

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One - Shot Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ศึกษา คนกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 20 – 60 ปี จำนวน 3,358,612 คน (ข้อมูลสถิติประชากรสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544) และเป็นผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่นในระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2541 – ปัจจุบัน)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ในการประมาณค่าตัวแทนของประชากร ความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้วิธีคำนวณตามสูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543 หน้า 22)

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ

n	คือ	จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	คือ	จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร
e	คือ	ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ดังนั้น

$$n = \frac{3,268,612}{1 + 3,268,612 (0.05)^2}$$
$$= 399.95$$

ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.95 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิธีการเลือกตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะเลือกตัวอย่างตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 จำแนกจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ออกเป็น เพศชายร้อยละ 47 เพศหญิง ร้อยละ 53 ตามสัดส่วนของประชากร (ข้อมูลสถิติประชากรสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2544)

เพศชาย	ร้อยละ 47	เท่ากับ	มีจำนวน	188	คน
เพศหญิง	ร้อยละ 53	เท่ากับ	มีจำนวน	212	คน
รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด				400	คน

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากสถานที่ต่างๆ ดังนี้

1. ย่านสยามแสควร์ และสยามเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นย่านที่มีกลุ่มคนที่หลากหลายและเป็นศูนย์รวมแหล่งช้อปปิ้งของคนกรุงเทพฯ จำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย 38 คน และเพศหญิง 42 คน
2. บริเวณห้างสรรพสินค้าต่างๆ เช่น เซ็นทรัลชิดลม เซ็นทรัลชิดบางนา เวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ สีส้มคอมเพล็กซ์ เป็นต้น จำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย 38 คน และเพศหญิง 42 คน
3. บริเวณอาคารสำนักงานต่างๆ เช่น ย่านถนนสีลม สุรวงศ์ จำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย 38 คน และเพศหญิง 42 คน
4. บริเวณมหาวิทยาลัย เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย 38 คน และเพศหญิง 42 คน
5. ตามแหล่งชุมชนต่างๆ ที่คนกรุงเทพฯ นิยมไปพักผ่อนหย่อนใจ และทำกิจกรรมสันทนาการ เช่น สนามหลวง สวนจตุจักร สวนลุมพินี และสวนหลวง ร.9 เป็นต้น จำนวน 80 คน แบ่งเป็นเพศชาย 36 คน และเพศหญิง 44 คน

จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งได้ค้นคว้าและดัดแปลงจากแนวคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้วิจัยที่ได้ทำวิจัยมาแล้ว โดยได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการโดยได้แบ่งออกเป็น

- ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว
- ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เที่ยวไทย 3 ข้อ
- ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความรู้ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ 10 ข้อ
- ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของการท่องเที่ยวภายในประเทศ 10 ข้อ
- ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ 5 ข้อ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยสามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 คนกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ การศึกษา รายได้

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์ท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม คือ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย
ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 7 ทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ ทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 8 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้ดีที่สุด

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ความรู้ และทัศนคติ
ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

เกณฑ์การวัดตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการวัดค่าตัวแปรดังนี้

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้

2. การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ศึกษาถึงความบ่อยครั้งของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ จากสื่อประเภทต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยใช้คำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ ดังนี้

มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์	คะแนนเท่ากับ	5
3-4 ครั้ง/สัปดาห์	คะแนนเท่ากับ	4
1-2 ครั้ง/สัปดาห์	คะแนนเท่ากับ	3
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	คะแนนเท่ากับ	2
ไม่เคยเลย	คะแนนเท่ากับ	1

ส่วนการจัดระดับของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การณรงค์เที่ยวไทย ผู้วิจัยได้จัดระดับไว้ 5 ระดับ คือ ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับปานกลาง ระดับต่ำ และระดับต่ำมาก โดยใช้คะแนนของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การณรงค์เที่ยวไทย ในแต่ละสื่อมารวมกันและจัดแบ่งเป็นกลุ่ม ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารระดับสูงมาก
- คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารระดับสูง
- คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารระดับต่ำ
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีการเปิดรับข่าวสารระดับต่ำมาก

3. ความรู้ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ การวัดความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสอบถามถึงข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ ใช้คำถามแบบเลือกตอบ ผู้วิจัยได้จัดระดับของความรู้ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศไว้ 5 ระดับ คือ

- คะแนนเฉลี่ยรวม 9 – 10 หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ยรวม 7 – 8 หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมาก
- คะแนนเฉลี่ยรวม 5 – 6 หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ยรวม 3 – 4 หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศน้อย
- คะแนนเฉลี่ยรวม 1 – 2 หมายถึง มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศน้อยที่สุด

4. ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ศึกษาถึงทัศนคติของการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสอบถามถึงทัศนคติต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ และใช้คำถามประเมินค่า 5 ระดับ และกำหนดคะแนน ดังนี้

		ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คะแนนเท่ากับ	5	1
เห็นด้วย	คะแนนเท่ากับ	4	2
ไม่แน่ใจ	คะแนนเท่ากับ	3	3
ไม่เห็นด้วย	คะแนนเท่ากับ	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คะแนนเท่ากับ	1	5

ได้กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ย และผู้วิจัยได้จัดระดับของทัศนคติไว้ 5 ระดับคือ

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีทัศนคติที่ดีมากต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีทัศนคติที่เป็นกลางต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีทัศนคติที่ไม่ดีอย่างมากต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ

5. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ศึกษาถึงพฤติกรรมของการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสอบถามถึงพฤติกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ และใช้คำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ โดย กำหนดการให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 9 ครั้ง	คะแนนเท่ากับ	5
7 – 9 ครั้ง	คะแนนเท่ากับ	4
4 – 6 ครั้ง	คะแนนเท่ากับ	3
1 – 3 ครั้ง	คะแนนเท่ากับ	2
ไม่เที่ยวเลย	คะแนนเท่ากับ	1

ส่วนการจัดระดับของพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ผู้วิจัยได้จัดระดับไว้ 5 ระดับ โดยใช้คะแนนของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศสูงที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศสูง
- ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศต่ำ
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศต่ำที่สุด

6. สาเหตุของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ศึกษาถึงสาเหตุที่คนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยสอบถามถึงเหตุผลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความสำคัญของสาเหตุที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งกำหนดการให้คะแนนดังนี้

อันดับที่ 1	คะแนนเท่ากับ	3
อันดับที่ 2	คะแนนเท่ากับ	2
อันดับที่ 3	คะแนนเท่ากับ	1
ไม่ถูกเลือก	คะแนนเท่ากับ	0

ส่วนการจัดลำดับของสาเหตุ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผู้วิจัยได้จัดลำดับไว้ 3 ลำดับ โดยใช้คะแนนของค่าเฉลี่ยลำดับสาเหตุการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 2.01 – 3.00 หมายถึง เป็นสาเหตุที่สำคัญมากในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ค่าเฉลี่ย 1.01 – 2.00 หมายถึง เป็นสาเหตุที่สำคัญปานกลางในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ค่าเฉลี่ย 0.00 – 1.00 หมายถึง เป็นสาเหตุที่สำคัญน้อยในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำ และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ โดยนำมาทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาหาความเชื่อถือได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ \frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าความเชื่อถือได้
	k	คือ	จำนวนข้อ
	V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

โดยได้ค่าความเชื่อถือดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ได้ค่าความเชื่อถือ 0.90
2. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ได้ค่าความเชื่อถือ 0.79
3. ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ได้ค่าความเชื่อถือ 0.84

ค่าความเชื่อถือของการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ อยู่ในเกณฑ์สูงที่ยอมรับได้ สำหรับค่าความเชื่อถือของความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามใหม่ และคิดค่าความเชื่อถือจากแบบสอบถามที่นำไปเก็บข้อมูลจริง ได้ค่าความเชื่อถือ 0.79 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามจำนวนที่ต้องการแล้ว นำข้อมูลไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว ทำการประมวลผลข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ การอธิบายถึงลักษณะของข้อมูลตามความแตกต่างกันในลักษณะต่างๆ คือ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพการสมรส การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การณรงค์เที่ยวไทย ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์ท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 5 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 7 ทัศนคติการท่องเที่ยวภายในประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2-7 ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมติฐานข้อที่ 8 การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ณรงค์เที่ยวไทยสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศได้ดีที่สุด

ใช้การวิเคราะห์ที่ใช้ตัวแปรอิสระหลายตัว ในการพยากรณ์ค่าตัวแปรตาม ที่เรียกว่าการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย