนั้นนักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อบุคคลในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับข่าวสาร	320	80
ไม่ได้รับข่าวสาร	80	20
รวม	400	100

จากตารางที่ 9 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือร้อยละ 80 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อบุคคล ในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา

สื่อบุคคล	ความบ่อยครั้ง								รวม	คะแนนเฉลี่ย (X)	
	5 ครั้งขึ้นไป		3 - 4 ครั้ง		1 - 2 ครั้ง		ไม่เคยเลย				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว	7	1.8	14	3.5	55	13.8	324	81.0	400	100	0.26
เพื่อน (รวมทั้งเพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน)	39	9.8	55	13.8	135	33.8	171	42.8	400	100	0.90
ญาติพี่น้อง (รวมทั้ง บิดา, มารดา, บุตร-ธิดา, พี่น้อง และญาติ คนอื่นๆ)	28	7.0	49	12.3	129	32.3	194	48.5	400	100	0.78
ครู-อาจารย์	7	1.8	19	4.8	64	16.0	310	77.5	400	100	0.31

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าความบ่อยครั้งของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล แต่ละประเภทในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้รับทราบข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยวเลย คือร้อยละ 81.0 รองลงมาได้รับ 1-2 ครั้ง คือร้อยละ 13.8 และได้รับ 5 ครั้งขึ้นไปในจำนวนต่ำสุดคือ ร้อยละ 1.8 ในส่วนของเพื่อน (รวมทั้งเพื่อนบ้าน เพื่อร่วมงาน) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเลยร้อยละ 42.8 รองลงมาได้รับ 1-2 ครั้ง คือร้อยละ 33.8 และ 5 ครั้งขึ้นไปจำนวนต่ำสุด คือร้อยละ 9.8 ญาติพี่น้อง (รวมทั้งบิดา, มารดา, บุตร-ธิดา, พี่-น้อง และญาติคนอื่น ๆ) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อประเภทนี้ คือร้อยละ 48.5 รองลงมาได้รับ 1-2 ครั้ง คือร้อยละ 32.3 และได้รับ 5 ครั้งขึ้นไป น้อยที่สุด คือร้อยละ 7.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ไม่ได้รับข่าวสารจากครู-อาจารย์ คือร้อยละ 77.5 รองลงมาได้แก่ 1-2 ครั้ง คือร้อยละ 16 และเปิดรับ 5 ครั้งขึ้นไปน้อยที่สุด คือร้อยละ 1.8

เมื่อนิยามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อบุคคล แต่ละประเภทจากเกณฑ์เฉลี่ยที่ตั้งไว้ คือ 0 -1.00 แสดงว่ามีการเปิดรับน้อย 1.00-2.00 เปิดรับปานกลางและ 2.01-3.00 มีการเปิดรับมากแล้วพบว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อบุคคลแต่ละประเภทอยู่ในระดับน้อยทุกประเภท

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อมวลชนต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับข่าวสาร	261	65.3
ไม่ได้รับข่าวสาร	139	34.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในรอบ 1 สัปดาห์นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 65.3 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำนวนตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อมวลชนใน 1 สัปดาห์

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อ							
	วิทยุ		โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		นิตยสาร	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3 ครั้ง ขึ้นไป	9	2.3	28	7.0	12	3.0	8	2.0
3-4 ครั้ง	18	4.5	39	9.8	23	5.8	15	3.8
1-2 ครั้ง	86	21.5	135	33.8	71	17.8	101	25.3
ไม่เคยเลย	287	71.8	198	49.5	294	73.5	276	69.0
รวม	400	100	400	100	400	100	400	100
คะแนนเฉลี่ย (X)	0.37		0.74		0.38		0.39	

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชนในรอบ สัปดาห์ที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด เพชรบุรีจากวิทยุเลยคือร้อยละ 71.8 รองลงมาได้รับ 1-2 ครั้งคือร้อยละ 21.5 ได้รับ 5 ครั้งขึ้นไป น้อยที่สุดคือร้อยละ 2.3 ในส่วนของ โทรทัศน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยได้รับ ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ คือ ร้อยละ 49.5 รองลงมาได้รับ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 33.8 น้อยที่สุดคือได้รับ 5 ครั้งขึ้นไป คือร้อยละ 7.0 หนังสือพิมพ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยได้รับข่าวสารเลยคือร้อยละ 73.5 รองลงมาคือได้รับ 1- 2 ครั้ง ร้อยละ 17.8 และได้รับ 5 ครั้ง ขึ้นไปน้อยที่สุดคือร้อยละ 3.0 นิตยสารนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ไม่ได้รับข่าวสารจาก สื่อประเภทนี้ เช่นกัน คือร้อยละ 69.0 ได้รับรองลงมา 1-2 ครั้งคือร้อยละ 25.3 และได้รับ 5 ครั้งขึ้นไป น้อยที่สุดเช่นกัน คือร้อยละ 2.0

เมื่อพิจารณา ความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทจากเกณฑ์เฉลี่ยที่ตั้งไว้คือ 0-1 แสดงว่ามีการเปิดรับน้อย 1.01-2.00 เปิดรับปานกลาง และ 2.01-3.00 เปิดรับมากแล้วพบว่า นักท่องเที่ยว มีการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทอยู่ในระดับน้อย

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อมวลชนในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับข่าวสาร	226	56.5
ไม่ได้รับข่าวสาร	174	43.5

จากตารางที่ 13 การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีโดยผ่านสื่อเฉพาะกิจในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือร้อยละ 56.5 ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อเฉพาะกิจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำนวนตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อเฉพาะกิจในรอบระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา

ความบ่อยครั้ง	สื่อเฉพาะกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป	32	8
3 - 4 ครั้ง	39	9.8
ตั้งแต่ 1-2 ครั้ง	115	38.8
ไม่เคยเลย	174	43.5
รวม	400	100
คะแนนเฉลี่ย (X)		1.44

จากตารางที่ 14 พบว่าการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจในรอบระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวที่เปิดรับสื่อเฉพาะกิจส่วนใหญ่ จะได้รับข่าวสารตั้งแต่ 1-2 ครั้ง คือ ร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง คือร้อยละ 9.8 และตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป คือร้อยละ 8 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจตามเกณฑ์เฉลี่ยที่ตั้งไว้ คือ 1.00-1.50 แสดงว่ามีการเปิดรับน้อย 1.51-2.50 เปิดรับปานกลาง และ 2.51-3.00 มีการเปิดรับมากแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

การตัดสินใจ

กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ต่างกันดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี หลังจากทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี

ระยะเวลาในการตัดสินใจ	การมาท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือน	231	57.8
1 - 2 เดือน	94	23.5
มากกว่า 2 เดือน - 4 เดือน	31	7.8
มากกว่า 4 เดือน - 6 เดือน	10	2.5
มากกว่า 6 เดือน	34	8.5
รวม	400	100
คะแนนเฉลี่ย (X)	4.20	

จากตารางที่ 15 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 57.8 ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว น้อยกว่า 1 เดือน รองลงมา ร้อยละ 23.5 ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจ 1-2 เดือน นักท่องเที่ยวที่ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 6 เดือน ร้อยละ 8.5 และที่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมากกว่า 2-4 เดือน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ส่วนกลุ่มที่ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 4-6 เดือน มีเพียงร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยว ตามเกณฑ์เฉลี่ยที่ตั้งไว้คือ 1.00-2.50 แสดงว่ามีการตัดสินใจช้า 2.51-3.50 ตัดสินใจปานกลาง และ 3.51-5.00 ตัดสินใจเร็วแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เร็ว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มตัวอย่างมีการคิดถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับต่างกันดังต่อไปนี้

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการคิดถึงประโยชน์ของการมาท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

การคิดถึงประโยชน์ก่อนเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
คิด	349	87.3
ไม่คิด	51	12.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 87.3 คิดถึงประโยชน์ในการท่องเที่ยวที่จะตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ขอ จำนวนตามประโยชน์ที่ตนเองเห็นว่าควรจะได้รับ และจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประโยชน์

	ความบ่อยครั้ง								ไม่จัด อันดับ	รวม	X
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3	อันดับที่ 4	อันดับที่ 5	อันดับที่ 6	อันดับที่ 7	อันดับที่ 8			
ประโยชน์ที่จะได้รับ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
-การได้รับเงินและทำ ความเข้าใจในเรื่อง ที่เกี่ยวกับสถานการณ์ของ ไทยต่างๆ ได้ดีขึ้น	58 14.5	27 6.8	45 11.3	30 7.5	20 5.0	1.0 0.3	219 54.8	400 100	1.99		
-มีโอกาสได้ศึกษาค้นคว้า ซึ่งจะเป็นการเพิ่มพูน ความรู้และประสบการณ์	44 11.0	44 11.0	42 10.5	39 9.8	12 3.0	1.0 0.3	218 54.5	400 100	1.99		
-การได้สมาคมกับผู้อื่น หรืออยู่รวมในกลุ่มที่ เกี่ยวข้อง ทำให้เพื่อนมากขึ้น	20 5.0	25 6.3	42 10.5	22 5.5	42 10.5	-	249 62.3	400 100	1.41		
-การใช้เวลาว่างให้เป็น ประโยชน์	35 8.8	70 17.5	21 5.3	32 8.0	23 5.8	-	219 54.8	400 100	1.96		
-การได้พัฒนาตนเอง และผลจากความเครียด	189 47.3	49 12.3	21 5.3	14 3.5	18 4.5	-	109 27.3	400 100	3.85		
-อื่นๆ	4 1.0	2 0.5	3 0.8	-	2 0.5	25 6.3	364 91.0	400 100	0.19		

* ค่าเฉลี่ยคิดจากการเปลี่ยนแปลงอันดับที่ให้เป็นคะแนนแล้ว

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือร้อยละ 47.3 คาดว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี คือ การได้นักผ่อนคลายใจและผ่อนคลายความเครียด โดยจัดให้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ส่วนประโยชน์ในด้านอื่นๆ คือ การได้เรียนรู้ และทำความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ดีขึ้น, การมีโอกาสได้ทัศนศึกษาซึ่งจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์, การได้สมาคมกับผู้อื่น หรืออยู่ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวทำให้มีเพื่อนมากขึ้น, การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์, การคิดถึงประโยชน์ในด้านอื่นๆ (คือ การมาเยี่ยมญาติพี่น้อง การมาเพื่อซื้อของฝาก การมาเพราะตามใจเพื่อนร่วมทาง) นั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่จัดอันดับให้

เมื่อพิจารณาผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับแต่ละประการพบว่านักท่องเที่ยวคาดว่าผลประโยชน์ที่ได้รับคือ การได้นักผ่อนคลายใจคลายความเครียด อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนประโยชน์ในด้านต่างๆ อยู่ในระดับน้อย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นภายหลังการมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นภายหลังการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำนวนตามระดับความถูกต้อง ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ความถูกต้องในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	135	33.8
เห็นด้วย	212	53.0
เฉยๆ	53	13.3
ไม่เห็นด้วย	-	-
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	-	-
รวม	400	100

จากตารางที่ 18 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือร้อยละ 53.0 เห็นด้วยว่าการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง รองลงมาคือร้อยละ 33.8 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนนักท่องเที่ยวที่รู้สึกเฉยๆ มีเพียงร้อยละ 13.3 ไม่มีใครไม่เห็นด้วยเลย

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความตั้งใจที่จะชักชวนให้บุคคลอื่น ๆ มาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ความตั้งใจที่จะชักชวน	จำนวน	ร้อยละ
ชักชวน	390	97.5
ไม่ชักชวน	10	2.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 19 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีร้อยละ 97.5 มีความตั้งใจที่จะชักชวนให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ตารางที่ 20 จำแนกตามจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

ความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
มา	393	98.3
ไม่มา	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 20 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือร้อยละ 98.3 มีความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรีอีก

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson's Product Moment Correlation

สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานปรากฏผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจ (r)	P
การเปิดรับสื่อบุคคล	400	0.088	0.080
การเปิดรับสื่อมวลชน	400	-0.093	0.064
การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	400	-0.048	0.338

$$P > 0.05$$

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีว่าการเปิดรับสื่อทั้ง 3 ชนิด ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี แสดงว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมากหรือน้อยเพียงใดก็ไม่ทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้นหรือช้าลง

การทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวคาดว่าจะโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Product Moment Correlation

สมมติฐานที่ 2 ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

จากการทดสอบสมมติฐานปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับและฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับระยะเวลา ในการตัดสินใจ (r)	P
การได้เรียนรู้และทำความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ดีขึ้น	400	-.0682	0.173
มีโอกาสได้ทัศนศึกษาซึ่งจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์	400	-.1161	0.020 *
การได้สมาคมกับผู้อื่นหรืออยู่ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวทำให้มีเพื่อนมากขึ้น	400	-.1296	0.009 **

การได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	400	-.0643	0.200
การได้พักผ่อนหย่อนใจ และผ่อนคลายความเครียด	400	-.0371	0.459
อื่นๆ	400	-.1041	0.037 *
ฐานะทางเศรษฐกิจ	400	.0139	0.781

* P < .05

** P < .01

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับในส่วนของกรณีมีโอกาสได้ทัศนศึกษา ซึ่งจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์, การได้สมาคมกับผู้อื่นหรืออยู่ร่วมในกลุ่มท่องเที่ยว ทำให้มีเพื่อนมากขึ้นและประโยชน์ด้านอื่นๆ (ซึ่งจากการวิจัยคือการมาเยี่ยมญาติพี่น้องการมาเพื่อซื้อของฝาก การมาเพราะตามใจผู้ร่วมเดินทาง) ว่ามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบแสดงว่าหากนักท่องเที่ยวคำนึงถึงประโยชน์ในส่วนที่กล่าวมาข้างต้นนั้นมากก็จะใช้เวลาในการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวได้ช้าในทางกลับกันหากคำนึงถึงประโยชน์ในด้านต่างๆ น้อยก็จะทำให้ตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น แต่ในส่วนประโยชน์ในด้านอื่นๆ นอกจาก 3 ด้านที่กล่าวมาแล้ว ข้างต้น รวมทั้งฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี แสดงว่าไม่ว่านักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงประโยชน์ในส่วนนั้นมากหรือน้อย หรือมีฐานะทางเศรษฐกิจสูงหรือต่ำก็ไม่ทำให้เกิดการตัดสินใจ เดินทางมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้นหรือช้าลง

การทดสอบสมมติฐานเพื่อหาว่าสื่อตัวใดใช้อธิบายการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีได้ดีที่สุดโดยวิเคราะห์ถดถอยของคุณ

สมมติฐานข้อที่ 3 สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อระยะเวลาการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวมากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ

จากการทดสอบสมมติฐานปรากฏผลดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 23 แสดงค่าผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ตัวแปรอิสระคือพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรีจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เป็นตัวพยากรณ์และใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นตัวแปรตาม

ตัวพยากรณ์	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย			
	คะแนนดิบ	คะแนนมาตรฐาน	ค่า t	P
	(B)	(Beta)		
การเปิดรับสื่อบุคคล	-.0414	-.0319	-0.575	0.566
การเปิดรับสื่อมวลชน	-.0865	-.0743	-1.318	0.188
การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	.0728	.0438	0.716	0.474

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าเมื่อทำ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แล้วพบว่าไม่มีสื่อใดมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีเลย ดังนั้นจึงไม่สามารถจัดลำดับได้

ถ้าพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างการเปิดรับสื่อบุคคลและสื่อมวลชนแต่ละประเภทกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จะปรากฏดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อบุคคลและสื่อมวลชนแต่ละประเภทกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสัมประสิทธิ์กับ ระยะเวลาการตัดสินใจ	P
เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว	400	.0634	0.206
เพื่อน (รวมทั้งเพื่อนบ้าน, เพื่อนร่วมงาน)	400	-.0456	0.363
ญาติพี่น้อง (รวมทั้งบิดา, มารดา, บุตร-ธิดา, พี่น้องและญาติคนอื่นๆ)	400	-.0396	0.430
ครู - อาจารย์	400	-.0192	0.702
วิทยุ	400	-.0820	0.101
โทรทัศน์	400	-.0684	0.172
หนังสือพิมพ์	400	-.0953	0.573
นิตยสาร	400	.0305	0.543

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อบุคคล และสื่อมวลชน แต่ละประเภทต่างไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี แสดงว่าไม่ว่าจะเปิดรับเฉพาะสื่อประเภทใดมากหรือน้อยก็ไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวได้เร็วขึ้นหรือช้าลง