

ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวนัยนา คุปติมนัส

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

สิงหาคม 2545

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

338.4791

น435ท

ร.3

ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
7

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวนัยนา คูปติมนัส

2

24 ต.ค. 2545



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
สิงหาคม 2545

152044

นัยนา คุปติมนัส. (2545). ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจำจ.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับคนวัยทำงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 420 คน การวิเคราะห์ใช้การคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การหาค่าความแตกต่าง T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25 - 29 ปี 43.33 รองลงมา คือ อายุ 30 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.04 คนวัยทำงานส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด 67.38 รองลงมาคือ สมรส 29.05 การศึกษาระดับปริญญาตรี 58.10 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 24.05 และสูงกว่าปริญญาตรี 17.86 ตามลำดับ สำหรับอาชีพส่วนใหญ่ คือ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 75.48 รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 10.24 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.76 ตามลำดับ ซึ่งคนวัยทำงานกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.43 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.71 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.81 ตามลำดับ และพบว่า

1. มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยระดับความสัมพันธ์ของมูลเหตุจูงใจมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ต่อเดือนของคนวัยทำงานที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพ ของคนวัยทำงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน ส่วนเพศและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

4. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาทัศนคติแบบรายข้อ พบว่า ทัศนคติถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ และสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง โดยพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นคนวัยทำงานที่มีอำนาจซื้ออย่างเพียงพอต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

ATTITUDE AND BEHAVIOR OF WORKING AGE POPULATION IN THAILAND
TOWARDS TOURISM AFTER ECONOMIC CRISIS

AN ABSTRACT
BY
MISS NAIYANA KUPPATIMANUS

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University
August 2002

Naiyana Kuppattimanus (2002). *Attitude and Behavior of working age population in Thailand Towards Tourism after economics crisis*. Master Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Inst. Dr. Apiruth Tangkrachang.

The objective of this research is to study the motivation factors toward tourism of working age group of population in Bangkok metropolitan area after economic crisis. Those factors are attribute, attitude and behavior. The sample sizes of 420 questionnaires are used to gather data. Data Analysis techniques are Percentage, Mean, T-Test, One Way ANOVA, Pearson's Product Moment Correlation.

From this study, we find that most of respondents are female and the percentage ratios of each attribute are shown as follows:

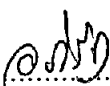
The respondents are 25-29 years and 30-34 years, which equal to 43.33% and 30.04%, respectively. On marital status, we find that there are single and married equal to 67.38% and 29.05%, respectively. On educational Level, Bachelor's Degree, Diploma or lower, and Master's Degree or higher equal to 58.10%, 24.05% and 17.86%, respectively. Occupation, white-collar Worker, Government officials and Entrepreneur equal to 75.48%, 10.24% and 9.76%, respectively. Finally, on income Level, between 10,000-20,000 Baht, 20,001-30,000 Baht and below 10,000 Baht equal to 41.43%, 20.71% and 18.81%, respectively.

The result of this research can conclude as follows:

1. The motivation factors toward tourism are correlated significantly with tourism behavior after economic crisis and the highest level of this relationship is for recreation, which show a Mean of 4.15.
2. Attributes of working age population with difference gender, age, marital status, education, and income do not show a significantly difference attitude towards tourism. However, factors of occupation show a significant difference in attitude towards tourism after economics crisis.
3. Attributes of working age population with difference age, marital status and education show a significantly difference in attitude towards tourism. In contrast, factors of gender and income do not show a significant difference in attitude towards tourism after economics crisis.
4. Attitude towards tourism does not have any relationship with behavior of working age population in Thailand towards Tourism after economics crisis. From this study, we find that mostly of our respondents are working age population still travels in Thailand during economic crisis in the economic price. It is shown that working age population still travels in Thailand after economics crisis and has relationship with behavior of working age population.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์


.....
(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

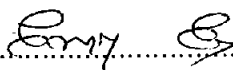
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

 158506
.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ


..... ประธาน
(อาจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง)

 158506
..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กวี วรกวิน)

วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2545

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	4
ตัวแปรที่ศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	8
แนวคิดเกี่ยวกับวิกฤติการณ์.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	12
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม	15
ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	36
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	36
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	45
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	109
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	109
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	112
อภิปรายผล	117
ข้อเสนอแนะ	123
บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก	128
ภาคผนวก ก วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	129
ภาคผนวก ข แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	132
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	138
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	139

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสุ่มในแต่ละเขตการปกครอง.....	37
2 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความสำคัญของมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยว.....	39
3 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความคิดเห็นของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว.....	40
4 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	41
5 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของแหล่งท่องเที่ยว.....	41
6 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
7 แสดงผลมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.....	48
8 แสดงระดับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.....	49
9 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติวิกฤติเศรษฐกิจ.....	53
10 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว.....	56
11 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.....	57
12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.....	57
13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจแบบรายข้อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.....	58
14 แสดงผลการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ.....	60
15 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจระหว่างเพศชายและหญิง.....	61

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอายุ	62
17 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอายุ	63
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	65
19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน	66
20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการจ้างงาน	67
21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างปลอดภัย	68
22 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะ วิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามสถานภาพสมรส	69
23 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามสถานภาพสมรส	70
24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	72
25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างปลอดภัย	73
26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติแหล่งเสื่อมโทรม.....	73
27 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะ วิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามการศึกษา	74

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามการศึกษา	75
29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ ทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	77
30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน	78
31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน.....	78
32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ ทัศนคติถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้.....	79
33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ ทัศนคติการท่องเที่ยวว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง	80
34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ ทัศนคติการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างถาวร.....	80
35 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะ วิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอาชีพ	81
36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ.....	82
37 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอาชีพ	83
38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต.....	85
39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติ การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน.....	86

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง

หน้า

40	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติ ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้	87
41	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการอาชีพแตกต่างกันกับ ทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง	88
42	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติ การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว.....	89
43	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติ ในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมาท่องเที่ยวมาก	90
44	แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะ วิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามรายได้	91
45	แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามรายได้	91
46	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีรายได้แตกต่างกันกับทัศนคติ ท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ.....	94
47	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีรายได้แตกต่างกันกับทัศนคติ ท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	95
48	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	97
49	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจ จำแนกตามอายุ	97
50	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันกับพฤติกรรม ท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	98
51	แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	99

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับ พฤติกรรมท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	100
53 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	101
54 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันกับ พฤติกรรมท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	101
55 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจ จำแนกตามอาชีพ.....	102
56 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันกับ พฤติกรรมท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	103
57 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	104
58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท้องเที่ยวกับพฤติกรรมการ ท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	105
59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท้องเที่ยวแบบรายข้อกับ พฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	105
60 รายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2544 สำนักงานสถิติแห่งชาติ	130
61 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสุ่มในแต่ละเขตการปกครอง จำแนกตามอายุ 25 – 29 ปี ที่มีงานทำในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลเดือน พฤษภาคม 2544 จากสำนักงาน สถิติแห่งชาติ	131

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1	อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 2/2544	6
2	โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent Attitude Model).....	22
3	ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการปฏิบัติหรือพฤติกรรม	24
4	ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรม.....	26
5	แบบจำลอง Katona	28
6	แบบจำลอง Strumple.....	29
7	แบบจำลองแบบใหม่.....	30

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปี พ.ศ. 2540 ประวัติศาสตร์ประเทศไทยต้องจารึกไว้ว่าเป็นปีที่ไทยประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงที่สุด นับเป็นจุดหักเหของการพัฒนาประเทศ จากประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด จนนานาประเทศต่างกล่าวขานนามว่าเป็นเสือตัวที่ห้าในภูมิภาคเอเชีย กลับกลายเป็นประเทศแรกในภูมิภาคที่ขาดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ จนต้องขอความช่วยเหลือจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (ไอเอ็มเอฟ) และถูกยึดถือเป็นอีกบทเรียนหนึ่งสำหรับประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบฟองสบู่

ปัญหาต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและการเงินที่สั่งสมกันมา มิได้รับการแก้ไขให้คลี่คลายอย่างรวดเร็ว ทำให้กลายเป็นปัญหาเรื้อรังและรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ทางการต้องดำเนินนโยบายการเงินที่เข้มงวดมาตลอดจนก่อให้เกิดผลกระทบตามมาหลายประการ อาทิ การทรงตัวอยู่ในระดับสูงของอัตราดอกเบี้ย การคุมเข้มในการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน ขณะที่เศรษฐกิจขยายตัวในอัตราที่ชะลอลง อันเนื่องมาจากความตกต่ำของภาคการส่งออก และการประกาศเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแบบลอยตัวที่มีการจัดการ (Managed Float) เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2540

จากการเข้าสู่ระบบใหม่นี้เอง ส่งผลให้เงินบาทลดลงอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันเงินทุนต่างประเทศที่เคยไหลบ่าเข้ามายังประเทศไทยอย่างท่วมท้นก็เริ่มไหลออกไปอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจมีปัญหาลสภาพคล่องตึงตัวมากขึ้น พร้อมกับปัญหาหนี้ต่อคุณภาพและหนี้เสียในสถาบันการเงินที่ขยายวงกว้างขึ้น ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของสถาบันการเงิน (ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล.2540 :1-3)

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในครึ่งหลังของปี 2544

ภายใต้เงื่อนไขเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย การก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา หากมีความยืดเยื้อจะมีผลกระทบต่อการส่งออกและการท่องเที่ยวไทย ประกอบกับการเข้าสู่ฤดูหนาวซึ่งจะมีผลทำให้ราคาน้ำมันดิบเพิ่มสูงขึ้น

ปัจจัยลบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจ

- เศรษฐกิจโลกชะลอตัวในอัตราลดลงร้อยละ 0.5 ต่อปี โดยในปี 2001 คาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 4.2 ซึ่งต่ำกว่าการขยายตัวร้อยละ 4.7 ในปี 2000 (www.moc.go.th/thai/dbe/economic/speech11.htm) โดยเฉพาะในตลาดส่งออกของไทย เช่น สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น ทำให้คาดว่า การส่งออกในครึ่งหลังของปีมีแนวโน้มหดตัวรุนแรงกว่าในช่วงครึ่งแรก

- การก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา การเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย และความไม่มั่นใจของประชาชนต่อความปลอดภัยในการเดินทาง ทางอากาศ อาจจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยในช่วงปลายปี (www.moc.go.th/thai/dbe/economic/gdp.htm)

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ในช่วงผจญกับภาวะเศรษฐกิจย่ำแย่ เพราะอาการชวเนชของเศรษฐกิจที่ยังไม่มีทีท่าว่าจะฟื้นตัว ก็มาถูกซ้ำเติมจากเหตุการณ์เขย่าโลกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลกระทบไปทั่วโลกและยังคาดเดาไม่ได้ว่าเศรษฐกิจจะซบเซากันไปอีกกี่ปี

ไม่ว่าจะเป็นวิกฤติการณ์สหรัฐ - อัฟกัน หรือการประท้วงของชาวมุสลิม ก็คงไม่มีอะไรส่งผลต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยมากไปกว่าข่าวคราวเสียๆ หายๆ ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวที่เกี่ยวข้องมาจากสภาวะสงครามอย่างแอนแทรกซ์ และการข่มขืนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (การท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่อ่อนไหว) เมื่อมีข่าวทางด้านลบเกิดขึ้นก็จะเกิดผลกระทบโดยตรง ดังนั้นวิธีการเดียวที่จะจุดให้การท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศขยายตัวดังเดิม คงหนีไม่พ้นเรื่องการสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก และหนึ่งในกลยุทธ์นั้นก็คือ การชักชวนให้คนไทยเที่ยวเมืองไทยเป็นอันดับแรก " หากคนไทยยังเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมาก ก็จะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าบ้านเมืองมีความปลอดภัยมากพอ " ททท. จึงได้จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อกระตุ้นตลาดในประเทศด้วยโครงการท่องเที่ยววันหยุดตลอดฤดูในเมืองไทย แม้ว่าจะไม่ประสบความสำเร็จมากนัก แต่ก็ช่วยกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทยได้ในระดับหนึ่ง (เดลินิวส์.2544 : 7)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมากตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนให้ดุลชำระเงินของประเทศเกินดุลประมาณ 202,434 ล้านบาท ในปี 2543 เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันจากปีก่อนร้อยละ 10.4 (สรุปภาวะการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 2543 และแนวโน้ม : ธนาคารแห่งประเทศไทย)

2. รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมินาณนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายรูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างกว้างขวาง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะการนำของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ

5. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา สุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

6. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดอัตราการว่างงานลง และทำให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคล ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น (วิธิณี วรรณสกล.2542 : 4-5)

วิกฤติการณ์ท่องเที่ยวไทย

ถึงแม้ว่าจะไม่เป็นที่ประจักษ์ชัดในขณะนี้ว่า ภาคการท่องเที่ยวไทยนับว่ากำลังเข้าสู่วังวนแห่งวิกฤติ ในขณะที่ภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศกำลังการต่ำจุนจากรายได้จากการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่าการแก้ไขวิกฤติเศรษฐกิจโดยรวม และวิกฤติการณ์ท่องเที่ยวจะต้องแบ่งปัญหาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ปัญหาเร่งด่วน แสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวให้สูงสุดเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ
2. ปัญหาระยะกลาง แก้ไขประเด็นปัญหาการบริหารจัดการ (Management Issue) อันเกิดจากการขาดการประสานงานภายในภาครัฐ
3. ปัญหาระยะยาว แก้ไขปัญหาโครงสร้างได้แก่ ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นประเทศแนวหน้าในด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย จะเป็นรองก็เพียงแต่จีนเท่านั้น การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนกว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี จากนักท่องเที่ยวนานาชาติประมาณ 9.5 ล้านคน และเป็นภาคเศรษฐกิจที่สามารถโอปอัมและเกื้อหนุนประเทศไทยไว้ได้ในยามเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ในที่สุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาประเทศไทยไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน อัตราเฉลี่ยขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติคาดว่าจะมีถึงร้อยละ 7 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของคนไทยนั้นในปี พ.ศ. 2549 ประเมินว่าจะสูงถึง 59 ล้านคนต่อปี (www.tat.or.th/masterplan/draft1.html)

รัฐบาลได้กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) ได้กำหนดวาระแห่งชาติ “การท่องเที่ยวยั่งยืน” โดยมีนโยบายเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่คนไทยทุกคนควรได้รับ เพื่อให้มีการอนุรักษ์มรดกการท่องเที่ยวของชาติเพื่อถ่ายทอดไปยังลูกหลานตลอดไป

พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของชาวไทยในปัจจุบันมีความหลากหลายแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มคนและฐานะทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ กลุ่มคนที่อยู่ในเมือง มีรายได้ประจำ มีฐานะดี ส่วนระดับการศึกษาสูงกว่าคนไทยโดยเฉลี่ยทั่วไป มักจะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวพักผ่อนโดยอาศัยใช้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว พักตามโรงแรมหรือที่พักประเภทธุรกิจการค้า มีแนวโน้มใช้บริการนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น มีความคาดหวังในคุณภาพบริการ และมาตรฐานการแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างมาก และโดยที่คมนาคมขนส่งมีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นในปัจจุบัน คนกลุ่มนี้บางส่วนจึงสามารถไปท่องเที่ยวได้ง่ายและบ่อยครั้งขึ้น เช่น กรณีคนในกรุงเทพฯ สามารถไปเที่ยวชลบุรี พัทยาได้ทุกวันหยุดสุดสัปดาห์ บางคนมีกำลังซื้อคอนโดมิเนียมหรือที่พักตากอากาศไว้บริเวณชายทะเลทำให้สามารถไปพักผ่อนได้ตลอดเวลา (วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม .พฤษภาคม 2543 : 32)

จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2545 รัฐบาลหันมาชูธงใช้ “ การท่องเที่ยว ” ช่วยกอบกู้ชาติในยามวิกฤติอีกครั้ง เพื่อฟื้นฟูสภาพคล่องทางเศรษฐกิจทุกระดับ คนส่วนใหญ่มักจะมองไปที่การหารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาบ้านเราเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามยังมีรายได้ทางการท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งที่มักจะถูกมองข้ามไป คือ รายได้จากการที่คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ในแต่ละปีทำให้มีกระแสเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเป็นจำนวนไม่น้อย (ไทยรัฐ.2545 : 6) และเพื่อป้องกันมิให้กระแสเงินทุนไหลออกนอกประเทศในสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่ตกต่ำ และในอัตราการทำงานที่เพิ่มมากขึ้น ประกอบกับภาวะการแข่งขันการทำงานที่ความรุนแรงจะยิ่งทวีมากยิ่งขึ้น แต่การท่องเที่ยวไม่ใช่สิ่งจำเป็นพื้นฐานหรือปัจจัย 4 ของการดำเนินชีวิต แต่เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่

เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเท่านั้น ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานในช่วงที่ประเทศกำลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากคนวัยทำงานเป็นผู้มีอำนาจซื้อในการใช้จ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดกระแสเงินทุนหมุนเวียนของประเทศ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลัง ~~สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ~~
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลัง

~~สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ~~

3. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลัง ~~สภาวะ~~

~~วิกฤติเศรษฐกิจ~~

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจถึงทัศนคติและพฤติกรรมของคนกลุ่มวัยทำงานที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากรายได้การท่องเที่ยวเป็นรายได้อันดับ 1 ของประเทศตั้งแต่ปี 2525 ดังนั้นการศึกษาเพื่อเป็นฐานข้อมูลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศให้สามารถสนองตอบความต้องการผู้บริโภคได้ และช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนผู้ประกอบการสามารถเลือกกลยุทธ์ในการจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดให้เกิดประสิทธิผลในการโน้มน้าวให้ประชาชนตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น และเป็นการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศ และเป็นการป้องกันเงินตราไหลออกนอกประเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานที่มีงานทำกำหนดอายุ 25 - 59 ปี เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,526,100 คน จากรายงานจำนวนประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ สถานภาพแรงงานและเพศ กรุงเทพมหานคร (ข้อมูลไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2544 : สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกกลุ่มเฉพาะกลุ่มประชากรวัยทำงานที่มีงานทำอายุระหว่าง 25-59 ปี เนื่องจากเป็นผู้มีรายได้เป็นของตนเองเพียงพอในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว เป็นจำนวนทั้งสิ้น 420 คน โดยวิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane หรือการคำนวณจากการใช้สูตร

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระในการวิจัย (Independent Variables) ได้แก่

1. มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ได้แก่
 - เพื่อความสนุกสนานและบันเทิง
 - เพื่อการพักผ่อน
 - เพื่อเชิงวัฒนธรรม
 - เพื่อการศึกษา
 - เพื่อธุรกิจ
 - เพื่อการประชุมสัมมนา
 - การประชาสัมพันธ์
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต้องการศึกษา จำแนกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
3. ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตัวแปรตามในการวิจัย (Dependent Variable) ได้แก่

1. ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

นิยามศัพท์เฉพาะ

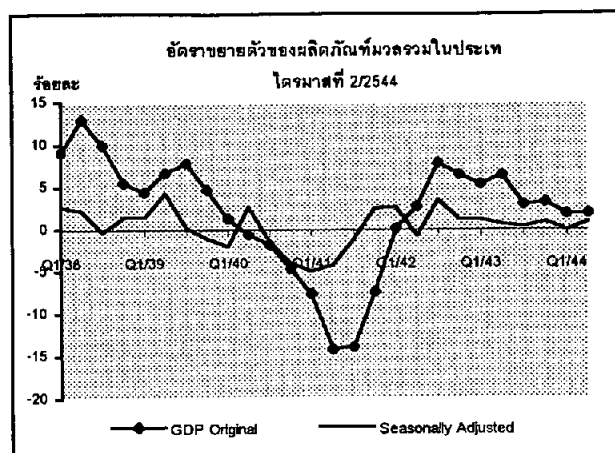
การศึกษานี้ ได้นิยามศัพท์ เพื่อกำหนดความหมายในการทำความเข้าใจร่วมกัน ดังนี้

“วิกฤติการณ์” หมายถึง ภาวะที่ก่อให้เกิดความตระหนกตกใจ เป็นเรื่องน่าสะพึงกลัว

“สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ” หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดปัญหาขึ้นโดยส่งผลกระทบต่อทางอ้อมต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่รุนแรงที่สุด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 - 2541 ไม่ว่าจะเป็นการลดค่าเงินบาทของประเทศ และการเกิดโรคระบาด เป็นต้น โดยทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จะเห็นว่า ในปี พ.ศ. 2539 ค่า GDP จาก 5.9% ลดลงเป็น -1.4 % ในปี พ.ศ. 2540 และในปี พ.ศ. 2541 ค่า GDP เท่ากับ -10.8%

(www.bot.or.th/bothompage/databank/EconData/KeyEcon/tab02.asp)

“หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ” หมายถึง สถานการณ์ที่เกิดปัญหายังคงส่งผลกระทบต่อทางอ้อมอย่างต่อเนื่องต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ไม่รุนแรงมากนัก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา โดยทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) สำหรับปี พ.ศ. 2542 ค่า GDP เป็น 4.2% และค่า GDP เพิ่มขึ้นเป็น 4.4% ในปี พ.ศ. 2543 โดยในปี พ.ศ. 2544 เกิดสงครามระหว่างสหรัฐ - อิรักกัน ขวาคดีอาญากรรม หรือข่าวที่ทำให้เกิดภาพลบต่อประเทศไทย ทำให้ค่า GDP ลดลงประมาณอยู่ที่ 1.5% (www.bot.or.th/bothompage/databank/EconData/KeyEcon/tab02.asp)



ภาพประกอบ 1 อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 2/2544

“การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึงที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง

“ทัศนคติ” หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อประเทศไทยที่แสดงออกมาในทางที่ยอมรับ คือ ทัศนคติเชิงบวก ในทางที่ไม่แน่ใจ คือทัศนคติเป็นกลาง และในทางที่ไม่ยอมรับคือ ทัศนคติเป็นลบ

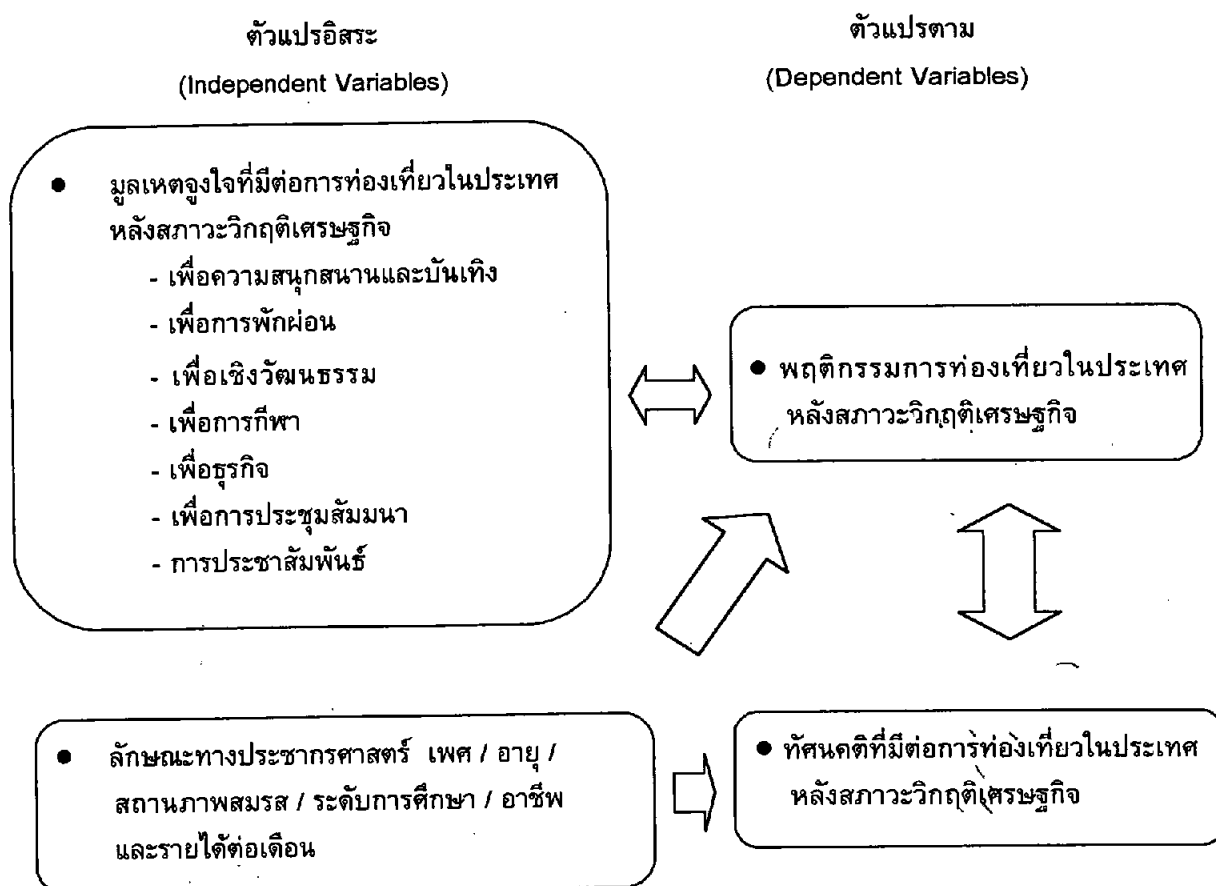
“พฤติกรรมการท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในขณะที่ประเทศกำลังประสบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ

“คนวัยทำงาน” หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 15-64 ปี (ตามประกาศของกระทรวงแรงงาน ปี 2539) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร

“ผู้มีงานทำ” หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป โดยได้รับค่าจ้าง เงินเดือน ผลกำไร เงินปันผล ค่าตอบแทนที่มีลักษณะอย่างอื่นสำหรับผลงานที่ทำเป็นเงินสดหรือสิ่งของ (ข้อมูลการสำรวจภาวะการทำงาน ของประชากรทั่วราชอาณาจักร : สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ สามารถแสดงกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามได้ดังนี้



สมมุติฐานในการวิจัย

1. มูลเหตุจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
2. ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน
3. ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน
4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ” ได้อาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับวิกฤติการณ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม
5. ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ อะไร : “ การท่องเที่ยวนั้นจัดเป็นพฤติกรรมตามธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ และสัตว์หลายประเภท หากได้มีคุณค่าดีแล้วในตัวเองไม่ รากฐานแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเป็นเพียงเพื่อ แสวงหาบางสิ่งบางอย่างที่ชีวิตนั้นๆขาดเท่านั้น เป้าหมายและการท่องเที่ยวต่อชีวิต และต่อสรรพสิ่งทั้งหลายนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามพื้นฐานความคิด หรือวิถีของชีวิตนั้น จากอดีตนับตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ มนุษย์ก็เริ่มท่องเที่ยว มนุษย์ได้ใช้การท่องเที่ยวเช่นเดียวกับพฤติกรรมอื่นๆ ทั้งในการสร้างสรรค์ และการทำลาย ขณะที่คนส่วนใหญ่มีพื้นฐานความคิดที่เกิดจากความเข้าใจที่แท้จริงในธรรมชาติและตนเอง ผลรวมของการท่องเที่ยวก็จะเป็นไปในทางที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องรักษาสกุลธรรมชาติ ขณะที่มนุษย์มีพื้นฐานความคิดที่เกิดจากการขาดความเข้าใจในธรรมชาติและตนเอง ผลรวมของการท่องเที่ยวก็ส่งผลกลับไปเสริมต่อความคิดพื้นฐานนั้นๆ ทวีคูณกลับไปกลับมาเช่นนี้ จนมีความสลับซับซ้อนขึ้นเป็นลำดับ (ศกวรรณ พา เรือง.2540 : 6)

การท่องเที่ยวจัดเป็นที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน ยิ่งมนุษย์มีจำนวนมากขึ้นเท่าไร การดิ้นรนของมนุษย์เพื่อแสวงหาสิ่งต่างๆ มาตอบสนองความต้องการในรูปแบบต่างๆ ก็ยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว ความล้าความเหน็ดเหนื่อยจากการดิ้นรนทำงานทำให้มนุษย์มีความต้องการพักผ่อนที่จะพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจมากขึ้น การใช้เวลาร่างหลังจากกิจการงานประจำเพื่อกิจกรรมนันทนาการในลักษณะต่างๆจึงเกิดขึ้น ในบรรดากิจกรรมนันทนาการดังกล่าว การท่องเที่ยวเป็นลักษณะหนึ่งที่มนุษย์ในสังคมปัจจุบันเลือกประกอบกันมากที่สุด การท่องเที่ยวในยุคโลกาภิวัตน์ได้เปลี่ยนแปลงไปมากไม่ว่าจะพิจารณาในด้านจำนวนนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรม หรือความกว้างขวางของมิติทั้งด้านสถานที่และเวลา ด้วยลักษณะสังคมโลกปัจจุบันที่กล่าวขานกันว่าเป็นโลกที่ไร้พรมแดน มนุษย์สามารถรับรู้และ/หรือแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้อย่างละเอียดและรวดเร็วด้วยสื่ออันทันสมัย อีกทั้งการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ก็สามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็วเช่นกันไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ ด้วยยานพาหนะที่มนุษย์ได้คิดสร้างขึ้นมา เมื่อผนวกเข้ากับความสามารถทางเศรษฐกิจที่มีมากขึ้น ทำให้มนุษย์ส่วนใหญ่ (แม้จะไม่ทั้งหมด) มีโอกาสเลือกเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวได้ไกลมากขึ้น และสามารถทำกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนได้นานขึ้น (วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม .พฤษภาคม 2543 : 32)

ท่ามกลางวิถีชีวิตของคนในสังคมที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและความเคร่งเครียด การท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในการหาความบันเทิงทางด้านธรรมชาติให้กับชีวิต ทำให้ผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการทำงาน กระตุ้นให้เกิดพลังเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของสถานที่อันเก่าแก่ของประเทศอีกด้วย

ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้มีผู้ให้แนวคิดไว้ดังนี้คือ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ครั้งหนึ่งเคยจำกัดอยู่ในหมู่มชนชั้นสูง หรือผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายไปสู่บุคคลทุกระดับ (Mass Tourism) และแทบจะไม่จำกัดเพศ วัย และฐานะทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ปัจจัยที่สำคัญที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกันอย่างกว้างขวาง ได้แก่

- การศึกษาที่สูงขึ้น กระตุ้นให้มนุษย์เกิดความสนใจ และอยากรู้ อยากเห็น
- ความเจริญก้าวหน้าในด้านคมนาคมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสื่อสาร
- สื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วีดีโอ ภาพยนตร์ ฯลฯ
- มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้คนมีอำนาจในการใช้จ่ายมากขึ้น
- ความแออัดของเมืองใหญ่ ทำให้ผู้คนอยากกลับไปหาธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์ และสภาพแวดล้อมใหม่ที่สวยงามแปลกตา

- สวัสดิการทางสังคมที่เปิดโอกาสให้ลูกจ้างได้มีวันหยุดพักผ่อน โดยได้รับค่าจ้าง (Paid Holiday) หรือการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) ให้แก่พนักงานที่มียอดเยี่ยมดีเด่น เป็นต้น

- ปัจจุบันมีการผลิตอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆ ทำให้คนมีเวลาว่างสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น (ทัศนัย สุนทรวาท.2532 : 13-14)

- ในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศต่างๆ มีการกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวในเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่า การท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาตินับประการ

วัตถุดิบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวซึ่งเรียกว่า "ทรัพยากรการท่องเที่ยว" หากแบ่งโดยยึดความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักแล้ว สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท (ปนัดดา ภักดีภูวดล.2540 : 11) คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงาม หรือความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวไปเที่ยวชม ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล เกาะ แก่ง เป็นต้น
2. ทรัพยากรประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์เราได้สร้างขึ้นมาจากตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และที่สร้างขึ้นในปัจจุบัน แต่มีผลในทางดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ พระราชวัง ศาสนสถาน โบราณสถาน เป็นต้น
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และประเพณีปฏิบัติที่ยึดถือและสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพชีวิตไทยริมคลอง ตลาดน้ำ เรือนแพ หมู่บ้านชาวเขา งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

จากสาเหตุต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ เมื่อนำมารวมกับความต้องการสารพัดที่มีอยู่ในใจมนุษย์ จึงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังส่วนต่างๆ ของโลกอย่างกว้างขวาง และเพื่อให้ผู้เดินทางได้รับความสะดวกสบาย จึงได้มีการจัดการ (Management) การจัดระบบ (System) ในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ นักท่องเที่ยวยังไม่เริ่มเดินทางหรือยังไม่มีความคิดจะเดินทาง ซึ่งในขั้นนี้จะมีการจัดระบบให้บริการข่าวสาร สื่อ

โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และลำดับต่อมาเป็นการจัดระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การพักรแรม การให้บริการนำเที่ยว การให้บริการภัตตาคาร ร้านอาหาร บ้านพัก สินค้าที่ระลึก รวมทั้งการคุ้มครองความปลอดภัย ในแต่ละส่วนดังกล่าว สามารถเรียก รวมกันได้ว่าเป็น “ บริการท่องเที่ยว ” (Tourist Service) (ทัศนัย สุนทรวิภาต.2532 : 14)

จากแนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า ทักษะคิดและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำเป็นต้องทราบทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศ และความต้องการของมนุษย์ที่นอกเหนือจากปัจจัยสี่ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ผ่อนคลายความเคร่งเครียดจากการทำงาน กระตุ้นให้เกิดพลังเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยว ✕

2. แนวคิดเกี่ยวกับวิกฤติการณ์

สไลคูว์ (วิริณี วรรณสกล.2542 : 26-27 ; อ้างอิงจาก Slaikeu.1984 : 53) กล่าวถึงลักษณะที่บ่งบอกถึงสถานการณ์ที่อยู่ในสภาวะวิกฤติว่ามีองค์ประกอบ ดังนี้

1. เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน ทันทีทันใด แตกต่างไปจากเหตุการณ์ที่ดำเนินอยู่ตามปกติ
2. เป็นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดมาก่อน แม้ว่าจะมีการคาดหมายหรือเตรียมการสำหรับเหตุการณ์วิกฤติบ้าง แต่คนส่วนใหญ่มักคิดว่าน่าจะเกิดกับคนอื่นมากกว่า คงไม่เกิดกับตนเอง
3. เป็นเหตุการณ์ที่มีลักษณะฉุกเฉิน มีผลกระทบกระเทือนทั้งทางร่างกายและจิตใจ จำเป็นต้องมีการแก้ไขเยียวยาอย่างฉับพลัน อย่างเป็นขั้นเป็นตอน
4. เป็นเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อประชาชน
5. เป็นเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดอันตรายและส่งผลกระทบต่อผู้เสียหายในระดับสูงหรือระดับต่ำได้
6. เป็นภาวะที่ผิดหวังรุนแรงชั่วขณะ และไม่สามารถจะจัดระเบียบใดๆ ได้

โรบินสัน (วิริณี วรรณสกล.2542 : 27-29 ; อ้างอิงจาก Robinson.1968 : 510-514) อธิบายความหมายของวิกฤติการณ์ว่า วิกฤติการณ์เป็นคำที่มีความหมายคล้ายกับคำว่า ติ่งเครียด (Stress) ความตื่นตระหนก (Panic) ความหายนะ (Disaster) และความรุนแรง (Violence)

ทั้งนี้ Robinson ได้อ้างถึงงานวิจัยของ Wiener & Kahn ซึ่งมีการประมวลลักษณะของวิกฤติการณ์ว่ามี 12 มิติ ดังนี้

1. โดยทั่วไปแล้ววิกฤติการณ์ คือ หัวเลี้ยวหัวต่อของเหตุการณ์หรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง
2. วิกฤติการณ์ คือ สถานการณ์ซึ่งบุคคลที่มีส่วนร่วมมีความต้องการในระดับสูง ที่จะปฏิบัติการบางอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. วิกฤติการณ์ถูกคามต่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง
4. วิกฤติการณ์เป็นเหตุการณ์ที่จะเกิดผลตามมา ซึ่งจะเป็นการกำหนดอนาคตของผู้ที่เกี่ยวข้อง
5. วิกฤติการณ์ประกอบด้วยจุดจบของเหตุการณ์ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดสถานการณ์ใหม่
6. วิกฤติการณ์สร้างความไม่แน่ใจในการควบคุมสถานการณ์และในการกำหนดทางเลือกต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
7. วิกฤติการณ์ลดความสามารถที่จะควบคุมเหตุการณ์และผลที่จะเกิดขึ้น

8. วิกฤติการณ์ทำให้เกิดภาวะฉุกเฉิน ซึ่งมักจะสร้างความฉุกเฉินและความวิตกกังวลให้กับผู้ที่มีส่วนร่วม

9. วิกฤติการณ์เป็นสถานการณ์ที่ผู้ที่มีส่วนร่วมในเหตุการณ์เกิดความรู้สึกขาดข่าวสารอย่างฉับพลัน

10. วิกฤติการณ์เพิ่มความกดดันด้านเวลาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

11. วิกฤติการณ์ถูกกำหนดโดยความเปลี่ยนแปลงของสัมพันธภาพระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วม

12. วิกฤติการณ์เพิ่มความตึงเครียดระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วมในเหตุการณ์

เมื่อใดก็ตามที่เกิดวิกฤติการณ์ขึ้น จะก่อให้เกิดสภาพต่างๆ ดังต่อไปนี้ (ลิตตา ประเสริฐวิริยะกุล. 2540 : 8-9)

1. เกิดความตื่นตระหนกของฝูงชนในระดับต่างๆ ได้แก่ ความตื่นตระหนกในระดับรุนแรง ระดับปานกลาง และระดับต่ำ

1.1 ความตื่นตระหนกในระดับรุนแรง คือ สภาพความตื่นตกใจ หรือความตึงเครียดอย่างรุนแรง เกิดจากสภาพสังคมที่เกิดความหายนะ หรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือจากการกระทำของคนในสังคมนั้น เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว อัคคีภัย สงคราม การปฏิวัติ การจลาจล เป็นต้น ซึ่งสภาพเช่นนี้ทำให้ประชาชนเกิดความเครียด

1.2 ความตื่นตระหนกในระดับปานกลาง คือ สภาวะความตื่นตระหนกที่เกิดขึ้นจากเงื่อนไขบางอย่างที่เกิดขึ้นจากการแก้ปัญหา เช่น ปัญหาเศรษฐกิจ การเมือง หรือสังคม การตัดสินใจของรัฐบาลที่มีผลต่อประชาชน หรือการประสพภัยทางธรรมชาติ การจลาจล ความวุ่นวายทางสังคม ที่เกิดขึ้นในระดับรุนแรงที่น้อยกว่าในระดับแรก

1.3 ความตื่นตระหนกในระดับต่ำ คือ สภาพความตื่นตระหนกเล็กน้อย เป็นความตึงเครียดที่เกิดขึ้นตามปกติของการดำรงชีวิตในสังคม เช่น การทำงาน หรือความวุ่นวายเล็กน้อยในชีวิตประจำวัน

2. สภาวะการสูญเสีย ได้แก่ ความเศร้าโศก ความทุกข์ทรมาน ผู้ประสพภาวะวิกฤติทุกคน คือ ผู้ที่ประสพภาวะการสูญเสียด้านต่างๆ ทั้งกายและใจ ซึ่ง George L Engel (1964) ได้แบ่งระยะความเศร้าโศก ซึ่งเกิดจากการสูญเสียไว้ 3 ระยะ ได้แก่

2.1 ระยะตื่นตระหนกและไม่เชื่อ เป็นระยะที่ผู้ประสพการสูญเสียพยายามลดความตกใจด้วยการปฏิเสธ การแสวงหาเพื่อปิดหรือปกปิด

2.2 ระยะรับรู้การสูญเสีย ผู้ที่รับรู้การสูญเสียจะแสดงกิริยาเพื่อต่อต้านการสูญเสียออกมาในหลายรูปแบบ เช่น โกรธ ไม่พอใจ ก้าวร้าว

2.3 ระยะปรับตัวคืนสู่สภาวะปกติ เป็นการยอมรับความสูญเสียหลังจากได้ทดสอบความจริง การตอบสนองทางอารมณ์ค่อยๆ ผ่อนคลายลง เป็นระยะของการปรับจิตใจ

จากแนวความคิดเกี่ยวกับวิกฤติการณ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกิดจากสภาวะการณ์ต่างๆ ที่ทำให้เกิดความตึงเครียด ความหายนะ และความรุนแรงที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษา ทศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงนี้หรือไม่อย่างไร

3. แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว x

มล.ต๋ย ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี (2527 : 60-61) กล่าวถึง เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงาน เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกที่ทริกโครม และตึกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อที่จะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดเพื่อพักโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหน็ดเหนื่อยทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกาย และทางจิตใจที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้ มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่มั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดห่างไกลผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอีกที่ทริกโครม

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถานบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของพวกเขาก็จะท่องเที่ยวไปในประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ ในแง่มุมมนุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุ และเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อร่วมปฏิบัติงานมหกรรมและงานฉลอง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา แบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อการไปชมการแข่งขันกีฬารั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้น ๆ เช่น ปีนเขา ตกปลา และขี่ม้า

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งครัดตามทฤษฎีก็จะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้น นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2 – 3 วัน เมื่อสิ้นคาบธุรกิจแล้ว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีองค์การ คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวขึ้นมากมาย จนองค์การ IUOTO (International Union of Official Travel organization) เห็นควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวนเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง ตามสถิติ IUOTO ปรากฏว่า ในค.ศ. 1967 มีการประชุมประเภทต่างๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง และมีผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามก็คงอยู่ในเรือนแสน และการประชุมดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกมากและอย่างรวดเร็ว ในการจัดระเบียบวาระการประชุมเหล่านี้ เกือบจะไม่มีการยกเว้นที่ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวย่างสมบูรณ์แบบ

ฮัตแมน (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 18-21 ; อ้างอิงจาก Hudman.1980 : 33-34) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) คือ สภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันอาจจะมาจากสาเหตุต่างๆ คือ

ความอยากรู้อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจจะถือว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัด เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่างๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นการสำรวจโลกใหม่ในความคิด และเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

ความพึงพอใจ การเดินทางและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ก็ได้สร้างความสุข ความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยวก็คือความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดเร้าใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ ได้แก่

ลักษณะภูมิประเทศ ได้แก่ ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ประกอบกับสภาพทางภูมิอากาศ เช่น อากาศสดชื่น อากาศเย็นสบาย ประกอบกันเป็นลักษณะภูมิกายภาพที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

สภาพอื่นๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่นๆ ที่จัดว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ สภาพอื่นๆ นี้อาจจะได้แก่ การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก ฯลฯ

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ก็มีความเกี่ยวพันกันในลักษณะตัวเสริมกำลัง (Reinforcement) ของกันและกัน กล่าวคือ ปัจจัยดึงดูดก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยผลักดัน ในขณะที่เดียวกันปัจจัยผลักดันก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยดึงดูดด้วย

แมคอินทอช (Mcintosh.1977 : 51-52) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสนับสนุนฮัตแมนเช่นกัน คือ

1. มูลเหตุจูงใจทางด้านร่างกาย หมายถึง ความต้องการพักผ่อนความต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วก็คือสิ่งเดียวกันกับปัจจัยผลักดันของฮัตแมนนั่นเอง
2. มูลเหตุจูงใจทางด้านวัฒนธรรม มูลเหตุจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มูลเหตุทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

แมคอินทอช ได้กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจเหล่านี้เป็นสิ่งผลักดันในจิตใจของบุคคลทุกคนและเป็นตัวกระตุ้นเร้าให้เกิดพฤติกรรมตามที่มีการคาดหวังไว้ ซึ่งในเรื่องของการท่องเที่ยว การคาดหวังดังกล่าวก็คือความพึงพอใจที่ได้รับจากกิจกรรมเพื่อการหย่อนใจ

และจากการศึกษาของแดนน (Dann.1981 : 40) ได้กล่าวถึง สาเหตุของการท่องเที่ยวไว้คล้ายๆ กันกับแมคอินทอช แต่แดนน แยกพื้นฐานการจูงใจออกเป็น 2 แนวทางคือ

1. การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อแสวงหาในสิ่งที่คล้ายเป็นการให้รางวัลตนเอง หรืออยากที่จะได้รับรู้ในวัฒนธรรมอื่นๆ ความต้องการพักผ่อน การผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อเป็นการหลีกหนี คือ ปลีกตัวออกไปจากความจำเจของสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน หรือหลบหนีจากปัญหาความวุ่นวาย ความลำบากใจ แม้การหลีกหนีนั้นจะเป็นการหลีกหนีชั่วคราวก็ตาม

เมื่อพิจารณาแนวคิดที่ยกมาข้างต้น อาจจะสรุปถึงมูลเหตุปัจจัย หรือสาเหตุของการท่องเที่ยวได้ว่าเป็นเรื่องของสิ่ง 2 สิ่ง ซึ่งในที่นี้จะขอใช้คำว่า ปัจจัย แทน

ปัจจัยภายใน หมายถึง สาเหตุหรือมูลเหตุจูงใจที่มาจากตัวบุคคลที่ต้องการพักผ่อนหรือความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว

ปัจจัยภายนอก หมายถึง สาเหตุหรือปัจจัยที่มากกระทบหรือสร้างความต้องการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้น เช่น ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว การซื้อสินค้าต่างๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วและ พบว่า ปัจจัยทั้ง 2 ตัว จะเป็นตัวเสริมกำลังกันดังที่ ฮัตแมน กล่าวไว้

วาฮับ (Wahab.1975) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาเที่ยว หรือเรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยว มี 2 ประเภท คือ

1. สันมรดกทางธรรมชาติ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ พืช สัตว์ ป่าเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น

2. สันมรดกที่คนสร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวและเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่

2.1 สันมรดกทางการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนา

2.2 โครงสร้างฐานรอง (Infrastructure) ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนหนทาง ที่พัก ร้านอาหาร

2.3 โครงสร้างเหนือฐานรอง (Superstructure) ได้แก่ สิ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น แต่ไม่ถึงกับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บ่อนคาสิโน ในดัลลาส ห้องประชุมขนาดใหญ่ เป็นต้น

2.4 วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าทีความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ความไม่เอารัดเอาเปรียบ เป็นต้น

จากแนวความคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า ทักษะคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำเป็นมูลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในประเทศ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของคำว่า “ ทัศนคติ ” หรือในภาษาอังกฤษว่า “ Attitude ” (Webster.1960) มาจากภาษาละตินว่า “ Aptus ” แปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสม นำมาใช้ในความหมายของคำว่า “ Attitude ” หรือ “ ทัศนคติ ” หมายถึง ท่าทีที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพของจิตใจอันได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Gardon W. Allport.1976) ซึ่งตรงกับความหมายในภาษาไทยตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ว่า แนวความคิดเห็น ดังที่นักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามของ “ ทัศนคติ ” ไว้มากมาย

การ์ดอน ดับบลิว ออกพอร์ท (Gardon W. Allport.1935) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะโต้ตอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

กรอส และนิแมน (Gross and Miman.1953) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นผลสะท้อนที่แสดงออกโดยพฤติกรรม และความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในสังคม

กิลฟอร์ด (Guilford.1975 : 456-457) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ การที่บุคคลมีความโน้มเอียงในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย สนับสนุนหรือไม่สนับสนุนต่อการกระทำในสังคม หรือสิ่งที่มีอยู่ในสังคมอย่างใดอย่างหนึ่ง

กู๊ด (Good.1973 : 59) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกของคนเราที่มีความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ รอบๆ ตัวในด้านความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งนั้นๆ

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good 1973 : 48-49) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มและท่าทีที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ หรือค่านิยมหนึ่ง โดยจะมีความรู้สึกและอารมณ์มาเกี่ยวข้องอยู่ในความเห็นนั้น ซึ่งทัศนคติสังเกตไม่ได้แต่อารมณ์จะอนุมานได้จากพฤติกรรมทั้งวาจาและท่าทาง

คุนด์เลอร์ (Kundler.1974) ให้คำจำกัดความว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมรอบตัว หรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุน หรือต่อต้านแนวความคิด สถาบัน บุคคล หรือสถานการณ์บางอย่าง

แมคโดแนล ได้ให้ความหมายของ “ ทัศนคติ ” ไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง หรือความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

นอร์แมน แอล มูนน์ (Norman L.Munn.1971 : 71) กล่าวว่า ทศนคติ คือ ความรู้สึกและความคิด เห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดี๋ยวลด

โรเจอร์ส (Rogers.1978 : 208-209) ได้กล่าวถึง ทศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุและสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทศนคติจึงเป็นเครื่องหมายของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือว่าการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โรคิช (Rokeach.1970) ให้ความหมาย “ ทศนคติ ” ว่าเป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

เทอร์สโตน (Thurstone.1969) ได้กล่าว ทศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางการพูดเป็นความคิด และความคิดเป็นสัญลักษณ์ของทศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากวัดทศนคติ เราก็ทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ทศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทบาท องค์การ ความคิด ฯลฯ ความรู้สึกเหล่านี้ ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ กล่าวว่า ทศนคติ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่ได้จากการเรียนรู้และประสบการณ์ แล้วแสดงสภาวะทางร่างกาย และจิตใจในด้านความพร้อมที่จะตอบสนองต่อบุคคล หรือ สิ่งต่างๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งในสองลักษณะ กล่าวคือ แสดงความพร้อมที่จะเข้าไปหาเมื่อเกิดความรู้สึกชอบ เรียกว่า ทศนคติที่ดี หรือ ทางบวก หรือแสดงความพร้อมที่จะหลีกเลี่ยงเมื่อเกิดความรู้สึกไม่ชอบ เรียกว่า ทศนคติที่ไม่ดี หรือทางลบ

ชัตติยา กรรณสูต อธิบายว่า ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งก็ตามในลักษณะที่เป็นอัตวิสัย (Subjective) อันเป็นพื้นฐานเบื้องต้น หรือ มีผลให้เกิดการกระทำหรือแสดงออกที่เรียกว่า “ พฤติกรรม ”

ดวงเดือน พันธุมนาวิน กล่าวว่า ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่แสดงออกอย่างมั่นคงต่อบุคคลหรือสถานการณ์ใดๆ ซึ่งอาจเป็นไปในทางที่ดี (Positive) ชัดแย้ง (Negative) หรือเป็นกลาง (Neutral) ก็ได้ ซึ่งเป็นผลของการรับรู้เกี่ยวกับลักษณะที่ดีหรือเลวของบุคคล หรือ สถานการณ์นั้นๆ

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ อธิบายว่า ทักษะ ทักษะ หมายถึงสภาวะของความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะกระทำหรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะบางอย่าง ทักษะนี้จะแสดงออกให้เห็นจากคำพูดหรือพฤติกรรม คนแต่ละคนจะมีทักษะต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมาากน้อยต่างกัน แต่ลักษณะที่สำคัญของทักษะคือ ความเป็นนามธรรม (Abstraction) การศึกษาทักษะจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อที่จะได้ทำการเปลี่ยนแปลงโดยกระบวนการต่างๆ เช่น การสื่อสาร การโฆษณา การศึกษา เป็นต้น

พะยอม วงศ์สารศรี กล่าวว่า ทักษะมีได้มีมาแต่กำเนิด เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ รับผิดชอบ การเปลี่ยนแปลง ทักษะเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิด การกระตุ้นให้เกิดการกระทำ ทักษะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ถ้าสภาพแวดล้อมหรือเหตุการณ์ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปหรือได้รับข้อมูลใหม่

สุพงษ์ โสชนะเสถียร กล่าวว่า ทักษะเป็นความคิด ความรู้สึกกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม โดยทักษะนั้นมามีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทักษะเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือว่าการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบจากการรับสาร อันจะเป็นผลต่อการพฤติกรรมต่อไป และทักษะเป็นพรมแดนเชื่อมโยงความรู้สึกกับพฤติกรรม

จากคำจำกัดความเหล่านี้ กล่าวโดยสรุปได้ว่า " ทักษะ " หมายถึง ความคิดเห็นที่มีอารมณ์หรือความรู้สึกที่มาประกอบเป็นแนวโน้ม อันเป็นความพร้อมที่จะให้มีการแสดงออกในการสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ทักษะ หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลอาจแสดงออกมาเป็นความคิดเห็นหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง หรือ องค์ใดองค์หนึ่ง (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 39-43)

คุณลักษณะของทักษะ

มนุษย์จะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา โดยมนุษย์จะมีระเบียบของแนวคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่งเป็นไปในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือ ดี และไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีความเฉยๆ มีใจเป็นกลาง และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน เพราะทุกคนมีสิ่งจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกัน คุณลักษณะของทักษะอาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ทักษะเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน
2. ทักษะจะมีใช้สิ่งที่เกิดขึ้นมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยภายนอก และทักษะจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอก ทักษะเป็นผลของการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากบุคคลนั้นๆ ได้เกี่ยวข้องบุคคลอื่น
3. ทักษะจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทักษะได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทักษะดังกล่าวจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร เพราะทักษะที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวเช่นกัน

4. ทัศนคติจะมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้ก็คือ ทัศนคติจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้มาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ เช่น บุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความคิดต่างๆ (วันทนา สุรชีวิน. 2541 : 43)

การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitudes)

เกรซ ครัทซ์ฟิลด์ และ บัลลาดี (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 44) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติ อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) สิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายของตนได้ บุคคลก็มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากข่าวสารข้อมูลที่บุคคลได้รับ ทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น โดยการฟังคำติฉินที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) เพราะบุคคลที่อยู่ในสังคมย่อมจะปรับทัศนคติและปฏิบัติตนคล้อยตามบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่ม เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนมากเกินไป
4. บุคลิกภาพ (Personality) ทัศนคติมีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย เช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงกันข้าม เช่น มักคิดว่าบุคคลอื่นอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่อตน

การเกิดทัศนคติ

เรนซิส โลเคิร์ท (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 45) ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติของตนเอง ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้ (Learning) รับรู้ (Perception) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมายและทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่มีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติบางอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น หน่วยงานที่สังกัด

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์การประกอบที่สำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือ เกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่นๆหรือสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติด้านการเรียนรู้ เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าองค์ประกอบด้านการรับข่าวสารเปลี่ยนแปลง ก็มีแนวโน้มจะทำให้องค์ประกอบด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกเปลี่ยนแปลงไปด้วย

แมคกายร์ (McGuire.1969) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยชั้นต่างๆ 5 ชั้นด้วยกัน คือ

1. การใส่ใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับ (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

เฮอเบิร์ต ซี. เคลแมน (Hebert C.Kelman.1967) ได้เสนอขบวนการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล คือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลของผู้อื่น เพราะต้องการให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อตนในทางที่ตนต้องการ
2. การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลในสังคม
3. การที่บุคคลยอมรับพฤติกรรมในสังคมที่เหมาะสมกับค่านิยมที่มีอยู่ในตัวเราแล้ว (Internalization)

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติเดิมของบุคคล ที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติเป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นทางลบด้วย
2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะเป็นไปในทางตรงกันข้าม

จุมพล รอดคำดี กล่าวว่า ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูล ข่าวสาร ใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้ จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่ง ที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อบุคคลทำให้ ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่ (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 47-48)

บทบาทของทัศนคติ

สำหรับบทบาทของทัศนคติ แคทซ์ (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 46 ; อ้างอิงจาก Katz.1960) ได้กล่าว ถึงบทบาทของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

1. การปรับเพื่อใช้งาน (Adjustment-Utility) อย่างกรณีที่เราชอบสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการ ของเรา
2. การปกป้องความรู้สึกต่างๆ (Ego-Defense) ตัวอย่างเช่น เมื่อเราสร้างทัศนคติขึ้นเพื่อปกป้องค งามไม่มั่นคงทางความรู้สึกของเรา หรือเพื่อปกป้องเราเมื่อมีสิ่งข่มขู่เกิดขึ้น
3. การแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value Expression) อย่างเช่น การสร้างทัศนคติขึ้นเพื่อแสดงออกถึง ความเชื่อ หรือค่านิยมต่างๆ
4. หน้าที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) อย่างเช่นเมื่อใช้ทัศนคติเป็นเครื่องมือช่วยในความเข้าใจใน เรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น เรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ประเภทของทัศนคติ

ชวนะ ภวภานนท์ (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 46-47) ได้กล่าวว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท ด้วยกันคือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิต ใจในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินก ิจการขององค์การและอื่นๆ

ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) $\xrightarrow{\text{ทำให้}}$ การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positively)

2. ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือ ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหา ใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ

ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) $\xrightarrow{\text{ทำให้}}$ การปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act Negatively)

3. ทักษะที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

หนึ่งทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำหรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “ สาธารณมติ ” ไป

องค์ประกอบของทัศนคติ

ชิมบาโต แลอบบีเซน (วิธีนิ วรรณสกล.2542 : 23) กล่าวถึง องค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ประการ คือ

1.องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็มักจะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2.องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3.องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ

มีขั้นตอนดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา.2542 :106)

ก. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้

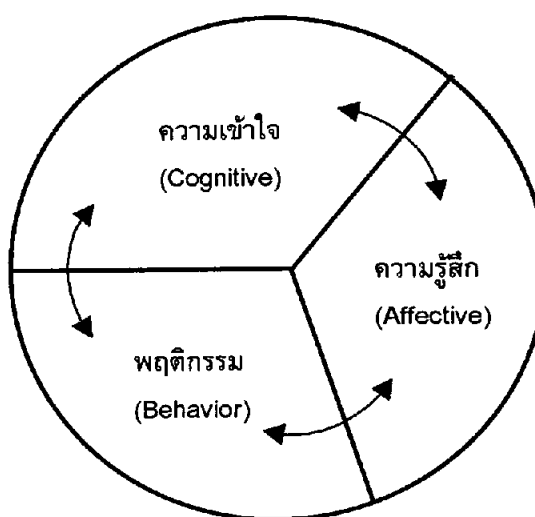
ข. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

ค. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ หลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ประกอบด้วยแนวคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง
2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม
3. ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา คือ ทัศนคติในทุกๆเรื่อง มีความสอดคล้องกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสเฉพาะด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมสถานการณ์เฉพาะอย่าง อาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

โมเดลของทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)

ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดทัศนคติ

การกำหนดทัศนคติต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิดใดความคิดหนึ่งนั้น ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต (Direct and past experience) ทัศนคติที่ต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย จะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากประสบการณ์ในการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of Family and friends) ครอบครัวและเพื่อนเป็นแหล่งที่สำคัญต่อการสร้างค่านิยมและความเชื่อของบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะคนวัยทำงานที่มีอำนาจซื้ออย่างเพียงพอ
3. การเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Exposure to mass media) สื่อมวลชนต่างๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สื่อเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทัศนคติ

ประโยชน์ของทัศนคติ

1. ช่วยทำให้เข้าใจสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัว โดยการจัดรูปแบบ หรือการจัดระบบสิ่งของต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา
2. ช่วยให้มี Self - Esteem โดยจะช่วยให้บุคคลหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ดี หรือ ปกปิดความจริงบางอย่าง ซึ่งนำความไม่พอใจมาสู่ตัวเรา
3. ช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่สลับซับซ้อน ซึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้ หรือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกไปนั้น ส่วนมากจะนำความพึงพอใจมาให้

4. ช่วยให้ผู้บุคคลสามารถแสดงออก ในด้านค่านิยม ความรู้สึกของตนเอง อันจะนำความพอใจมาสู่บุคคลนั้นๆ ✕

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม

เทรียนดิส (สุชาติ วรรณะมานี.2542 : 60-61 ; อ้างอิงจาก Triandis.) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจากทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของสังคม (Norms) นิสัย (Habits) และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากทำพฤติกรรมนั้นๆ แล้ว (Expectancies about Reinforcement) ดังนั้น ทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมการแสดงออกที่สังเกตได้กับทัศนคติต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นที่เชื่อกันว่าทัศนคติมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมของบุคคล และขณะเดียวกันการแสดงออกหรือการปฏิบัติของบุคคลก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้นๆ ด้วย โดยทั่วไปแล้ว เชื่อกันว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติ ถึงแม้ว่าผลการวิจัยส่วนมากจะไม่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์อย่างเด่นชัด หรือความสัมพันธ์มีเพียงเล็กน้อยก็ตาม

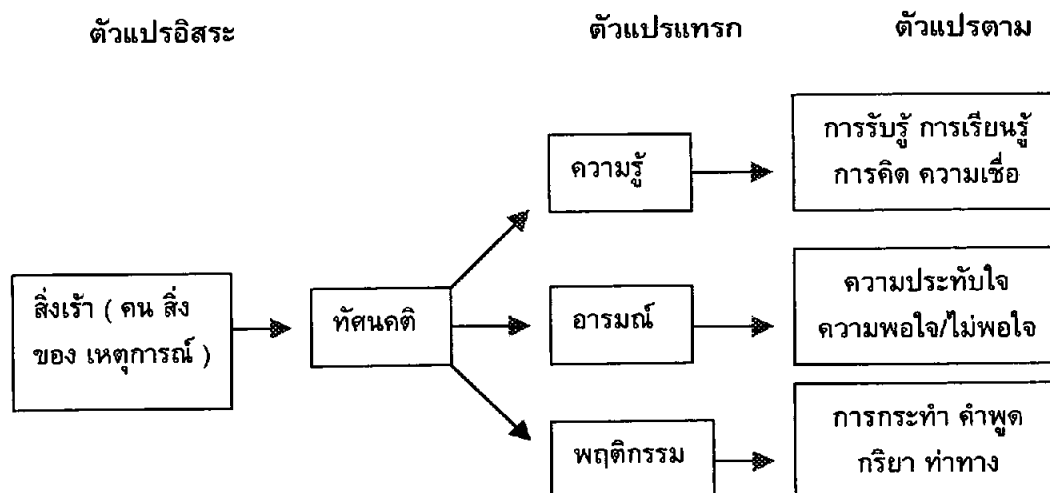
จากการศึกษาของ ซูการ์ (Sugar) พบว่า ทัศนคติอย่างเดียวไม่สามารถจะทำนายการปฏิบัติได้ ทัศนคติจะต้องพิจารณาพร้อมกับบรรทัดฐานของสังคม และนิสัยของบุคคลนั้นด้วย

จากการศึกษาของ โฮลแมน (Holman), เดวิด (David) และ เทรียนดิส (Triandis) ได้ข้อสรุปว่า องค์ประกอบของทัศนคติทางด้านการปฏิบัติ จะมีผลต่อการคาดคะเนของบุคคลได้ดีกว่าองค์ประกอบด้านอื่น

จากการศึกษาของเพรสคอต (Prescott) พบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติหนึ่งๆเป็นผลมาจากทัศนคติหลายอย่าง ทัศนคติอย่างหนึ่งอาจจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหลายอย่าง และทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง จะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสิ่งอื่นๆ ด้วย

อรรถณ ปิลาธนโสภา (สุชาติ วรรณะมานี.2542 : 61-65) กล่าวว่า นักจิตวิทยาได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรมแล้วให้ความเห็นว่า ทัศนคติ ความเชื่อ การรู้หรือจิตสำนึก (Cognition) อารมณ์ความรู้สึก (Affection) และพฤติกรรม (Behavior) ต่างก็สัมพันธ์กันไปในแนวเดียวกัน (Positive Relationship) อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมิได้เกิดในลักษณะหนึ่งต่อหนึ่ง นั่นคือ ความชอบหนึ่งอย่างหรือความไม่ชอบหนึ่งอย่าง จะนำไปสู่พฤติกรรมหนึ่งอย่าง ตัวอย่างเช่น บุคคลหนึ่งอาจจะมีบุตรคนหนึ่งหรือสองคน ถึงแม้เขาจะมีทัศนคติทางบวกต่อการคุมกำเนิด ทัศนคติและความเชื่อของเราจะถูกควบคุมด้วยตัวแปรอื่นๆ เช่น กฎหมาย คำตำหนิจากสังคม เจื่อนไขทางเศรษฐกิจหรือจิตวิทยาอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องอยู่ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา

เทรียนดิส (Trianddis) ได้เสนอรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการปฏิบัติหรือพฤติกรรมไว้ดังนี้



ภาพประกอบ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการปฏิบัติหรือพฤติกรรม

จากแผนภูมินี้อธิบายกระบวนการสร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติได้ว่า เมื่อมีสิ่งเร้ามากระทบคน สิ่งเร้าเหล่านั้นอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มคน สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือสภาวะสังคม จะทำให้คนครุ่นคิดหาทางที่จะตอบสนอง การคิดของคนผู้นั้นประกอบด้วยความรู้ อารมณ์ และกิริยาอาการที่ก่อให้เกิดภาวะอยู่หนึ่งไม่ได้ คนจะต้องแสดงออก และพฤติกรรมที่ตามมาส่งผลต่อคนผู้นั้นหรือสังคมรอบข้าง อนุมานได้จากการรับรู้ การเรียนรู้ การคิด การตัดสินใจ และความพอใจหรือความไม่พอใจ ซึ่งสุดท้ายคือคำพูดหรือกิริยาท่าทางตามแบบบุคลิกภาพของแต่ละคนซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

แนนซี อี ชวาร์ตซ์ (Nancy E. Schwartz) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทฤษฎีการคาดการณ์ (The Expectancy Theory)

นักจิตวิทยาในยุคปัจจุบันที่อยู่ในกลุ่มปัญญานิยม (Cognitivism) มีความเชื่ออย่างหนักแน่นว่ามนุษย์เป็นสัตว์โลกที่ใช้ปัญญาหรือความคิดในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างไรอย่างหนึ่ง เพื่อที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่สนองความต้องการของตนเอง ด้วยความเชื่อเช่นนี้เองจึงเกิดมีคติฐาน (Assumptions) ดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้นโดยผลรวมของแรงผลักดันภายในตัวของเขาเอง และแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม
2. มนุษย์แต่ละคนมีความต้องการ ความปรารถนา และเป้าหมายแตกต่างกัน
3. บุคคลตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรมโดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่าง สิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่จะได้ภายหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้ว (สัทริโซค วรานุสติกุล. 2531 : 168)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (The Theory of Reasoned Action)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล อธิบายว่า พฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์นั้น ไม่ได้ถูกควบคุมโดยสิ่งจูงใจที่ขาดสติสัมปชัญญะ (Unconscious Motives) หรือการขาดความคิดของบุคคล แต่บุคคลตัดสินใจที่จะร่วมหรือไม่ร่วมในพฤติกรรมการปฏิบัติอย่างหนึ่ง โดยการพิจารณาอย่างละเอียดถึงองค์ประกอบหลายอย่างของพฤติกรรมนั้นๆ ฟิชเบิน (Fishbein) และ แอจเซน (Ajzen) ได้แสดงถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนของทัศนคติ (ซึ่งเน้นความรู้สึก) และความเชื่อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางด้านความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่สัมพันธ์กับสิ่งนั้นๆ ความเชื่อเกี่ยวกับคุณค่าของเป้าหมาย และความคาดหวังของบุคคลที่จะได้มาซึ่งเป้าหมายนั้นประกอบกันเข้าจะกลายเป็นทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior) (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และเพื่อน. 2534 : 88)

เนื่องจากจุดมุ่งหมายของทฤษฎีนี้ต้องการที่จะทำนายเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล ฟิชเบิน (Fishbein) และ แอจเซน (Ajzen) อธิบายว่า การที่จะให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายดังกล่าว จะต้องทำเป็นขั้นตอน ดังนี้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และเพื่อน. 2534 : 89)

ขั้นตอนที่ 1 ระบุและวัดพฤติกรรมที่สนใจ เมื่อทราบอย่างแน่ชัดแล้ว ถ้ามุ่งถึงการตัดสินใจต่อพฤติกรรมนั้น จากแนวคิดของทฤษฎีนี้จะได้อธิบายสรุปว่า การกระทำส่วนใหญ่เกี่ยวกับสังคม อยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจ หากยึดข้อสรุปนี้จะมองว่า ความตั้งใจของบุคคลเป็นตัวกำหนดว่าจะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติพฤติกรรมนั้นๆ เมื่อคิดว่าความตั้งใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม อาจมองอย่างง่าย ๆ ว่า การทำนายพฤติกรรมก็คือ การถามบุคคลว่าเขามีความตั้งใจที่จะกระทำหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือไม่ ซึ่งความจริงแล้วอาจไม่ถูกต้องเสมอไปในเรื่องความเกี่ยวโยงระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรม แต่ก็มีส่วนเกี่ยวข้องอยู่มาก

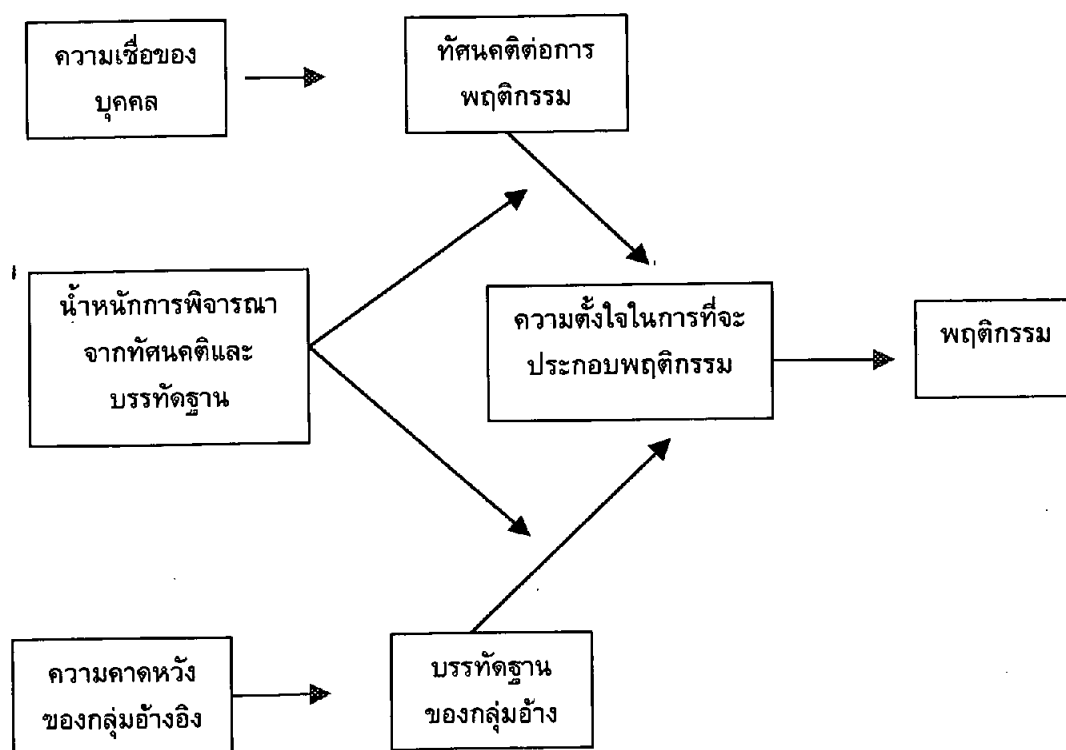
ขั้นตอนที่ 2 เนื่องจากจุดมุ่งหมายอีกข้อต้องการที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล ขั้นตอนนี้จึงต้องวิเคราะห์เพื่อที่จะสามารถระบุตัวที่กำหนดให้เกิดความตั้งใจ จากทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล ความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำสิ่งใดอยู่ก็ตัวกำหนดที่สำคัญ 2 ประการ คือ ธรรมชาติของบุคคลนั้นและอิทธิพลของสังคม

- ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล หมายถึง การบุคคลประเมินผลการปฏิบัติพฤติกรรมนั้นว่าเป็นบวกหรือลบ ปัจจัยนี้เรียกว่า " ทศนคติต่อพฤติกรรม " (Attitude toward Behavior) คือ การที่บุคคลตัดสินใจว่าจะประกอบพฤติกรรมนั้นดีหรือไม่ดี

- อิทธิพลของสังคม เป็นความรู้สึกของบุคคลว่า อิทธิพลของสังคมเป็นตัวกำหนดให้บุคคลประกอบพฤติกรรมเช่นนั้นหรือไม่ ปัจจัยนี้เรียกว่า บรรทัดฐานของกลุ่มอิทธิพลหรือบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

ตัวกำหนดความตั้งใจทั้ง 2 ประการ มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกันอยู่มาก ในความตั้งใจของบุคคลที่จะมีพฤติกรรมใด ๆ

ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ทศนคติมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อ (Beliefs) โดยทั่วไปบุคคลที่เชื่อว่า หากกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งผลลัพธ์จะออกมาในแง่บวก ก็มีทศนคติที่ดีต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น หากเชื่อว่าผลลัพธ์จะไม่ดีก็จะมีทศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ความเชื่อนี้เรียกว่า " ความเชื่อต่อพฤติกรรม " (Behavior Beliefs) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงก็เกี่ยวกับความเชื่อเช่นเดียวกัน แต่เป็นความเชื่อที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เป็นความเชื่อที่บุคคลเชื่อว่าบุคคลหรือกลุ่มคนที่พิเศษสำหรับเขา ซึ่งในที่นี้เรียกว่า " กลุ่มอ้างอิง " คิดว่าเขาควรหรือไม่ควรประกอบพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงนี้เรียกว่า ความเชื่อต่อบรรทัดฐาน (Normative Beliefs) ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรม ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลตามทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล ดังภาพประกอบ 4 (ประภาเพ็ญ สุวรรณและเพื่อน.2534 : 90-9)



ภาพประกอบ 4 ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคล

ตามแนวคิดของ ฟิชเบิน (Fishbein) และ แอจเซน (Ajzen) เชื่อว่า ความเชื่อจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ทั้งสององค์ประกอบนี้จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรม (Intention) และความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม (Behavior) ผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นผลส่วนใหญ่มาจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงความเชื่อควรจะทำให้มีขึ้น ถ้าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลหรือเปลี่ยนแปลงการรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐาน (Norms) (ประภาเพ็ญ สุวรรณ และเพื่อน.2534 : 9)

ความหมายของพฤติกรรม

นิยะดา ชุณหวงค์ และนินนาท โอฬารวุฒิ (นิยะดา.2520 : 1) กล่าวว่า พฤติกรรมศาสตร์ คือ การศึกษาถึงพฤติกรรมของคนอย่างเป็นระบบ โดยพยายามที่จะให้ทราบว่า พฤติกรรมศาสตร์คืออะไรมากกว่าที่จะให้ศึกษาว่า พฤติกรรมศาสตร์ควรเป็นอย่างไร และพฤติกรรมของคนสามารถที่จะอธิบายได้ในหลายระดับของระบบที่แตกต่างกัน

ปกิจ พรหมายน (วิธินี วรรณสกล.2542 : 25) ได้กล่าวว่า “พฤติกรรม” หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใดหรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สีกตัวและไม่ว่าสิ่งมีชีวิตหรือบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครองนาศ (วันทนา สุรชีวิน.2542 : 50-51 ; อ้างอิงจาก Cronbach.) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดขึ้น เพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาอันนานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถ

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีนี้อาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์เสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

ทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการสร้างพฤติกรรม

ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญ กับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (practice) ของผู้รับสาร อันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อ

ทฤษฎีนี้จะทำหน้าที่วัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เนื่องมาจากการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้รับสารว่า ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมผู้รับสารว่า เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด นอกจากนั้นยังอาจศึกษาถึงความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทัศนคติ และกลายเป็นพฤติกรรมในที่สุด

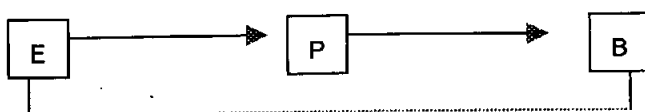
ลักษณะสำคัญของความสัมพันธ์ คือ เมื่อผู้รับสารได้รับความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม ย่อมส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อความรู้ที่ได้รับนั้นในด้านใดด้านหนึ่ง อาจเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบ จากทัศนคติที่มีขึ้นนั้นจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมติดตามมาได้ (นิตดา.2540 : 20)

พฤติกรรมผู้บริโภคกับจิตวิทยาทางเศรษฐศาสตร์

ปริญุ ลักขิตานนท์ (2534 : 1,17) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า จิตวิทยาทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมเศรษฐศาสตร์ พฤติกรรมทางเศรษฐศาสตร์ประกอบด้วย พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมมีงานทำ พฤติกรรมการเงิน และปฏิกริยาตอบสนองของผู้ซื้อหรือบุคคลต่อสถานะทางเศรษฐกิจ โดยทางเศรษฐศาสตร์ทางเศรษฐกิจเป็นได้ทั้งในแง่มหภาคและจุลภาค ในแนวมหภาคนั้นสัมพันธ์กับพฤติกรรมเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนจุลภาคสัมพันธ์กับดัชนีผลรวมของการยอมรับของผู้บริโภค ทักษะและความคาดหวัง

คาโทนา (ปริญุ ลักขิตานนท์.2534 : 5-15 ; อ้างอิงจาก Katona.1963) ได้แบ่งจุดประสงค์ของสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ประชาชน หรือ ครอบครัว จากการประเมินผลด้านความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจ การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตเกี่ยวกับสภาวะการเงินส่วนบุคคลการพัฒนาในประเทศต่างๆ ในการหาแหล่งพลังงานและใช้สอยต่างๆ ต่อระบบทางด้านจิตวิทยา ส่งผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ อาทิ ดัชนีผู้บริโภค ในหลายๆ รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค และผู้ผลิตมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยรูปแบบสามารถแบ่งได้ ดังนี้

1.แบบจำลอง Katona



ภาพประกอบ 5 Katona's Model

Katona เป็นบิดาแห่งจิตวิทยาเศรษฐศาสตร์ในอเมริกา กล่าวว่า ตัวแปรทางจิตวิทยา เป็นตัวกระตุ้นและตอบสนองทางพฤติกรรม ซึ่งตัวแปรดังกล่าวคือ

E หมายถึง สภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น การตกงาน เงินเฟ้อ ดอกเบี้ย เงินไขต่างๆ ของครอบครัว รายได้ตกต่ำ การครองชีพ ภาษี การขนส่งมวลชน เป็นจุดประสงค์ทางสภาวะเศรษฐกิจและโอกาสของแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม

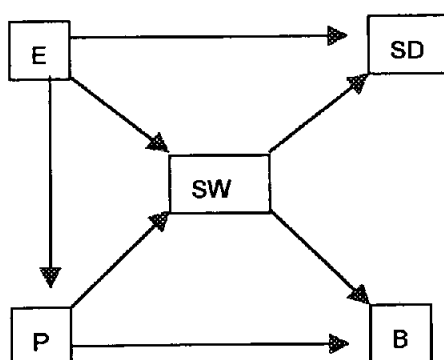
P หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น การคาดคะเน ความชื่นชมยินดี ทั้งการควบคุมภายในและแรงเสริม วิธีการดำเนินชีวิต

B หมายถึง พฤติกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงความสามารถในการซื้อ การใช้สินค้าและบริการ การตัดสินใจเพื่อลงทุนหรือออมทรัพย์

จากแบบจำลองจะเห็นว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หรือเจ้าของกิจการมีผลกระทบและมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือผลสำเร็จทางเศรษฐกิจ ดังนั้น B ถึง E จึงเป็นตัวที่ถูกกำหนดขึ้นในรูปแบบนี้ เช่น ผู้บริโภคทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การที่มีพฤติกรรมในการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือจะเก็บออมไว้ และอัตราการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของภาษี

รูปแบบ Katona เป็นแบบที่ค่อนข้างง่ายและตัวกระตุ้นทางเศรษฐกิจไม่มีอิทธิพลส่วนบุคคล แต่ทั้ง P และ B มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ

2. แบบจำลอง Strumple



ภาพประกอบ 6 Strumple's Model

ในรูปแบบนี้ SW หมายถึง การอยู่ดีกินดี E คือ สภาวะเศรษฐกิจ และ P คือ คุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งคล้ายคลึงกับแบบจำลองแบบแรก

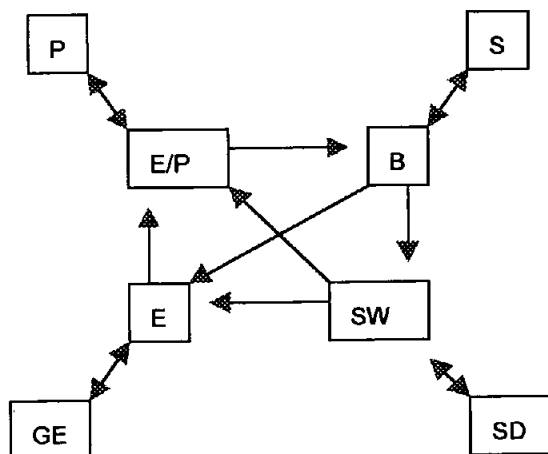
SW ประกอบด้วย ความพึงพอใจในการบริโภค เช่น รายได้ การสมรส มาตรฐานการครองชีพ โอกาสความก้าวหน้าในอนาคต ตามรูปแบบที่กล่าวมาแล้วนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประการคือ SD และ E

SD คือ ความไม่พอใจในงาน ราคา นโยบายรัฐบาล ระบบการเมือง พฤติกรรมทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการใช้จ่าย การประหยัด ความต้องการของผู้บริโภค การเลือกอาชีพ การพักผ่อนในยามว่าง การลงทุน การศึกษาหาความรู้

E, P, SW ไม่เพียงแต่จะกำหนดคุณลักษณะพฤติกรรม B แล้ว แต่ยังกำหนดความพึงพอใจ และไม่พอใจด้วยเช่นกัน รวมทั้งทัศนคติ และปัญหาอื่น

SD นอกเหนือจากไม่ขึ้นตรงต่อ SW แล้ว ยังกระทบต่อ B ผู้บริโภคพัฒนาความพึงพอใจในการบริการหรือความไม่พอใจ การร้องเรียน ก็เป็นขั้นตอนของผู้บริโภค ปัญหาอีกอย่างก็คือ ความสัมพันธ์เทียม อาจเป็นตัวกำหนดค่า E, S, D ได้ ซึ่งสถานะทางเศรษฐกิจกระทบต่อภาวะทางสังคม หรือโดยปราศจาก P/SW

3. แบบจำลองแบบทันสมัย (A New Model)



ภาพประกอบ 7 New Model

แบบจำลองแบบใหม่นี้ เป็นการรวมตัวแปรด้านเศรษฐศาสตร์และจิตวิทยา เป็นการป้อนย้อนกลับเพื่อให้ทราบถึงผลกระทบระหว่างพฤติกรรมทางด้านเศรษฐศาสตร์ และสถานะทางเศรษฐกิจ แรงดลใจส่วนบุคคล

E (Economic Environment) หมายถึง สถานะทางการเงิน การตลาด รูปแบบการจ้างงาน แหล่งรายได้

GE (General Economic Condition) หมายถึง สภาพทางเศรษฐกิจที่รุ่งเรืองหรือย่ำแย่ นโยบายของรัฐบาล สภาพทางด้านสถานะแวดล้อม สงครามหรือมีความวุ่นวายภายในประเทศหรือไม่

E/P (Economic Perceived) ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการมีภาพพจน์ว่าน่าจะเป็นอย่างนั้น

P หมายถึง สถานภาพทางการค้า ผลผลิต ราคา สภาพโอกาสทางเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ อย่างเป็นธรรมชาติคาดหวัง

S (unanticipated Situation) คือ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยคาดไม่ถึง

ตัวแปรที่มีผลคือ E/P เพราะการรับรู้จะมีผลต่อความคิดของบุคคลมากกว่าทั้งที่เป็นจริงทางเศรษฐศาสตร์และจิตวิทยา ความสัมพันธ์ระหว่าง E และ E/P เป็นเรื่องเกี่ยวกับประสบการณ์ของบุคคลในสังคม และสื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคจะทำให้การรับรู้สถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการเสนอข่าวด้านสถานะเศรษฐกิจของสื่อมวลชน

การศึกษาส่วนใหญ่ทางจิตวิทยา มักเกี่ยวกับตัวแปรอย่างน้อย 2 กลุ่ม ได้แก่

1. $E \rightarrow E/P$ ศึกษาว่า บุคคลยอมรับความเป็นจริงทางเศรษฐกิจอย่างไร สื่อมวลชนและการศึกษาอื่นๆ เช่น การศึกษาเกี่ยวกับภาพลวงของเงินตรา
2. $E/P \rightarrow B$ ศึกษาถึง ทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหรือรูปแบบอื่น
3. $B \rightarrow SW$ ศึกษาถึงเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคและการร้องเรียน การยุติคดีและสวัสดิการ
4. $B \rightarrow E$ การวิจัยทางเศรษฐกิจ ตามหลักการของอุปสงค์และอุปทานของสินค้าและบริการ
5. $SW \rightarrow E$ ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและการพัฒนาผลผลิต การบริการอื่นๆ บนพื้นฐานของผู้ผลิต รวมทั้งประสบการณ์และการประเมินผล
6. $SW \rightarrow E/P$ ศึกษาเกี่ยวกับการคาดคะเนหลายๆ รูปแบบ ทักษะการเปลี่ยนแปลงการยอมรับของผู้บริโภคและผลิตผลในอนาคต
7. $GE \rightarrow E/P$ ศึกษาเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจทั่วไป การเงินส่วนบุคคลและครอบครัว
8. $P \rightarrow E/P$ ศึกษาถึงผลของบุคลิกลักษณะ รูปแบบของความเข้าใจชีวิต ความเป็นอยู่ประเภทต่างๆ
9. $S \rightarrow B$ ศึกษาสถานะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ
10. $SD \rightarrow SW$ ศึกษาให้สอดคล้องกับผู้บริโภค ความพึงพอใจด้านเศรษฐกิจ ด้านความเป็นอยู่ของประชาชน

จากแนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม จะเห็นได้ว่าการศึกษาถึง ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ นั้น ทัศนคติเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่นำไปสู่พฤติกรรม ถึงแม้ว่าจะไม่เสมอไปก็ตาม ดังนั้นจากแบบจำลองดังกล่าวข้างต้น มีประเด็นที่เกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้ คือ สภาวะทางด้านเศรษฐกิจโดยรวม และปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ

5. ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

ความหมายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

คัทลิป และ เซ็นเตอร์ (วิรัช สภิตานกุล.2544 : 13-14 ; อ้างอิงจาก Cutlip and Center.) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสาร หรือการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นและข่าวสารจากหน่วยงานหรือองค์การไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือปฏิกิริยาที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานหรือองค์การด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งหวังจะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชน อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการด้วยกันคือ

1. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการที่องค์การสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
3. คุณภาพและสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้นๆ

หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน (วิธีนี้ วรรณสกล.2542 : 35-38) มีหลักใหญ่ๆ สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบนี้ คือ การบอกกล่าวให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การ การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีจุดมุ่งหมายไปในด้านการแจ้งให้ทราบ และในด้านการให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชนรวมทั้งการเรียกร้องความสนับสนุนจากประชาชน การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในตัวองค์การย่อมเป็นสิ่งที่มีอำนวยประโยชน์ต่อสถาบันในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจอย่างถ่องแท้แล้วประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

การป้องกันการเข้าใจผิดถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

3. การสำรวจประชามติ

หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่ง คือ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ จะต้องทราบว่า ประชาชนต้องการอะไรไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งใด ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การ ซึ่งจะไดทราบจากการสำรวจวิจัยประชามติเพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่งต่างๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน การสำรวจวิจัยประชามติจึงเป็นสิ่งจำเป็นคู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หากหน่วยงานใดทำการประชาสัมพันธ์โดยปราศจากการพิจารณาถึงประชามติแล้ว หน่วยงานนั้นอาจจะต้องประสบความล้มเหลวและสิ้นเปลืองงบประมาณ เวลาไปโดยเปล่าประโยชน์

เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจหน่วยงานหรือองค์การสถาบันอย่างถูกต้อง การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสาร เรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์การ ตลอดจนเรื่องราวความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้ทราบและเข้าใจ เพื่อสร้างความนิยม ศรัทธา

และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน ฉะนั้นในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนกลุ่มต่างๆ จึงอาจกระทำได้หลายวิธี วิธีหนึ่ง คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสร้างความเข้าถึงประชาชน กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง หรือสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่มวลชนจำนวนมากทั้งในชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ หรือทั่วประเทศ ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้สะดวก ประหยัด รวดเร็วยิ่งขึ้น

ประเภทของเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. การใช้คำพูดหรือการสื่อสารตัววาจาเพื่อการประชาสัมพันธ์ | 6. วารสาร |
| 2. วิทยูกระจายเสียง | 7. นิตยสาร |
| 3. ภาพยนตร์ | 8. จดหมายข่าว |
| 4. ภาพนิ่ง | 9. แผ่นปลิวและใบแทรก |
| 5. หนังสือพิมพ์ | 10. โปสเตอร์และแผ่นป้ายประกาศ |

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าการศึกษาถึง ทักษะและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจนั้น เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์ทำให้เราได้รับข่าวสารเพิ่มมากยิ่งขึ้นและเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยและการนำไปสู่ซึ่งพฤติกรรมในที่สุด

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2535 : บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา พบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับการมาท่องเที่ยวเมืองไทย และยังพบอีกว่า ข่าวสารข้อมูลที่มีผลเสีย หรือผลในทางลบต่อการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันดับแรก ได้แก่ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรม รองลงมาคือ ข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาเสพติด และโสเภณี ตามลำดับ

บุษบา ภูสกุล (2536 : บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ โดยทัศนคติมีอิทธิพลในทางลบ ในขณะที่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีอิทธิพลในทางบวก

สิริกาญจน์ ปรับโตวิดิโจโย (2539 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า

- 1.อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรตัวอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ
- 2.การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัททัวร์ / ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ
- 3.การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ลัดดา ประเสริฐวิริยกุล (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤติการณ์ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤติการณ์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์กับตัวแปรต่างๆ พบว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ
- 2.การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤติการณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤติการณ์
- 3.การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤติการณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดปริมาณการบริโภคสินค้าในประเทศและการใช้บริการ

วันทนา สุรชีวิน (2541 : บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542 พบว่า

- 1.มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลางจากสื่อบุคคล คือ เพื่อน ญาติ ผู้ร่วมงาน และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ วารสารการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่ออื่นๆ นั้น นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำและต่ำมาก
- 2.ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย สามารถร่วมกันอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ได้ ร้อยละ 23.19 โดยความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยสามารถอธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ดีที่สุด

สุชาดา วรรณานี (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

- 1.กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในชั้นปีที่แตกต่างกัน ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเทศกัน มีภูมิสำเนาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
- 2.กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเทศกัน จะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน
- 3.กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิสำเนา และการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

4.กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน และมีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน

5.ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

6.ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วิธีนี้ วรรณสกล (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆ ต่างกัน

2.กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

3.ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ในอันดับที่ 4 เท่านั้น

4.การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ใช้งานวิจัยของผู้ที่ได้ทำการศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องหลายท่านในแต่ละบท เนื่องจากยังไม่มีงานวิจัยท่านใดที่ได้ศึกษามาแล้วโดยตรงอย่างชัดเจน โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของเค้าโครงงานวิจัย วิธีนี้ วรรณสกล (2542) เป็นรูปแบบอย่างในการศึกษาค้นคว้า เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ได้ทำการศึกษาแล้ว และผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนตัวแปรที่สำคัญในการศึกษาค้นคว้า โดยใช้มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวในประเทศ ใช้ทัศนคติของ มล.ตุ้ย ชุมสาย และญี่ปุ่น พรหมโยธี ซึ่งสามารถอธิบายความหมายได้อย่างชัดเจน ส่วนปัจจัยที่ช่วยเสริมในส่วนของมูลเหตุจูงใจผู้วิจัยใช้แนวคิดฮัตแมน และตัวแปรทางด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศจะใช้แนวคิดของโรเจอร์ส เทอร์สโตน ซิมบาโด แลอบบีเลน และชวณะ ภวภานนท์ ซึ่งได้อธิบายถึงว่าทัศนคติ เป็นผลรวมของมนุษย์ที่ได้จากความรู้ ความรู้สึก และนำไปสู่ซึ่งพฤติกรรม ในส่วนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ผู้วิจัยใช้แนวคิดทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของแนนซี อี ชวาร์ตซ์ และพฤติกรรมกับจิตวิทยาทางเศรษฐศาสตร์ โดย Katona ซึ่งได้อธิบายแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับลักษณะบุคคล ฐานะทางการเงิน สภาพทางการเงิน สภาพแวดล้อม และสภาวะทางเศรษฐกิจ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาแปลผลโดยใช้สถิติ เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของคณวิทย์ทำงานที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยมีสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เป็นกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศหญิงและเพศชายวัยทำงานที่มีงานทำกำหนดช่วงอายุ 25-59 ปี เนื่องจากเกณฑ์อายุดังกล่าว เป็นผู้มีความรู้และมีความสามารถเพียงพอต่อความต้องการที่นอกเหนือจากความต้องการด้านปัจจัยสี่ และเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์การแบ่งช่วงอายุของสำนักงานสถิติแห่งชาติ จากรายงานจำนวนประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ สถานภาพแรงงานและเพศ กรุงเทพมหานคร ไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2544 ที่มีอายุ 25-59 ปี และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่ 50 เขต ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 3,526,100 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีงานทำกำหนดช่วงอายุ 25-59 ปี จำนวน 400 คน และสำรองข้อมูลไว้อีก 5% จากกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 420 คน โดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540 : 59-61) จากขนาดจำนวนประชากร 3,526,100 คน ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน $\pm 5\%$ หรือการคำนวณหาได้จากสูตรดังนี้

$$\text{จากสมการ} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม

N = จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{3,526,100}{[1 + (3,526,100)(0.05)^2]}$$

$$n = 400$$

1.3 การวางแผนการเลือกตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยเรียงลำดับเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองใหญ่ๆ ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับฉลากเลือกเขตใดเขตหนึ่งเป็นตัวแทนแต่ละกลุ่มการปกครอง ดังนั้นจะได้หนึ่งเขตจากหนึ่งกลุ่มการปกครอง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธี Quota คำนวณหาสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลของแต่ละเขตที่ได้รับเลือกโดยสัดส่วนที่ใช้จะเป็นจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในแต่ละเขตกับจำนวนประชากรของทุกเขตรวมกัน

วิธีการคำนวณ

$$\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บในแต่ละเขต} = \frac{\text{ประชากรของแต่ละเขต} \times 420}{\text{ประชากรทุกเขตรวมกัน}}$$

กลุ่มตัวอย่าง 420 คน ให้ได้ประชากรตามสัดส่วนของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตที่ได้จากการจับฉลากได้ดังนี้ (ภาคผนวก ก)

ตาราง 1 กลุ่มประชากรที่จะทำการสุ่มในแต่ละเขตการปกครอง

กลุ่มการปกครอง	เขตที่จับฉลากได้	ประชากรที่มีอายุ 25 -59 ปี ในเขตการปกครอง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตพญาไท	41,252	49
กลุ่มบูรพา	เขตจตุจักร	77,580	92
กลุ่มศรีนครินทร์	เขตมีนบุรี	47,337	56
กลุ่มเจ้าพระยา	เขตดินแดง	73,260	87
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตบางขุนเทียน	50,986	60
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตภาษีเจริญ	64,086	76
รวม		354,501	420

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้แบบวิจารณญาณหรือเจาะจง (Judgement Sampling / Purposive Sampling) ซึ่งเป็น Non-Probability เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมาย และสถานที่ในแต่ละเขต โดยการใช้สอบถามเพื่อเลือกผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับผู้มีงานทำที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 25-59 ปี เท่านั้นในแต่ละกลุ่มเขตที่ได้เลือกไว้ในขั้นที่ 3

1.4 ระยะเวลาที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาวิจัย จะเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในเขตกรุงเทพมหานคร ณ ระยะเวลาที่ทำการศึกษารวบรวม โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2545

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ค้นคว้าและดัดแปลงจากแนวคิดงานวิจัยที่ใกล้เคียงของผู้วิจัยที่ได้ทำการวิจัยมาแล้ว โดยได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการโดยได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อมูลเหตุจูงใจ โดยมีตัวแปรดังนี้ ท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง การพักผ่อน เชิงวัฒนธรรม การกีฬา ธุรกิจ การประชุมสัมมนา และการประชาสัมพันธ์

ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบวัดทัศนคติแบบ Likert Scale ซึ่งมีการกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค.2537 : 29)

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความสำคัญของมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 : ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

เป็นแบบสอบถามที่กำหนดมาตรฐานวัดตามแบบของ Likert Scale ซึ่งผู้วิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินความรู้สึกความคิดเห็นของตนที่มีต่อคำถามแต่ละข้อ ตามระดับการประเมินผล 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ข้อความเชิงบวก (Positive) ให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน
เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน

ข้อความเชิงลบ (Negative) ให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1	คะแนน
เห็นด้วย	=	2	คะแนน
ไม่แน่ใจ	=	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5	คะแนน

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความคิดเห็นของทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ความคิดเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยสอบถามถึงพฤติกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งจะเป็นแบบคำถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยมีตัวแปรของแหล่งท่องเที่ยวดังนี้ น้ำตก ภูเขา เติบป้า ทะเล และสถานที่ประวัติศาสตร์ ส่วนคำถามแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) ให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด และใช้คำถามในข้อสรุปที่สำคัญในการบ่งชี้พฤติกรรมในอนาคตตามจัดแบบประเมินค่า 4 ระดับ โดยกำหนดการให้คะแนน ดังนี้

การท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	=	4	คะแนน
การท่องเที่ยวเหมือนเดิม	=	3	คะแนน
การท่องเที่ยวลดลง	=	2	คะแนน
ไม่มีการท่องเที่ยวเลย	=	1	คะแนน

ส่วนเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในข้อ 11 ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญนาค.2537 : 29)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	พฤติกรรมการท่องเที่ยว
3.26 – 4.00	การท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
2.56 – 3.25	การท่องเที่ยวเหมือนเดิม
1.76 – 2.50	การท่องเที่ยวลดลง
1.00 – 1.75	ไม่มีการท่องเที่ยวเลย

ส่วนลักษณะของคำถามเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นแบบคำตอบวัดทัศนคติแบบ Likert Scale ซึ่งมีการกำหนดค่าระดับคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ของระดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุด โดยมีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2.2 การทดสอบเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยทำการทดสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำ และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม

2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ โดยนำมาทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาหาความเชื่อถือได้ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งมีสูตรคำนวณ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2538 : 174)

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right)$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าความเชื่อถือได้
	n	คือ	จำนวนข้อ
	s_i^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นการเก็บข้อมูลที่ได้จาก งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทักษะคติและพฤติกรรม การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บข้อมูลรวบรวมนั้น ผู้วิจัยเริ่มทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามเขตพื้นที่ที่ได้กำหนดไว้จนครบตามจำนวน

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การจัดการทำข้อมูล

4.1.1 ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pretest) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการ Cronbach's α

4.1.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว ออกเก็บข้อมูลจริง

4.1.3 นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์

4.1.4 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสสำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

4.1.5 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยโปรแกรม SPSS For Windows Version 10 (Statistical Package for Social Sciences) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มุ่งหาจุดมุ่งใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ทิศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

4.2.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมุติฐานแต่ละข้อ โดยใช้สถิติ T-Test และ One - Way ANOVA (F-Test) เพื่อทดสอบความแตกต่างในการวิเคราะห์ความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ มุ่งหาจุดมุ่งใจในการท่องเที่ยว ทิศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ รวมทั้งการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

4.3 การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 มุ่งหาจุดมุ่งใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมุติฐานข้อที่ 2 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สมมุติฐานข้อที่ 3 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สมมุติฐานข้อที่ 4 ทิศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา “ทัศนคติและพฤติกรรมของคนวัยทำงานที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภคลงกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	140	33.33
หญิง	280	66.67
รวม	420	100.00
2. อายุ		
25 – 29 ปี	182	43.33
30 – 34 ปี	127	30.24
35 – 39 ปี	58	13.81
40 – 44 ปี	26	6.19
45 – 49 ปี	20	4.76
50 ปีขึ้นไป	7	1.67
รวม	420	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	283	67.38
สมรส	122	29.05
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	15	3.57
รวม	420	100.00

ตาราง 6 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
4. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	101	24.05
ปริญญาตรี	244	58.10
สูงกว่าปริญญาตรี	75	17.86
รวม	420	100.00
5. อาชีพ		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	41	9.76
พนักงานบริษัท	317	75.48
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	43	10.24
อื่นๆ **** ¹	19	4.52
รวม	420	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	79	18.81
10,000 – 20,000 บาท	174	41.43
20,001 – 30,000 บาท	87	20.71
30,001 – 40,000 บาท	59	14.05
40,001 – 50,000 บาท	9	2.14
50,001 บาทขึ้นไป	12	2.86
รวม	420	100.00

****¹ อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้าง แม่บ้าน เป็นต้น

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ - คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเพศหญิง มีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 โดยคนวัยทำงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่งจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ – คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ อายุ 25 – 29 ปี มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 30.24 คนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.81 คนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.19 คนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76 และคนวัยทำงานที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส – คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ สถานภาพโสด มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.38 รองลงมาคือ คนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.05 และคนวัยทำงานที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา – คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ คนวัยทำงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.10 รองลงมาคือ คนวัยทำงานที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05 และคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ

อาชีพ – คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัท มีจำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 75.48 รองลงมาคือ คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.24 คนวัยทำงานที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.76 และคนวัยทำงานอาชีพอื่นๆ เช่น รับจ้าง แม่บ้าน เป็นต้น มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.52 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน – คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 41.43 รองลงมาคือ คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 20.71 คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 18.81 คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.05 คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 และคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.14 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลัง
สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ
เศรษฐกิจ โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 7 แสดงผลมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

มูลเหตุจูงใจ ในการท่องเที่ยว	ระดับของความต้องการ					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	N= 420		
เพื่อการพักผ่อน	181 (43.1%)	156 (37.1%)	56 (13.3%)	20 (4.8%)	7 (1.7%)	4.15	0.94	มากที่สุด
เพื่อความสนุกสนาน	112 (26.7%)	160 (38.1%)	103 (24.5%)	31 (7.4%)	14 (3.3%)	3.77	1.03	มาก
การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดใจ	13 (3.1%)	87 (20.7%)	171 (40.7%)	92 (21.9%)	57 (13.6%)	2.78	1.02	ปาน กลาง
เพื่อเชิงวัฒนธรรม	15 (3.6%)	50 (11.9%)	163 (38.8%)	141 (33.6%)	51 (12.1%)	2.61	0.97	ปาน กลาง
เพื่อการประชุม สัมมนา	14 (3.3%)	49 (11.7%)	116 (27.6%)	134 (31.9%)	107 (25.5%)	2.35	1.08	น้อย
เพื่อการติดต่อธุรกิจ	11 (2.6%)	24 (5.7%)	101 (24.0%)	149 (35.5%)	135 (32.1%)	2.11	1.01	น้อย
เพื่อการแข่งขัน / ชมกีฬา	3 (0.7%)	19 (4.5%)	92 (21.9%)	171 (40.7%)	135 (32.1%)	2.01	0.89	น้อย
	รวม					2.82	0.59	ปาน กลาง

จากตาราง 7 แสดงมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ
เศรษฐกิจ พบว่า มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ
โดยรวมจะอยู่ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.82 เมื่อวิเคราะห์รายข้อของมูลเหตุจูงใจที่มีต่อ
การท่องเที่ยวในประเทศคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจระดับมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อน โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศในระดับมาก คือ เพื่อความสนุกสนาน
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศในระดับปานกลาง คือ การประชาสัมพันธ์ดึงดูดใจ และ เพื่อเชิงวัฒนธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 และ 2.61 ตามลำดับ ส่วนมูลเหตุจูง

ใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศระดับน้อย คือ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อธุรกิจ และเพื่อการแข่งขัน/ชมกีฬา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 2.35 และ 2.11 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 8 แสดงระดับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ทัศนคติเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวใน ประเทศ	ระดับของความคิดเห็น					$\bar{X}$ N=	S.D.	แปล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	420		ผล
1. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน	244 (58.1%)	165 (39.3%)	9 (2.1%)	2 (0.5%)	-	4.55	0.57	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	203 (48.3%)	190 (45.2%)	15 (3.6%)	8 (1.9%)	4 (1.0%)	4.38	0.73	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ	175 (41.7%)	219 (52.1%)	22 (5.2%)	2 (0.5%)	2 (0.5%)	4.34	0.64	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
4. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น	103 (24.5%)	255 (60.7%)	49 (11.7%)	12 (2.9%)	1 (0.2%)	4.06	0.70	เห็น ด้วย

ตาราง 8 (ต่อ)

ทัศนคติเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวใน ประเทศ	ระดับของความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	N= 420		
5. การท่องเที่ยวช่วย พัฒนาความเจริญไป สู่ภูมิภาคต่างๆของ ประเทศ	96 (22.9%)	261 (62.1%)	49 (11.7%)	13 (3.1%)	1 (0.2%)	4.04	0.70	เห็น ด้วย
6. การท่องเที่ยวทำให้ เกิดการจ้างงาน	104 (24.8%)	249 (59.3%)	49 (11.7%)	15 (3.6%)	3 (0.7%)	4.04	0.76	เห็น ด้วย
7. การท่องเที่ยวใน ประเทศมีค่าใช้จ่าย ถูกกว่าไปท่องเที่ยว ต่างประเทศ	169 (40.2%)	133 (31.7%)	85 (20.2%)	30 (7.1%)	3 (0.7%)	4.04	0.98	เห็น ด้วย
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะ ประสบปัญหา เศรษฐกิจก็สามารถ ท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	93 (22.1%)	257 (61.2%)	53 (12.6%)	12 (2.9%)	5 (1.2%)	4.00	0.76	เห็น ด้วย
9. การท่องเที่ยวนำ รายได้เข้าประเทศ มากอย่างที่คิดกัน***	62 (14.8%)	202 (48.1%)	116 (27.6%)	34 (8.1%)	6 (1.4%)	3.67	0.88	เห็น ด้วย
10. สามารถที่จะท่อง เที่ยวในขณะนี้ได้ เพราะไม่เป็นที่ การเปลี่ยนแปลง***	36 (8.6%)	214 (51.0%)	109 (26.0%)	48 (11.4%)	13 (3.1%)	3.50	0.92	เห็น ด้วย
11. การท่องเที่ยวไม่ ทำให้เกิดการ ทำลายธรรมชาติ เกิดแหล่งเสื่อม โทรม***	24 (5.7%)	95 (22.6%)	143 (34.0%)	131 (31.2%)	27 (6.4%)	2.90	1.01	ไม่ แน่ใจ

ตาราง 8 (ต่อ)

ทัศนคติเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวใน ประเทศ	ระดับของความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	แปล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	N= 420		ผล
12. การจัดการด้าน การท่องเที่ยวของ ไทยมีคุณภาพดี พอที่จะดึงดูดคน ให้มาท่องเที่ยว***	11 (2.6%)	100 (23.8%)	154 (36.7%)	124 (29.5%)	31 (7.4%)	2.85	0.96	ไม่แน่ ใจ
13. ในช่วงหลังสภาวะ วิกฤติเศรษฐกิจไม่ เกิดอาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมาท่องเที่ยว มาก***	4 (1.0%)	54 (12.9%)	117 (27.9%)	176 (41.9%)	69 (16.4%)	2.40	0.94	ไม่ เห็น ด้วย
รวม						3.75	0.42	เห็น ด้วย

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 8 แสดงผลทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโดยรวมจะเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.75 ซึ่งสามารถจำแนกความคิดเห็นได้ดังนี้

1. ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55

2. ทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

3. ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

4. ทัศนคติการมาท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

5. ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน และทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน และการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

6.ทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

7.ทัศนคติการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศมากอย่างที่คิดกัน พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศมากอย่างที่คิดกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

8.ทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง พบว่า คนวัยทำงานเห็นด้วยว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

9. ทัศนคติการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม พบว่า คนวัยทำงานไม่แน่ใจว่า การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

10.ทัศนคติการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว พบว่า คนวัยทำงานไม่แน่ใจว่าการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85

11.ทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก พบว่า คนวัยทำงานไม่เห็นด้วยว่า ในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ตาราง 9 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ปริมาณการท่องเที่ยวในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา		
ต่ำกว่า 2 ครั้ง	77	18.33
2 – 3 ครั้ง	180	42.86
4 – 5 ครั้ง	73	17.38
มากกว่า 5 ครั้ง	90	21.43
รวม	420	100.00
2. ช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยว		
ช่วงเทศกาลวันหยุด	128	30.48
วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์)	196	46.67
ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	79	18.81
อื่นๆ **** ²	17	4.04
รวม	420	100.00
3. พาหนะการท่องเที่ยว		
รถยนต์ส่วนตัว	283	67.39
รถไฟ	12	2.85
รถโดยสารประจำทาง	63	15.00
เครื่องบิน	7	1.67
รถเช่าเหมา	54	12.85
เรือ	1	0.24
รวม	420	100.00

**** ² อื่นๆ ของช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยว ได้แก่ ช่วงพักร้อน หรือแล้วแต่โอกาสจะอำนวย

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
4. ปัจจัยการท่องเที่ยว		
ครอบครัว	182	43.33
เพื่อน	194	46.19
องค์กร/สถาบัน/บริษัท	31	7.38
อื่นๆ **** ³	13	3.10
รวม	420	100.00
5. ผลกระทบจากการท่องเที่ยว		
มี ผลกระทบคือ **** ⁴	145	34.52
ไม่มี	275	65.48
รวม	420	100.00
6. ปริมาณการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับช่วงที่ประเทศยังไม่ประสบกับ สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ		
ลดลง	156	37.14
ปกติ	252	60.00
เพิ่มขึ้น	12	2.86
รวม	420	100.00
7. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ		
ไม่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	31	7.38
รายได้ลดลง	94	22.38
ความไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวมีมากกว่าปกติ	59	14.05
ขาดสมาชิกร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว	59	14.05
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้น	124	29.52
ภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โสเภณี ยาเสพติด	8	1.90
การที่ไม่ได้รับความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยว	27	6.43
อื่น ๆ **** ⁵	18	4.29
รวม	420	100.00

**** ³ อื่นๆ ของปัจจัยการท่องเที่ยว ได้แก่ เงิน สถานที่ เป็นต้น**** ⁴ อื่นๆ ของปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยว ได้แก่ เวลา ค่าครองชีพ เป็นต้น**** ⁵ ผลกระทบคือ ค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น รายได้ลดลง

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ปริมาณการท่องเที่ยวในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ปริมาณการท่องเที่ยว 2 – 3 ครั้ง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือปริมาณมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 ปริมาณต่ำกว่า 2 ครั้ง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 และปริมาณ 4 – 5 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 17.38 ตามลำดับ

ช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยว คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ คนวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยววันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์) มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ คนวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 30.48 คนวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 18.81 และคนวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงอื่นๆ ได้แก่ ช่วงพักร้อน แล้วแต่โอกาสจะอำนวย มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.04 ตามลำดับ

พาหนะการท่องเที่ยว คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ คนวัยทำงานท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 67.39 รองลงมาคือ คนวัยทำงานท่องเที่ยวโดยรถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 คนวัยทำงานท่องเที่ยวโดยรถเช่าเหมา มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 12.85 คนวัยทำงานท่องเที่ยวโดยรถไฟ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.85 คนวัยทำงานท่องเที่ยวโดยเครื่องบิน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 และคนวัยทำงานท่องเที่ยวโดยเรือ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.24 ตามลำดับ

ปัจจัยการท่องเที่ยว คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เพื่อน มีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 46.19 รองลงมาคือ ครอบครัว มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 องค์กร/สถาบัน/บริษัท มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.38 และปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ เงิน สถานที่ เป็นต้น มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

ผลกระทบจากการท่องเที่ยว คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ไม่มีผลกระทบจากการท่องเที่ยว เป็นจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 65.48 รองลงมาคือ มีผลกระทบจากการท่องเที่ยวเนื่องจากค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น รายได้ลดลง เป็นจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52

ปริมาณการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับช่วงที่ประเทศยังไม่ประสบกับสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามปริมาณการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงที่ประเทศยังไม่ประสบกับสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมากที่สุดคือ ปริมาณการท่องเที่ยวปกติ มีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ มีปริมาณลดลง เป็นจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 และมีปริมาณเพิ่มขึ้น เป็นจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 ตามลำดับ

ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมากที่สุดคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้น มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 29.52 รองลงมาคือ รายได้ลดลง มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.38 ความไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวมีมากกว่าปกติ มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.05 ขาดสมาชิกร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.05 ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.38 ไม่ได้รับความสะดวกสบายจากการท่องเที่ยว มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.43 ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ เวลา ค่าครองชีพ เป็นต้น มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.29 และภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น โสเภณี ยาเสพติด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว	ระดับของความถี่					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ทะเล	166 (39.5%)	133 (31.7%)	79 (18.8%)	31 (7.4%)	11 (2.6%)	3.98	1.06	มาก
ภูเขา	22 (5.2%)	72 (17.1%)	128 (30.5%)	124 (29.5%)	74 (17.6%)	2.63	1.12	ปานกลาง
น้ำตก	25 (6.0%)	60 (14.3%)	139 (33.1%)	119 (28.3%)	77 (18.3%)	2.61	1.12	ปานกลาง
สถานที่ประวัติศาสตร์	15 (3.6%)	47 (11.2%)	129 (30.7%)	128 (30.5%)	101 (24.0%)	2.40	1.08	ปานกลาง
เดินป่า	17 (4.0%)	32 (7.6%)	66 (15.7%)	116 (27.6%)	189 (45.0%)	1.98	1.13	น้อย

จากตาราง 10 แสดงผลพฤติกรรมของคนวัยทำงานที่เดินทางตามแหล่งท่องเที่ยว พบว่า คนวัยทำงานเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวระดับมาก คือ ทะเล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 คนวัยทำงานที่เดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวระดับปานกลาง คือ ภูเขา น้ำตก และสถานที่ประวัติศาสตร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 2.61 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนคนวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยวระดับน้อย คือ เดินป่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98

ตาราง 11 แสดงผลจำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ
ของคณวิทำงานในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ดังนี้

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	ระดับคะแนน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น	4	119			
การท่องเที่ยวจะเหมือนเดิม	3	209			
การท่องเที่ยวจะลดน้อยลง	2	82			
ไม่มีการท่องเที่ยวจนกว่าเศรษฐกิจจะดีขึ้น	1	10			
รวม		420	3.04	0.76	เหมือนเดิม

จากตาราง 11 แสดงผลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของคณวิทำงานในประเทศของพฤติกรรมโดยรวมจะเห็นว่า คณวิทำงานมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจะอยู่ในระดับเหมือนเดิม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 มวลเหตุจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ
ของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

H_0 : มวลเหตุจูงใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลัง
สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

H_1 : มวลเหตุจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลัง
สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมวลเหตุจูงใจกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของ
คณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตัวแปร	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะ วิกฤติเศรษฐกิจ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความ สัมพันธ์
มวลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	0.155**	0.001	มีความสัมพันธ์ใน ทิศทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มูลเหตุจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.155 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจแบบรายข้อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
1. เพื่อความสนุกสนาน	0.116*	0.017	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
2. เพื่อการพักผ่อน	0.139**	0.004	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
3. เพื่อเชิงวัฒนธรรม	0.057	0.241	ไม่มีความสัมพันธ์
4. เพื่อการแข่งขัน/ชมกีฬา	0.067	0.171	ไม่มีความสัมพันธ์
5. เพื่อการติดต่อธุรกิจ	0.041	0.403	ไม่มีความสัมพันธ์
6. เพื่อการประชุมสัมมนา	0.099*	0.043	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
7. การประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ	0.129**	0.008	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจแบบรายข้อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. มूलเหตุจูงใจเพื่อความสนุกสนานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มूलเหตุจูงใจเพื่อความสนุกสนานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.116 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

2. มุลเหตุจูงใจเพื่อการพักผ่อนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มุลเหตุจูงใจเพื่อการพักผ่อนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.139 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

3. มूलเหตุจูงใจเพื่อเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.241 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มूलเหตุจูงใจเพื่อเชิงวัฒนธรรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. มุลเหตุจูงใจเพื่อการแข่งขัน/ชมกัพกักับพฤตกรรมการท่งเท่ยวในประเทศของคณวัยทำงานหล้งสภาวะวฤฤฤฤฤฤฤฤฤฤ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่กักับ 0.171 ซ่งมากกว่า 0.05 นั้นค่อ ยอมรบัสมมุตฐานหลัก (H₀) หมายควมว่า มุลเหตุจูงใจเพื่อการแข่งขัน/ชมกัพกักับพฤตกรรมการท่งเท่ยวในประเทศของคณวัยทำงานหล้งสภาวะวฤฤฤฤฤฤฤฤฤฤม่มีความลัมพันธ์กัน

5. ผลเหตุจูงใจเพื่อการติดต่อธุรกิจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.403 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผลเหตุจูงใจเพื่อการติดต่อธุรกิจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. มวลเหตุจูงใจเพื่อการประชุมสัมมนา กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า มวลเหตุจูงใจเพื่อการประชุมสัมมนา กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.099 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

7. ผลเหตุจูงใจด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ผลเหตุจูงใจด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.129 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

สมมุติฐานข้อที่ 2 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน

เพศ - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 14

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	T-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
ทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศของ	ชาย	3.69	0.44	-1.948	418	0.052
คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	หญิง	3.78	0.41			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของคนวัยทำงานกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติ Independent Samples T-test ในการทดสอบ พบว่า ทัศนคติโดยรวมมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงผลการทดสอบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	เพศ	T-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่ม มากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ	ชาย	4.02	0.78	-0.883	418	0.378
	หญิง	4.09	0.66			
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	ชาย	4.24	0.88	-2.897*	418	0.004
	หญิง	4.45	0.64			
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจาก การทำงาน	ชาย	4.43	0.61	-3.145*	418	0.002
	หญิง	4.61	0.53			
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	ชาย	4.08	0.74	0.739	418	0.460
	หญิง	4.03	0.68			
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน	ชาย	3.97	0.80	-1.279	418	0.202
	หญิง	4.07	0.73			
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียน ของเงินภายในประเทศ	ชาย	4.33	0.69	-0.267	418	0.789
	หญิง	4.35	0.62			
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่า ไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	ชาย	3.97	1.03	-0.953	418	0.341
	หญิง	4.07	0.95			
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจ ท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้	ชาย	3.94	0.79	-1.280	418	0.201
	หญิง	4.04	0.74			
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่ เป็นการสิ้นเปลือง***	ชาย	3.48	0.95	-0.414	418	0.679
	หญิง	3.52	0.90			
10. การท่องเที่ยวมีรายได้เข้าประเทศอย่าง ที่คิดกัน***	ชาย	3.51	0.96	-2.538*	418	0.012
	หญิง	3.74	0.82			
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลาย ธรรมชาติแหล่งเสื่อมโทรม***	ชาย	2.97	1.00	1.027	418	0.305
	หญิง	2.86	1.01			
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย มี คุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว***	ชาย	2.76	0.96	-1.265	418	0.206
	หญิง	2.89	0.95			
13. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญา กรรม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมาท่องเที่ยวมาก***	ชาย	2.34	0.95	-0.990	418	0.323
	หญิง	2.43	0.94			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของควยทำงานกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติ Independent Samples T-test ในการทดสอบ พบว่า ทัศนคติข้อที่ 2, 3 และ 10 ที่มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.004, 0.002 และ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลชีวิต การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน และการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างปลอดภัยแตกต่างกัน

อายุ - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของควยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่จะศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของควยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.454	0.291	1.631	0.151
	ภายในกลุ่ม	414	73.798	0.178		
	รวม	419	75.252			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของควยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศของควยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.151 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของควยทำงานแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของควยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน
หลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอายุ

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้ เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.341	0.668	1.357	0.240
	ภายในกลุ่ม	414	203.923	0.493		
	รวม	419	207.264			
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	5	6.661	1.332	2.525*	0.029
	ภายในกลุ่ม	414	218.387	0.528		
	รวม	419	225.048			
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียด จากการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	4.478	0.896	2.864*	0.015
	ภายในกลุ่ม	414	129.472	0.313		
	รวม	419	133.950			
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไป สู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.996	0.599	1.227	0.296
	ภายในกลุ่ม	414	202.232	0.488		
	รวม	419	205.228			
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	8.997	1.799	3.233*	0.007
	ภายในกลุ่ม	414	230.393	0.557		
	รวม	419	239.390			
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียน ของเงินภายในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.627	0.525	1.267	0.277
	ภายในกลุ่ม	414	171.685	0.415		
	รวม	419	174.312			
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูก กว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	5.294	1.059	1.109	0.355
	ภายในกลุ่ม	414	395.170	0.955		
	รวม	419	400.464			

ตาราง 17 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหา เศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	ระหว่างกลุ่ม	5	1.721	0.344	0.601	0.700
	ภายในกลุ่ม	414	237.277	0.573		
	รวม	419	238.998			
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้ เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง***	ระหว่างกลุ่ม	5	2.418	0.484	0.574	0.720
	ภายในกลุ่ม	414	348.572	0.842		
	รวม	419	350.990			
10. การท่องเที่ยวไม่น่ารายได้เข้าประเทศ อย่างที่คิดกัน***	ระหว่างกลุ่ม	5	8.593	1.719	2.275*	0.046
	ภายในกลุ่ม	414	312.740	0.755		
	รวม	419	321.333			
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลาย ธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม***	ระหว่างกลุ่ม	5	8.842	1.768	1.756	0.121
	ภายในกลุ่ม	414	416.958	1.007		
	รวม	419	425.800			
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย มีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มา ท่องเที่ยว***	ระหว่างกลุ่ม	5	0.434	0.087	0.094	0.993
	ภายในกลุ่ม	414	381.814	0.922		
	รวม	419	382.248			
13. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิด อาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมา ท่องเที่ยวมาก***	ระหว่างกลุ่ม	5	2.968	0.594	0.668	0.648
	ภายในกลุ่ม	414	367.832	0.888		
	รวม	419	370.800			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ทัศนคติข้อที่ 2, 3, 5 และ 10 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน และการท่องเที่ยวสามารถได้เข้าประเทศอย่างปลอดภัย ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.029, 0.015, 0.007 และ 0.046 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

อายุ	$\bar{X}$	25 – 29 ปี	30 – 34 ปี	35 – 39 ปี	40 – 44 ปี	45 – 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		4.45	4.43	4.28	4.38	3.90	4.14
25 – 29 ปี	4.45		0.02 (0.813)	0.17 (0.123)	0.07 (0.692)	0.55* (0.002)	0.31 (0.281)
30 – 34 ปี	4.43			0.15 (0.195)	0.05 (0.795)	0.53* (0.003)	0.29 (0.317)
35 – 39 ปี	4.28				0.10 (0.526)	0.38* (0.047)	0.14 (0.647)
40 – 44 ปี	4.38					0.48* (0.025)	0.24 (0.435)
45 – 49 ปี	3.90						0.24 (0.447)
50 ปีขึ้นไป	4.14						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55

คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.53

คนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.38

คนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.48

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน

อายุ	$\bar{X}$	25 – 29 ปี	30 – 34 ปี	35 – 39 ปี	40 – 44 ปี	45 – 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		4.59	4.61	4.38	4.58	4.25	4.43
25 – 29 ปี	4.59		0.02 (0.748)	0.21* (0.011)	0.01 (0.888)	0.34* (0.009)	0.16 (0.445)
30 – 34 ปี	4.61			0.23* (0.008)	0.03 (0.757)	0.36* (0.007)	0.18 (0.393)
35 – 39 ปี	4.38				0.20 (0.135)	0.13 (0.373)	0.05 (0.826)
40 – 44 ปี	4.58					0.33 (0.050)	0.15 (0.534)
45 – 49 ปี	4.25						0.18 (0.468)
50 ปีขึ้นไป	4.43						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 35 – 39 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่

กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี กับอายุ 35 – 39 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.23

คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการจ้างงาน

อายุ	$\bar{X}$	25 – 29 ปี	30 – 34 ปี	35 – 39 ปี	40 – 44 ปี	45 – 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		4.17	3.97	3.79	4.12	3.80	4.29
25 – 29 ปี	4.17		0.20*	0.38*	0.05	0.37*	0.12
			(0.020)	(0.001)	(0.726)	(0.036)	(0.688)
30 – 34 ปี	3.97			0.18	0.15	0.17	0.32
				(0.139)	(0.361)	(0.348)	(0.274)
35 – 39 ปี	3.79				0.33	0.01	0.50
					(0.068)	(0.972)	(0.100)
40 – 44 ปี	4.12					0.32	0.17
						(0.156)	(0.592)
45 – 49 ปี	3.80						0.49
							(0.139)
50 ปีขึ้นไป	4.29						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 30 – 34 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการจ้างงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 35 – 39 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการจ้างงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดการจ้างงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน กับทัศนคติการท่องเที่ยวที่น่ารายได้เข้าประเทศอย่างที่ดีกัน

อายุ	$\bar{X}$	25 – 29 ปี	30 – 34 ปี	35 – 39 ปี	40 – 44 ปี	45 – 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		3.79	3.69	3.45	3.50	3.40	3.29
25 – 29 ปี	3.79		0.10 (0.356)	0.34* (0.010)	0.29 (0.118)	0.39 (0.060)	0.50 (0.136)
30 – 34 ปี	3.69			0.24 (0.076)	0.19 (0.303)	0.29 (0.162)	0.40 (0.228)
35 – 39 ปี	3.45				0.05 (0.801)	0.05 (0.830)	0.16 (0.640)
40 – 44 ปี	3.50					0.10 (0.699)	0.21 (0.563)
45 – 49 ปี	3.40						0.11 (0.765)
50 ปีขึ้นไป	3.29						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี กับอายุ 35 – 39 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวในรายได้เข้าประเทศอย่างถึัดกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

สถานภาพการสมรส - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ตัวแปรที่จะศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.071	0.035	0.195	0.823
คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ภายในกลุ่ม	417	75.181	0.180		
	รวม	419	75.252			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.823 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพสมรสของคนวัยทำงานแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคณวิทำงาน
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้ เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.511	1.255	2.557	0.079
	ภายในกลุ่ม	417	204.753	0.491		
	รวม	419	207.264			
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2	4.585	2.293	4.337*	0.014
	ภายในกลุ่ม	417	220.463	0.529		
	รวม	419	225.048			
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียด จากการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.033	0.516	1.620	0.199
	ภายในกลุ่ม	417	132.917	0.319		
	รวม	419	133.950			
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไป สู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.229	0.615	1.256	0.286
	ภายในกลุ่ม	417	204.000	0.489		
	รวม	419	205.229			
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.582	0.791	1.387	0.251
	ภายในกลุ่ม	417	237.809	0.570		
	รวม	419	239.391			
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียน ของเงินภายในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.288	0.644	1.552	0.213
	ภายในกลุ่ม	417	173.024	0.415		
	รวม	419	174.312			
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูก กว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.364	1.682	1.766	0.172
	ภายในกลุ่ม	417	397.100	0.952		
	รวม	419	400.464			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของ คนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหา เศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	ระหว่างกลุ่ม	2	0.793	0.397	0.694	0.500
	ภายในกลุ่ม	417	238.204	0.571		
	รวม	419	238.997			
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้ เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง***	ระหว่างกลุ่ม	2	0.931	0.465	0.554	0.575
	ภายในกลุ่ม	417	350.060	0.839		
	รวม	419	350.991			
10. การท่องเที่ยวไม่นำรายได้เข้าประเทศ อย่างที่คิดกัน***	ระหว่างกลุ่ม	2	5.649	2.825	3.731*	0.025
	ภายในกลุ่ม	417	315.684	0.757		
	รวม	419	321.333			
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลาย ธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม***	ระหว่างกลุ่ม	2	8.799	4.399	4.399*	0.013
	ภายในกลุ่ม	417	417.001	1.000		
	รวม	419	425.800			
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย มีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มา ท่องเที่ยว***	ระหว่างกลุ่ม	2	3.996	1.998	2.203	0.112
	ภายในกลุ่ม	417	378.252	0.907		
	รวม	419	382.248			
13. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิด อาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมา ท่องเที่ยวมาก***	ระหว่างกลุ่ม	2	0.213	0.106	0.120	0.887
	ภายในกลุ่ม	417	370.587	0.889		
	รวม	419	370.800			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของคณวิทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ทัศนคติข้อที่ 2, 10 และ 11 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างที่ดีกัน และการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.014, 0.025, และ 0.013 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่
		4.45	4.25	4.13
โสด	4.45		0.20* (0.009)	0.32 (0.099)
สมรส	4.25			0.12 (0.572)
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	4.13			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ คณวิทำงานที่มีสถานภาพโสดกับสมรส พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทำงานที่มีสถานภาพโสด แตกต่างเป็นรายคู่กับที่สมรสแล้ว ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวที่น่ารายได้เข้าประเทศอย่างที่ดีกัน

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		3.70	3.67	3.07
โสด	3.70		0.03 (0.799)	0.63* (0.007)
สมรส	3.67			0.60* (0.011)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.07			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดกับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวที่น่ารายได้เข้าประเทศอย่างที่ดีกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.63

คนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแล้วกับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแล้วแตกต่างเป็นรายคู่กับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวที่น่ารายได้เข้าประเทศอย่างที่ดีกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.60

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรส แตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
		2.81	3.05	3.40
โสด	2.81		0.24* (0.027)	0.59* (0.026)
สมรส	3.05			0.35 (0.200)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.40			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดกับสมรสแล้ว พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.027 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับสมรสแล้ว ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24

คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดกับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.59

ระดับการศึกษา - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 27 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่จะศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.879	0.439	2.463	0.086
	ภายในกลุ่ม	417	74.373	0.178		
	รวม	419	75.252			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการศึกษาของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างการศึกษา กับทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาของคนวัยทำงานแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคณวิทย์ทำงานหลัง
สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คณวิทย์ทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้ เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.573	0.787	1.595	0.204
	ภายในกลุ่ม	417	205.691	0.493		
	รวม	419	207.264			
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	2	6.223	3.112	5.930*	0.003
	ภายในกลุ่ม	417	218.824	0.525		
	รวม	419	225.048			
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียด จากการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.794	1.897	6.078*	0.003
	ภายในกลุ่ม	417	130.156	0.312		
	รวม	419	133.950			
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไป สู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.471	0.236	0.480	0.619
	ภายในกลุ่ม	417	204.757	0.491		
	รวม	419	205.228			
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	6.650	3.325	5.959*	0.003
	ภายในกลุ่ม	417	232.740	0.558		
	รวม	419	239.390			
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียน ของเงินภายในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.790	0.395	0.949	0.388
	ภายในกลุ่ม	417	173.522	0.416		
	รวม	419	174.312			
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูก กว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.176	0.089	0.092	0.912
	ภายในกลุ่ม	417	400.288	0.960		
	รวม	419	400.464			

ตาราง 28 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของ คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหา เศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	ระหว่างกลุ่ม	2	3.478	1.739	3.079*	0.047
	ภายในกลุ่ม	417	235.520	0.565		
	รวม	419	238.998			
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้ เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง***	ระหว่างกลุ่ม	2	6.222	3.111	3.763*	0.024
	ภายในกลุ่ม	417	344.769	0.827		
	รวม	419	350.991			
10. การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศ อย่างถึกถอดกัน***	ระหว่างกลุ่ม	2	7.559	3.780	5.023*	0.007
	ภายในกลุ่ม	417	313.774	0.752		
	รวม	419	321.333			
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลาย ธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม***	ระหว่างกลุ่ม	2	3.373	1.687	1.665	0.190
	ภายในกลุ่ม	417	422.427	1.013		
	รวม	419	425.800			
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย มีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มา ท่องเที่ยว***	ระหว่างกลุ่ม	2	2.656	1.328	1.459	0.234
	ภายในกลุ่ม	417	379.591	0.910		
	รวม	419	382.247			
13. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิด อาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมา ท่องเที่ยวมาก***	ระหว่างกลุ่ม	2	1.589	0.793	0.896	0.409
	ภายในกลุ่ม	417	369.211	0.885		
	รวม	419	370.800			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการศึกษาของคณวิทย์ทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ทัศนคติข้อที่ 2, 3, 5, 8, 9 และ 10 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง และการท่องเที่ยวสามารถได้เข้าประเทศอย่างถาวรที่คิดกัน ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.003, 0.003, 0.003, 0.047, 0.024 และ 0.007 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคณวิทย์ทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

การศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 4.18	ปริญญาตรี 4.47	สูงกว่าปริญญาตรี 4.35
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18		0.29* (0.001)	0.17 (0.133)
ปริญญาตรี	4.47			0.12 (0.185)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.35			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ คณวิทย์ทำงานที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทย์ทำงานที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน

การศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 4.38	ปริญญาตรี 4.60	สูงกว่าปริญญาตรี 4.60
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.38		0.22* (0.001)	0.22* (0.010)
ปริญญาตรี	4.60			0.00 (0.956)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.60			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน

การศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.85	ปริญญาตรี 4.05	สูงกว่าปริญญาตรี 4.24
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.85		0.20* (0.022)	0.39* (0.001)
ปริญญาตรี	4.05			0.19 (0.059)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.24			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้

การศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.84	ปริญญาตรี 4.06	สูงกว่าปริญญาตรี 4.04
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.84		0.22* (0.015)	0.20 (0.082)
ปริญญาตรี	4.06			0.02 (0.863)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคณวิทย์ทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง

การศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.29	ปริญญาตรี 3.56	สูงกว่าปริญญาตรี 3.61
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.29		0.27* (0.013)	0.32* (0.020)
ปริญญาตรี	3.56			0.05 (0.652)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.61			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ คณวิทย์ทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทย์ทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี ด้านทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

คณวิทย์ทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทย์ทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคณวิทย์ทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับทัศนคติว่าการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างปลอดภัย

การศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.43	ปริญญาตรี 3.73	สูงกว่าปริญญาตรี 3.79
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.43		0.30* (0.004)	0.36* (0.007)
ปริญญาตรี	3.73			0.06 (0.600)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.79			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างที่ต้องการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างที่ต้องการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

อาชีพ - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่จะศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.396	1.132	6.553*	0.000
คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ภายในกลุ่ม	416	71.856	0.173		
	รวม	419	75.252			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว 3.75	พนักงาน บริษัท 3.77	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ 3.79	อื่นๆ (รับจ้าง/ แม่บ้าน) 3.34
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.75		0.02 (0.881)	0.04 (0.734)	0.41* (0.000)
พนักงานบริษัท	3.77			0.02 (0.762)	0.43* (0.000)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	3.79				0.45* (0.000)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	3.34				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวโดยภาพรวมในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงาน
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอาชีพ

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้ เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.490	0.497	1.004	0.391
	ภายในกลุ่ม	416	205.775	0.495		
	รวม	419	207.265			
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	3	11.923	3.974	7.757*	0.000
	ภายในกลุ่ม	416	213.125	0.512		
	รวม	419	225.048			
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียด จากการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	4.266	1.422	4.562*	0.004
	ภายในกลุ่ม	416	129.684	0.312		
	รวม	419	133.950			
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไป สู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.124	1.041	2.143	0.094
	ภายในกลุ่ม	416	202.125	0.486		
	รวม	419	205.229			
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน	ระหว่างกลุ่ม	3	4.451	1.484	2.627	0.050
	ภายในกลุ่ม	416	234.940	0.565		
	รวม	419	239.391			
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียน ของเงินภายในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.874	0.958	2.325	0.074
	ภายในกลุ่ม	416	171.438	0.412		
	รวม	419	174.312			
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูก กว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.767	0.589	0.614	0.606
	ภายในกลุ่ม	416	398.697	0.958		
	รวม	419	400.464			

ตาราง 37 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของ คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหา เศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	ระหว่างกลุ่ม	3	4.725	1.575	2.797*	0.040
	ภายในกลุ่ม	416	234.272	0.563		
	รวม	419	238.997			
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะที่ได้ เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง***	ระหว่างกลุ่ม	3	13.426	4.475	5.515*	0.001
	ภายในกลุ่ม	416	337.565	0.811		
	รวม	419	350.991			
10. การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศ อย่างที่คิดกัน***	ระหว่างกลุ่ม	3	3.289	1.096	1.434	0.232
	ภายในกลุ่ม	416	318.045	0.765		
	รวม	419	321.334			
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลาย ธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม***	ระหว่างกลุ่ม	3	7.092	2.364	2.349	0.072
	ภายในกลุ่ม	416	418.708	1.007		
	รวม	419	425.800			
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย มีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มา ท่องเที่ยว***	ระหว่างกลุ่ม	3	10.151	3.384	3.783*	0.011
	ภายในกลุ่ม	416	372.096	0.894		
	รวม	419	382.247			
13. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิด อาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมา ท่องเที่ยวมาก***	ระหว่างกลุ่ม	3	7.402	2.467	2.825*	0.038
	ภายในกลุ่ม	416	363.398	0.874		
	รวม	419	370.800			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ทัศนคติข้อที่ 2, 3, 8, 9, 12 และ 13 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000, 0.004, 0.040, 0.001, 0.011 และ 0.038 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 38 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบธุรกิจส่วนตัว 4.37	พนักงานบริษัท 4.45	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ 4.21	อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน) 3.68
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.37		0.08 (0.490)	0.16 (0.317)	0.69* (0.001)
พนักงานบริษัท	4.45			0.24* (0.041)	0.77* (0.000)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	4.21				0.53* (0.008)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	3.68				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.69

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.77

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานบริษัท	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)
		4.59	4.58	4.49	4.11
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.59		0.01 (0.958)	0.10 (0.427)	0.48* (0.002)
พนักงานบริษัท	4.58			0.09 (0.311)	0.47* (0.000)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	4.49				0.38* (0.013)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	4.11				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.48

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่อาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าการท่องเที่ยวช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้

อาชีพ	X	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว 3.95	พนักงาน บริษัท 4.05	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ 3.84	อื่นๆ (รับจ้าง/ แม่บ้าน) 3.63
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.95		0.10 (0.411)	0.11 (0.487)	0.32 (0.126)
พนักงานบริษัท	4.05			0.21 (0.077)	0.42* (0.018)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	3.84				0.21 (0.320)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	3.63				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว 3.56	พนักงาน บริษัท 3.54	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ 3.56	อื่นๆ (รับจ้าง/ แม่บ้าน) 2.68
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.56		0.02 (0.885)	0.00 (0.988)	0.88* (0.001)
พนักงานบริษัท	3.54			0.02 (0.898)	0.86* (0.000)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	3.56				0.88* (0.000)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	2.68				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.88

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.86

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับทัศนคติการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว 2.59	พนักงาน บริษัท 2.83	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ 3.26	อื่นๆ (รับจ้าง/ แม่บ้าน) 2.79
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.59		0.24 (0.120)	0.67* (0.001)	0.20 (0.437)
พนักงานบริษัท	2.83			0.43* (0.006)	0.04 (0.857)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	3.26				0.47 (0.074)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	2.79				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.67

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ด้านทัศนคติเกี่ยวกับการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกับทัศนคติในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	อื่นๆ (รับจ้าง/ แม่บ้าน)
		2.59	2.40	2.44	1.84
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.59		0.19 (0.242)	0.14 (0.482)	0.75* (0.004)
พนักงานบริษัท	2.40			0.04 (0.802)	0.56* (0.011)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	2.44				0.60* (0.020)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	1.84				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.75

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่อาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.56

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านทัศนคติในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.60

รายได้ต่อเดือน - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 44 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่จะศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.535	0.107	0.592	0.706
	ภายในกลุ่ม	414	74.717	0.180		
	รวม	419	75.252			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.706 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนของคนวัยทำงานแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

ตาราง 45 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศแบบรายข้อของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ	ระหว่างกลุ่ม	5	6.410	1.282	2.643*	0.023
	ภายในกลุ่ม	414	200.854	0.485		
	รวม	419	207.264			

ตาราง 45 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของ คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	ระหว่างกลุ่ม	5	4.609	0.922	1.731	0.126
	ภายในกลุ่ม	414	220.439	0.532		
	รวม	419	225.048			
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียด จากการทำงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	2.700	0.540	1.703	0.133
	ภายในกลุ่ม	414	131.250	0.317		
	รวม	419	133.950			
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไป สู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	3.684	0.737	1.514	0.184
	ภายในกลุ่ม	414	201.544	0.487		
	รวม	419	205.228			
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.548	0.710	1.246	0.287
	ภายในกลุ่ม	414	235.843	0.570		
	รวม	419	239.391			
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียน ของเงินภายในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.192	0.238	0.570	0.723
	ภายในกลุ่ม	414	173.120	0.418		
	รวม	419	174.312			
7. การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูก กว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	12.614	2.523	2.693*	0.021
	ภายในกลุ่ม	414	387.850	0.937		
	รวม	419	400.464			
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหา เศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	ระหว่างกลุ่ม	5	3.492	0.698	1.228	0.295
	ภายในกลุ่ม	414	235.506	0.569		
	รวม	419	238.998			

ตาราง 45 (ต่อ)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศของ คนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้ เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง***	ระหว่างกลุ่ม	5	8.499	1.700	2.055	0.070
	ภายในกลุ่ม	414	342.491	0.827		
	รวม	419	350.990			
10. การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศ อย่างที่คิดกัน***	ระหว่างกลุ่ม	5	0.676	0.135	0.175	0.972
	ภายในกลุ่ม	414	320.657	0.775		
	รวม	419	321.333			
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลาย ธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม***	ระหว่างกลุ่ม	5	6.373	1.275	1.258	0.281
	ภายในกลุ่ม	414	419.427	1.013		
	รวม	419	425.800			
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย มีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มา ท่องเที่ยว***	ระหว่างกลุ่ม	5	3.399	0.680	0.743	0.592
	ภายในกลุ่ม	414	378.849	0.915		
	รวม	419	382.248			
13. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิด อาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมา ท่องเที่ยวมาก***	ระหว่างกลุ่ม	5	5.499	1.100	1.246	0.287
	ภายในกลุ่ม	414	365.301	0.882		
	รวม	419	370.800			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ของคนวัยทำงานเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ทัศนคติข้อที่ 1 และ 7 มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานะนั้นๆ และทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่า ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.023 และ 0.021 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า

0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ

รายได้ต่อเดือน	— X	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,001- 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป
		4.09	4.13	4.05	3.80	4.44	4.08
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.09		0.04 (0.645)	0.04 (0.694)	0.29* (0.015)	0.35 (0.147)	0.01 (0.981)
10,000-20,000 บาท	4.13			0.08 (0.346)	0.33* (0.001)	0.31 (0.190)	0.05 (0.814)
20,001-30,000 บาท	4.05				0.25* (0.034)	0.39 (0.103)	0.03 (0.862)
30,001-40,000 บาท	3.80					0.64* (0.010)	0.28 (0.194)
40,001-50,000 บาท	4.44						0.36 (0.240)
50,001 บาทขึ้นไป	3.08						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์คณวิทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับคณวิทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

คณวิทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท กับคณวิทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,001 – 30,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,001 – 30,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25

คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 – 40,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 – 40,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับทัศนคติว่าการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

รายได้ต่อเดือน	— X	ต่ำกว่า 10,000 บาท 4.15	10,000 – 20,000 บาท 4.14	20,001- 30,000 บาท 3.80	30,001- 40,000 บาท 3.83	40,001- 50,000 บาท 4.00	50,001 บาทขึ้นไป 4.50
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.15		0.01 (0.915)	0.35* (0.021)	0.32 (0.054)	0.15 (0.656)	0.35 (0.246)
10,000-20,000 บาท	4.14			0.34* (0.009)	0.31* (0.036)	0.14 (0.677)	0.36 (0.211)
20,001-30,000 บาท	3.80				0.03 (0.874)	0.20 (0.565)	0.70* (0.020)
30,001-40,000 บาท	3.83					0.17 (0.625)	0.67* (0.030)
40,001-50,000 บาท	4.00						0.50 (0.242)
50,001 บาทขึ้นไป	4.50						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน

20,001 – 30,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 – 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,001 – 30,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,001 – 30,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.70

คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 – 40,000 บาท กับคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,001 – 40,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ด้านทัศนคติการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.67

สมมุติฐานข้อที่ 3 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมุติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน

เพศ - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมุติฐานแสดงดังตาราง 42

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทย์ทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจระหว่างเพศชายและเพศหญิง

ตัวแปรที่ศึกษา	T-test for Equality of Means					
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	p
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ชาย	3.08	0.73	0.729	418	0.467
	หญิง	3.02	0.77			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของคณวิทย์ทำงานกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทย์ทำงานหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติ Independent Samples T-test ในการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.467 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทย์ทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

อายุ - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 49 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทย์ทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ รวม	ระหว่างกลุ่ม	5	11.083	2.217	4.003*	0.001
	ภายในกลุ่ม	414	229.229	0.554		
		419	240.312			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของคนวัยทำงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 50 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

อายุ	$\bar{X}$	25 – 29 ปี	30 – 34 ปี	35 – 39 ปี	40 – 44 ปี	45 – 49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		3.18	2.99	3.00	2.65	2.65	3.29
25 – 29 ปี	3.18		0.19* (0.033)	0.18 (0.118)	0.53* (0.001)	0.53* (0.003)	0.11 (0.702)
30 – 34 ปี	2.99			0.01 (0.947)	0.34* (0.035)	0.34 (0.057)	0.30 (0.310)
35 – 39 ปี	3.00				0.35* (0.049)	0.35 (0.070)	0.29 (0.338)
40 – 44 ปี	2.65					0.00 (0.986)	0.64 (0.047)
45 – 49 ปี	2.65						0.64 (0.052)
50 ปีขึ้นไป	3.29						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปีกับอายุ 30 – 34 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปีกับอายุ 40 – 44 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปีกับอายุ 45 – 49 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปีกับอายุ 40 – 44 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

คนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปีกับอายุ 40 – 44 ปี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี แตกต่างเป็นรายคู่กับคนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

สถานภาพสมรส - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมุติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมุติฐานข้อใดปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	5.818	2.909	5.173*	0.006
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ภายในกลุ่ม	417	234.493	0.562		
รวม		419	240.311			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพสมรสของคณวิทำงานกับพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท้องเที่ยว มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติ เศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคณวิทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สถานภาพ	$\bar{X}$	โสด 3.12	สมรส 2.91	หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ 2.67
โสด	3.12		0.21* (0.011)	0.45* (0.024)
สมรส	2.91			0.24 (0.237)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2.67			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ คณวิทำงานที่มีสถานภาพโสดกับสมรสแล้ว พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทำงานที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับสมรสแล้วเกี่ยวกับพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

คณวิทำงานที่มีสถานภาพโสดกับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คณวิทำงานที่มีสถานภาพโสดแตกต่างเป็นรายคู่กับหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท้องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

ระดับการศึกษา – สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2	11.865	5.932	10.829*	0.000
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ภายในกลุ่ม	417	228.447	0.548		
รวม		419	240.312			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของคนวัยทำงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในนาคต มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การศึกษา	X	ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.74	ปริญญาตรี 3.13	สูงกว่าปริญญาตรี 3.04
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.74		0.39* (0.000)	0.30* (0.000)
ปริญญาตรี	3.13			0.09 (0.870)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.04			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับปริญญาตรี กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39

คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีแตกต่างเป็นรายคู่กับสูงกว่าปริญญาตรี กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

อาชีพ - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	3	10.984	3.661	6.641*	0.000
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ภายในกลุ่ม	416	229.328	0.551		
รวม		419	240.312			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของคนวัยทำงานกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ มีค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์นำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

อาชีพ	$\bar{X}$	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	อื่นๆ (รับจ้าง / แม่บ้าน)
		2.68	3.11	3.05	2.58
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.68		0.43* (0.001)	0.37* (0.025)	0.10 (0.614)
พนักงานบริษัท	3.11			0.06 (0.579)	0.53* (0.002)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ	3.05				0.47* (0.023)
อื่นๆ (รับจ้าง/แม่บ้าน)	2.58				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับพนักงานบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานบริษัท ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43

คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวแตกต่างเป็นรายคู่กับพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.53

คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการกับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการแตกต่างเป็นรายคู่กับอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

รายได้ต่อเดือน - สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	F-Prob.
พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5	2.972	0.594	1.037	0.395
หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ	ภายในกลุ่ม	414	237.340	0.573		
รวม		419	240.312			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของคนวัยทำงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีค่า F-Prob. มากกว่า 0.05 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ที่มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.395 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า รายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

H_0 : ทศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

H_1 : ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ตัวแปร	พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
ทัศนคติการท่องเที่ยว	0.090	0.066	ไม่มีความสัมพันธ์
N = 420			

จากตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นทัศนคติการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.066 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.090 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 59 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวแบบรายข้อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ทัศนคติการท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับของความสัมพันธ์
1. การมาท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น	0.018	0.721	ไม่มีความสัมพันธ์
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	0.058	0.234	ไม่มีความสัมพันธ์
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน	0.071	0.149	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 59 (ต่อ)

ทัศนคติการท่องเที่ยว	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวหลัง สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ (Pearson Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับของความ สัมพันธ์
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความ เจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ	-0.021	0.663	ไม่มีความสัมพันธ์
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการ จ้างงาน	0.085	0.082	ไม่มีความสัมพันธ์
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหล เวียนของเงินภายในประเทศ	0.021	0.674	ไม่มีความสัมพันธ์
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่าย ถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ	-0.018	0.712	ไม่มีความสัมพันธ์
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหา เศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่าง ประหยัดได้	0.108*	0.026	มีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางเดียวกัน
9. สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง***	0.167**	0.001	มีความสัมพันธ์กัน ในทิศทางเดียวกัน
10. การท่องเที่ยวมีรายได้เข้า ประเทศมากอย่างที่คิดกัน***	0.042	0.391	ไม่มีความสัมพันธ์
11. การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการ ทำลายธรรมชาติเกิดแหล่ง เสื่อมโทรม***	0.005	0.914	ไม่มีความสัมพันธ์
12. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะ ดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว***	0.012	0.809	ไม่มีความสัมพันธ์
13. ในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ไม่เกิดอาชญากรรม มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมา ท่องเที่ยวมาก***	0.071	0.146	ไม่มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*** เป็นคำถามเชิงลบซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติแบบรายข้อกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1.ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.721 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.ทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.234 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.663 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

5.ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

6.ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.074 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

7.ทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.712 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

8. ทศนคติถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.108 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

9. ทศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลืองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลืองกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.167 แสดงว่า สัดส่วนของตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

10. ทศนคติการท่องเที่ยวน่าจะเข้าประเทศมากอย่างที่ติดกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.391 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติการท่องเที่ยวน่าจะเข้าประเทศมากอย่างที่ติดกันกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

11. ทศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.914 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

12. ทศนคติการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.809 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

13. ทศนคติในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.146 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของคนกลุ่มวัยทำงานที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศ เพื่อเป็นฐานข้อมูลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศให้สามารถสนองตอบความต้องการนักท่องเที่ยวได้ และช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนผู้ประกอบการสามารถเลือกกลยุทธ์ในการจัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดให้เกิดประสิทธิผลในการโน้มน้าวให้ประชาชนตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติ

เศรษฐกิจ

2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลัง

สภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

3. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะ

วิกฤติเศรษฐกิจ

สมมุติฐานในการวิจัย

1. มูลเหตุจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

2. ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

3. ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานที่มีงานทำกำหนดอายุ 25 - 59 ปี เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต เป็นจำนวนทั้งสิ้น 3,526,100 คน จากรายงานจำนวนประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ สถานภาพแรงงานและเพศ กรุงเทพมหานคร (ข้อมูลไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2544 : สำนักงานสถิติแห่งชาติ)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกเฉพาะกลุ่มประชากรวัยทำงานที่มีงานทำอยู่ระหว่าง 25-59 ปี เนื่องจากเป็นผู้มีรายได้เป็นของตนเองเพียงพอในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว เป็นจำนวนทั้งสิ้น 420 คน โดยวิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane หรือการคำนวณจากการใช้สูตร การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองใหญ่ๆ ตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับฉลากเลือกเขตใดเขตหนึ่งเป็นตัวแทนแต่ละกลุ่มการปกครอง ดังนั้นจะได้หนึ่งเขตจากหนึ่งกลุ่มการปกครอง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธี Quota คำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลในแต่ละเขตที่จับฉลากได้ในขั้นที่ 2

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้แบบพิจารณาหรือเจาะจง (Judgement Sampling / Purposive Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้สอบถามเพื่อเลือกผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับผู้มีงานทำที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 25-59 ปี เท่านั้นในแต่ละกลุ่มเขตที่ได้เลือกไว้ในขั้นที่ 3

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลมูลเหตุจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 เอกสารเผยแพร่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และกรมการปกครอง
- 1.2 หนังสือพิมพ์ธุรกิจ วารสารต่าง ๆ
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 10

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 มूलเหตุจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สมมุติฐานข้อที่ 2 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สมมุติฐานข้อที่ 3 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

สมมุติฐานข้อที่ 4 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.67 โดยคนวัยทำงานส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา คือ อายุ 30 - 34 ปี และอายุ 35 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.24 และคิดเป็นร้อยละ 13.81 ตามลำดับ ซึ่งคนวัยทำงานส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 67.38 และ 29.05 ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า คนวัยทำงานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.10 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.05 และคิดเป็นร้อยละ 17.86 ตามลำดับ

ส่วนของอาชีพ พบว่า คนวัยทำงานส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 75.48 รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10.24 และคิดเป็นร้อยละ 9.76 ตามลำดับ โดยรายได้ต่อเดือน พบว่า คนวัยทำงานส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.43 รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.71 และคิดเป็นร้อยละ 18.81 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานหลังภาวะเศรษฐกิจ

จากการศึกษาข้อมูลมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานส่วนใหญ่ในระดับมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในระดับมาก คือ เพื่อความสนุกสนาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง คือ การประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ และ เพื่อเจริญวัฒนธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 และ 2.61 ตามลำดับ ส่วนมูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศระดับน้อย คือ เพื่อการประชุมสัมมนา การติดต่อธุรกิจ และเพื่อการแข่งขัน/ชมกีฬา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 2.35 และ 2.11 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากการศึกษาข้อมูลทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า

1. คนวัยทำงานเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55

2. คนวัยทำงานเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

3. คนวัยทำงานเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

4. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

5. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

6. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

7. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

8. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่า ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

9. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวสามารถได้เข้าประเทศมากอย่างที่คิดกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

10. คนวัยทำงานเห็นด้วยว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

11. คนวัยทำงานไม่แน่ใจว่า การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90

12. คนวัยทำงานผู้บริโภคคนวัยทำงานไม่แน่ใจว่า การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85

13. คนวัยทำงานไม่เห็นด้วยว่า ในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า

1. ปริมาณการท่องเที่ยวในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาของคนวัยทำงานส่วนใหญ่มีปริมาณ 2 – 3 ครั้ง รองลงมา คือ ปริมาณมากกว่า 5 ครั้ง และปริมาณต่ำกว่า 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.86 21.43 และ 18.33 ตามลำดับ

2. ช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานส่วนใหญ่จะเดินทางวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์) รองลงมาคือ ช่วงเทศกาลวันหยุด และ ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 46.67 30.48 และ 18.81 ตามลำดับ

3. พาหนะการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง และ รถเช่าเหมา คิดเป็นร้อยละ 67.39 15.00 และ 12.85 ตามลำดับ

4. ปัจจัยการท่องเที่ยวของคนวัยทำงาน พบว่า เพื่อนจะเป็นปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 46.19 และ 43.33 ตามลำดับ

5. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานส่วนใหญ่การเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีผลกระทบ คิดเป็นร้อยละ 65.48

6. ปริมาณการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับช่วงที่ประเทศยังไม่ประสบกับสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของคนวัยทำงานส่วนใหญ่มีปริมาณเป็นปกติ รองลงมาคือ ลดลง คิดเป็นร้อยละ 60.00 และ 37.14 ตามลำดับ

7. ปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของคนวัยทำงาน พบว่า ปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้น รองลงมาคือ รายได้ลดลง คิดเป็นร้อยละ 29.52 และ 22.38 ตามลำดับ

8. แหล่งท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า คนวัยทำงานเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวระดับมาก คือ ทะเล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 คนวัยทำงานที่เดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวระดับปานกลาง คือ ภูเขา น้ำตก และสถานที่ประวัติศาสตร์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 2.61 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนคนวัยทำงานที่เดินทางท่องเที่ยวระดับน้อย คือ เดินป่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.98

9. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของคนวัยทำงานจะอยู่ในระดับเหมือนเดิม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

การทดสอบสมมุติฐานผู้วิจัยได้พิจารณาทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ดังนี้

ความคิดเห็นเชิงบวก (Positive) ได้แก่

1. การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ
2. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต
3. การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน
4. การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ
5. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน
6. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ
7. การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ
8. ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้

ความคิดเห็นเชิงลบ (Negative) ได้แก่

1. ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องท่องเที่ยวในขณะนี้เพราะเป็นการสิ้นเปลือง
2. การท่องเที่ยวไม่ได้มีรายได้เข้าประเทศอย่างที่ตั้งใจกัน
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม
4. การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย ไม่มีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว
5. ในช่วงสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจยังคงเกิดอาชญากรรม ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน คนจึงมาท่องเที่ยวน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับความคิดเห็นเชิงลบ ผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 มวลเหตุของใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของ
คนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมวลเหตุของใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กัน 0.155 และความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานข้อที่ 2 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์
ที่ต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

เพศ - คนวัยทำงานที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศ ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม การจัดการมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า คนวัยทำงานมีทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลชีวิต ช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน และการท่องเที่ยวสามารถได้เข้าประเทศอย่างที่ตั้งใจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อายุ - คนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศ ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม การจัดการมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า คนวัยทำงานมีทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลชีวิต ช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน ทำให้เกิดการจ้างงาน และนำรายได้เข้าประเทศอย่างที่ตั้งใจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพสมรส - คนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ ช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศ ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง การจัดการมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า คนวัยทำงานมีทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลชีวิต การท่องเที่ยวสามารถได้เข้าประเทศอย่างที่ตั้งใจ และการ

ท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา - คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศ การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม การจัดการมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า คนวัยทำงานมีทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลชีวิต ช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ทำให้เกิดการจ้างงาน ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง และการท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างจำกัดที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ - คนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศ การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างจำกัด และไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า คนวัยทำงานมีทัศนคติการท่องเที่ยวว่าเป็นการให้รางวัลชีวิต ช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง การจัดการมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน - คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลชีวิต ช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ ถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ สามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง การท่องเที่ยวสามารถเข้าประเทศอย่างจำกัด การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม การจัดการมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่พบว่า คนวัยทำงานมีทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้นๆ และการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานข้อที่ 3 ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า

เพศ - คนวัยทำงานที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อายุ - คนวัยทำงานที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพสมรส - คนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา - คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ - คนวัยทำงานที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน - คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

สมมุติฐานข้อที่ 4 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยไม่มีความสัมพันธ์กัน 0.090 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งจากการศึกษามูลเหตุจูงใจแบบรายข้อ จะเห็นได้ว่า มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเรียงลำดับจากระดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย คือ เพื่อการพักผ่อน การประชาสัมพันธ์ดึงดูดใจ เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อการประชุมสัมมนา

2. การศึกษาประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ

สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่ต่างกัน ส่วนคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน โดยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลของทัศนคติแบบรายข้อดังนี้

2.1 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้น ๆ ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากสถานที่นั้น ๆ

ส่วนคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างจากคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท กล่าวคือ คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท นอกจากนี้ คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท บาท มีทัศนคติแตกต่างจากคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท กล่าวคือ คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท บาท เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท

2.2 คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

ส่วนคนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีเพศหญิงเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าเพศชายว่าทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี อายุ 30 – 34 ปี อายุ 35 – 39 ปี และอายุ 40 – 44 ปี มีทัศนคติแตกต่างจากคนวัยทำงานอายุ 45 – 49 ปี กล่าวคือ คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี อายุ 30 – 34 ปี อายุ 35 – 39 ปี และอายุ 40 – 44 ปี เห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี คนวัยทำงานที่เป็นโสดจะเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าคนวัยทำงานที่สมรสแล้ว และคนวัยทำงานที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าคนวัยทำงานที่มีการศึกษาปริญญาตรี

นอกจากนี้คนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน คนวัยทำงานที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ

2.3 คนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรส และรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงานไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน

ส่วนคนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีเพศหญิงจะเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าเพศชายว่าทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี และ อายุ 30 – 34 ปี มีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี และ อายุ 45 – 49 ปี คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี นอกจากนี้คนวัยทำงานที่มีอาชีพ

ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เห็นด้วยอย่างยิ่งมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน

2.4 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศ

2.5 คนวัยทำงานที่มีเพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน

ส่วนคนวัยทำงานที่มีอายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงานที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี อายุ 35 – 39 ปี และอายุ 45 – 49 ปี คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

2.6 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ

2.7 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศ

ส่วนคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปต่างประเทศที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน รายได้ 30,001 – 40,000 บาท นอกจากนี้คนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป

2.8 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวว่าถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้

ส่วนคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวว่าถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจท่านก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีการศึกษาปริญญาตรี ส่วนคนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัทเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน

2.9 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลืองไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง

ส่วนคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติว่าสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลืองที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคนวัยทำงานที่

ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน

2.10 คนวัยทำงานที่มีอาชีพและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวมีรายได้เข้าประเทศอย่างใดที่คิดกันไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวมีรายได้เข้าประเทศอย่างใดที่คิดกัน

ส่วนคนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวมีรายได้เข้าประเทศอย่างใดที่คิดกันที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานเพศหญิงเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานเพศชาย คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 35 – 39 ปี คนวัยทำงานที่เป็นโสด และสมรสแล้วเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่เป็นหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ นอกจากนี้คนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

2.11 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม

ส่วนคนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติว่าการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรมที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสดไม่แน่ใจมากกว่าคนวัยทำงานที่มีสถานภาพสมรสแล้ว และหม้าย/หย่าร้าง /แยกกันอยู่

2.12 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติว่าการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่แน่ใจว่าการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว

ส่วนคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติว่าการจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทไม่แน่ใจมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ

2.13 คนวัยทำงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติว่าในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่เห็นด้วยว่าในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมาก

ส่วนคนวัยทำงานที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติว่าในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากที่แตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ ไม่เห็นด้วยมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน

3. ประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน มีประเด็นที่สามารถมาอภิปรายผลได้ดังนี้

คนวัยทำงานที่มีเพศ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ คนวัยทำงานมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเหมือนเดิม

ส่วนคนวัยทำงานที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันก็มีพฤติกรรมท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน พบว่า คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 30 – 34 ปี คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี อายุ 30 – 34 ปี และอายุ 35 – 39 ปี มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 40 – 44 ปี คนวัยทำงานที่มีอายุ 25 – 29 ปี มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอายุ 45 – 49 ปี และคนวัยทำงานที่มีสถานภาพโสด มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่สถานภาพสมรสแล้วและหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี นอกจากนี้คนวัยทำงานที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่มีเป็นพนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ คนวัยทำงานที่เป็นพนักงานบริษัท และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ มีการท่องเที่ยวเหมือนเดิมมากกว่าคนวัยทำงานที่มีอาชีพอื่นๆ ได้แก่ รับจ้าง/แม่บ้าน

4. ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า คนวัยทำงานที่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาแบบรายข้อของทัศนคติ จะเห็นได้ว่า ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวว่าถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ และสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน ส่วนทัศนคติการมาท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้น เป็นการให้รางวัลกับชีวิต ช่วยให้เกิดความตั้งใจเรียนจากการทำงาน ช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงาน ทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวสามารถได้เข้าประเทศมากอย่างที่ต้องการ การท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติเกิดแหล่งเสื่อมโทรม การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทยมีคุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว และในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่เกิดอาชญากรรมมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคนจึงมาท่องเที่ยวมากไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

จากข้อมูลข้างต้น มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยพบว่ามูลเหตุจูงใจส่วนใหญ่จะเป็น เพื่อการพักผ่อน การประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อการประชุมสัมมนา โดยใช้แนวคิดของ มล.ต๋อย ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี (2527 : 60-61) และ ฮัดแมน (Hudman.1980 : 33-34) ซึ่งได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวจากสภาพเงื่อนไขภายในตัวบุคคลสาเหตุจาก ความอยากรู้อยากเห็น และความพึงพอใจ ส่วนสภาพเงื่อนไขภายนอก จะได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ และสภาพอื่นๆ เป็นต้น นอกจากนั้น แมคอินทอช (Mcintosh.1977 : 51-52) เสนอแนวคิดสอดคล้องกับฮัดแมนเช่นกัน คือ มูลเหตุจูงใจทางด้านร่างกายและทางด้านวัฒนธรรม ส่วนการประชาสัมพันธ์จะประกอบด้วยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสาร การบอกกล่าวชี้แจงให้เกิดความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิจิณี วรรณสกล (2542 : 100) พบว่า การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

การสำรวจทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า ส่วนใหญ่คนวัยทำงานจะเห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวทำให้ได้รับความรู้จากสถานที่นั้นๆ ทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ เกิดการจ้างงาน มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไปท่องเที่ยวต่างประเทศ และที่สำคัญคือคนวัยทำงานเห็นด้วยว่าถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ นอกเหนือจากการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับความพึงพอใจและทางด้านร่างกาย โดยคนวัยทำงานส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน เป็นการให้รางวัลกับชีวิต ซึ่งจากการสำรวจทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า คนวัยทำงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน โดยทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลอาจแสดงออกมาเป็นความคิดเห็นในการสนับสนุนหรือต่อต้านที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง (วันทนา สุรชีวิน.2541 : 39-43) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นคนวัยทำงานที่มีอำนาจซื้ออย่างเพียงพอต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ อาจแสดงทัศนคติในการสนับสนุนซึ่งไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ อรรถกร ปิณฑโนโวาท (สุชาติ วรรณมานี.2542 : 61-65) ได้กล่าวว่า ทัศนคติและความเชื่อจะถูกควบคุมด้วยตัวแปรอื่นๆ เช่น กฎหมาย สังคม เงื่อนไขทางเศรษฐกิจหรือจิตวิทยาอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องอยู่ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน รวมทั้งการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน นอกจากนี้จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานส่วนใหญ่มีปริมาณ 2-3 ครั้งต่อปี ช่วงระยะเวลาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์ อาทิตย์) ส่วนพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว และเพื่อนเป็นปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวมากที่สุด คนวัยทำงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน สำหรับ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิธิณี วรรณสกล (2542 : 97-99) พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน นอกจากเพศ และรายได้ต่อเดือนที่ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิธิณี วรรณสกล (2542 : 97-99) เช่นกัน โดยอธิบายว่า การท่องเที่ยวเป็นประเด็นที่ถูกนำมาเสนอผ่านสื่อทุกประเภทอย่างกว้างขวาง ประกอบกับความทันสมัยของเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาสามารถเข้าถึงและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ส่วนคนวัยทำงานที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน อธิบายได้ว่า เนื่องจากช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจเป็นช่วงที่ผู้บริโภคเริ่มมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และระดับความรุนแรงลดน้อยลง ดังนั้นคนวัยทำงานที่มีรายได้จึงสามารถที่จะท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งผลการวิจัยช่วงเวลาหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ยังเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของเหตุการณ์หรือการกระทำของความตื่นตระหนก ความหายนะ และความรุนแรงที่เกิดขึ้น สร้างความวิตกกังวลให้กับผู้ที่มีส่วนร่วมในเหตุการณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Robinson ซึ่งได้อธิบายความหมายของวิกฤติการณ์ไว้ ประกอบกับสภาวะทางเศรษฐกิจในช่วงหลังสภาวะเศรษฐกิจยังไม่มีเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น การตกงาน รายได้ตกต่ำ การครองชีพ ดังนั้นทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสเฉพาะด้านเวลาที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมสถานการณ์เฉพาะอย่าง อาจเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ (เสรี วงษ์มณฑา. : 106) ซึ่งพฤติ

กรรมของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจะประกอบไปด้วยหลายองค์ประกอบ (วันทนา สุรชีวิน.2542 : 50-51 ; อ้างอิงจาก Cronbach) ได้แก่ ความพร้อมในการทำกิจกรรม สถานการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เพราะมูลเหตุจูงใจเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจให้คนวัยทำงานท่องเที่ยวอยู่ระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งสื่อต่างๆ สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ โดยในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนวัยทำงานโดยรวมมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เหมือนเดิม

2. ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ 3 อันดับแรก คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีมากขึ้น รายได้ลดลง และ ความไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวมีมากกว่าปกติ ตามลำดับ จะเห็นได้ปัจจัยทางด้านการเงินเป็นส่วนหนึ่งที่จะกำหนดพฤติกรรมได้ โดยทั้งนี้คนวัยทำงานส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องประชาสัมพันธ์และรองรับความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศหรือต่างประเทศ

3. ส่วนใหญ่คนวัยทำงานมีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ แม้ว่าประเทศยังอยู่ในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยคนวัยทำงานที่มีรายได้ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงาน เป็นการให้รางวัลกับชีวิต ทำให้เกิดการไหลเวียนของเงินภายในประเทศ ตามลำดับ และปัจจัยในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เพื่อน รองลงมาคือ ครอบครัว ดังนั้นสื่อและการประชาสัมพันธ์จะสามารถชี้แนะให้เกิดการท่องเที่ยวได้ เพราะการท่องเที่ยวทำให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาของประเทศและเป็นแหล่งที่มาของเงินจำนวนมากในแต่ละปี โดยทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากคนวัยทำงานผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่แน่ใจการจัดการด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษาถึงสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของโครงการต่างๆ ในรูปแบบใดที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด ตลอดจนรูปแบบการนำเสนอในการท่องเที่ยวแบบ Package เพื่อให้เกิดทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่สามารถจะท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้มากยิ่งขึ้น โดยทั้งนี้จะต้องมีมาตรการในการรองรับความปลอดภัยในการเดินทาง รวมทั้งปรับปรุงสถานที่แหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพความเป็นธรรมชาติ มีศิลปะ และความงดงาม ซึ่งคงไว้ในความเป็นเอกลักษณ์ของไทย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์. (2544). คำบรรยายพิเศษของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายกรพจน์ ทัศนวิจิตร). แหล่งข้อมูล www.moc.go.th/thai/dbe/economic.speech11.htm.
- _____. (2544). ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม. แหล่งข้อมูล www.moc.go.th/thai/dbe/economic/gdp.htm.
- _____. (2544). ข้อมูลประกอบการสัมมนาเรื่อง Executive Intelligence Review (EIR). แหล่งข้อมูล www.moc.go.th/thai/dbe/economic.speech7-44.htm.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549). แหล่งข้อมูล www.tat.or.th/masterplan/draft1.html.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10 พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- คุณหลี่ เวชสาร. (2542). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- "วิกฤติการณ์สำหรับ วิกฤติท่องเที่ยวไทย (2)," (2544, 26 ตุลาคม). เดลินิวส์. หน้า 6.
- ต๋อย ชุมสาย, มล. และณัฐพันธ์ พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- "ไทยเที่ยวไทย," (2545, 1 มกราคม). ไทยรัฐ. หน้า 7.
- หัตถ์ไฉย สุนทรวิภาต. (2532). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ธนน อนุมารราชธน. (2544). การวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดเชียงใหม่พิมพ์สวย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2544). สรุปภาวะการท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 2543 และแนวโน้ม. แหล่งข้อมูล www.bot.or.th/Bothomepage/Databank/Real_Sector/Service&Ot.../Summary2000.th
- _____. (2544). เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญ. แหล่งข้อมูล www.bot.or.th/Bothomepage/Databank/EconData/KeyEcon/tab02.asp.
- นราศรี ไวนิชกุล และชุตศักดิ์ อุดมศรี. (2538). ระเบียบวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิยะดา ชุณหวงค์ และนินนาท โอฬาร. (2520). พฤติกรรมศาสตร์ทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บางกอกการพิมพ์.
- นัตตา ทมมิต. (2540). ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การโฆษณา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- บุษบา ภูสกุล. (2536). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การสื่อสาร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยะสาส์น.
- ✓ *ประภาเพ็ญ สุวรรณ และ สวิง สุวรรณ*. (2534). *พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพและสุขศึกษา*.
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์.
- ✓ *ปริญ ลักษิตานนท์*. (2534). *เจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ✓ *ปนัดดา ภักดีภูวดล*. (2540). *การสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวของมณฑลภูเก็ตไทย*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญแข แสงแก้ว*. (2540). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟันนี้พับบลิชชิง.
- มลลิกา บุญนาค*. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ✓ *ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล*. (2540). *การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤติการณ์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ✓ *วิรัช ลภีรัตนกุล*. (2544). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ✓ *วิธินี วรรณสกล*. (2542). *การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ✓ *วินทนา สุรชีวิน*. (2541). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ✓ *ศกลวรรณ พาเรือง*. (2540). *องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สุภาพ บุญไชย*. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภคแหล่งท่องเที่ยวของประชาชนจังหวัดมหาสารคาม*. วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 – 2 มิถุนายน 2542 – พฤษภาคม 2543. หน้า 32.
- เสรี วงษ์มณฑา*. (2540). *วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัท วีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.
- สิทธิโชค วรรณสถิตกุล*. (2531). *ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พิทักษ์อักษร.
- ✓ *สิริกาญจน์ ปรับไต่วิดใจโย*. (2539). *การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรพัฒนการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2544). *รายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรทั่วราชอาณาจักร ไตรมาสที่ 2: เมษายน-มิถุนายน*.
_____. (2544). *รายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2544. แหล่งข้อมูล*
www.nso.go.th/thai/stat/work-pop/tab7r2.htm.

- ✓ Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. New York : McGraw-Hill Book Company.
- ✓ Mequire W J. (1969). "The nature of Attitude and Attitude Change" : The Hand book of Social Psychology. 2nd ed. Massachusetts " Addison Wesley Publishing Company.
- ✓ Mcintosh R.W. (1977). *Tourism : Principle , Practices, Philosophies*. Ohio : Grid Inc.
- ✓ Rogers M Everett. (1978). *Communication Channels in Handbook of Communication*. Chicago : Rand Nenelly.

แหล่งข้อมูลทาง Website

กรมการปกครอง. <http://www.dola.go.th>

กรุงเทพมหานคร. <http://www.bma.go.th>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. <http://www.nso.go.th>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลประชากรที่มีงานทำอายุ 25-59 ปี จำแนกตามกลุ่มอายุ กรุงเทพมหานครไตรมาสที่ 2 (เม.ย.-มิ.ย.) พ.ศ. 2544 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ : 2544)

ตาราง 60 รายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2544 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

(หน่วย : พันคน)

กลุ่มอายุ (ปี)	กรุงเทพมหานคร
25 - 29	763.7
30 - 34	752.4
35 - 39	624.7
40 - 49	946.9
50 - 59	438.4
รวม	3,526.1

1. หาสัดส่วนจำนวนประชากรที่มีอายุ 25-59 ปีที่มีงานทำในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อ จำนวนประชากรรวมทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร

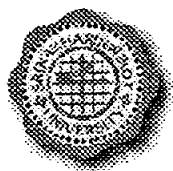
$$\begin{aligned}
 &\text{จำนวนประชากรรวมทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร} &&= 7,750,500 \text{ คน} \\
 &\text{จำนวนประชากรที่มีอายุ 25 -59 ปีที่มีงานในเขตกรุงเทพมหานคร} &&= 3,526,100 \text{ คน} \\
 &\text{สัดส่วนประชากร} &= 3,526,100 / 7,750,500 &= 45.50 \%
 \end{aligned}$$

สัดส่วน 45.50 % เป็นข้อมูลที่ได้จากสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 25-59 ปี ที่มีงานทำในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อ จำนวนประชากรรวมทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องจากข้อมูลประชากรในเขตกรุงเทพในพื้นที่ 50 เขต สำนักงานสถิติได้จำแนกกลุ่มอายุไว้ในแต่ละเขตพื้นที่ เนื่องจากสำนักงานสถิติแห่งชาติได้รวบรวมข้อมูลหน่วยที่เล็กที่สุด โดยจำแนกตามกลุ่มอายุผู้มีงานทำ สำหรับกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น สำหรับช่วงเวลาที่ทำการวิจัยในปี 2544 ผู้วิจัยจึงใช้สัดส่วนของประชากรที่มีอายุ 25-59 ปีที่มีงานทำ โดยจะทำการสุ่มเลือกตัวอย่างในสัดส่วนเท่ากับ 45.50 % ในแต่ละเขตพื้นที่ที่ได้ทำการสุ่มเลือกตัวอย่างไว้ดังนี้

ตาราง 61 แสดงกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสุ่มในแต่ละเขตการปกครอง จำแนกตามอายุ 25-59 ปีที่มีงานทำ
ในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลเดือน พฤษภาคม 2544 จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

กลุ่มการปกครอง	เขตการปกครอง	จำนวนประชากร	จำนวนประชากรที่งานทำอายุ 25-59 ปีใน กรุงเทพมหานคร (ในสัดส่วน 45.50 %)
กลุ่มรัตนโกสินทร์	เขตพญาไท	90,665	41,252
กลุ่มบุรพา	เขตจตุจักร	170,507	77,580
กลุ่มศรีนครินทร์	เขตมีนบุรี	104,038	47,337
กลุ่มเจ้าพระยา	เขตดินแดง	161,011	73,260
กลุ่มกรุงธนใต้	เขตบางขุนเทียน	112,058	50,986
กลุ่มกรุงธนเหนือ	เขตภาษีเจริญ	140,850	64,086
รวม		779,129	354,501

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย



มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

18 มกราคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย : แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด

การวิจัยเรื่อง : ทักษะและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะ
วิกฤติเศรษฐกิจ

เนื่องจากผู้วิจัยทำการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดแบบสอบถามนี้ขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษา ทักษะและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อประเทศและทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในประเทศ

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 มูลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 2 ทักษะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจะนำไปใช้เพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยไม่มีผลเสียหายต่อท่าน แต่จะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อประเทศชาติ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจที่จะศึกษาในอนาคตต่อไป ทั้งนี้คำตอบจากแบบสอบถามของท่านจะถือเป็นความลับและจะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดีในการตอบแบบสอบถามครบทุกส่วน และขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอแสดงความนับถือ

นักศึกษาหลักสูตร MBA

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงาน หลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

เลขที่

ส่วนที่ 1 มุลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. มุลเหตุจูงใจเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของท่านมากน้อยเพียงใด

มุลเหตุจูงใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.1 ท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและบันเทิง					
1.2 ท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน					
1.3 ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
1.4 ท่องเที่ยวเนื่องจากการแข่งขันหรือชมกีฬา					
1.5 ท่องเที่ยวเนื่องจากการติดต่อธุรกิจ					
1.6 ท่องเที่ยวเนื่องจากการประชุม สัมมนา					
1.7 ท่องเที่ยวเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดใจ					
1.8 อื่น ๆ โปรดระบุ					

ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ทศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.1 การท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ					
2.2 การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต					
2.3 การท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน					

ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
2.4 การท่องเที่ยวช่วยพัฒนาความเจริญไปสู่ ภูมิภาคต่างๆของประเทศ					
2.5 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจ้างงาน					
2.6 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการไหลเวียนของเงิน ภายในประเทศ					
2.7 การท่องเที่ยวในประเทศมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าไป ท่องเที่ยวต่างประเทศ					
2.8 ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจ ท่านก็สามารถจะท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้					
2.9 ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องท่องเที่ยวในขณะนี้ เพราะเป็นการสิ้นเปลือง					
2.10 การท่องเที่ยวไม่ได้มีรายได้เข้าประเทศ มากอย่างที่คิดกัน					
2.11 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติ เกิดแหล่งเสื่อมโทรม					
2.12 การจัดการด้านการท่องเที่ยวของไทย ไม่มี คุณภาพดีพอที่จะดึงดูดคนให้มาท่องเที่ยว					
2.13 ในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจยังคงเกิด อาชญากรรม ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน คนจึงมาท่องเที่ยวน้อย					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

3. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ท่านเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากน้อยเพียงใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

[] 1. ต่ำกว่า 2 ครั้ง

[] 2. 2 – 3 ครั้ง

[] 3. 4 – 5 ครั้ง

[] 4. มากกว่า 5 ครั้ง

4. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในประเทศในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

[] 1. ช่วงเทศกาลวันหยุด

[] 2. วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)

[] 3. ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด

[] 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. ถึงแม้ว่าจะอยู่ในช่วงหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ท่านคิดว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของท่านในอนาคตจะตรงกับข้อใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- [] 1. การท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น
 [] 2. การท่องเที่ยวเหมือนเดิม
 [] 3. การท่องเที่ยวจะลดน้อยลง
 [] 4. ไม่มีการท่องเที่ยวจนกว่าเศรษฐกิจจะดีขึ้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องวงเล็บ [] หน้าข้อที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

12. เพศ

- [] 1. ชาย [] 2. หญิง

13. อายุ

- [] 1. 25 - 29 ปี [] 2. 30 - 34 ปี
 [] 3. 35 - 39 ปี [] 4. 40 - 44 ปี
 [] 5. 45 - 49 ปี [] 6. 50 ปีขึ้นไป

14. สถานภาพการสมรส

- [] 1. โสด [] 2. สมรส
 [] 3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ [] 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)

15. ระดับการศึกษาสูงสุด

- [] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี [] 2. ปริญญาตรี [] 3. สูงกว่าปริญญาตรี

16. อาชีพ

- [] 1. ประกอบธุรกิจส่วนตัว [] 2. พนักงานบริษัท
 [] 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ / รับราชการ [] 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

17. รายได้ของท่านต่อเดือน

- [] 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท [] 2. 10,000 - 20,000 บาท
 [] 3. 20,001 - 30,000 บาท [] 4. 30,001 - 40,000 บาท
 [] 5. 40,001 - 50,000 บาท [] 6. 50,001 บาท ขึ้นไป

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

1. รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. ผศ. สุพาดา สิริกุดตา

กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจ
อาจารย์ประจำ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวนัยนา กุปติมานัส

Miss Naiyana Kuppatimanus

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

Internal Audit Specialist

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (มหาชน) จำกัด

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2521

ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านบางจาก

พ.ศ. 2526

มัธยมศึกษา โรงเรียนราชประชาสมาสัยฝ่ายมัธยมรัชดาภิเษก

พ.ศ. 2531

ปริญญาตรี (บริหารธุรกิจ การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ. 2545

ปริญญาโท (MBA. Marketing) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ