

การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม
การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

นางสาววิธินี วรรณสกุล



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-557-4

ลิขสิทธิ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**EXPOSURE TO TOURISM PUBLIC INFORMATION AND
TOURISM BEHAVIOR DURING ECONOMIC RECESSION**

Miss Witinee Wannasakol



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication**

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

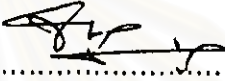
Chulalongkorn University

Academic Year 1999

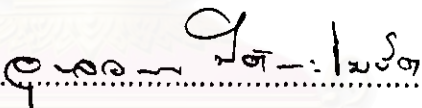
ISBN 974-334-557-4

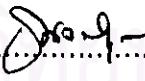
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
ในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
โดย นางสาววิธินี วรรณลกล
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต


.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปีติพัฒนะไมซิด)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ)


.....กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

วิธีนี้ วรรณสกล : การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมกา
ท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (EXPOSURE TO TOURISM PUBLIC
INFORMATION AND TOURISM BEHAVIOR DURING ECONOMIC RECESSION)
อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ, 131 หน้า ISBN 974-334-557-4

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อหาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต
เศรษฐกิจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีจำนวนทั้งสิ้น 408 คน เครื่องมือที่
ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
การหาความแตกต่างโดยใช้ทีเทสต์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การหาค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มี
การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆ
ต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มี
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน
3. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความ
สัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
4. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และ
สื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
5. ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะ
วิกฤตเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบาย
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ในอันดับที่ 4 เท่านั้น

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา ...นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..
ปีการศึกษา.2542.....

ลายมือชื่อผู้ผลิต.....วิธีนี้.....๑๖๖๗๑๑.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

418 51440 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : EXPOSURE TO TOURISM PUBLIC INFORMATION / TOURISM BEHAVIOR

WITINEE WANNASAKOL : EXPOSURE TO TOURISM PUBLIC INFORMATION AND

TOURISM BEHAVIOR DURING ECONOMIC RECESSION. THESIS ADVISOR : ASSO.

PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph.D. 131 pp. ISBN 974-334-557-4

The objective of this research was to explore the exposure to tourism public information, attitude toward tourism during economic recession. The relationship among tourism behavior, exposure and attitude toward tourism of people in Bangkok. Sample sizes of 408 respondents were Bangkok residents. The data were analyzed by using Percentage, Mean, T-test, ONE WAY ANOVA, Pearson's Product Moment Correlation and Multiple Regression Analysis.

The results of the study are as follows :

1. People with different gender, age, status, education, occupation and income were significantly different in exposure to tourism public information.

2. People with different age, status, education, occupation and income were significantly different on tourism behavior during economic recession.

3. Exposure to tourism public information via mass media and interpersonal contact correlated significantly with tourism attitude during economic recession.

4. Exposure to tourism public information via mass media, specialized media and Internet correlated significantly to tourism behavior during economic recession.

5. High frequency of touring best explained tourism behavior and exposure to tourism public information was not the variable best explained tourism behavior during economic recession.

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ปีการศึกษา...2542.....

ลายมือชื่อผู้ผลิต..Witinee Wannasakol.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.Thanawadee B.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการทำวิจัยมาตลอด นอกจากนี้ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณรศ. อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมชิต ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และช่วยให้คำแนะนำแนวทางในการทำวิจัย และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาเรื่องสถิติและคำแนะนำอื่นๆ ที่มีประโยชน์ ซึ่งเป็นผลให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอบคุณการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ อาคารเลอคองคอร์ด ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการทำวิจัย และขอบคุณคุณกรุณา เดชาติวงศ์ ณ. ออยุธยา ที่ให้คำแนะนำที่ดีและชี้แนะข้อผิดพลาดเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบคุณเพื่อน เพื่อน พี่ พี่ Dev Com. ทุกคนที่ถามไถ่ถึงความก้าวหน้าของ Thesis ทุกครั้งที่เจอเจอ ทำให้เกิดแรงกระตุ้นในการกลั่นกรองมันสมองที่มีอันน้อยนิดให้ออกมาเป็นตัวหนังสือซึ่งจะต้องมีการแก้ไขจากอาจารย์ทุกครั้งไป

ขอบคุณเพื่อน เพื่อนศิลปินกร โดยเฉพาะฮิล ที่เป็นตัวเรี่ยวตัวแรงช่วยเก็บแบบสอบถามจนตึกจนตื้น ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างมาก และที่สำคัญได้รับข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์อย่างมาก

ขอบคุณทุกทุกความช่วยเหลือและความรู้สึกดีดีจากหลายหลายคนพิเศษทั้งใกล้และไกล เพราะเป็นอีกหนึ่งกำลังใจตลอดการทำวิทยานิพนธ์

สุดท้ายที่จะลืมขอบพระคุณไม่ได้ คือ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด และน้องสาวเจ้าอารมณ์ที่ยอมเป็น navigator จำเป็นระหว่างการรวบรวมข้อมูลเพื่อให้วิทยานิพนธ์เป็นรูปเป็นร่าง รวมถึงสมาชิกคนใหม่ของครอบครัวที่เข้ามาทันเวลาทำให้การเดินทางเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ สะดวก สบายขึ้นมากๆ เลย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ

บทที่

1 บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ปัญหำนำการวิจัย.....	7
สมมุติฐานของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	8

2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	9
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับวิกฤตการณ์.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว.....	29
หลักการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยว.....	30
ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39

3 ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร.....	42
กลุ่มตัวอย่าง.....	43
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	43
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	44
เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร.....	45
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การทดสอบเครื่องมือ.....	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การประมวลผลข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49

4 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา	
- ข้อมูลด้านประชากร.....	52
- การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว.....	56
- ทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	62
- พฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	64
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน	
สมมุติฐานที่ 1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน.....	70
สมมุติฐานที่ 2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต เศรษฐกิจต่างกัน.....	76
สมมุติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมี ความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต เศรษฐกิจ.....	80

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน สภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	84
สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด	88
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	90
- การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	90
- การทดสอบสมมติฐาน.....	91
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	103
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	105
รายการอ้างอิง.....	106
ภาคผนวก.....	110
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	111
ภาคผนวก ข. แผนประชาสัมพันธ์ของ ททท.....	119
ประวัติผู้วิจัย.....	131

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	52
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	52
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	53
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	54
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	54
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งในการท่องเที่ยว ต่อปี ขณะที่เกิดสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	55
8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อมวลชน.....	55
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อเฉพาะกิจ	57
10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อบุคคล.....	58
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่ออินเทอร์เน็ต	59
12 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามอัตราการได้รับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว	60
13 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อทัศนคติต่างๆ เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ	62
14 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ	64
15 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างใช้เดินทางไปท่องเที่ยว ตามสถานที่ต่างๆ	65
16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผลกระทบจากการเดินทางท่องเที่ยวใน สภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ	66
17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของปริมาณการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงที่ประเทศ ยังไม่ประสบกับสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ	66

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของปัจจัยต่างๆ ที่กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะท่องเที่ยวใน สภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ	67
19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงที่เกิด สภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ	68
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ	69
21 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ระหว่างเพศชายและ เพศหญิง.....	70
22 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุ ต่างกัน.....	71
23 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มที่มี สถานภาพต่างกัน.....	72
24 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มที่มีระดับ การศึกษาต่างกัน.....	73
25 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพ ต่างกัน.....	74
26 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ ต่างกัน.....	75
27 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่าง เพศชายและเพศหญิง.....	76
28 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่าง กลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....	76
29 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่าง กลุ่มที่มีสถานภาพต่างกัน.....	77
30 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่าง กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	77
31 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่าง กลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	78

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
32 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน.....	79
33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนกับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	80
34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อเฉพาะกิจกับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	81
35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลกับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	82
36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ กับทัศนคติการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	83
37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	84
38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อเฉพาะกิจกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	85
39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อบุคคลกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	86
40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.....	87
41 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรตามและเลือกใช้ตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ.....	88