

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง "การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย ของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน" ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ สยามรัฐ และบ้านเมือง ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ.2541 ด้วยสถิติร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยสถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายถึงคุณลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว แนวนิยมในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน และความต้องการประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้อ่านที่มีเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และช่วงรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้อ่านที่มีเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และช่วงรายได้ต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้อ่านที่มีเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และช่วงรายได้ต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับแนวโน้มในการท่องเที่ยว และความต้องการของผู้อ่าน

## ส่วนที่ 1 วิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์รายวัน

ตารางที่ 1 แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย ของหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. – 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

ชื่อฉบับหนังสือพิมพ์	ความถี่	
	รายเรื่อง (ชิ้น)	ร้อยละ
ไทยรัฐ	76	16.45
เดลินิวส์	148	32.03
สยามรัฐ	115	24.89
บ้านเมือง	123	26.62
รวม	462	100

จากตารางพบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ มีการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย จำนวนรวมทั้งสิ้น 462 ชิ้น โดยที่หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด จำนวน 148 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 32.03 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 123 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 26.62 หนังสือพิมพ์ สยามรัฐ จำนวน 115 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 24.89 และหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยน้อยที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ จำนวน 76 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.45

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงการจำแนกรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน ทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

รูปแบบการนำเสนอ	ไทยรัฐ รายเรื่อง(ชิ้น) (%)	เดลินิวส์ รายเรื่อง(ชิ้น) (%)	สยามรัฐ รายเรื่อง(ชิ้น) (%)	บ้านเมือง รายเรื่อง (ชิ้น) (%)	รวม รายเรื่อง (ชิ้น) (%)
1.ข่าว	26 (34.21)	57 (38.15)	60 (52.17)	81 (65.85)	224 (48.48)
2.บทบรรณาธิการ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
3. บทความ	5 (6.58)	29 (19.59)	19 (6.52)	16 (13.01)	69 (14.93)
4. สารคดี	10 (13.16)	11 (7.43)	8 (.96)	8 (6.50)	37 (8.01)
5. คอลัมน์ประจำ	29 (38.16)	17 (11.47)	23 (0.0)	16 (13.01)	85 (18.40)
6. โฆษณา	6 (7.89)	34 (22.98)	5 (4.35)	2 (1.63)	47 (10.17)
รวม	76 (100)	148 (100)	115 (100)	123 (100)	462 (100)

จากตารางพบว่า รูปแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด คือ รูปแบบ ข่าว จำนวนทั้งสิ้น 224 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 48.48 รองลงมาได้แก่ คอลัมน์ประจำ มีจำนวน 85 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.40 บทความ มีจำนวน 69 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 14.93 สารคดี มีจำนวน 37 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.01 โฆษณา จำนวน 47 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 10.17 สำหรับ บทบรรณาธิการ นั้น ไม่มีการเสนอในหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ

ตารางที่ 3 แสดงการจำแนกประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยในรูปแบบของ “ข่าว” จากหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. – 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

ประเด็นเนื้อหา ข่าว	ไทยรัฐ รายสาระ (%)	เดลินิวส์ รายสาระ (%)	สยามรัฐ รายสาระ (%)	บ้านเมือง รายสาระ (%)	รวม รายสาระ (%)
1.การปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือ เอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวไทย	4 (14.81)	12 (19.05)	17 (25.38)	17 (18.88)	50 (20.24)
2.ประชาสัมพันธ์เทศกาลงาน มหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวไทย	16 (59.26)	34 (53.97)	28 (41.79)	32 (35.55)	110 (44.53)
3.ประชาสัมพันธ์การให้บริการ ของโรงแรม หรือสถานที่พักตาก อากาศ	2 (7.41)	3 (4.76)	1 (1.49)	14 (15.55)	20 (8.10)
4.ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว	2 (7.41)	7 (11.11)	11 (16.42)	7 (7.77)	27 (10.93)
5.กรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอา เปรียบจากการให้บริการต่างๆ	2 (7.41)	0 (0.00)	3 (4.48)	1 (1.11)	6 (2.43)
6.เรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ และ ดึงดูดให้เกิดการเดินทางเพื่อการ ท่องเที่ยวได้	1 (3.70)	7 (11.11)	5 (7.46)	6 (6.66)	19 (7.69)
7.ปัญหาความเสื่อมโทรมของ แหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนา เปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (2.98)	13 (14.44)	15 (6.07)
รวม	27 (100)	63 (100)	6 (100)	90 (100)	247 (100)

จากตารางพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เสนอประเด็นข่าวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เทศกาลงานมหกรรมการแสดงต่างๆ มากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 59.26 รองลงมา คือ ประเด็นข่าวเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย จำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 14.81 ลำดับถัดมาได้แก่ ประเด็นเรื่องการประชาสัมพันธ์การให้บริการของสถานที่พักตากอากาศ ประเด็นข่าวความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว และประเด็นข่าวกรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบ ซึ่งมีการนำเสนอเท่ากัน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.41

สำหรับประเด็นข่าวเกี่ยวกับปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาเปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่นั้น ไม่ได้ถูกยกขึ้นมาเป็นประเด็นข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

**หนังสือพิมพ์เดลินิวส์** ให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เทศกาลงานมหกรรมต่างๆ มากที่สุด จำนวน 34 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 53.97 รองลงมา ได้แก่ ประเด็นข่าวการปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย จำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 19.05 ลำดับต่อมา ได้แก่ ประเด็นข่าวความปลอดภัย และสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว ประเด็นข่าวการเสนอเรื่องราวแปลกใหม่ที่น่าสนใจ มีการนำเสนอเท่ากันจำนวน 7 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 11.11 สำหรับประเด็นที่ไม่ถูกยกขึ้นมาเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ได้แก่ ประเด็นกรณีที่นักท่องเที่ยวถูกเอารถเอาเปรียบจากการให้บริการ และประเด็นปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่

**หนังสือพิมพ์สยามรัฐ** ให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวการประชาสัมพันธ์เทศกาลงานมหกรรมการแสดงต่างๆ มากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 28 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 41.79 รองลงมา ได้แก่ ประเด็นข่าวปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย จำนวน 17 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 25.38 ประเด็นข่าวความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว จำนวน 11 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.42 ประเด็นเกี่ยวกับเรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ จำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.46 ประเด็นข่าวกรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารถเอาเปรียบจากการให้บริการ จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.48 ประเด็นข่าวปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวหรือการพัฒนาเปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ จำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.98 และลำดับสุดท้าย คือ ประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์การให้บริการของโรงแรม หรือสถานที่พักตากอากาศ จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.49

**หนังสือพิมพ์บ้านเมือง** ให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์เทศกาลงานมหกรรมการแสดงต่างๆ มากที่สุด จำนวน 32 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 35.55 รองลงมา ได้แก่ ประเด็นข่าวการปฏิบัติงานของรัฐบาล หรือเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย จำนวน 17 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.88 ประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์การให้บริการของโรงแรมหรือสถานที่พักตากอากาศ จำนวน 14 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.55 ประเด็นข่าวปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาเปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ จำนวน 13 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 14.44 ประเด็นข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัย และสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว จำนวน 7 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.77 ประเด็นข่าวการเสนอเรื่องราวแปลกใหม่ที่น่าสนใจ จำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.66 และลำดับสุดท้ายคือ ประเด็นข่าวกรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารถเอาเปรียบจากการให้บริการต่างๆ จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.11

สรุป ประเด็นเนื้อหาข่าวการท่องเที่ยวไทยที่มีการนำเสนอมากที่สุดในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ตยยามรัฐ และบ้านเมือง คือ ประเด็นข่าวการประชาสัมพันธ์เทศกาล งานมหกรรมการแสดงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 110 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 44.53 รองลงมา คือประเด็นข่าวการปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือเอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทย จำนวนทั้งสิ้น 50 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.24 และประเด็นที่มีการเสนอน้อยที่สุด คือ ประเด็นข่าวกรณีนักท่องเที่ยวถูกแฮร์ริดเอาเปรียบจากการให้บริการต่างๆ จำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.43



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงการจำแนกประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย ในรูปแบบของ "บทความ" จากหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

ประเด็นเนื้อหา บทความ	ไทยรัฐ รายสาระ (%)	เดลินิวส์ รายสาระ (%)	สยามรัฐ รายสาระ (%)	บ้านเมือง รายสาระ (%)	รวม รายสาระ (%)
1. ข้อคิดเห็นติชมหรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว	2 (33.33)	14 (43.75)	5 (23.80)	4 (23.53)	25 (32.89)
2. สร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของที่ดี เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว	0 (0.00)	2 (6.25)	1 (4.76)	1 (5.88)	4 (5.26)
3. แสดงความคิดเห็นหวังดีพฤติกรรมเอาตัวเอาเปรียบ หรือคุกคามสวัสดิภาพนักท่องเที่ยว	1 (16.67)	2 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (3.95)
4. เชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นทั่วประเทศ	3 (50.0)	14 (43.75)	15 (71.43)	12 (70.59)	44 (57.90)
รวม	6 (100)	32 (100)	21 (100)	17 (100)	76 (100)

จากตารางพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เสนอบทความเกี่ยวกับการเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา ได้แก่ บทความที่เป็นข้อคิดเห็นติชมหรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33 บทความแสดงความคิดเห็นหวังดีพฤติกรรมเอาตัวเอาเปรียบ หรือคุกคามสวัสดิภาพนักท่องเที่ยว จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.67 สำหรับประเด็นเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว นั้น ไม่ได้ถูกนำมาเป็นประเด็นในการเขียนบทความของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เสนอบทความที่เป็นข้อคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว และบทความเกี่ยวกับการเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจ

กรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากัน คือ 14 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา ได้แก่ บทความเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว จำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 6.25 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับบทความเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นห่วงถึงพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบ หรือคุณภาพนักท่องเที่ยว

**หนังสือพิมพ์สยามรัฐ** เสนอบทความเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว **มากที่สุด** จำนวน 15 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาได้แก่ บทความที่เป็นข้อคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.80 และประเด็นบทความเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.76 สำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นห่วงถึงพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบ หรือคุณภาพนักท่องเที่ยว นั้น ไม่ได้ถูกนำมาเป็นประเด็นในการเขียนบทความของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

**หนังสือพิมพ์บ้านเมือง** เสนอบทความเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว **มากที่สุด** จำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 70.59 รองลงมาได้แก่ บทความเกี่ยวกับข้อคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.53 และประเด็นบทความเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.88 สำหรับประเด็นการแสดงความคิดเห็นห่วงถึงพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบ หรือคุณภาพนักท่องเที่ยว นั้น ไม่ได้ถูกนำมาเป็นประเด็นในการเขียนบทความของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

สรุป ประเด็นบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเสนอ**มากที่สุด** คือการเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นทั่วประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 44 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมา ได้แก่บทความแสดงความคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว จำนวน 25 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 32.89 และประเด็นที่มีการเสนอ**น้อยที่สุด** คือการแสดงความคิดเห็นห่วงถึงพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบ หรือคุณภาพนักท่องเที่ยว จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.95



ตารางที่ 5 แสดงการจำแนกประเด็นของเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย ในรูปแบบของ "คอลัมน์ประจำและสารคดีท่องเที่ยว" จากหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับระหว่างวันที่ 1 ม.ค. – 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

ประเด็นเนื้อหา คอลัมน์ประจำ และ สารคดี	ไทยรัฐ รายสัปดาห์ (%)	เดลินิวส์ รายสัปดาห์ (%)	สยามรัฐ รายสัปดาห์ (%)	บ้านเมือง รายสัปดาห์ (%)	รวม รายสัปดาห์ (%)
1.ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรมงาน ประเพณี และเทศกาล ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	5 (7.75)	5 (10.0)	6 (13.33)	5 (13.16)	21 (10.55)
2.เรื่องราวความแปลกใหม่ที่ น่าสนใจ ทำให้เกิดความ อยากรู้อยากเห็น	6 (9.09)	3 (6.0)	2 (4.44)	1 (2.63)	12 (6.03)
3.แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ และกิจกรรม เชิงอนุรักษ์ต่างๆ	9 (13.64)	12 (24.0)	9 (20.0)	3 (7.89)	33 (16.58)
4.แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่ห้ก หรือ ของฝากของที่ระลึก	16 (24.24)	10 (20.0)	8 (17.77)	16 (42.10)	50 (25.12)
5.แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ โบราณ สถาน โบราณวัตถุ	17 (25.75)	11 (22.0)	14 (31.11)	5 (13.16)	47 (23.62)
6.เป็นสื่อกลางของ ประชาชน เสนอปัญหาข้อ ร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	3 (4.54)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.51)
7.แสดงความคิดเห็นทั้งด้าน ชื่นชมยินดี และท้วงติง เพื่อ ให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการ ท่องเที่ยวไทย	10 (15.15)	9 (18.0)	6 (13.33)	8 (21.05)	33 (16.58)
รวม	66 (100)	50 (100)	45 (100)	38 (100)	199 (100)

จากตารางพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เสนอประเด็นแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ มากที่สุด จำนวน 17 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมา ได้แก่ การให้ข้อมูลแนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก จำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 24.24 การแสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดี และหวังดี เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย จำนวน 10 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.15 แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ จำนวน 9 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.64 เรื่องราวความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ทำให้คนเกิดความอยากรู้อยากเห็น จำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 9.09 การให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณี และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.75 สำหรับประเด็นที่น่าเสนอในรูปแบบคอลัมน์ประจำ หรือสารคดีท่องเที่ยว น้อยที่สุด คือ การเป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาข้อร้องเรียนต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.54

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เสนอประเด็นแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ มากที่สุด จำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมา ได้แก่ การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จำนวน 11 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 22 การแนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก จำนวน 10 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 20 การแสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดี และหวังดี เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย จำนวน 9 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 18 การให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณี และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10 การเสนอเรื่องราวความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6 สำหรับการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาข้อร้องเรียนต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น ไม่มีการเสนอในคอลัมน์ประจำ หรือสารคดีท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ เสนอประเด็นแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ มากที่สุด จำนวน 14 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 31.11 การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ จำนวน 9 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 20 การแนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก จำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.77 การให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณี และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.33 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับประเด็นการแสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดี และหวังดีเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย รองลงมา คือ การเสนอเรื่องราวความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ จำนวน 2 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.44 สำหรับการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาข้อร้องเรียนต่างๆ ด้านการ

ท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น ไม่มีการเสนอในคอลัมน์ประจำ หรือสารคดีท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ให้ความสำคัญกับการแนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก ของ ผากของที่ระลึก มากที่สุด จำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมาได้แก่ การแสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดีและท้วงติงเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย จำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 21.05 การให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณี และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.16 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ รองลงมา ได้แก่ การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 7.89 การเสนอเรื่องราวความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.63 สำหรับการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาข้อร้องเรียนต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น ไม่มีการเสนอในคอลัมน์ประจำ หรือสารคดีท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

สรุป โดยรวมแล้วหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับ จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการแนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก ในคอลัมน์ประจำ หรือสารคดีท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ที่สุด 50 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 25.12 รองลงมาได้แก่ การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ จำนวน 47 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.62 การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ จำนวน 33 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 16.58 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับการแสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดี และท้วงติง เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย รองลงมาได้แก่ การให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณี และเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 21 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.55 การเสนอเรื่องราวความแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ทำให้คนเกิดความอยากรู้อยากเห็นจำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.03 และลำดับสุดท้ายที่นำเสนออยู่ในคอลัมน์ประจำหรือสารคดี ท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือการเป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาข้อร้องเรียนต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 1.51

ตารางที่ 6 แสดงการจำแนกเนื้อหาของ "โฆษณา" ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

ประเด็นเนื้อหาโฆษณา	ไทยรัฐ รายเรื่อง (%)	เดลินิวส์ รายเรื่อง (%)	สยามรัฐ รายเรื่อง (%)	บ้านเมือง รายเรื่อง (%)	รวม รายเรื่อง (%)
1.รายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์	5 (83.33)	32 (96.97)	2 (40.0)	0 (0.00)	39 (84.78)
2. การจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ	1 (16.67)	1 (3.03)	3 (60.0)	2 (100.0)	7 (15.22)
รวม	6 (100)	33 (100)	5 (100)	2 (100)	46 (100)

จากตารางพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีการลงโฆษณารายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ จำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 83.33 ส่วนที่เหลือ คือโฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.67

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มีการลงโฆษณารายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ จำนวน 32 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 96.97 ส่วนที่เหลือ คือโฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 3.03

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มีการลงโฆษณารายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ จำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนที่เหลือ คือโฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 60

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ไม่มีการลงโฆษณารายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ จะมีการลงโฆษณาแค่เพียง 2 ชิ้นเท่านั้น คือ โฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ

สรุป โฆษณาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ที่ลงในหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ชื่อฉบับนั้น มี 2 ลักษณะ ได้แก่ รายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ จำนวน 39 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 84.78 รองลงมา คือ โฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ จำนวน 7 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.22

ตารางที่ 7 แสดงการจำแนกสถานที่ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยใช้เกณฑ์การแบ่งตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. – 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

ภูมิภาค	ไทยรัฐ รายสาระ (%)	เดลินิวส์ รายสาระ (%)	สยามรัฐ รายสาระ (%)	บ้านเมือง รายสาระ (%)	รวม รายสาระ (%)
1.เหนือ	26 (20.80)	81 (22.25)	26 (16.88)	5 (3.70)	138 (17.62)
2.กลาง	48 (38.40)	95 (26.10)	50 (32.47)	80 (59.26)	273 (34.87)
3.ตะวันออก	12 (9.60)	20 (5.49)	16 (10.39)	15 (11.11)	63 (8.04)
4.ตะวันออกเฉียง เหนือ	18 (14.40)	35 (9.61)	21 (13.64)	18 (13.33)	92 (11.75)
5.ตะวันตก	4 (3.20)	13 (3.57)	10 (6.49)	8 (5.92)	35 (4.47)
6.ใต้	17 (13.60)	121 (33.24)	31 (20.13)	13 (9.63)	182 (23.24)
รวม	125 (100)	364 (100)	154 (100)	135 (100)	783 (100)

จากตารางพบว่า ภูมิภาคที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ภาคกลาง จำนวนทั้งสิ้น 273 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 34.87 โดยนำเสนออยู่ใน หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 95 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 80 เรื่อง หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 50 เรื่อง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 48 เรื่อง

ภูมิภาคที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 2 คือ ภาคใต้ จำนวน 182 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.24 โดยนำเสนออยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 121 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐจำนวน 31 เรื่อง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 17 เรื่อง และหนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 13 เรื่อง

ภูมิภาคที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 3 คือ ภาคเหนือ จำนวน 138 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 17.62 โดยนำเสนออยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 81 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และ สยามรัฐ ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ 26 เรื่อง และหนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 5 เรื่อง

ภูมิภาคที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 4 คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 92 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 11.75 โดยนำเสนออยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 35 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 21 เรื่อง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และบ้านเมือง ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ 18 เรื่อง

ภูมิภาคที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 5 คือ ภาคตะวันออก จำนวน 63 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 8.04 โดยนำเสนออยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุดจำนวน 20 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 16 เรื่อง หนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 15 เรื่อง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 12 เรื่อง

ภูมิภาคที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวน้อยที่สุด คือ ภาคตะวันตก จำนวน 35 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 4.47 โดยนำเสนออยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 13 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 10 เรื่อง หนังสือพิมพ์บ้านเมือง 8 เรื่อง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 4 เรื่อง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงการจำแนกประเด็นของเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทย โดยแบ่งตาม "จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว" ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. – 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว	ไทยรัฐ รายสัปดาห์ (%)	เดลินิวส์ รายสัปดาห์ (%)	สยามรัฐ รายสัปดาห์ (%)	บ้านเมือง รายสัปดาห์ (%)	รวม รายสัปดาห์ (%)
1. Amazing Shopping Paradise (การหาซื้อของที่ถูกใจ)	5 (5.15)	4 (2.60)	13 (10.0)	13 (9.92)	35 (6.83)
2. Amazing Taste of Thailand (การลองลิ้มชิมรสอาหารไทย)	15 (15.46)	18 (11.68)	13 (10.0)	33 (25.19)	79 (15.43)
3. Amazing Thai arts and lifestyle (เที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมไทย)	25 (25.77)	38 (24.67)	28 (21.54)	26 (19.85)	117 (22.85)
4. Amazing Thai Sport and Entertainment (ดูกีฬาที่บ้านไทย)	4 (4.12)	2 (1.30)	9 (6.92)	1 (0.76)	16 (3.12)
5. Amazing Cultural Heritage (ชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ)	29 (29.90)	24 (15.58)	25 (19.23)	18 (13.74)	96 (18.75)
6. Amazing Natural Heritage (ชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ)	12 (12.37)	52 (33.77)	24 (18.46)	25 (19.08)	113 (22.07)
7. Amazing Agricultural Heritage (ชมสวนเกษตร)	7 (7.22)	15 (9.74)	12 (9.23)	14 (10.69)	48 (9.37)
8. Amazing Gateway (ให้เมืองไทยเป็นจุดผ่านแดน)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (2.31)	0 (0.00)	3 (0.58)
9. อื่นๆ ได้แก่ ดูปรากฏการณ์ฝนดาวตก / เที่ยวฐานทัพเรือ	0 (0.00)	1 (0.65)	3 (2.31)	1 (0.76)	5 (0.98)
รวม	97 (100)	154 (100)	130 (100)	131 (100)	512 (100)

จากตารางพบว่า จุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Thai arts and lifestyle คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นในเรื่องศิลปวัฒนธรรมไทย การสืบทอดมรดกไทยในแขนงต่างๆ ตลอดจนวิถีชีวิตเอกลักษณ์ความเป็นอยู่อย่างไทยในแต่ละภูมิภาค มีมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 117 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 22.85 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 38 เรื่อง รองลงมา ได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 28 เรื่อง หนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 26 เรื่อง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจำนวน 25 เรื่อง

ลำดับที่ 2 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Natural Heritage คือการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทยรวมถึงกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ มีจำนวนทั้งสิ้น 113 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 22.07 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุด จำนวน 52 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์บ้านเมืองจำนวน 25 เรื่อง หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 24 เรื่อง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 12 เรื่อง

ลำดับที่ 3 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Cultural Heritage คือการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุของไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 96 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.75 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มากที่สุด จำนวน 29 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 25 เรื่อง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จำนวน 24 เรื่อง และหนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 18 เรื่อง

ลำดับที่ 4 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Taste of Thailand คือการชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาลิ้มรสกับความอร่อยของอาหารไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 79 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.43 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์บ้านเมือง มากที่สุด จำนวน 33 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จำนวน 18 เรื่อง หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 15 เรื่อง และหนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 13 เรื่อง

ลำดับที่ 5 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Agricultural Heritage คือการโชว์พัฒนาด้านการเกษตรของไทย ทวีรสวนผลไม้ สวนเกษตร สวนสมุนไพร เป็นต้น มีจำนวนทั้งสิ้น 48 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 9.37 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มากที่สุดจำนวน 15 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 14 เรื่อง หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 12 เรื่อง และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 7 เรื่อง



ลำดับที่ 6 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Shopping Paradise คือการซื้อขายสินค้าราคาถูกตามสถานที่ต่างๆ จัดขึ้นโดยความร่วมมือขององค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 35 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.83 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ และบ้านเมือง มากที่สุด จำนวนเท่ากัน 13 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 5 เรื่อง และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จำนวน 4 เรื่อง

ลำดับที่ 7 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Thai Sport and Entertainment เป็นเรื่องเกี่ยวกับการแสดงกีฬาพื้นบ้านต่างๆ ของไทย และในระดับนานาชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดงานเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 มีจำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.12 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มากที่สุด จำนวน 9 เรื่อง รองลงมาได้แก่หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 4 เรื่อง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จำนวน 2 เรื่อง และหนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 1 เรื่อง

ลำดับที่ 8 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ไม่สามารถจัดเข้ากับแผนงานส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวไทยช่วงปี Amazing Thailand 1998-1999 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ จำนวนทั้งสิ้น 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.98 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ มากที่สุดจำนวน 3 เรื่อง รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และ บ้านเมือง จำนวนเท่ากันคือฉบับละ 1 เรื่อง

ลำดับที่ 9 คือจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Amazing Gateway คือการเสนอแนะเส้นทาง การท่องเที่ยวออกไปสู่ภูมิภาคอินโดจีนโดยให้ประเทศไทยเป็นเสมือนประตูเปิดเชื่อมไปยังภูมิภาคแถบนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.58 โดยอยู่ในหนังสือพิมพ์สยามรัฐเพียงฉบับเดียวทั้ง 3 เรื่อง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงการจำแนก "บทบาทของหนังสือพิมพ์" ในการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ ระหว่างวันที่ 1 ม.ค. - 31 ธ.ค. พ.ศ. 2541

บทบาทของหนังสือพิมพ์	ไทยรัฐ รายสาระ (%)	เดลินิวส์ รายสาระ (%)	สยามรัฐ รายสาระ (%)	บ้านเมือง รายสาระ (%)	รวม รายสาระ (%)
1.ให้ข่าวสาร	28 (25.22)	71 (31.28)	70 (40.93)	89 (61.74)	258 (37.88)
2. แสดงความคิดเห็นหรือชักจูงใจ	37 (33.33)	57 (25.11)	41 (23.98)	37 (21.51)	172 (25.26)
3. ถ่ายทอดมรดกของสังคม	17 (15.31)	31 (13.66)	34 (19.88)	22 (12.79)	104 (15.27)
4. ให้ความบันเทิง	20 (18.02)	34 (14.98)	21 (12.28)	22 (12.79)	97 (14.24)
5. เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชน	3 (2.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.44)
6. เป็นสื่อในการโฆษณา	6 (5.40)	34 (14.98)	5 (2.92)	2 (1.16)	47 (6.90)
รวม	111 (100)	227 (100)	171 (100)	172 (100)	681 (100)

จากตารางพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ แสดงบทบาทในการ แสดงความคิดเห็นหรือชักจูงใจมากที่สุด จำนวน 37 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาได้แก่ บทบาทในการให้ข่าวสาร จำนวน 28 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 25.22 บทบาทในการให้ความบันเทิง จำนวน 20 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.02 บทบาทในการถ่ายทอดมรดกของสังคมไทย จำนวน 17 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.31 บทบาทการเป็นสื่อในการโฆษณา จำนวน 6 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.4 และบทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชน น้อยที่สุด จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.70

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ แสดงบทบาทในการให้ข่าวสาร มากที่สุด จำนวน 71 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 31.28 รองลงมาได้แก่ บทบาทในการแสดงความคิดเห็น หรือชักจูงใจ จำนวน 57 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 25.11 บทบาทในการให้ความบันเทิง และ บทบาทในการเป็นสื่อโฆษณา จำนวน 34 เรื่องเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.98 รองลงมาได้แก่บทบาทในการถ่ายทอดมรดกของสังคมไทย จำนวน 31

เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.66 สำหรับบทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนนั้น ไม่มีปรากฏในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

หนังสือพิมพ์สยามรัฐ แสดงบทบาทในการให้ข่าวสาร มากที่สุด จำนวน 70 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 40.93 รองลงมาได้แก่ บทบาทในการแสดงความคิดเห็น หรือชักจูงใจ จำนวน 41 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.98 บทบาทในการถ่ายทอดมรดกของสังคมไทย จำนวน 34 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 19.88 บทบาทในการให้ความบันเทิงจำนวน 21 เรื่องคิดเป็นร้อยละ 12.28 และบทบาทในการเป็นสื่อโฆษณา นั้น มีจำนวน 5 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 2.92 สำหรับบทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนนั้น ไม่มีปรากฏในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง แสดงบทบาทในการให้ข่าวสาร มากที่สุด จำนวน 89 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 51.74 รองลงมาได้แก่ บทบาทในการแสดงความคิดเห็น หรือชักจูงใจ จำนวน 37 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 21.51 บทบาทในการถ่ายทอดมรดกของสังคมไทย และบทบาทในการให้ความบันเทิง มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 12.79 บทบาทในการเป็นสื่อโฆษณานั้น มีจำนวน 2 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.16 สำหรับบทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนนั้น ไม่มีปรากฏในหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

สรุป โดยภาพรวมแล้ว หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ในการให้ข่าวสาร มากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 258 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 37.88 รองลงมาได้แก่บทบาทในการแสดงความคิดเห็น หรือชักจูงใจ มีจำนวนทั้งสิ้น 172 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 25.26 บทบาทในการถ่ายทอดมรดกของสังคม มีจำนวนทั้งสิ้น 104 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 15.27 บทบาทในการให้ความบันเทิง มีจำนวนทั้งสิ้น 97 เรื่องคิดเป็นร้อยละ 14.24 บทบาทในการเป็นสื่อโฆษณา จำนวนทั้งสิ้น 47 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 6.90 และบทบาทที่หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ น้อยที่สุด คือ บทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชน มีจำนวนทั้งสิ้น 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.44

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 2.1 การวิเคราะห์ด้านคุณลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (N=300 คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	140	46.7
หญิง	160	53.3
<b>ช่วงอายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	41	13.7
20-29 ปี	57	19.0
30-39 ปี	57	19.0
40-49 ปี	51	17.0
50-59 ปี	55	18.3
มากกว่า 60 ปี	39	13.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	37	12.3
มัธยมศึกษา	53	17.7
อาชีวศึกษา	48	16.0
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	44	14.7
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	69	23.0
สูงกว่าปริญญาตรี	49	16.3
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	19.3
นักธุรกิจ	12	4.0
เจ้าของร้านค้า	32	10.7
รับจ้างใช้แรงงาน	43	14.3
พนักงานบริษัทเอกชน	47	15.7
นิสิต นักศึกษา	60	20.0
แม่บ้าน	24	8.0
ผู้ว่างงาน	24	8.0

## (ต่อตารางที่ 10)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (N=300 คน)	ร้อยละ
<b>ช่วงรายได้</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	57	19.0
5,001-10,000 บาท	60	20.0
10,001-15,000 บาท	55	18.3
15,001-20,000 บาท	38	12.7
20,001-30,000 บาท	25	8.3
30,001-50,000 บาท	40	13.3
50,001-100,000 บาท	18	6.0
มากกว่า 100,000 บาท	7	2.3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และช่วงรายได้ ปรากฏรายละเอียด ดังนี้

**เพศ**

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ประกอบด้วย เพศชาย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 เพศหญิง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3

**ช่วงอายุ**

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน มีช่วงอายุ 20-29 ปี และ 30-39 ปี มากที่สุดเท่ากัน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 50-59 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

**ระดับการศึกษา**

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาเป็นกลุ่มมัธยมศึกษาจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ระดับอาชีวศึกษาจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และระดับประถมศึกษาจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

### อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เป็นนิสิต นักศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาได้แก่ อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 อาชีพรับจ้างใช้แรงงาน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 เป็นเจ้าของร้านค้า จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 กลุ่มแม่บ้าน และ ผู้ว่างงาน จำนวนเท่ากัน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และกลุ่มนักรุกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

### ช่วงรายได้

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 กลุ่มรายได้ 10,001-15,000 จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 กลุ่มรายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 กลุ่มรายได้ 50,001-100,000 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และรายได้มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

## 2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการพึงพาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	ระดับการพึงพาแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว					รวม	ค่าเฉลี่ย (X)	ระดับการพึงพา
	ไม่เคยเลย จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
สื่อมวลชน	0 (0.0)	2 (0.7)	68 (22.7)	152 (50.7)	78 (26.0)	300 (100)	4.02	มาก
รัฐบาล	70 (23.3)	117 (39.0)	91 (30.3)	22 (7.3)	0 (0.0)	300 (100)	2.22	น้อย
เอกชน	95 (31.7)	97 (32.3)	65 (21.7)	33 (11.0)	10 (3.3)	300 (100)	2.22	น้อย
บุคคลที่รู้จัก	0 (0.0)	5 (1.7)	70 (23.3)	146 (48.7)	79 (26.3)	300 (100)	4.00	มาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการพึงพาแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก จาก สื่อมวลชน (ได้แก่ โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น) และ จากสื่อบุคคล (เช่น คนในครอบครัว เพื่อน หรือจากคนที่เคยไปเที่ยวมาแล้ว เป็นต้น) คิดเป็นร้อยละ 50.7 และ 48.7 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 และ 4.00 ตามลำดับ

ส่วนแหล่งข้อมูลจากหน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ และบริษัททัวร์ของเอกชน มีการพึงพาอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 39.0 และ 32.3 ตามลำดับ หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.22

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจติดตามเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	ระดับความสนใจติดตามเนื้อหาด้านการท่องเที่ยว				รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ระดับ ความ สนใจ
	นานๆ ครั้ง จำนวน (%)	บางครั้ง จำนวน (%)	ค่อนข้างบ่อย จำนวน (%)	เป็นประจำ จำนวน (%)			
หนังสือพิมพ์	50 (16.7)	106 (35.3)	78 (26.0)	66 (22.0)	300 (100)	2.53	ปานกลาง
โทรทัศน์	16 (5.3)	45 (15.0)	119 (39.7)	120 (40.0)	300 (100)	3.14	มาก
วิทยุ	118 (39.3)	109 (36.3)	60 (20.0)	13 (4.3)	300 (100)	1.89	น้อย
นิตยสาร	75 (25.0)	97 (32.3)	74 (24.7)	54 (18.0)	300 (100)	2.36	ปานกลาง
แผ่นพับ	135 (45.0)	83 (27.7)	57 (19.0)	25 (8.3)	300 (100)	1.91	น้อย

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจติดตามเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 40.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14

ส่วน หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการติดตามเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.3 และ 32.3 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.53 และ 2.36 ตามลำดับ

สำหรับ วิทยุ และ แผ่นพับ มีความสนใจอยู่ในระดับน้อย โดยติดตามแบบนานครั้งๆ คิดเป็นร้อยละ 39.3 และ 45.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.89 และ 1.91 ตามลำดับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจอ่านเนื้อหา ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากสื่อหนังสือพิมพ์

รูปแบบการนำเสนอ	ระดับความสนใจในรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์					รวม	ค่าเฉลี่ย ( X )	ระดับความสนใจ
	ไม่เคยเลย จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
ข่าว	10 (3.3)	52 (17.3)	93 (31.0)	85 (28.3)	60 (20.0)	300 (100)	3.44	ปานกลาง
ภาพ	0 (0.0)	14 (4.7)	77 (25.7)	143 (47.7)	66 (22.0)	300 (100)	3.87	มาก
บทความ	18 (6.0)	69 (23.0)	107 (35.7)	90 (30.0)	16 (5.3)	300 (100)	3.06	ปานกลาง
สารคดี	7 (2.3)	39 (13.0)	84 (28.0)	97 (32.3)	73 (24.3)	300 (100)	3.63	มาก
คอลัมน์-ประจำ	20 (6.7)	81 (27.0)	104 (34.7)	69 (23.0)	26 (8.7)	300 (100)	3.00	ปานกลาง
บทบรรณาธิการ	117 (39.0)	114 (38.0)	54 (18.0)	13 (4.3)	2 (0.7)	300 (100)	1.90	น้อย
โฆษณา	19 (6.3)	58 (19.3)	78 (26.0)	93 (31.0)	52 (17.3)	300 (100)	3.34	ปานกลาง

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจมาก กับรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ด้วย ภาพ และสารคดี คิดเป็นร้อยละ 47.7 และ 32.3 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.63 ตามลำดับ

ส่วนรูปแบบการนำเสนอด้วย ข่าว บทความ คอลัมน์ประจำ และโฆษณา มีความสนใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.0, 35.7, 34.7 และ 31.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44, 3.06, 3.00 และ 3.34 ตามลำดับ

ในส่วนของบทบรรณาธิการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีความสนใจเลย คิดเป็นร้อยละ 39.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.90

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการติดตามอ่านเนื้อหา ด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์

ลักษณะการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่านอย่างละเอียด	89	14.8
อ่านเนื้อหาบางส่วน	166	27.7
อ่านหัวข้อ หรือหัวเรื่อง	107	17.9
อ่านส่วนโปรย หรือย่อหน้าแรก	28	4.7
ดูภาพประกอบ	209	34.9
รวม	599	100.0

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบดูภาพประกอบ มากที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาได้แก่ การอ่านเนื้อหาบางส่วน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 การอ่านเฉพาะหัวข้อ หรือหัวเรื่อง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 การติดตามอ่านอย่างละเอียด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และการอ่านเฉพาะส่วนโปรย หรือย่อหน้าแรก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.3 การวิเคราะห์แนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และต่างประเทศในรอบปีที่ผ่านมา

ความบ่อยครั้งในการเดินทาง	จำนวน (N=300)	ร้อยละ
<u>ภายในประเทศ</u>		
มากกว่า 10 ครั้ง	16	5.3
ประมาณ 7-9 ครั้ง	14	4.7
ประมาณ 5-6 ครั้ง	25	8.3
ประมาณ 3-4 ครั้ง	85	28.3
ประมาณ 1-2 ครั้ง	113	37.7
ยังไม่ได้ไปเที่ยวที่ไหนเลย	47	15.7
<u>ต่างประเทศ</u>		
มากกว่า 10 ครั้ง	0	0.0
ประมาณ 7-9 ครั้ง	0	0.0
ประมาณ 5-6 ครั้ง	0	0.0
ประมาณ 3-4 ครั้ง	9	3.0
ประมาณ 1-2 ครั้ง	64	21.3
ยังไม่ได้ไปเที่ยวที่ไหนเลย	227	75.7

จากตารางพบว่า ในรอบปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ประมาณ 1-2 ครั้ง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มที่เดินทางประมาณ 3-4 ครั้ง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 กลุ่มที่ยังไม่ได้ไปเที่ยวที่ไหนเลย จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 เดินทางประมาณ 5-6 ครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เดินทางมากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และเดินทางประมาณ 7-9 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ในส่วนของต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ออกเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเลย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มที่เดินทางประมาณ 1-2 ครั้ง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และกลุ่มที่เดินทางประมาณ 3-4 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความชอบแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของไทย

ภูมิภาค	ระดับความชอบแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของไทย					รวม	ค่าเฉลี่ย (X)	ระดับความชอบ
	ไม่ชอบเลย จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
ภาคเหนือ	2 (0.7)	10 (3.3)	30 (10.0)	96 (32.0)	162 (54.0)	300 (100)	4.35	มาก
ภาคกลาง	5 (1.7)	34 (11.3)	130 (43.3)	107 (35.7)	24 (8.0)	300 (100)	3.37	ปานกลาง
ภาคตะวันออก	8 (2.7)	43 (14.3)	110 (36.7)	103 (34.3)	36 (12.0)	300 (100)	3.39	ปานกลาง
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23 (7.7)	92 (30.7)	116 (38.7)	54 (18.0)	15 (5.0)	300 (100)	2.82	ปานกลาง
ภาคตะวันตก	9 (3.0)	94 (31.3)	121 (40.3)	65 (21.7)	11 (3.7)	300 (100)	2.92	ปานกลาง
ภาคใต้	10 (3.3)	31 (10.3)	60 (20.0)	91 (30.3)	108 (36.0)	300 (100)	3.85	มาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือ และ ภาคใต้ มาก คิดเป็นร้อยละ 54.0 และ 36.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.35 และ 3.85 ตามลำดับ

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันตก มีความชอบปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.3, 36.7, 38.7 และ 40.3 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37, 3.39, 2.82, และ 2.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความชอบลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ

ลักษณะการท่องเที่ยว	ระดับความชอบลักษณะการท่องเที่ยว					รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ระดับความชอบ
	ไม่ชอบเลย จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
ชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ	0 (0.0)	3 (1.0)	13 (4.3)	68 (22.7)	216 (72.0)	300 (100)	4.66	มากที่สุด
ร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติต่างๆ	24 (8.0)	43 (14.3)	69 (23.0)	87 (29.0)	77 (25.7)	300 (100)	3.50	ปานกลาง
เที่ยวชมวัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ	3 (1.0)	19 (6.3)	84 (28.0)	94 (31.3)	100 (33.3)	300 (100)	3.90	มาก
ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น	3 (1.0)	45 (15.0)	100 (33.3)	111 (37.0)	41 (13.7)	300 (100)	3.47	ปานกลาง
หาสถานที่ลองลิ้มชิมรสกับอาหารไทย	8 (2.7)	41 (13.7)	90 (30.0)	94 (31.3)	67 (22.3)	300 (100)	3.57	มาก
ซื้อของที่ถูกใจ	9 (3.0)	59 (19.7)	106 (35.3)	74 (24.7)	52 (17.3)	300 (100)	3.34	ปานกลาง
ชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย	21 (7.0)	74 (24.7)	122 (40.7)	61 (20.3)	22 (7.3)	300 (100)	2.96	ปานกลาง
เที่ยวชมสวนเกษตรสวนผลไม้สวนสมุนไพร	5 (1.7)	50 (16.7)	95 (31.7)	97 (32.3)	53 (17.7)	300 (100)	3.48	ปานกลาง
ชมสถานที่ หรือของแปลกๆ ของไทย	10 (3.3)	16 (5.3)	61 (20.3)	119 (39.7)	94 (31.3)	300 (100)	3.90	มาก
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ	18 (6.0)	52 (17.3)	111 (37.0)	84 (28.0)	35 (11.7)	300 (100)	3.22	ปานกลาง
ซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ	37 (12.3)	79 (26.3)	93 (31.0)	69 (23.0)	22 (7.3)	300 (100)	2.87	ปานกลาง

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบการไปเที่ยวชมวิถีชีวิตทัศนียภาพทางธรรมชาติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.66

ชอบการเที่ยวชมวัด ไหว้พระ โบราณสถาน โบราณวัตถุ การหาสถานที่ลองลิ้มชิมรสกับอาหารไทย และการชมสถานที่หรือของแปลกๆ ของไทย อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3, 31.3 และ 39.7 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90, 3.57 และ 3.90 ตามลำดับ

ส่วนการร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติต่างๆ การชมแสดงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น การท่องเที่ยวเพื่อไปซื้อของที่ดูใจ การไปชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย การเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร การไปดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ และการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศนั้น มีความชอบในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.0, 37.0, 35.3, 40.7, 32.3, 37.0, และ 31.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50, 3.47, 3.34, 2.96, 3.48, 3.22, และ 2.87 ตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.4 การวิเคราะห์ความต้องการประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของผู้อ่าน

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความต้องการของผู้อ่านที่มีต่อการเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของ "ข่าว"

ประเด็นเนื้อหาใน รูปแบบ "ข่าว"	ระดับความต้องการของผู้อ่าน					รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ระดับ ความ ต้องการ
	น้อยที่สุด จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
การปฏิบัติงานของรัฐบาลหรือ เอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวไทย	5 (1.7)	12 (4.0)	76 (25.3)	129 (43.0)	78 (26.0)	300 (100)	3.88	มาก
ประชาสัมพันธ์เทศกาลงาน มหรรมการแสดงต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย	2 (0.7)	7 (2.3)	46 (15.3)	132 (44.0)	113 (37.7)	300 (100)	4.16	มาก
ประชาสัมพันธ์การให้บริการ ของโรงแรม หรือสถานที่พัก ตากอากาศ	3 (1.0)	18 (6.0)	76 (25.3)	117 (39.0)	86 (28.7)	300 (100)	3.88	มาก
ความปลอดภัย และสวัสดิภาพ ของนักท่องเที่ยว	4 (1.3)	14 (4.7)	49 (16.3)	90 (30.0)	143 (47.7)	300 (100)	4.18	มาก
กรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอา เปรียบจากการให้บริการต่างๆ	4 (1.3)	21 (7.0)	54 (18.0)	106 (35.3)	115 (38.3)	300 (100)	4.02	มาก
เรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ และ ดึงดูดให้เกิดการเดินทาง ท่องเที่ยวได้	5 (1.7)	16 (5.3)	45 (15.0)	118 (39.3)	116 (38.7)	300 (100)	4.08	มาก
ปัญหาความเสื่อมโทรมของ แหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนา เปิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	3 (1.0)	18 (6.0)	71 (23.7)	115 (38.3)	93 (31.0)	300 (100)	3.92	มาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมากที่สุด ในประเด็นเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว และประเด็นข่าวในกรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบจากการให้บริการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 47.7 และ 38.3 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 และ 4.02 ตามลำดับ ในส่วนของประเด็นข่าวอื่นๆ นั้น มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความต้องการของผู้อ่านที่มีต่อการเสนอเนื้อหา ด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของ "บทความ"

ประเด็นเนื้อหาในรูปแบบ "บทความ"	ระดับความต้องการของผู้อ่าน					รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ระดับ ความ ต้องการ
	น้อยที่สุด จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
ข้อคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะ แนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่ รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว	4 (1.3)	16 (5.3)	72 (24.0)	119 (39.7)	89 (29.7)	300 (100)	3.91	มาก
สร้างจิตสำนึกในการเป็น เจ้าบ้านที่ดี เพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว	2 (0.7)	8 (2.7)	49 (16.3)	106 (35.3)	135 (45.0)	300 (100)	4.21	มาก
แสดงความคิดเห็นทั้งเชิงพหุติ กรรมเอาใจเขาเปรียบ หรือ คุกคามสวัสดิภาพนักท่องเที่ยว	7 (2.3)	12 (4.0)	50 (16.7)	121 (40.3)	110 (36.7)	300 (100)	4.05	มาก
เชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมใน กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่จัดขึ้นทั่วประเทศ	3 (1.0)	8 (2.7)	59 (19.7)	109 (36.3)	121 (40.3)	300 (100)	4.12	มาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมากที่สุด ในประเด็นของบทความเกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวและการเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 45.0 และ 40.3 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.21 และ 4.12 ตามลำดับ ในส่วนของประเด็นบทความอื่นๆ มีความต้องการมาก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความต้องการของผู้อ่านที่มีต่อการเสนอเนื้อหาด้ว  
การท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของ "คอลัมน์ประจำ และสารคดี"

ประเด็นเนื้อหาในรูปแบบ "คอลัมน์ประจำ และ สารคดี"	ระดับความต้องการของผู้อ่าน					รวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ระดับ ความ ต้องการ
	น้อยที่สุด จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งาน ประเพณี และเทศกาล ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	3 (1.0)	8 (2.7)	45 (15.0)	131 (43.7)	113 (37.7)	300 (100)	4.14	มาก
เรื่องราวความแปลกใหม่ที่ น่าสนใจ ทำให้คนเกิดความ อยากรู้อยากเห็น	2 (0.7)	8 (2.7)	53 (17.7)	128 (42.7)	109 (36.3)	300 (100)	4.11	มาก
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ และกิจกรรมเชิง อนุรักษ์ต่างๆ	2 (0.7)	16 (5.3)	41 (13.7)	113 (37.7)	128 (42.7)	300 (100)	4.16	มาก
แนะนำร้านอาหาร รายการ อาหาร ที่พัก และของฝาก	5 (1.7)	17 (5.7)	85 (28.3)	116 (38.7)	77 (25.7)	300 (100)	3.81	มาก
แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ	4 (1.3)	14 (4.7)	62 (20.7)	112 (37.3)	108 (36.0)	300 (100)	4.02	มาก
เป็นสื่อกลางของประชาชน เสนอปัญหาข้อร้องเรียน ต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว ไปยังหน่วยงานต่างๆ	5 (1.7)	23 (7.7)	85 (28.3)	105 (35.0)	82 (27.3)	300 (100)	3.79	มาก
แสดงความคิดเห็นทั้งด้าน ชื่นชมยินดี และท้วงติงเพื่อ ให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยว ไทย	6 (2.0)	26 (8.7)	66 (22.0)	112 (37.3)	90 (30.0)	300 (100)	3.85	มาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมากที่สุด ในประเด็นของคอลัมน์ประจำและ  
สารคดี เกี่ยวกับการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ คิดเป็น  
ร้อยละ 42.7 หรือ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 ในส่วนของประเด็นอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการมาก

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ความต้องการของผู้อ่านที่มีต่อการเสนอเนื้อหาด้ว การท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ในรูปแบบของ "โฆษณา"

ประเด็นเนื้อหาใน รูปแบบ "โฆษณา"	ระดับความต้องการของผู้อ่าน					รวม	ค่าเฉลี่ย (X)	ระดับ ความ ต้องการ
	น้อยที่สุด จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	มากที่สุด จำนวน (%)			
รายการท่องเที่ยวภายใน ประเทศ	1 (0.3)	23 (7.7)	90 (30.0)	112 (37.3)	74 (24.7)	300 (100)	3.78	มาก
การจัดนิทรรศการ งาน มหกรรมต่างๆ	6 (2.0)	24 (8.0)	87 (29.0)	99 (33.0)	84 (28.0)	300 (100)	3.77	มาก

จากตารางพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการ โฆษณาเกี่ยวกับรายการท่องเที่ยวภายใน ประเทศ และโฆษณาการจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริม และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 37.3 และ 33.0 หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.77 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน มีสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด 4 ข้อใหญ่ และมีสมมติฐานย่อย ดังต่อไปนี้

#### 1.ผู้อ่านที่มีลักษณะต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน

- 1.1 ผู้อ่านที่มี เพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน
- 1.2 ผู้อ่านที่มี ช่วงอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน
- 1.3 ผู้อ่านที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน
- 1.4 ผู้อ่านที่มี อาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน
- 1.5 ผู้อ่านที่มี ช่วงรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อแตกต่างกัน

ในสมมติฐานข้อที่ 1 ใช้สถิติ *t-test* ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูล 2 กลุ่ม และใช้สถิติ *One-way ANOVA* ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูล 3 กลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดค่าที่ใช้ในการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

ถ้าผู้อ่านเปิดรับสื่อ เป็นประจำ	ให้คะแนน เท่ากับ 4 คะแนน
ค่อนข้างบ่อย (3-5 ครั้ง/สัปดาห์)	ให้คะแนน เท่ากับ 3 คะแนน
บางครั้ง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์)	ให้คะแนน เท่ากับ 2 คะแนน
นานๆ ครั้ง	ให้คะแนน เท่ากับ 1 คะแนน

#### 2. ผู้อ่านที่มีลักษณะต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

- 2.1 ผู้อ่านที่มี เพศ ต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
- 2.2 ผู้อ่านที่มี ช่วงอายุ ต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
- 2.3 ผู้อ่านที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
- 2.4 ผู้อ่านที่มี อาชีพ ต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
- 2.5 ผู้อ่านที่มี ช่วงรายได้ ต่างกัน มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ในสมมติฐานข้อที่ 2 ใช้สถิติ t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูล 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูล 3 กลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดค่าสถิติที่ใช้ในการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

ถ้าผู้อ่านชอบ	มากที่สุด	ให้คะแนน เท่ากับ 5
	มาก	ให้คะแนน เท่ากับ 4
	ปานกลาง	ให้คะแนน เท่ากับ 3
	น้อย	ให้คะแนน เท่ากับ 2
	ไม่ชอบเลย	ให้คะแนน เท่ากับ 1

### 3. ผู้อ่านที่มีลักษณะต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

3.1 ผู้อ่านที่มี เพศ ต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

3.2 ผู้อ่านที่มี ช่วงอายุ ต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

3.3 ผู้อ่านที่มี ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

3.4 ผู้อ่านที่มี อาชีพ ต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

3.5 ผู้อ่านที่มีช่วงรายได้ ต่างกัน มีความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ในสมมติฐานข้อที่ 3 ใช้สถิติ t-test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูล 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยข้อมูล 3 กลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดค่าที่ใช้ในการคำนวณค่าเฉลี่ย ดังนี้

ถ้าผู้อ่านต้องการ	มากที่สุด	ให้คะแนน เท่ากับ 5
	มาก	ให้คะแนน เท่ากับ 4
	ปานกลาง	ให้คะแนน เท่ากับ 3
	น้อย	ให้คะแนน เท่ากับ 2
	น้อยที่สุด	ให้คะแนน เท่ากับ 1

**4. การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับแนวโน้มในการท่องเที่ยว และความต้องการของผู้อ่าน**

- 4.1 การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับความนิยมสถานที่ท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของผู้อ่าน
- 4.2 การนำเสนอจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับค่านิยมลักษณะการท่องเที่ยวของผู้อ่าน
- 4.3 การนำเสนอประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน

ในสมมติฐานข้อที่ 4 ใช้สถิติทดสอบสหสัมพันธ์ของเปียร์แมน (Spearman rank-order Correlation Coefficient)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

#### 1.1 เพศ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 22 แสดงความแตกต่างของเพศ กับค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	t	P-value
หนังสือพิมพ์	ชาย	140	2.61	1.182	0.23
	หญิง	160	2.47		
โทรทัศน์	ชาย	140	3.14	0.009	0.99
	หญิง	160	3.14		
วิทยุ	ชาย	140	1.86	0.673	0.50
	หญิง	160	1.93		
นิตยสาร	ชาย	140	2.20	2.448	0.01*
	หญิง	160	2.49		
แผ่นพับ	ชาย	140	1.79	1.882	0.06
	หญิง	160	2.01		

\* $p < 0.05$

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) ระหว่างเพศ กับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสาร มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และแผ่นพับนั้น เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

## 1.2 ช่วงอายุ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 23 แสดงความแตกต่างของช่วงอายุ กับค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
หนังสือพิมพ์	ต่ำกว่า 20 ปี	41	2.66	1.228	0.29
	20-29 ปี	57	2.51		
	30-39 ปี	57	2.44		
	40-49 ปี	51	2.37		
	50-59 ปี	55	2.78		
	มากกว่า 60 ปี	39	2.44		
โทรทัศน์	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.39	1.632	0.15
	20-29 ปี	57	3.19		
	30-39 ปี	57	3.07		
	40-49 ปี	51	2.92		
	50-59 ปี	55	3.11		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.26		
วิทยุ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	2.20	3.900	0.00*
	20-29 ปี	57	2.19		
	30-39 ปี	57	1.68		
	40-49 ปี	51	1.71		
	50-59 ปี	55	1.85		
	มากกว่า 60 ปี	39	1.74		
นิตยสาร	ต่ำกว่า 20 ปี	41	2.20	3.112	0.00*
	20-29 ปี	57	2.53		
	30-39 ปี	57	2.70		
	40-49 ปี	51	2.29		
	50-59 ปี	55	2.29		
	มากกว่า 60 ปี	39	1.95		

(ต่อตารางที่ 23)

ประเภทสื่อ	ช่วงอายุ	จำนวน	X (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
แผ่นพับ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	1.76	1.769	0.11
	20-29 ปี	57	1.96		
	30-39 ปี	57	1.91		
	40-49 ปี	51	2.12		
	50-59 ปี	55	2.00		
	มากกว่า 60 ปี	39	1.56		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างช่วงอายุ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก วิทยุ และนิตยสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับทั้งข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากวิทยุ มากที่สุดและผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีพฤติกรรมการอ่านนิตยสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### 1.3 ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 24 แสดงความแตกต่างของระดับการศึกษา กับค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
หนังสือพิมพ์	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	2.64	0.777	0.46
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	2.48		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	2.49		
โทรทัศน์	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.38	4.916	0.00*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.02		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.06		
วิทยุ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	2.00	0.978	0.37
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	1.86		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	1.84		
นิตยสาร	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	2.09	5.523	0.00*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	2.35		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	2.57		

(ต่อตารางที่ 24)

ประเภทสื่อ	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
แผ่นพับ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	1.50	11.804	0.00*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	2.10		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	2.07		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่าง ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์ นิตยสาร และแผ่นพับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ (มัธยมศึกษา) มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์มากที่สุด ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก นิตยสารมากที่สุด และผู้ที่มีระดับการศึกษากว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก แผ่นพับมากที่สุด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 1.4 อาชีพ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 25 แสดงความแตกต่างของอาชีพ กับค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
หนังสือพิมพ์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	2.60	1.367	0.21
	นักธุรกิจ	12	2.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.66		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	2.84		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	2.32		
	นิสิต นักศึกษา	60	2.53		
	แม่บ้าน	24	2.29		
	ผู้ว่างงาน	24	2.29		
โทรทัศน์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.12	2.997	0.00*
	นักธุรกิจ	12	3.33		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.94		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.40		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	2.87		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.10		
	แม่บ้าน	24	3.67		
	ผู้ว่างงาน	24	3.04		
วิทยุ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	1.74	2.101	0.04*
	นักธุรกิจ	12	1.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	1.69		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	2.09		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	1.79		
	นิสิต นักศึกษา	60	2.05		
	แม่บ้าน	24	2.25		
	ผู้ว่างงาน	24	1.79		

(ต่อตารางที่ 25)

ประเภท สื่อ	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
นิตยสาร	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	2.28	4.122	0.00*
	นักธุรกิจ	12	2.67		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.19		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	1.93		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	2.77		
	นิสิต นักศึกษา	60	2.63		
	แม่บ้าน	24	1.83		
	ผู้ว่างงาน	24	2.42		
แผ่นพับ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	2.24	3.150	0.00*
	นักธุรกิจ	12	1.50		
	เจ้าของร้านค้า	32	1.66		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	1.63		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	2.09		
	นิสิต นักศึกษา	60	2.07		
	แม่บ้าน	24	1.71		
	ผู้ว่างงาน	24	1.58		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอาชีพ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และแผ่นพับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยที่ กลุ่มแม่บ้านมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก โทรทัศน์ และ วิทยุ มากที่สุด กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการอ่านนิตยสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด และกลุ่มอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก แผ่นพับมากที่สุด

### 1.5 ช่วงรายได้ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 26 แสดงความแตกต่างของช่วงรายได้ กับค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ

ประเภทสื่อ	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
หนังสือพิมพ์	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	2.51	0.042	0.95
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	2.55		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	2.54		
โทรทัศน์	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.26	1.999	0.13
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.08		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.03		
วิทยุ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	2.09	6.843	0.00*
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	1.85		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	1.62		
นิตยสาร	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	2.33	0.048	0.95
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	2.37		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	2.37		

(ต่อตารางที่ 26)

ประเภทสื่อ	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อ)	F	P-value
แผ่นพับ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	1.79	1.243	0.29
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	1.97		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	1.98		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างช่วงรายได้ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีช่วงรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจาก วิทยู แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีช่วงรายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท) มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากวิทยูมากที่สุด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.1 เพศ กับความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ตารางที่ 27 แสดงความแตกต่างของเพศ กับค่าเฉลี่ยความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ลักษณะการท่องเที่ยว	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	t	P-value
ชมวิวทัศน์ทัศนทางธรรมชาติ	ชาย	140	4.63	0.744	0.45
	หญิง	160	4.68		
ร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ	ชาย	140	3.40	1.309	0.19
	หญิง	160	3.59		
เที่ยวชมวัด ไหว้พระ	ชาย	140	3.76	2.329	0.02*
	หญิง	160	4.02		
ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรม	ชาย	140	3.39	1.388	0.16
	หญิง	160	3.54		
หาสถานที่ท่องเที่ยวชิมรสอาหารไทย	ชาย	140	3.46	1.746	0.08
	หญิง	160	3.67		
ชื่อของที่ถูกใจ	ชาย	140	3.09	3.919	0.00*
	หญิง	160	3.56		
ชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย	ชาย	140	3.02	0.929	0.35
	หญิง	160	2.91		
เที่ยวชมสวนเกษตรสวนผลไม้	ชาย	140	3.33	2.371	0.01*
	หญิง	160	3.61		
ชมสถานที่ หรือของแปลกๆ ของไทย	ชาย	140	3.96	0.976	0.33
	หญิง	160	3.85		
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ	ชาย	140	3.22	0.022	0.98
	หญิง	160	3.22		
ซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ	ชาย	140	2.59	4.094	0.00*
	หญิง	160	3.11		

\*p < 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) ระหว่างเพศ กับ ความนิยมในการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ พบว่าเพศหญิง ชอบไปเที่ยววัด ไหว้พระ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ชอบการไปซื้อของที่ถูกใจ การไปเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร และการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2.2 ช่วงอายุ กับแนวโน้มในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ตารางที่ 28 แสดงความแตกต่างของช่วงอายุ กับค่าเฉลี่ยความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ลักษณะการท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.56	1.308	0.26
	20-29 ปี	57	4.77		
	30-39 ปี	57	4.75		
	40-49 ปี	51	4.65		
	50-59 ปี	55	4.55		
	มากกว่า 60 ปี	39	4.62		
ร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.76	16.451	0.00*
	20-29 ปี	57	4.09		
	30-39 ปี	57	4.04		
	40-49 ปี	51	3.37		
	50-59 ปี	55	3.07		
	มากกว่า 60 ปี	39	2.36		
เที่ยวชมวัด ไหว้พระ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.63	3.557	0.00*
	20-29 ปี	57	3.60		
	30-39 ปี	57	3.88		
	40-49 ปี	51	4.00		
	50-59 ปี	55	4.04		
	มากกว่า 60 ปี	39	4.31		
ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.29	0.523	0.75
	20-29 ปี	57	3.46		
	30-39 ปี	57	3.46		
	40-49 ปี	51	3.59		
	50-59 ปี	55	3.55		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.46		
หาสถานที่ลองลิ้มชิมรสอาหารไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.56	0.645	0.66
	20-29 ปี	57	3.74		
	30-39 ปี	57	3.65		
	40-49 ปี	51	3.43		
	50-59 ปี	55	3.55		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.44		



(ต่อตารางที่ 28)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
เรือท่องเที่ยว ที่ภูเก็ต	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.51	1.402	0.22
	20-29 ปี	57	3.51		
	30-39 ปี	57	3.16		
	40-49 ปี	51	3.39		
	50-59 ปี	55	3.11		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.41		
ชมการแสดงกีฬา พื้นบ้านไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.15	3.281	0.00*
	20-29 ปี	57	2.95		
	30-39 ปี	57	2.96		
	40-49 ปี	51	2.82		
	50-59 ปี	55	3.29		
	มากกว่า 60 ปี	39	2.51		
เที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.15	2.662	0.02*
	20-29 ปี	57	3.58		
	30-39 ปี	57	3.26		
	40-49 ปี	51	3.43		
	50-59 ปี	55	3.65		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.79		
ชมสถานที่ หรือของ แปลกๆ ของไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.00	2.469	0.03*
	20-29 ปี	57	4.05		
	30-39 ปี	57	4.12		
	40-49 ปี	51	3.71		
	50-59 ปี	55	3.91		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.51		
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ ในต่างประเทศ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.51	1.303	0.26
	20-29 ปี	57	3.26		
	30-39 ปี	57	3.25		
	40-49 ปี	51	3.02		
	50-59 ปี	55	3.25		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.03		

(ต่อตารางที่ 28)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ซื้อสินค้าปลอดภาษี จากต่างประเทศ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	2.93	1.576	0.16
	20-29 ปี	57	3.00		
	30-39 ปี	57	2.77		
	40-49 ปี	51	2.78		
	50-59 ปี	55	2.62		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.21		

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างช่วงอายุ กับความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความชอบการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติ การเที่ยวชมวัด ไหว้พระ โบราณสถาน โบราณวัตถุ การไปชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย การเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร และการไปเที่ยวชมสถานที่หรือของแปลกๆ ของไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี ชอบเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น เดินป่า ล่องแพ นั่งช้าง ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ชอบการไปเที่ยวชมวัด ไหว้พระ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และชอบการไปเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร ผู้ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 50-59 ปี ชอบการไปชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย และผู้ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี ชอบการชมสถานที่หรือของแปลกๆ ของไทย มากกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงอายุอื่นๆ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 2.3 ระดับการศึกษา กับแนวโน้มในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ตารางที่ 29 แสดงความแตกต่างของระดับการศึกษา กับค่าเฉลี่ยความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ลักษณะการท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	4.59	0.790	0.45
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.68		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.69		
ร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.17	5.560	0.00*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.76		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.55		
เที่ยวชมวัดไหว้พระ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.98	0.730	0.48
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.80		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.91		
ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรม	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.50	0.119	0.88
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.43		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.48		
หาสถานที่ลองลิ้มชิมรสอาหารไทย	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.39	4.626	0.01*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.46		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.80		

## (ต่อตารางที่ 29)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชื่อของที่ถูกใจ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.28	2.184	0.11
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.20		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.49		
ชมการแสดงกีฬา พื้นบ้านไทย	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	2.96	0.159	0.85
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.01		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	2.93		
เที่ยวชมสวน เกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.37	1.540	0.21
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.42		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.60		
ชมสถานที่ หรือ ของแปลกๆ ของ ไทย	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.79	0.846	0.43
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.93		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.97		
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.18	0.789	0.45
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.14		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.31		

## (ต่อตารางที่ 29)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ซื้อสินค้าปลอด ภาษีจาก ต่างประเทศ	ระดับต่ำ (มัธยมศึกษา)	90	3.09	4.080	0.01*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	2.62		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	2.89		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระดับการศึกษา กับแนวโน้มในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันชอบเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การหาสถานที่ลองลิ้มชิมรสกับอาหารไทย และการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีระดับการศึกษปานกลาง (ต่ำกว่าปริญญาตรี) ชอบการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น เดินป่า ล่องแพ เป็นต้น ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ชอบการหาสถานที่ลองลิ้มชิมรสอาหารไทย และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ (มัธยมศึกษา) ชอบการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ มากกว่าผู้ที่อยู่ในระดับการศึกษาอื่น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.4 อาชีพ กับแนวโน้มในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ตารางที่ 30 แสดงความแตกต่างของอาชีพ กับค่าเฉลี่ยความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ลักษณะการท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชมวิว ทิวทัศน์ทาง ธรรมชาติ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.66	2.101	0.04*
	นักธุรกิจ	12	4.42		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.38		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	4.72		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.83		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.62		
	แม่บ้าน	24	4.67		
	ผู้ว่างงาน	24	4.79		
ร่วมกิจกรรม เชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.41	7.703	0.00*
	นักธุรกิจ	12	2.50		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.56		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.51		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.00		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.95		
	แม่บ้าน	24	3.04		
	ผู้ว่างงาน	24	3.79		
เที่ยวชมวัด ไหว้พระ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.03	1.006	0.42
	นักธุรกิจ	12	4.08		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.91		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.74		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.89		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.70		
	แม่บ้าน	24	4.17		
	ผู้ว่างงาน	24	3.96		

(ต่อตารางที่ 30)

ลักษณะ การท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชมการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม ของท้องถิ่น	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.69	1.783	0.09
	นักธุรกิจ	12	3.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.19		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.58		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.49		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.22		
	แม่บ้าน	24	3.67		
	ผู้ว่างงาน	24	3.50		
หาสถานที่ ลองลิ้ม ชิมรสกับ อาหารไทย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.55	2.449	0.01*
	นักธุรกิจ	12	3.50		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.38		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.23		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.72		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.87		
	แม่บ้าน	24	3.88		
	ผู้ว่างงาน	24	3.17		
ชื่อของที่ ถูกใจ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.29	2.196	0.03*
	นักธุรกิจ	12	3.33		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.19		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.09		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.28		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.75		
	แม่บ้าน	24	3.50		
	ผู้ว่างงาน	24	3.00		

## (ต่อตารางที่ 30)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชมการ แสดงกีฬา พื้นบ้าน ไทย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.29	2.311	0.02*
	นักธุรกิจ	12	2.50		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.63		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.19		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	2.85		
	นิสิต นักศึกษา	60	2.88		
	แม่บ้าน	24	2.83		
	ผู้ว่างงาน	24	3.00		
	เที่ยวชม สวนเกษตร สวนผลไม้ สวน สมุนไพร	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58		
นักธุรกิจ		12	3.33		
เจ้าของร้านค้า		32	3.44		
รับจ้างใช้แรงงาน		43	3.37		
พนักงานบริษัทเอกชน		47	3.38		
นิสิต นักศึกษา		60	3.38		
แม่บ้าน		24	3.63		
ผู้ว่างงาน		24	3.38		
ชมสถานที่ หรือของ แปลกๆ ของไทย		ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.93	2.131
	นักธุรกิจ	12	3.83		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.38		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.86		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.13		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.07		
	แม่บ้าน	24	3.67		
	ผู้ว่างงาน	24	4.04		



## (ต่อตารางที่ 30)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่าง ประเทศ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	2.90	2.890	0.00*
	นักธุรกิจ	12	3.75		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.94		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.07		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.36		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.53		
	แม่บ้าน	24	3.46		
	ผู้ว่างงาน	24	3.08		
ซื้อสินค้า ปลอดภาษี จาก ต่างประเทศ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	2.40	3.328	0.00*
	นักธุรกิจ	12	3.33		
	เจ้าของร้านค้า	32	2.94		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	2.93		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	2.70		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.07		
	แม่บ้าน	24	3.46		
	ผู้ว่างงาน	24	2.79		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่าง อาชีพ กับความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ชอบการชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ การร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การหาสถานที่ลองลิ้มชิมรสกับอาหารไทย การซื้อของที่ถูกใจ การชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านไทย การชมสถานที่หรือของแปลกๆ ของไทย การดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ และการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยที่กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนชอบการไปเที่ยวชมวิวทิวทัศน์ทางธรรมชาติ การร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น เดินป่า ล่องแพ เป็นต้น และการชมสถานที่หรือของแปลกๆ ของไทย กลุ่มแม่บ้าน ชอบการหาสถานที่ลองลิ้มชิมรสอาหารไทย และการซื้อสินค้าปลอดภาษีจากต่างประเทศ กลุ่มนิสิต นักศึกษา ชอบการซื้อของที่ถูกใจ มากที่สุด กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ชอบการชมกีฬาพื้นบ้านไทย และกลุ่มนักธุรกิจชอบการดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ

## 2.5 ช่วงรายได้ กับแนวโน้มในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ตารางที่ 31 แสดงความแตกต่างของช่วงรายได้ กับค่าเฉลี่ยความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ

ลักษณะการท่องเที่ยว	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชมวิหิตทัศน์ทางธรรมชาติ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.66	0.682	0.50
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.69		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.58		
ร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.82	10.536	0.00*
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.47		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	2.97		
เที่ยวชมวัดไหว้พระ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.73	2.999	0.051
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.99		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.03		
ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.47	0.012	0.98
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.48		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.46		
หาสถานที่ลองลิ้มชิมรสกับอาหารไทย	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.59	1.261	0.28
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.47		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.72		

## (ต่อตารางที่ 31)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ชื่อของที่ถูกใจ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.32	0.039	0.96
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.33		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.37		
ชมการแสดงกีฬา พื้นบ้านไทย	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	2.99	0.418	0.65
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	2.99		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	2.86		
เที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.37	3.565	0.03*
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.42		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.77		
ชมสถานที่ หรือของ แปลกๆ ของไทย	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.93	0.099	0.90
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.87		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.91		
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.15	0.892	0.41
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.20		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.37		

(ต่อตารางที่ 31)

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความชอบ)	F	P-value
ซื้อสินค้าปลอดภาษี จากต่างประเทศ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	2.87	0.080	0.92
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	2.84		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	2.91		

\* $p < 0.05$ 

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่าง ช่วงรายได้ กับความนิยมในการท่องเที่ยวลักษณะต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีช่วงรายได้แตกต่างกันชอบการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ และการเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท) ชอบเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น เดินป่า ล่องแพ เป็นต้น และผู้ที่มีรายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่นบาท) ชอบการเที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร มากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้อื่น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3.1 เพศ กับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 32 แสดงความแตกต่างของเพศ กับค่าเฉลี่ยความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	t	P-value
รูปแบบข่าว 1. การปฏิบัติงานของรัฐบาล เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยว	ชาย	140	3.94	1.063	0.28
	หญิง	160	3.83		
2. ประชาสัมพันธ์เทศกาล ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวไทย	ชาย	140	4.16	0.009	0.99
	หญิง	160	4.16		
3. ประชาสัมพันธ์การให้ บริการของสถานที่พัก ตากอากาศ	ชาย	140	3.85	0.582	0.56
	หญิง	160	3.91		
4. ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว	ชาย	140	4.20	0.338	0.73
	หญิง	160	4.16		
5. กรณีนักท่องเที่ยวถูก เอารัดเอาเปรียบจากการ ให้บริการต่างๆ	ชาย	140	4.14	1.893	0.06
	หญิง	160	3.93		
6. เรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ และดึงดูดให้เกิดการ ท่องเที่ยว	ชาย	140	4.13	0.831	0.40
	หญิง	160	4.04		
7. ปัญหาความเสื่อมโทรม ของแหล่งท่องเที่ยว หรือการ พัฒนาเปิดแหล่งท่องเที่ยว แห่งใหม่	ชาย	140	3.90	0.404	0.68
	หญิง	160	3.94		

## (ต่อตารางที่ 32 )

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	t	P-value
<b>รูปแบบบทความ</b>					
1. ข้อคิดเห็นดีชม หรือเสนอ แนะแนวทางแก้ไขต่อ หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ชาย	140	3.94	0.572	0.56
	หญิง	160	3.88		
2. สร้างจิตสำนึกในการเป็น เจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว	ชาย	140	4.19	0.386	0.70
	หญิง	160	4.23		
3. แสดงความคิดเห็น ท้วงติงพฤติกรรมเอารัด เอาเปรียบหรือคุกคาม สวัสดิภาพนักท่องเที่ยว	ชาย	140	4.07	0.365	0.71
	หญิง	160	4.03		
4. เชิญชวนให้คนไทย เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ทั่วประเทศ	ชาย	140	4.11	0.165	0.86
	หญิง	160	4.13		
<b>รูปแบบคอลัมน์ประจำ และสารคดี</b>					
1. ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณีส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	ชาย	140	4.16	0.266	0.79
	หญิง	160	4.13		
2. เรื่องราวความแปลกใหม่ที่ น่าสนใจทำให้คนเกิด ความอยากรู้อยากเห็น	ชาย	140	4.19	1.548	0.12
	หญิง	160	4.04		
3. แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ และ กิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ	ชาย	140	4.19	0.530	0.59
	หญิง	160	4.14		
4. แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือ ของฝากของที่ระลึก	ชาย	140	3.81	0.049	0.96
	หญิง	160	3.81		

(ต่อตารางที่ 32)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	เพศ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	t	P-value
<b>รูปแบบคอลัมน์ประจำ และสารคดี</b> 5.แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ โบราณ สถาน โบราณวัตถุ	ชาย	140	4.04	0.272	0.78
	หญิง	160	4.01		
6.เป็นสื่อกลางของ ประชาชนเสนอปัญหา ข้อร้องเรียนต่างๆด้านการ ท่องเที่ยวไปยังหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง	ชาย	140	3.81	0.453	0.65
	หญิง	160	3.76		
7.แสดงความคิดเห็นทั้ง ด้านชื่นชมยินดีและท้วงติง เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการ ท่องเที่ยวไทย	ชาย	140	3.89	0.624	0.53
	หญิง	160	3.81		
<b>รูปแบบโฆษณา</b> 1.รายการท่องเที่ยวภายใน ประเทศของบริษัททัวร์	ชาย	140	3.80	0.294	0.76
	หญิง	160	3.77		
2.การจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ	ชาย	140	3.82	0.824	0.41
	หญิง	160	3.73		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) ระหว่าง เพศ กับ ความต้องการเนื้อหา  
ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์ พบว่า เพศชาย และเพศหญิงมีความต้องการ  
เนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ 0.05

### 3.2 ช่วงอายุ กับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 33 แสดงความแตกต่างของช่วงอายุ กับค่าเฉลี่ยความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบข่าว 1.การปฏิบัติงานของ รัฐบาลเพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.00	0.606	0.69
	20-29 ปี	57	3.86		
	30-39 ปี	57	3.96		
	40-49 ปี	51	3.76		
	50-59 ปี	55	3.91		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.74		
2.ประชาสัมพันธ์ เทศกาลต่างๆที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.22	2.182	0.06
	20-29 ปี	57	4.16		
	30-39 ปี	57	4.32		
	40-49 ปี	51	4.24		
	50-59 ปี	55	4.13		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.79		
3.ประชาสัมพันธ์การให้ บริการของสถานที่ พักตากอากาศ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.85	1.979	0.08
	20-29 ปี	57	4.07		
	30-39 ปี	57	3.98		
	40-49 ปี	51	3.73		
	50-59 ปี	55	3.98		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.56		
4.ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพของ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.17	0.417	0.83
	20-29 ปี	57	4.33		
	30-39 ปี	57	4.11		
	40-49 ปี	51	4.20		
	50-59 ปี	55	4.13		
	มากกว่า 60 ปี	39	4.13		



## (ต่อตารางที่ 33)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบข่าว</b>	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.02	0.870	0.50
5.กรณีนักท่องเที่ยว	20-29 ปี	57	4.16		
ถูกเอาวัดเอาเปรียบ	30-39 ปี	57	4.14		
จากการให้บริการต่างๆ	40-49 ปี	51	4.00		
	50-59 ปี	55	3.95		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.79		
6.เรื่องแปลกใหม่ที่ น่าสนใจ และดึงดูด ให้เกิดการท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.17	2.045	0.07
	20-29 ปี	57	4.32		
	30-39 ปี	57	4.05		
	40-49 ปี	51	4.16		
	50-59 ปี	55	3.96		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.74		
7.ปัญหาความเสื่อม โทรมของแหล่ง ท่องเที่ยว หรือการ พัฒนาเปิดแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งใหม่	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.93	0.803	0.54
	20-29 ปี	57	4.07		
	30-39 ปี	57	4.02		
	40-49 ปี	51	3.90		
	50-59 ปี	55	3.80		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.77		
<b>รูปแบบบทความ</b>	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.02	0.960	0.44
1.ข้อคิดเห็นดีชม หรือ	20-29 ปี	57	4.02		
เสนอแนะแนวทางแก้ไข	30-39 ปี	57	3.96		
ต่อหน่วยงานที่	40-49 ปี	51	3.94		
รับผิดชอบ	50-59 ปี	55	3.71		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.79		
2.สร้างจิตสำนึกในการ เป็นเจ้าของที่ดีเพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.07	1.458	0.20
	20-29 ปี	57	4.35		
	30-39 ปี	57	4.18		
	40-49 ปี	51	4.39		
	50-59 ปี	55	4.04		
	มากกว่า 60 ปี	39	4.23		

## (ต่อตารางที่ 33)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบบทความ</b> 3. แสดงความคิดเห็น ทั้งดีทั้งพฤติกรรม เอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.00	0.886	0.49
	20-29 ปี	57	4.12		
	30-39 ปี	57	4.14		
	40-49 ปี	51	4.18		
	50-59 ปี	55	3.85		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.97		
4. เชิญชวนให้คนไทย เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ทั่วประเทศ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.20	0.948	0.45
	20-29 ปี	57	4.28		
	30-39 ปี	57	4.16		
	40-49 ปี	51	4.12		
	50-59 ปี	55	4.00		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.95		
<b>รูปแบบคอลัมน์</b> <b>ประจำ และสารคดี</b> 1. ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณีส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.20	1.020	0.40
	20-29 ปี	57	4.30		
	30-39 ปี	57	4.14		
	40-49 ปี	51	4.20		
	50-59 ปี	55	4.02		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.97		
2. เรื่องราวความแปลก ใหม่ที่น่าสนใจทำให้คน เกิดความอยากรู้ อยากเห็น	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.17	1.910	0.09
	20-29 ปี	57	4.25		
	30-39 ปี	57	4.18		
	40-49 ปี	51	4.22		
	50-59 ปี	55	4.00		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.79		
3. แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ต่างๆ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.20	1.362	0.23
	20-29 ปี	57	4.42		
	30-39 ปี	57	4.07		
	40-49 ปี	51	4.16		
	50-59 ปี	55	4.04		
	มากกว่า 60 ปี	39	4.08		

## (ต่อตารางที่ 33)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบคอลัมน์ประจำ และสารคดี</b> 4.แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝาก	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.95	2.425	0.03*
	20-29 ปี	57	4.05		
	30-39 ปี	57	3.89		
	40-49 ปี	51	3.73		
	50-59 ปี	55	3.69		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.46		
5.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทางประวัติ ศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.15	1.022	0.40
	20-29 ปี	57	4.21		
	30-39 ปี	57	3.89		
	40-49 ปี	51	3.96		
	50-59 ปี	55	3.91		
	มากกว่า 60 ปี	39	4.03		
6.เป็นสื่อกลางของ ประชาชนเสนอปัญหา ข้อร้องเรียนด้านการ ท่องเที่ยวไปยัง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.95	1.598	0.16
	20-29 ปี	57	4.02		
	30-39 ปี	57	3.65		
	40-49 ปี	51	3.76		
	50-59 ปี	55	3.76		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.54		
7.แสดงความคิดเห็นทั้ง ด้านชื่นชมยินดีและ ท้วงติงเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดี ต่อการท่องเที่ยวไทย	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.90	3.870	0.00*
	20-29 ปี	57	4.26		
	30-39 ปี	57	3.61		
	40-49 ปี	51	3.88		
	50-59 ปี	55	3.85		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.46		
<b>รูปแบบโฆษณา</b> 1.รายการท่องเที่ยว ภายในประเทศของ บริษัททัวร์	ต่ำกว่า 20 ปี	41	3.88	0.875	0.49
	20-29 ปี	57	3.91		
	30-39 ปี	57	3.77		
	40-49 ปี	51	3.57		
	50-59 ปี	55	3.78		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.79		

## (ต่อตารางที่ 33)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบโฆษณา 2.การจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ	ต่ำกว่า 20 ปี	41	4.05	3.329	0.00*
	20-29 ปี	57	4.12		
	30-39 ปี	57	3.70		
	40-49 ปี	51	3.55		
	50-59 ปี	55	3.65		
	มากกว่า 60 ปี	39	3.51		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างช่วงอายุ กับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์ พบว่าผู้ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความต้องการประเด็นเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจาก คอลัมน์แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พักหรือของฝากของที่ระลึก คอลัมน์แสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดีและท้วงติงเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย และโฆษณาการจัดงานนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี มีความต้องการเนื้อหาในคอลัมน์แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก คอลัมน์แสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชมยินดีและท้วงติงเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยวไทย และโฆษณาการจัดงานนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ มากกว่ากลุ่มอายุอื่น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3.3 ระดับการศึกษา กับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 34 แสดงความแตกต่างของระดับการศึกษา กับค่าเฉลี่ยความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ระดับการ ศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบข่าว 1. การปฏิบัติงานของ รัฐบาลเพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยว	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.96	0.517	0.59
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.86		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.83		
2. ประชาสัมพันธ์ เทศกาลต่างๆที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวไทย	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.08	0.608	0.54
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.18		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.19		
3. ประชาสัมพันธ์การให้ บริการของสถานที่ พักตากอากาศ	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.76	1.229	0.29
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.95		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.93		
4. ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพของ นักท่องเที่ยว	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.11	1.242	0.29
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.11		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.29		
5. กรณีนักท่องเที่ยว ถูกเอารัดเอาเปรียบ จากการให้บริการต่างๆ	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.88	1.459	0.23
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.11		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.07		

## (ต่อตารางที่ 34 )

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	ระดับการ ศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
6.เรื่องแปลกใหม่ที่ น่าสนใจ และดึงดูด ให้เกิดการท่องเที่ยว	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.84	4.561	0.01*
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.11		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.24		
7.ปัญหาความเสื่อม โทรมของแหล่ง ท่องเที่ยว หรือการ พัฒนาเปิดแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งใหม่	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.79	2.296	0.10
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.88		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.06		
<b>รูปแบบ บทความ</b> 1.ข้อคิดเห็นติชม หรือ เสนอแนะแนวทางแก้ไข ต่อหน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.84	0.763	0.46
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.87		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.99		
2.สร้างจิตสำนึกในการ เป็นเจ้าของที่ดีเพื่อ ต้อนรับนักท่องเที่ยว	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.26	0.477	0.62
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.14		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.24		
3.แสดงความคิดเห็น ทั้งเชิงพฤติกรรม เอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.94	0.936	0.35
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.04		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.14		

(ต่อตารางที่ 34)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	ระดับการ ศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบ บทความ</b> 4.เชิญชวนให้คนไทยเข้า ร่วมกิจกรรมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ทั่วประเทศ	<b>ระดับต่ำ</b> (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.06	0.388	0.67
	<b>ปานกลาง</b> (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.14		
	<b>ระดับสูง</b> (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.16		
<b>รูปแบบคอลัมน์ประจำ และสารคดี</b> 1.ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณีส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	<b>ระดับต่ำ</b> (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.06	0.798	0.45
	<b>ปานกลาง</b> (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.15		
	<b>ระดับสูง</b> (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.20		
2.เรื่องราวความแปลก ใหม่ที่น่าสนใจทำให้คน เกิดความอยากรู้ อยากเห็น	<b>ระดับต่ำ</b> (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.06	0.932	0.39
	<b>ปานกลาง</b> (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.07		
	<b>ระดับสูง</b> (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.19		
3.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ต่างๆ	<b>ระดับต่ำ</b> (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.10	0.991	0.37
	<b>ปานกลาง</b> (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	4.11		
	<b>ระดับสูง</b> (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.25		
4.แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝาก	<b>ระดับต่ำ</b> (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.70	0.970	0.38
	<b>ปานกลาง</b> (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.83		
	<b>ระดับสูง</b> (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.88		

(ต่อตารางที่ 34)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	ระดับการ ศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบคอลัมน์ประจำ และสารคดี</b> 5.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทางประวัติ ศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	4.03	1.431	0.24
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.89		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	4.11		
6.เป็นสื่อกลางของ ประชาชนเสนอปัญหา ข้อร้องเรียนด้านการ ท่องเที่ยวไปยัง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.79	0.017	0.98
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.77		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.80		
7.แสดงความคิดเห็นทั้ง ด้านชื่นชมยินดีและ ท้วงติงเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดี ต่อการท่องเที่ยวไทย	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.70	2.071	0.12
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.82		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.98		
<b>รูปแบบโฆษณา</b> 1.รายการท่องเที่ยว ภายในประเทศของ บริษัททัวร์	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.76	0.495	0.61
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.73		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.85		



(ต่อตารางที่ 34)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ระดับการ ศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบโฆษณา 2.การจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ	ระดับต่ำ (ต่ำกว่ามัธยม)	90	3.64	1.067	0.34
	ปานกลาง (ต่ำกว่า ป.ตรี)	92	3.79		
	ระดับสูง (ป.ตรีขึ้นไป)	118	3.85		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่าง ระดับการศึกษา กับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการข่าวเกี่ยวกับเรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ และดึงดูดให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป) มีความต้องการประเด็นเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับเรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจและดึงดูดให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3.4 อาชีพ กับความต้องการเนื้อหาด้านท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 35 แสดงความแตกต่างของอาชีพ กับค่าเฉลี่ยความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบข่าว 1.การปฏิบัติงาน ของรัฐบาลเพื่อ ส่งเสริม ภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.74	1.822	0.08
	นักธุรกิจ	12	4.67		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.75		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.88		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.94		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.82		
	แม่บ้าน	24	3.83		
	ผู้ว่างงาน	24	4.04		
2.ประชาสัมพันธ์ เทศกาลต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวไทย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.16	1.768	0.09
	นักธุรกิจ	12	4.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.97		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	4.05		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.34		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.27		
	แม่บ้าน	24	3.96		
	ผู้ว่างงาน	24	3.96		
3.ประชาสัมพันธ์ การให้บริการของ สถานที่พัก ตากอากาศ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.79	0.806	0.58
	นักธุรกิจ	12	4.08		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.75		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.81		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.00		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.03		
	แม่บ้าน	24	3.67		
	ผู้ว่างงาน	24	3.92		

## (ต่อตารางที่ 35)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบข่าว 4.ความปลอดภัย และสวัสดิภาพ ของนักท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.12	1.092	0.36
	นักธุรกิจ	12	4.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.09		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	4.07		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.09		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.25		
	แม่บ้าน	24	4.08		
	ผู้ว่างงาน	24	4.54		
5.กรณีนักท่องเที่ยวถูก เอารถเอาเปรียบ จากการให้บริการ ต่างๆ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.03	1.300	0.25
	นักธุรกิจ	12	4.17		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.94		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.91		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.09		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.12		
	แม่บ้าน	24	3.58		
	ผู้ว่างงาน	24	4.33		
6.เรื่องแปลกใหม่ที่ น่าสนใจ และ ดึงดูดให้เกิดการ ท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.90	3.429	0.00*
	นักธุรกิจ	12	4.50		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.78		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.88		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.26		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.37		
	แม่บ้าน	24	3.71		
	ผู้ว่างงาน	24	4.38		

## (ต่อตารางที่ 35)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบข่าว</b> 7. ปัญหาความ เสื่อมโทรมของ แหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนา เปิดแหล่ง ท่องเที่ยว แห่งใหม่	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.72	2.672	0.01*
	นักธุรกิจ	12	4.25		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.06		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.60		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.09		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.07		
	แม่บ้าน	24	3.63		
	ผู้ว่างงาน	24	4.25		
<b>รูปแบบ บทความ</b> 1. ข้อคิดเห็นติชม หรือเสนอแนะ แนวทางแก้ไข ต่อหน่วยงานที่ รับผิดชอบ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.62	3.529	0.00*
	นักธุรกิจ	12	4.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.84		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.74		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.11		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.00		
	แม่บ้าน	24	3.63		
	ผู้ว่างงาน	24	4.33		
2. สร้างจิตสำนึก ในการเป็น เจ้าบ้านที่ดีเพื่อ ต้อนรับ นักท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.95	1.953	0.06
	นักธุรกิจ	12	4.42		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.47		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	4.07		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.30		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.22		
	แม่บ้าน	24	4.21		
	ผู้ว่างงาน	24	4.50		

(ต่อตารางที่ 35)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบ บทความ</b> 3.แสดงความคิด เห็นทั้งตั้ง พฤติกรรม เอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.91	2.100	0.04*
	นักธุรกิจ	12	4.75		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.88		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.84		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.23		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.07		
	แม่บ้าน ผู้ว่างงาน	24 24	4.00 4.29		
4.เชิญชวนให้คน ไทยเข้าร่วม กิจกรรมส่งเสริม การท่องเที่ยวที่ จัดขึ้นทั่วประเทศ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.95	1.584	0.14
	นักธุรกิจ	12	4.00		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.00		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.98		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.26		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.28		
	แม่บ้าน ผู้ว่างงาน	24 24	4.04 4.46		
<b>รูปแบบคอลัมน์ ประจำและ สารคดี</b> 1.ให้ข้อมูลเรื่อง กิจกรรม งาน ประเพณีส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.02	1.309	0.24
	นักธุรกิจ	12	4.42		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.03		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	4.09		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.23		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.25		
	แม่บ้าน ผู้ว่างงาน	24 24	3.88 4.38		

(ต่อตารางที่ 35)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบคอลัมน์</b> <b>ประจำ และ</b> <b>สารคดี</b> 2.เรื่องราวความ แปลกใหม่ที่นำ สนใจทำให้คน เกิดความอยากรู้ อยากเห็น	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.02	1.637	0.12
	นักธุรกิจ	12	4.58		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.88		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	4.05		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.15		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.23		
	แม่บ้าน	24	3.96		
	ผู้ว่างงาน	24	4.33		
3.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ และ กิจกรรมเชิง อนุรักษ์ต่างๆ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	4.03	3.231	0.00*
	นักธุรกิจ	12	4.17		
	เจ้าของร้านค้า	32	4.00		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.79		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.30		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.40		
	แม่บ้าน	24	4.04		
	ผู้ว่างงาน	24	4.63		
4.แนะนำร้าน อาหาร รายการอาหาร ที่พิก หรือ ของฝาก	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.60	2.457	0.01*
	นักธุรกิจ	12	4.42		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.53		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.79		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.81		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.07		
	แม่บ้าน	24	3.63		
	ผู้ว่างงาน	24	3.96		

(ต่อตารางที่ 35)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	F	P-value
รูปแบบคอลัมน์ ประจำและ สัปดาห์ 5.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.88	1.104	0.36
	นักธุรกิจ	12	4.25		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.81		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.93		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	4.06		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.17		
	แม่บ้าน	24	3.96		
	ผู้ว่างงาน	24	4.29		
6.เป็นสื่อกลาง ของประชาชน เสนอปัญหาข้อ ร้องเรียนด้านการ ท่องเที่ยวไปยัง หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.62	1.558	0.14
	นักธุรกิจ	12	4.17		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.75		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.74		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.70		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.97		
	แม่บ้าน	24	3.50		
	ผู้ว่างงาน	24	4.13		
7.แสดงความ คิดเห็นทั้งด้าน ชื่นชมยินดีและ ท้วงติงเพื่อให้เกิด สิ่งที่ดีต่อ การท่องเที่ยวไทย	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.81	1.895	0.07
	นักธุรกิจ	12	4.25		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.59		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.72		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.77		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.07		
	แม่บ้าน	24	3.54		
	ผู้ว่างงาน	24	4.21		

(ต่อตารางที่ 35)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	อาชีพ	จำนวน	X̄ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบโฆษณา</b> 1.รายการ ที่เกี่ยวข้อง ภายในประเทศ ของบริษัททัวร์	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.66	0.906	0.50
	นักธุรกิจ	12	4.25		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.81		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.70		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.74		
	นิสิต นักศึกษา	60	3.88		
	แม่บ้าน	24	3.67		
	ผู้ว่างงาน	24	3.92		
2.การจัด นิทรรศการ งานมหกรรม ต่างๆ	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	3.48	3.803	0.00*
	นักธุรกิจ	12	4.33		
	เจ้าของร้านค้า	32	3.66		
	รับจ้างใช้แรงงาน	43	3.58		
	พนักงานบริษัทเอกชน	47	3.91		
	นิสิต นักศึกษา	60	4.12		
	แม่บ้าน	24	3.29		
	ผู้ว่างงาน	24	4.00		

\*p &lt; 0.05

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอาชีพ กับความต้องการเนื้อหา ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการ ข่าวเกี่ยวกับเรื่อง แปลกใหม่ที่น่าสนใจ และข่าวปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว หรือการพัฒนาเปิดแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งใหม่ บทความที่เป็นข้อคิดเห็นติชมหรือเสนอแนะแนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ ด้านการท่องเที่ยว บทความแสดงความคิดเห็นห่วงดิงพฤติกรรมเอารัดเอาเปรียบ หรือคุกคามสวัสดิ ภาพนักท่องเที่ยว คอลัมน์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ต่างๆ คอลัมน์แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พิค หรือของฝากของที่ระลึก และโฆษณาการจัด นิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

โดยกลุ่มอาชีพนักธุรกิจ เป็นกลุ่มที่มีความต้องการประเด็นข่าว บทความ คอลัมน์ประจำ และ โฆษณาด้านการท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ



### 3.5 ช่วงรายได้ กับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 36 แสดงความแตกต่างของช่วงรายได้ กับค่าเฉลี่ยความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
รูปแบบข่าว 1.การปฏิบัติงานของ รัฐบาลเพื่อส่งเสริม ภาพลักษณ์การ ท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.91	0.174	0.84
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.85		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.86		
2.ประชาสัมพันธ์ เทศกาลต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับกร ท่องเที่ยวไทย	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.14	0.220	0.80
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.19		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.12		
3.ประชาสัมพันธ์การ ให้บริการของสถานที่ พักตากอากาศ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.94	0.371	0.69
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.84		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.86		
4.ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพของ นักท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.17	0.463	0.63
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.14		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.28		
5.กรณีนักท่องเที่ยว ถูกเอารัดเอาเปรียบ จากการให้บริการ ต่างๆ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.07	0.223	0.80
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.98		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.02		

(ต่อตารางที่ 36)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบข่าว</b> 6.เรื่องแปลกใหม่ที่ น่าสนใจ และดึงดูด ให้เกิดการท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.13	0.311	0.73
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.07		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.02		
7.ปัญหาความเสื่อม โทรมของแหล่ง ท่องเที่ยว หรือการ พัฒนาเปิดแหล่ง ท่องเที่ยวแห่งใหม่	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.92	0.013	0.98
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.92		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.94		
<b>รูปแบบ บทความ</b> 1.ข้อคิดเห็นดีชม หรือ เสนอแนะแนวทาง แก้ไขต่อหน่วยงานที่ รับผิดชอบ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.96	0.713	0.49
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.83		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.97		
2.สร้างจิตสำนึกใน การเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.21	0.277	0.75
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.18		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.28		
3.แสดงความคิดเห็น ห่วงถึงพฤติกรรม เอารัดเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.03	0.152	0.85
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.03		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.11		

(ต่อตารางที่ 36)

ประเด็นเนื้อหา ที่เกี่ยวข้อง	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบบทความ</b> 4.เชิญชวนให้คนไทยเข้า ร่วมกิจกรรมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวที่จัดขึ้น ทั่วประเทศ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.19	0.537	0.58
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.09		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.06		
<b>รูปแบบคอลัมน์ประจำ และสารคดี</b> 1.ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรม งานประเพณีส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.18	0.257	0.77
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.10		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.15		
2.เรื่องราวความแปลก ใหม่ที่น่าสนใจทำให้คน เกิดความอยากรู้อยากเห็น	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.17	0.456	0.63
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.08		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.08		
3.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ ต่างๆ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.24	1.133	0.32
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	4.07		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.20		
4.แนะนำร้านอาหาร รายการอาหารที่พิก หรือของฝาก	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.89	0.852	0.42
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.73		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.82		

(ต่อตารางที่ 36)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบคอนคิมน์ประจำ และสารคดี</b> 5.แนะนำสถานที่ ท่องเที่ยวทางประวัติ ศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	4.03	0.334	0.71
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.97		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	4.09		
6.เป็นสื่อกลางของ ประชาชนเสนอปัญหา ข้อร้องเรียนด้านการ ท่องเที่ยวไปยัง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.90	2.109	0.12
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.64		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.85		
7.แสดงความคิดเห็นทั้ง ด้านชื่นชมยินดีและ หวังดีเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดี ต่อการท่องเที่ยวไทย	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.89	0.859	0.42
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.75		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.94		
<b>รูปแบบโฆษณา</b> 1.รายการท่องเที่ยว ภายในประเทศของ บริษัททัวร์	รายได้ต่ำ (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.89	5.792	0.00*
	ปานกลาง (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.57		
	รายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.98		

(ต่อตารางที่ 36)

ประเด็นเนื้อหา ท่องเที่ยว	ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	จำนวน	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยความต้องการ)	F	P-value
<b>รูปแบบโฆษณา</b> 2.การจัดนิทรรศการ งานมหกรรมต่างๆ	<b>รายได้ต่ำ</b> (ต่ำกว่า 1 หมื่น)	117	3.91	2.436	0.08
	<b>ปานกลาง</b> (ไม่เกิน 3 หมื่น)	118	3.62		
	<b>รายได้สูง</b> (มากกว่า 3 หมื่น)	65	3.80		

\* $p < 0.05$ 

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างช่วงรายได้กับความต้อองการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากหนังสือพิมพ์ พบว่าผู้ที่มีช่วงรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการโฆษณารายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยผู้ที่มีรายได้สูง (มากกว่า 3 หมื่นบาท) มีความต้องการโฆษณารายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ มากกว่ากลุ่มช่วงรายได้อื่นๆ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.1 การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับแนวโน้มในการท่องเที่ยวของผู้อ่าน

ตารางที่ 37 เปรียบเทียบความสอดคล้องวิเคราะห์จากการนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ตามปริมาณความถี่ กับค่าเฉลี่ยความนิยมสถานที่ท่องเที่ยวของผู้อ่านที่มีต่อภูมิภาคต่างๆ ของไทย

ภูมิภาค	อันดับที่			
	ปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	%	ค่าเฉลี่ยความชอบของผู้อ่าน	X
ภาคเหนือ	3	17.62	1	4.35
ภาคกลาง	1	34.87	4	3.37
ภาคตะวันออก	5	8.04	3	3.39
ภาคตะวันออก เชียงใหม่	4	11.75	6	2.82
ภาคตะวันออก	6	4.74	5	2.92
ภาคใต้	2	23.24	2	3.85

จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ กับค่าเฉลี่ยความชอบของผู้อ่านที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของไทยนั้น พบว่าผู้อ่านชอบแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในขณะที่หนังสือพิมพ์เสนอประเด็นข่าวท่องเที่ยวของภาคเหนือมากเป็นอันดับที่ 3 สำหรับประเด็นข่าวท่องเที่ยวที่หนังสือพิมพ์เสนอมากเป็นอันดับที่ 1 คือภาคกลาง แต่ผู้อ่านชอบแหล่งท่องเที่ยวในภาคกลางมากเป็นอันดับที่ 4

ภูมิภาคที่มีความสอดคล้องกันทั้งในส่วนความชอบของผู้อ่าน และปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ภาคใต้ โดยอยู่ในอันดับที่ 2 เหมือนกัน

ตารางที่ 38 การทดสอบความสอดคล้องด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) ระหว่างการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ กับความนิยมในสถานที่ท่องเที่ยวของผู้่านที่มีต่อภูมิภาคต่างๆ ของไทย

	อันดับความชอบของผู้่าน	P-value
อันดับปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	0.371	0.46

\* $p < 0.05$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอันดับการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ กับอันดับความชอบของผู้่านที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของไทย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) เท่ากับ 0.371 และไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสอดคล้องกับความชอบของผู้่าน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 เปรียบเทียบความสอดคล้องวิเคราะห์จากการนำเสนอจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ตามปริมาณความถี่ กับค่าเฉลี่ยความนิยมลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ของผู้อ่าน

ลักษณะการท่องเที่ยว	อันดับที่			
	ปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	%	ค่าเฉลี่ยความชอบของผู้อ่าน	X
ชื่อของที่ถูกใจ	6	6.83	6	3.34
หาสถานที่ล่องลิมชิมรสอาหารไทย	4	15.43	3	3.57
ชมการแสดงศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น	1	22.85	5	3.47
ชมการแสดงกีฬาพื้นบ้านของไทย	7	3.12	8	2.96
เที่ยวชมวัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ	3	18.75	2	3.90
ชมวิถีชีวิตคนทางธรรมชาติ	2	22.07	1	4.66
เที่ยวชมสวนเกษตร สวนผลไม้ สวนสมุนไพร	5	9.37	4	3.48
ดูสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ ในต่างประเทศ	8	0.58	7	3.22

จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ กับค่าเฉลี่ยความชอบลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ของผู้อ่าน พบว่าผู้อ่านชอบการเที่ยวชมวิถีชีวิตคนทางธรรมชาติมากเป็นอันดับที่ 1 ในส่วนของหนังสือพิมพ์นั้น มีการนำเสนอจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวแบบ Natural Heritage คือการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติของไทยมากเป็นอันดับที่ 2

สำหรับจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวของไทย ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอมากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ แบบ Amazing Thai arts and lifestyle คือการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นในเรื่องศิลปวัฒนธรรมไทย การสืบทอดมรดกไทยในแขนงต่างๆ ตลอดจนวิถีชีวิตเอกลักษณ์ความเป็นอยู่อย่างไทย ซึ่งผู้อ่านมีความชอบลักษณะการท่องเที่ยวลักษณะนี้มากเป็นอันดับที่ 5

สำหรับลักษณะการท่องเที่ยวที่มีอันดับความชอบสอดคล้องกันมากที่สุด ได้แก่ ลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อชื่อของที่ถูกใจ เพราะหนังสือพิมพ์นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับจุดดึงดูดแบบ Amazing Shopping Paradise มากเป็นอันดับที่ 8 และผู้อ่านเองก็ชอบการชื้อของที่ถูกใจมากเป็นอันดับที่ 8 เช่นเดียวกัน



ตารางที่ 40 การทดสอบความสอดคล้องด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) ระหว่างการนำเสนอจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ กับความนิยมลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ของผู้อ่าน

	อันดับความชอบของผู้อ่าน	P-value
อันดับปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	0.738	0.037*

\* $p < 0.05$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอันดับการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ กับอันดับความชอบของผู้อ่านที่มีต่อลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) เท่ากับ 0.738 และมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับความชอบของผู้อ่าน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.2 การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์ มีความสอดคล้องกับความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของผู้อ่าน

ตารางที่ 41 เปรียบเทียบความสอดคล้องวิเคราะห์จากการนำเสนอประเด็น "ข่าวท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ตามปริมาณความถี่ กับค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้อ่าน

ประเด็น "ข่าวท่องเที่ยว"	อันดับที่			
	ปริมาณการนำเสนอของ หนังสือพิมพ์	%	ค่าเฉลี่ยความ ต้องการของผู้อ่าน	X
1.การปฏิบัติงานรัฐบาลหรือ เอกชนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ การท่องเที่ยวไทย	2	20.24	6.5	3.88
2.ประชาสัมพันธ์เทศกาล งาน มหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยวไทย	1	44.53	2	4.16
3.ประชาสัมพันธ์การให้บริการ ของโรงแรมหรือสถานที่พัก ตากอากาศ	4	8.10	6.5	3.88
4.ความปลอดภัยและสวัสดิภาพ ของนักท่องเที่ยว	3	10.93	1	4.18
5.กรณีนักท่องเที่ยวถูกเอารัด เอาเปรียบจากการให้บริการต่างๆ	7	2.43	4	4.02
6.เรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจ และดึงดูดให้เกิดการเดินทาง ท่องเที่ยวได้	5	7.69	3	4.08
7.ปัญหาความเสื่อมโทรมหรือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่ง ใหม่	6	6.07	5	3.92

จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างปริมาณการนำเสนอประเด็น "ข่าวท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับค่าเฉลี่ยความต้องการเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของผู้อ่าน พบว่าหนังสือพิมพ์เสนอประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์เทศกาล งานมหกรรมการแสดงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย มากเป็นอันดับที่ 1 ในขณะที่ผู้อ่านมีความต้องการประเด็นข่าวนี้นี้มากเป็นอันดับที่ 2 ถึงแม้จะไม่สอดคล้องกันโดยตรง แต่ก็มีอันดับที่อยู่ใกล้เคียงกัน สำหรับประเด็นข่าวท่องเที่ยวที่ผู้อ่านมีความต้องการมากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ ประเด็นข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัยและสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว แต่หนังสือพิมพ์เสนอประเด็นข่าวนี้นี้มากเป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 42 การทดสอบความสอดคล้องด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) ระหว่างการนำเสนอประเด็นของ "ข่าวท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับความต้องการของผู้อ่าน

	อันดับความต้องการของผู้อ่าน	P-value
อันดับปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	0.18	0.69

\* $p < 0.05$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอันดับปริมาณการนำเสนอประเด็น "ข่าวท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับอันดับความต้องการของผู้อ่าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) เท่ากับ 0.18 และไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ไม่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43 เปรียบเทียบความสอดคล้องวิเคราะห์จากการนำเสนอประเด็นของ "บทความท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ตามปริมาณความถี่ กับค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้อ่าน

ประเด็น "บทความท่องเที่ยว"	อันดับที่			
	ปริมาณการนำเสนอของ หนังสือพิมพ์	%	ค่าเฉลี่ยความ ต้องการของผู้อ่าน	X
1. ข้อคิดเห็นติชมหรือเสนอแนะ แนวทางแก้ไขต่อหน่วยงานที่ รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว	2	32.89	4	3.91
2. สร้างจิตสำนึกในการเป็น เจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับ นักท่องเที่ยว	3	5.26	1	4.21
3. แสดงความคิดเห็นทั้งดี พฤติกรรมเอาวัดเอาเปรียบหรือ คุกคามสวัสดิภาพนักท่องเที่ยว	4	3.95	3	4.05
4. เชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมใน กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่จัดขึ้นทั่วประเทศ	1	57.90	2	4.12

จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่าง ปริมาณการนำเสนอประเด็นของ "บทความท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์กับค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้อ่าน พบว่าหนังสือพิมพ์เสนอบทความเชิญชวนให้คนไทยเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นทั่วประเทศมากเป็นอันดับที่ 1 ในขณะที่ผู้อ่านมีความต้องการบทความในประเด็นนี้ มากเป็นอันดับที่ 2 ถึงแม้จะไม่สอดคล้องกันโดยตรง แต่ก็มีอันดับที่อยู่ใกล้เคียงกัน สำหรับประเด็นบทความที่ผู้อ่านมีความต้องการมากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ บทความสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว แต่หนังสือพิมพ์เสนอบทความนี้มากเป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 44 การทดสอบความสอดคล้องด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) ระหว่างการนำเสนอประเด็นของ "บทความท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับ ความต้องการของผู้อ่าน

	อันดับความต้องการของผู้อ่าน	P-value
อันดับปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	0.00	1.00

\* $p < 0.05$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอันดับปริมาณการนำเสนอประเด็นของ "บทความท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับอันดับความต้องการของผู้อ่าน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) เท่ากับ 0.00 และไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ไม่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45 เปรียบเทียบความสอดคล้องวิเคราะห์จากการนำเสนอประเด็นของ "คอลัมน์ประจำและสารคดีท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ตามปริมาณความถี่ กับค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้อ่าน

ประเด็น "คอลัมน์ประจำและ สารคดีท่องเที่ยว"	อันดับที่			
	ปริมาณการนำเสนอ ของหนังสือพิมพ์	%	ค่าเฉลี่ยความชอบ ของผู้อ่าน	X
1.ให้ข้อมูลเรื่องกิจกรรมงานประเพณี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	5	10.55	2	4.14
2.เรื่องแปลกใหม่ที่น่าสนใจทำให้คน เกิดความอยากรู้อยากเห็น	6	6.03	3	4.11
3.แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรม ชาติและกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ต่างๆ	3.5	16.58	1	4.16
4.แนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก	1	25.12	6	3.81
5.แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	2	23.62	4	4.02
6.เป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอ ปัญหาไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	7	1.51	7	3.79
7.แสดงความคิดเห็นทั้งด้านชื่นชม และท้วงติงเพื่อสิ่งที่ดีต่อการท่องเที่ยว	3.5	16.58	5	3.85

จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่าง ปริมาณการนำเสนอประเด็นของ "คอลัมน์ประจำและสารคดีท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับความต้องการของผู้อ่าน พบว่า หนังสือพิมพ์เสนอประเด็นการแนะนำร้านอาหาร รายการอาหาร ที่พัก หรือของฝากของที่ระลึก ในคอลัมน์ประจำหรือสารคดีท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 1 ในขณะที่ผู้อ่านมีความต้องการประเด็นนี้มากเป็นอันดับที่ 6 สำหรับประเด็นที่ผู้อ่านมีความต้องการมากเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ ประเด็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติต่างๆ แต่หนังสือพิมพ์เสนอประเด็นนี้มากเป็นอันดับที่ 3.5

ประเด็นคอลัมน์ประจำและสารคดีท่องเที่ยว ที่มีความสอดคล้องกัน ทั้งในส่วนของกรนำเสนอของหนังสือพิมพ์และความต้องการของผู้อ่านได้แก่ประเด็นในการเป็นสื่อกลางของประชาชนเสนอปัญหาหรือร้องเรียนต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 7 เหมือนกัน

ตารางที่ 46 การทดสอบความสอดคล้องด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) ระหว่างการนำเสนอประเด็นของ "คอลัมน์ประจำและสารคดีท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์ กับความต้องการของผู้อ่าน

	อันดับความต้องการของผู้อ่าน	P-value
อันดับปริมาณการนำเสนอของหนังสือพิมพ์	0.00	1.00

\* $p < 0.05$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอันดับปริมาณการนำเสนอประเด็นของ "คอลัมน์ประจำและสารคดีท่องเที่ยว" ของหนังสือพิมพ์กับอันดับความต้องการของผู้อ่าน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's rho) เท่ากับ 0.00 และไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ไม่มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 เปรียบเทียบความสอดคล้องวิเคราะห์จากการนำเสนอประเด็นของ “โฆษณาท่องเที่ยว” ของหนังสือพิมพ์ตามปริมาณความถี่ กับค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้อ่าน

ประเด็น โฆษณาท่องเที่ยว	อันดับที่			
	ปริมาณการนำเสนอของ หนังสือพิมพ์	%	ค่าเฉลี่ยความชอบ ของผู้อ่าน	X
1.รายการท่องเที่ยวภายใน ประเทศของบริษัททัวร์	1	84.78	1	3.78
2.การจัดนิทรรศการ งาน มหกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	2	15.22	2	3.77

จากการเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างปริมาณการนำเสนอประเด็นของ “โฆษณาท่องเที่ยว” ของหนังสือพิมพ์ กับค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้อ่าน พบว่า หนังสือพิมพ์เสนอโฆษณาเกี่ยวกับรายการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัททัวร์ มากเป็นอันดับที่ 1 และโฆษณาการจัดนิทรรศการงานมหกรรมการแสดงต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มากเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งมีอันดับที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน