

ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

**TOURISTS' ATTITUDES AND BEHAVIORS IN
KHON KAEN PROVINCE**



วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พ.ศ. 2554

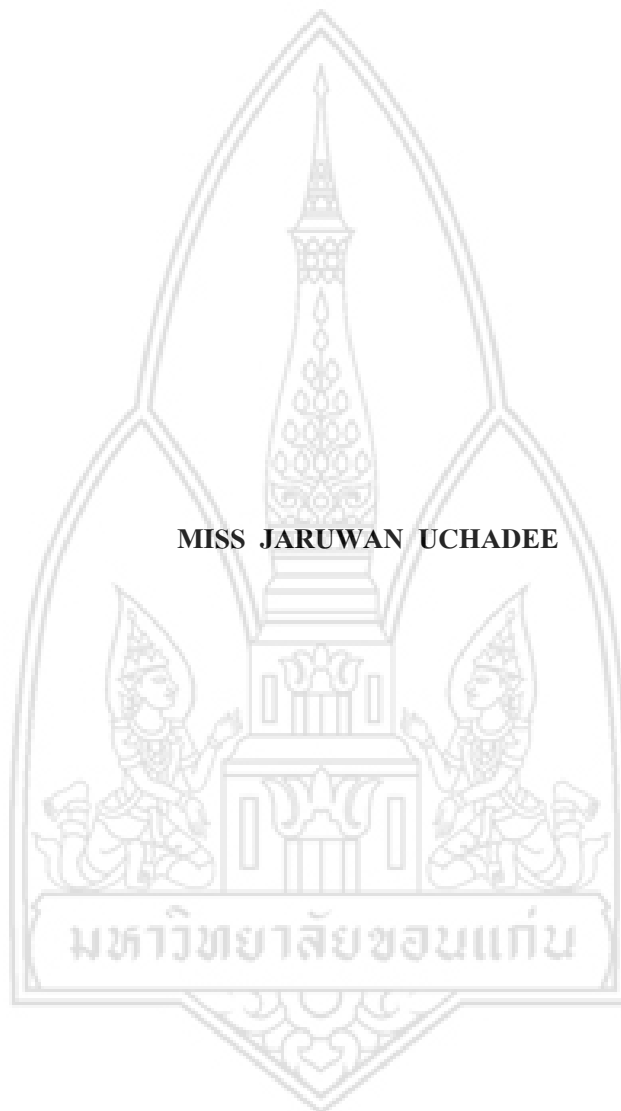
ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

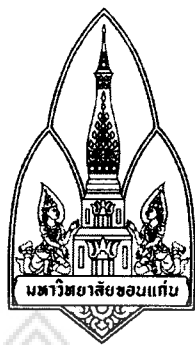
พ.ศ. 2554

**TOURISTS' ATTITUDES AND BEHAVIORS IN
KHON KAEN PROVINCE**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL KHON KAEN UNIVERSITY**

2011



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์: ทักษะคิดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยงที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ชื่อผู้ทำวิทยานิพนธ์: นางสาวจรรุวรรณ อุชาติ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ผศ. ดร. ช่อ วายุภักตร์	ประธานกรรมการ
รศ. ดร. ทิพย์วรรณ งามศักดิ์	กรรมการ
ดร. ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา	กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร. ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. ถ้ำปาง แม่่นมาตย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. วินิต ชินสุวรรณ)

คณบดีวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาดูแลกิจการ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

จารุวรรณ อุชาติ. 2554. **ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น.**

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ดร.ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน กระจายรายได้ และการพัฒนาท้องถิ่น การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นได้กำหนดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรมอีสาน เส้นทางไดโนเสาร์และเส้นทางบุญ โดยความสำคัญของจังหวัดขอนแก่นคือศูนย์กลางแห่งการศึกษา การจัดประชุมสัมมนา แห่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่เนื่องจากรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดไม่ได้มีการเติบโตสูงนักโดยเฉพาะในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาในมุลเหตุจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นจึงมีความสำคัญเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

การศึกษานี้เป็นการวิจัยวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวน 11 คน เพื่อทราบความเป็นมาของการพัฒนาและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นทำการวิเคราะห์และอภิปรายผลโดยการวิเคราะห์คำสำคัญ และการวิจัยเชิงปริมาณโดยการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นจำนวน 400 คน โดยการแจกแบบสอบถามเพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ มุลเหตุจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นทำการวิเคราะห์และอภิปรายผลโดยเครื่องมือทางสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าแปรปรวน ค่าเฉลี่ย วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยการ ทดสอบไคกำลังสอง และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงและเพศชายมีอัตราส่วนโดยรวมใกล้เคียงกัน ส่วนมากมีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทหรือตัวแทนขาย รายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000 ถึง 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร มุลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวมาจังหวัดขอนแก่น คือการตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุด และในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นพบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยทัศนคติด้านบวก ได้แก่ รูปแบบการ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวข้ามคำคืน นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะใช้จ่ายเงินส่วนตัวในการท่องเที่ยว และในการเที่ยวยินดีที่จะใช้จ่ายเงินเก็บส่วนตัวเพื่อให้ได้ความรู้และเป็นการเพิ่มประสบการณ์ นอกจากนี้การมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นบ่อยและมีเวลาพักนานจะทำให้มีโอกาสผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ทำทหาย ด้านพฤติกรรมการพักผ่อนนักท่องเที่ยวจะพักโรงแรมเพื่อการได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ พฤติกรรมการเดินทางจะเป็นช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) และใช้รถยนต์ส่วนตัวเนื่องด้วยตั้งใจมาท่องเที่ยวนานแล้ว โดยการการบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จัก ในกรณีทัศนคติด้านลบ คือ กรณีใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากเกินไปนักท่องเที่ยวจะไม่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวข้ามคำคืนเป็นการให้รางวัลกับชีวิต อีกทั้งการพักโรงแรมเป็นเวลานานจะไม่เป็นการเพิ่มประสบการณ์แก่ตัวเอง ด้านพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจังหวัดขอนแก่นระหว่างวันหยุดต่อเนื่องจะทำให้มีเวลาน้อยสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นทำให้ไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ทำทหาย อีกทั้งในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวข้ามคำคืน ไม่เป็นการ ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ และเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยวขอนแก่นแล้วนักท่องเที่ยวไม่อยากจะเงินสำหรับการมาท่องเที่ยวขอนแก่นอีก แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวก็ยังเห็นด้วยในการแนะนำให้บุคคลอื่นได้มีประสบการณ์การมาเที่ยวขอนแก่น การรวบรวมผลของการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยสรุป คือ ข้อเสนอระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม 1) เพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 2) จัดอีเวนท์ เช่น งานมอเตอร์โชว์ มหกรรมอาหาร เป็นต้น 3) สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ใกล้ตัวเมือง 4) การเข้าถึงสถานที่ป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยวบอกทางไม่ชัดเจน ข้อเสนอเพิ่มเติมนอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์ประชุมสัมมนาเป็นหลัก โดยมีการท่องเที่ยวเป็นตัวเสริม รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดขอนแก่น คือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวข้ามคำคืน และการท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า

Jaruwan Uchadee. 2011. **Attitudes and Behaviors of Khon Kaen Tourists**. Master of Business Administration Thesis, Graduate School, Khon Kaen University.

Thesis Advisor: Dr. Siriraks Khawchaimaha

ABSTRACT

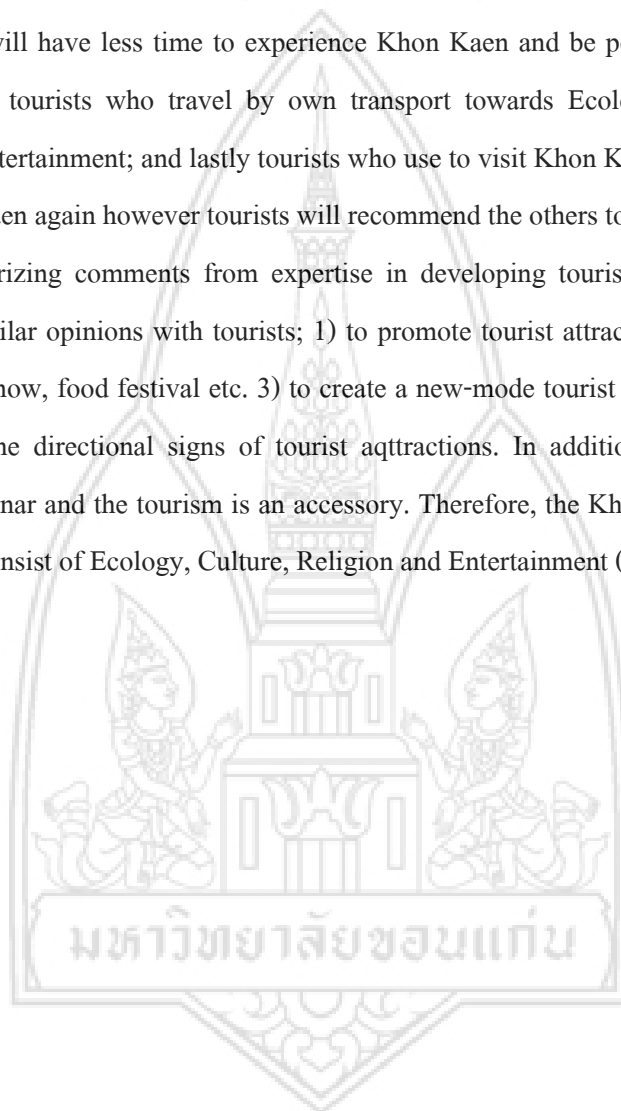
Tourism industry contributes to the increase in labor hiring, household income distribution and local development. Khon Kaen Tourism industry is positioning to the tourists who need to study the Isaan culture, Dinosaurs track and Merit path, despite the importance of Khon Kaen is the Northeastern Center of Education, Academic and Conference. In considering Gross Provincial Products (GPP), tourism income represents the low increase, therefore this research is to study the tourists' motivations, attitudes and behaviors who visit Khon Kaen in order to response to the tourists' needs and thus to develop the Khon Kaen tourism industry definitely.

This research study is the qualitative method by in-depth interview on 11 experts opinion in order to get the general view and the development of Khon Kaen tourism, data analysis by applying content or keyword frequency analysis; and the quantitative method by applying questionnaire on 400 sample size of the tourists who visit Khon Kaen tourists' attraction places as to understand the sample size tourists' profile, tourism motivation in general and in Khon Kaen, tourists' attitudes and behaviors on Khon kaen tourism, data statistical analysis and synthesis through frequency, percentage, Pearson' Correlation and Peason Chi-square

As the results, tourists profile are mostly equal in male and female, age between 26-35 years, single, bachelor degree graduates and higher, company employees or sales representative, average monthly income 15,000-25,000 Baht and mostly are Khon Kaen residences and follow by Bangkok. In studying the motivation, tourists are intentionally visited and spend leisure time in Khon Kaen. Additionally, the study in Khon Kaen tourists attitudes towards behaviors relations as results in both positive and negative: Positive Attitudes towards Behaviors are the tourism model of Ecology, Cultural, Religion and Entertainment (Night Life) are perceived rewarding and willing to pay from own savings as gaining knowledge and self experiences, the more tourists visit Khon Kaen the more perceive of adventure and challenges, tourists behaviors in hotel

accommodations as perceive of new learning, travelling behavior is during long weekend, using own transports and intend to visit Khon kaen as recommended by friends. Nevertheless, Negative Attitudes towards Behaviors are the more time consume on the tourism types of Ecology or Adventure, Religion and Entertainment (Night Life) will not be perceived as self rewarding; the more accommodate in hotel will be perceived as non-experiences; tourists who spend only on long weekend will have less time to experience Khon Kaen and be perceived as less adventure and challenges; tourists who travel by own transport towards Ecology, Adventure, Cultural, Religion and Entertainment; and lastly tourists who use to visit Khon Kaen will not willing to pay to visit Khon Kaen again however tourists will recommend the others to take a visit.

Summarizing comments from expertise in developing tourist business in Khon Kaen found some similar opinions with tourists; 1) to promote tourist attraction 2) to organize events such as motor show, food festival etc. 3) to create a new-mode tourist attraction near downtown. 4) to provide the directional signs of tourist attractions. In addition, Khon Kaen is mainly focused on seminar and the tourism is an accessory. Therefore, the Khon Kaen Province tourism model should consist of Ecology, Culture, Religion and Entertainment (Night Life)



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจาก ดร.ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการศึกษาวิจัย ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความกรุณาให้ความอนุเคราะห์สละเวลาในการให้สัมภาษณ์ ไม่ว่าจะเป็น ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานขอนแก่น ผู้อำนวยการกองการวางแผนการลงทุน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และอาจารย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ รศ.สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์ รศ.รังสรรค์ เนียมสนิท รศ.ดร.เสกสรรค์ ขงวนิชย์ อาจารย์สมยศ โอ่งเคลือบ ผศ.ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา ดร.นพมาศ สุวชาติ ที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โปรแกรม Young Executive MBA รุ่นที่ 10 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาดูแลการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทุกท่านที่กรุณาประสิทธิ์ประสาทความรู้ประสบการณ์อันมีค่าแก่ศิษย์

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โปรแกรม Young Executive MBA รุ่นที่ 10 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาดูแลการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเฉพาะ แยม เอ็ง เจ้าจอย แป้ง ชาม จุ่ม อร ปลา พี่ก๊อฟ พี่หนิง และแอร์ ที่ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่สละเวลาตอบแบบสอบถามและเสนอแนะความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์กับงานวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอพระคุณพ่อเจริญ อุชาติ และคุณแม่ผกาพรรณ คำมุลตา ที่กรุณาอบรมสั่งสอนเลี้ยงดู ด้วยดีตลอดมา ตลอดจนกำลังใจจากพี่ชายนายกิตติศักดิ์ อุชาติ และนางสาวจันทร์แรม ถนอมพุทธ พี่สะใภ้ ที่ช่วยเหลือตลอดเวลาในการเก็บข้อมูล สุดท้ายขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ไม่ได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ด้วย

คุณความดีที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่บิดา มารดา คณาจารย์ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ส่วนข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

จารุวรรณ อุชาติ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
3. สมมติฐานของการวิจัย	5
4. ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย	5
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	7
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจและมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว	11
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม	24
4. แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์	38
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
6. กรอบแนวคิดของการวิจัย	56
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	57
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	57
2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	59
3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	61
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	62
6. สมมติฐานของการวิจัย	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	67
ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยว	68
ส่วนที่ 2 แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	72
ส่วนที่ 3 ทักษะคดีที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	73
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น	74
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	93
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	195
1. สรุปผลการศึกษการวิจัย	195
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	199
เอกสารอ้างอิง	201
ภาคผนวก	209
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการวิจัย	211
ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ	223
ภาคผนวก ค ตารางวิเคราะห์ข้อมูล	237
ประวัติผู้เขียน	421

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1	จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ปี 2550	59
ตารางที่ 4.1	จำนวนนักท่องเที่ยวและร้อยละจำแนกตามเพศ	68
ตารางที่ 4.2	จำนวนนักท่องเที่ยวและร้อยละจำแนกตามอายุ	68
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานะภาพ	69
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการศึกษา	69
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	70
ตารางที่ 4.6	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	70
ตารางที่ 4.7	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา	71
ตารางที่ 4.8	มูลเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	72
ตารางที่ 4.9	ความถี่และร้อยละของความถี่กับทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	73
ตารางที่ 4.10	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการท่องเที่ยวต่างประเทศ	75
ตารางที่ 4.11	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการท่องเที่ยวในประเทศ	75
ตารางที่ 4.12	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความชอบลักษณะภูมิอากาศ	76
ตารางที่ 4.13	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ	77
ตารางที่ 4.14	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ	78
ตารางที่ 4.15	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการพักผ่อน	80
ตารางที่ 4.16	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะสถานที่พักผ่อน	81
ตารางที่ 4.17	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	82
ตารางที่ 4.18	พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.19	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว	83
ตารางที่ 4.20	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพื่อนร่วมเดินทาง	83
ตารางที่ 4.21	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเงินทุนที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	84
ตารางที่ 4.22	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรือผจญภัย	84
ตารางที่ 4.23	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	85
ตารางที่ 4.24	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา	86
ตารางที่ 4.25	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและนันทนาการ	87
ตารางที่ 4.26	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยวประเพณีและเทศกาล	88
ตารางที่ 4.27	พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามการท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้า	88
ตารางที่ 4.28	พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวชมคำคืน	89
ตารางที่ 4.29	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว	90
ตารางที่ 4.30	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	91
ตารางที่ 4.31	พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการแนะนำให้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	92
ตารางที่ 4.32	ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	93
ตารางที่ 4.33	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และค่า Pearson's R value ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	94
ตารางที่ 4.34	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.35	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R value ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพาหนะ ที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	96
ตารางที่ 4.36	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลร่วมเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	97
ตารางที่ 4.37	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	98
ตารางที่ 4.38	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	99
ตารางที่ 4.39	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	100
ตารางที่ 4.40	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson' R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลา ที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	101
ตารางที่ 4.41	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพาหนะที่ใช้เดินทาง	102
ตารางที่ 4.42	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	103
ตารางที่ 4.43	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาที่อยู่ท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	104
ตารางที่ 4.44	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับนักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	105
ตารางที่ 4.45	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับ จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.46	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	107
ตารางที่ 4.47	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเพื่อนรวมเดินทางมาท่องเที่ยว	108
ตารางที่ 4.48	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	109
ตารางที่ 4.49	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	110
ตารางที่ 4.50	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	111
ตารางที่ 4.51	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	112
ตารางที่ 4.52	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพาหนะที่ใช้เดินทาง	113
ตารางที่ 4.53	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลร่วมเดินทาง	114
ตารางที่ 4.54	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	115
ตารางที่ 4.55	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	116
ตารางที่ 4.56	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.57	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	118
ตารางที่ 4.58	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลร่วมเดินทาง	119
ตารางที่ 4.59	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's ของ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	120
ตารางที่ 4.60	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจะกลับ ท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	121
ตารางที่ 4.61	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้ง ที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	122
ตารางที่ 4.62	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับช่วงเวลา ที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	124
ตารางที่ 4.63	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะ ที่ใช้เดินทาง	125
ตารางที่ 4.64	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบุคคล ร่วมเดินทาง	126
ตารางที่ 4.65	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระยะเวลา ที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.66	ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจะกลับ ท้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	129
ตารางที่ 4.67	ค่าเฉลี่ยความเห็น ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่างเพศกับทัศนคติ การท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น	130
ตารางที่ 4.68	ความถี่ ของความเห็นอายุต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัล กับชีวิตในจังหวัดขอนแก่นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	131
ตารางที่ 4.69	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูน ประสบการณ์แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	132
ตารางที่ 4.70	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือ พบเห็นสิ่งที่ทำทนายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	133
ตารางที่ 4.71	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	134
ตารางที่ 4.72	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน	136
ตารางที่ 4.73	ค่าเฉลี่ยความเห็นระหว่างสถานะภาพกับทัศนคติการท่องเที่ยว ในจังหวัดขอนแก่น	136
ตารางที่ 4.74	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	137
ตารางที่ 4.75	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูน ประสบการณ์แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	138
ตารางที่ 4.76	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็น สิ่งที่ทำทนายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	139
ตารางที่ 4.77	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.78	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	142
ตารางที่ 4.79	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	143
ตารางที่ 4.80	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูน ประสบการณ์แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	144
ตารางที่ 4.81	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือ พบเห็นสิ่งที่ทำทนายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	145
ตารางที่ 4.82	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	146
ตารางที่ 4.83	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน	147
ตารางที่ 4.84	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	148
ตารางที่ 4.85	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูน ประสบการณ์แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	150
ตารางที่ 4.86	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือ พบเห็นสิ่งที่ทำทนายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	151
ตารางที่ 4.87	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	153
ตารางที่ 4.88	ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน	154
ตารางที่ 4.89	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้ รางวัลกับชีวิต” กับสถานที่พัก	156
ตารางที่ 4.90	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้ รางวัลกับชีวิต” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.91	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	158
ตารางที่ 4.92	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับพาหนะที่ใช้เดินทาง	159
ตารางที่ 4.93	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด	160
ตารางที่ 4.94	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	161
ตารางที่ 4.95	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับสถานที่พัก	162
ตารางที่ 4.96	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	163
ตารางที่ 4.97	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	164
ตารางที่ 4.98	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง	166
ตารางที่ 4.99	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด	167
ตารางที่ 4.100	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	168
ตารางที่ 4.101	ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับสถานที่พัก	169

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.102 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	171
ตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับช่วงเวลาเดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	172
ตารางที่ 4.104 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง	173
ตารางที่ 4.105 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับ บุคคลใด	174
ตารางที่ 4.106 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	175
ตารางที่ 4.107 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ เรียนรู้สิ่งใหม่” กับสถานที่พัก	177
ตารางที่ 4.108 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ เรียนรู้สิ่งใหม่” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	178
ตารางที่ 4.109 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ เรียนรู้สิ่งใหม่” กับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	179
ตารางที่ 4.110 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ เรียนรู้สิ่งใหม่” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง	180
ตารางที่ 4.111 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ เรียนรู้สิ่งใหม่” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด	182
ตารางที่ 4.112 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ เรียนรู้สิ่งใหม่” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	183

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.113 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว” กับสถานที่พัก	184
ตารางที่ 4.114 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	185
ตารางที่ 4.115 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว” กับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	186
ตารางที่ 4.116 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง	187
ตารางที่ 4.117 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบุคคลใด	188
ตารางที่ 4.118 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยว นานแล้ว” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	189

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์	12
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย	56



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงามและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทย ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

จากผลการประชุมนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2553 เมื่อ 30 กรกฎาคม 2553 นายชุมพล ศิลปอาชา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยว่า มั่นใจว่าจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย จะดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่อีกมาก หากภาคท่องเที่ยวของประเทศ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาล ในการส่งเสริม พัฒนา และกระตุ้นการท่องเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในลักษณะฮาร์ดเซลส์ (Hard Sales) โดยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจำนวน หลายแสนล้านบาท ลงทุนเพียงไม่กี่หมื่นล้านบาทในธุรกิจท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นการลงทุนของรัฐบาลที่คุ้มค่าอย่างยิ่ง รัฐบาลควรสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเอกชน ที่รัฐบาลจะต้องเป็นร่วมเงาให้ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ใช่ปล่อยให้ไปตามยถากรรม มองภาพเพียงตัวเลขและรายได้ที่ดีขึ้นมาเพียงเล็กน้อย ในระยะสั้นๆ และหยุดการช่วยเหลือผู้ประกอบการ แต่ควรจะต้องมองในระยะยาว ที่จะสามารถสร้างสรรค์ผู้ประกอบการภาคเอกชนไทย ให้สามารถแข่งขันกับภาคเอกชนประเทศอื่นๆ ในระดับนานาชาติ ระดับโลกได้อย่างต่อเนื่อง และอย่างยั่งยืนด้วย นายสุรพล เสวตเศรษฐี ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวว่า จำนวนนักท่องเที่ยวรายสัญชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วงครึ่งปีแรก ของปี 2553 มีจำนวน 7.5 ล้านคน อัตราขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.7 ซึ่งเป็นการเติบโตใจทุกภูมิภาคสะสม จากการได้รับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นสูงมาก ในช่วงไตรมาสแรก สำหรับในไตรมาส 2 อยู่ในภาวะลดลงจากปี 2552 เพียงร้อยละ 3.6 แต่เป็นที่กลับกัน ณ พื้นที่ของภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า ผ่านทางท่าอากาศยานภูเก็ต คงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงร้อยละ 40 ทั้งนี้คาดว่า สถานการณ์ท่องเที่ยวภาพรวม ในปี 2553 จะอยู่ในภาวะที่ดีกว่าปี 2552 มีโอกาสขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว ได้มากกว่า 14.5 ล้านคน หากไม่มี

เหตุการณ์วิกฤตเกิดขึ้นซ้ำในช่วงปลายปีอีก ซึ่งสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย ภายในประเทศ ปี 2553 แม้จะเกิดวิกฤตการณ์ภายในประเทศ แต่มิได้ส่งผลกระทบต่ออารมณ์การท่องเที่ยวของคนไทยในภาพรวมมากนัก เพราะคนไทยยังยึดการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเติมความสุขให้กับตนเอง และเป็นทางออกหลักของการผ่อนคลายความเครียด ทั้งนี้คาดว่าในปี 2553 จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย จำนวนประมาณ 88 ล้านคนครั้ง และก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศประมาณ 413,000 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายประมาณร้อยละ 4 แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2554 โดยในปี 2554 จะมีปัญหาอัตราเงินเฟ้อ คาดว่าปัจจัยหนุนที่เกิดขึ้น จะมีกำลังมากกว่าปัจจัยจุด โดยคาดว่าตลาดในประเทศคนไทย จะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 91 ล้านคน-ครั้ง มีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 432,000 ล้านบาท และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว 15.5 ล้านคน ซึ่งทาง PATA ได้พยากรณ์แนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในปี 2554 มีโอกาสเติบโตได้สูง ถึงร้อยละ 6 หรือมากกว่า ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่มีผลกระทบทางการเมืองอีก ซึ่งประเทศไทยยังคงอาศัยความเป็นมิตร ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความคุ้มค่าเงิน เป็นจุดแข็งของประเทศไทยในการแข่งขันในตลาดโลก โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จะใช้กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้แบรนด์ “ประเทศไทย” ใช้แคมเปญ “Amazing Thailand: Always Amazes You” โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสน่ห์ของคนไทย / วิถีชีวิตของผู้คนชาวไทย ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย เป็นตัวแทนของ “เสน่ห์ความเป็นไทย” ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เฉพาะตัว โดยการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่เชื่อมโยงเป็นเอกลักษณ์ไทยอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553)

จังหวัดขอนแก่น ดินแดนที่ราบสูง เป็นแหล่งอารยธรรมที่เจริญรุ่งเรืองมาแต่โบราณ มีธรรมชาติและภูมิประเทศอันงดงามทั้งทิวทัศน์และป่าเขา ทุ่งนาอันกว้างใหญ่ รวมทั้งวิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณีของชาวอีสาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเสน่ห์ของแผ่นดินที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน หากจะอ้างถึงประวัติของจังหวัดขอนแก่นซึ่งเริ่มก่อตั้งเป็นเมืองมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 อายุเพียงแค่อายุร้อยกว่าปีก็คงจะกล่าวไม่ได้ว่าเป็นเมืองเก่า แต่ที่จริงแล้วดินแดนบนที่ราบสูงแห่งนี้มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานมากไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ หรืออารยธรรม ดังที่มีการค้นพบซากสิ่งมีชีวิตดึกดำบรรพ์อายุนับล้านปี พบชุมชนเมืองโบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์หลายแห่งตลอดจนปราสาทขอมสมัยพุทธศตวรรษที่ 18 ด้วยอารยธรรมที่สั่งสมมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สิ่งที่พบที่นี้ไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถานต่าง ๆ จึงล้วนเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้ทราบความเป็นมาของคนไทยและชาติไทย จังหวัดขอนแก่นไม่เพียงจะเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานโดยเหตุผลทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและเทคโนโลยี ด้วยเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระบบสาธารณสุขปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกต่าง ๆ ภายในอำเภอเมืองรถโดยสารประจำทางวิ่งบริการหลายสาย มีที่พักบริการหลายระดับตั้งแต่ห้องพักราคาย่อมเยา ไปจนถึงโรงแรมระดับห้าดาว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้วย (แผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พ.ศ. 2553-2556)

การเดินทางท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในปี 2550 พบว่า อัตราการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมชมรวมมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.52 โดยคนไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.92 ขณะที่ชาวต่างชาติปรับตัวลดลงร้อยละ 7.77 อย่างไรก็ตามขอนแก่นถือเป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 2 ของภูมิภาครองจากนครราชสีมาเท่ากับ 5,711.93 ล้านบาท ส่วนลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชมคนไทยจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันมากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพฯ อย่างไรก็ตามในปีนี้นี้เนื่องจากการส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้มีการเดินทางแลกเปลี่ยนข้ามภูมิภาคระหว่างภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการจัดงานเซาเทิร์น อีสาน ทราเวลมาร์ท หรือเทศกาลท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ขอนแก่น ส่งผลให้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคใต้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นสูงที่สุดโดยนิยมจัดการเดินทางมาเองโดยรถส่วนตัวและรถโดยสารประจำทางมากที่สุด ในลักษณะเป็นกลุ่มทั้งในรูปแบบครอบครัวและเพื่อน มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ และเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มการประชุมสัมมนา ยังคงเป็นกลุ่มที่สร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยวให้กับจังหวัดนี้ค่อนข้างมาก ซึ่งมีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง นอกจากนี้แล้วงานเทศกาลประจำปีอาทิ ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ เทศกาลไหว้พระธาตุขามแก่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาลสงกรานต์ ที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงเข้ามาร่วมงานเทศกาลออกกฐณเสียงแคนและถนนข้าวเหนียวเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวเส้นทางประวัติศาสตร์อาทิ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติภูเพ็ญน้อยและพุทธไสยาสน์บนยอดเขาภูเวียง รวมไปถึงเส้นทางไดโนเสาร์ที่ภูเวียงและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สำหรับผู้เยี่ยมชมชาวต่างชาติ จะนิยมจัดการเดินทางมาเอง โดยใช้เครื่องบินมากที่สุด รองลงมาคือรถโดยสารประจำทาง และรถส่วนตัว เป็นพาหนะในการเดินทาง โดยสัญชาตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าขอนแก่นมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ อเมริกา ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550)

ปี 2551 เป็นปีที่มีคนมาเที่ยวตลอดปีในสถานที่ท่องเที่ยวบางแหล่ง และเที่ยวมาเฉพาะช่วงเทศกาลในสถานที่ท่องเที่ยวบางแหล่งเนื่องจากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดและมีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวในช่วงไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 3 จะค่อนข้างเงียบเหงา เนื่องจากไตรมาสที่ 1 มีอากาศร้อนและเป็นช่วงปิดเทอม ส่วนในไตรมาสที่ 3 สภาพอากาศร้อนและมีฝนตกชุกทำให้เกิดน้ำท่วมที่บริเวณอำเภอบ้านแฮด ทำให้เส้นทางในถนน

มิตรภาพทางขาด เกิดปัญหาการจราจรในเส้นทางนี้ ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวในช่วงนี้ ส่วนไตรมาสที่ 2 เดือนเมษายนบรรยากาศก็คึกคักมาก เนื่องจากเป็นเทศกาลสงกรานต์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทาง มาเยี่ยมญาติ และมีนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงเดินทางมาเล่นสงกรานต์ด้วย และในไตรมาสที่ 4 บรรยากาศตามแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างคึกคัก เนื่องจากมีงานรับปริญญาของมหาวิทยาลัยขอนแก่นและเป็นช่วงเทศกาลมีวันหยุดติดต่อกันหลายวันด้วย (กรมการท่องเที่ยว, 2551)

สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น ในปี 2552 บรรยากาศตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ในแต่ละไตรมาส ไตรมาส 1 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์คึกคัก เนื่องจากอยู่ในช่วงเทศกาลปีใหม่ และตรุษจีน โดยแหล่งท่องเที่ยวที่คนส่วนใหญ่นิยมไปกันมาก ได้แก่ บึงแก่นนคร อุทยานแห่งชาติน้ำพอง และเขื่อนอุบลรัตน์ ไตรมาส 2 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์คึกคักมากกว่า ไตรมาส 1 เนื่องจากมีเทศกาลวันหยุดยาว คือ วันสงกรานต์ และวันหยุดอื่น ๆ ได้แก่ วันแรงงานแห่งชาติ วันจักรี วันฉัตรมงคล วันวิสาขบูชา และวันพืชมงคล ไตรมาส 3 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างเงียบเหงา เนื่องจากเป็นช่วงฤดูฝน อีกทั้งไม่มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ไตรมาส 4 บรรยากาศการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์คึกคักมากกว่าไตรมาส 3 เนื่องจากเป็นช่วงเข้าสู่ฤดูหนาว ใกล้เคียงปี อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้น เช่น งานลอยกระทง (กรมการท่องเที่ยว, 2552)

จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ปี 2551 และ ปี 2552 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี 2551 ที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่ค้างคืน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,739 บาท/คน/วัน ปี 2552 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่ค้างคืน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 887.31 บาท/คน/วัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่ค้างคืน ในปี 2551 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจะอยู่ที่ 1,665 บาท/คน/วัน ปี 2552 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,144 บาท/คน/วัน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2551,2552) ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่ลดลง ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวที่เข้ามาของจังหวัดขอนแก่นลดลง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน กระจายรายได้ และการพัฒนาท้องถิ่น การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่หลงใหลและต้องการศึกษาศิลปวัฒนธรรมอีสาน เส้นทางไดโนเสาร์และเส้นทางบุญ โดยความสำคัญของจังหวัดขอนแก่น คือ ศูนย์กลางแห่งการศึกษา การจัดประชุมสัมมนา แห่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่เนื่องจากรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดไม่ได้มีการเติบโตสูงนักโดยเฉพาะในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาในมุมเหตุจูงใจ ทักษะคิด และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นจึงมีความสำคัญเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น
- 2.2 เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น
- 2.3 เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

3. สมมุติฐานของการวิจัย

- 3.1 ลักษณะทางประชากรต่างกันนักเที่ยวมีพฤติกรรมในการมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน
- 3.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน
- 3.3 นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน

4. ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

- 4.1 สถานที่วิจัย การวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น สถานที่ทำการวิจัย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)
- 4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาในจังหวัดขอนแก่นในสถานที่ท่องเที่ยวที่กำหนด ในช่วงเวลาทำการเก็บข้อมูล คือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2553
- 4.3 การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาจากการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดขอนแก่นจำนวน 400 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และอาจารย์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 5.1 เพื่อให้ทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น
- 5.2 เพื่อให้ทราบมูลเหตุจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น
- 5.3 เพื่อให้ทราบทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดขอนแก่น
- 5.4 เพื่อนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่อไป

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ทัศนคติ คือ ท่าทีที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพของจิตใจอันได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

พฤติกรรม คือการกระทำที่ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ก็เนื่องจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการเปิดรับสื่อและการแปลความสารที่แตกต่างกันจึงทำให้เกิดการสั่งสมประสบการณ์ที่แตกต่างกัน และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือความรู้สึกรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่รู้สึกต่อการท่องเที่ยวและแสดงออกมาทางการกระทำ หรือพฤติกรรมการท่องเที่ยว

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือ สาเหตุของการเดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอยู่ในจังหวัดขอนแก่น โดยจะมีทั้งที่ค้างคืนเรียกว่า ผู้เยี่ยมเยือน และไม่ค้างคืน เรียกว่า นักทัศนาจร แต่ในการวิจัยครั้งนี้จะไม่แยกตามลักษณะการพัก จะเรียก ผู้เยี่ยมเยือนและนักทัศนาจร ว่านักท่องเที่ยว ซึ่งมีแรงจูงใจในการเดินทางเพื่อมาเที่ยวยังจังหวัดขอนแก่น หรือมีวัตถุประสงค์อื่นแล้วท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง มีการวางแผนการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้พาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้ แล้วต้องเดินทางกลับภูมิลำเนา ซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยวซึ่งเป็นการดำเนินการโดยหวังผลกำไร

อีเวนต์ คือ งานที่จัดขึ้นเพื่อให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวมีรูปแบบงานที่ชัดเจน และมีการทำการประชาสัมพันธ์ให้คนได้รู้จัก

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้าและศึกษา แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจและมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม
4. แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางกิจกรรมการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ นักวิชาการส่วนใหญ่ได้ให้คำนิยามของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้จำนวนมาก เช่น

Holloway (1995) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่น ในระยะเวลาสั้น และทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเยี่ยมญาติมิตร หรือพักผ่อนท่องเที่ยว

Lawson and Baud Bovy (1998) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่ง ที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ คือ (Goeldner & Ritchie, 2006)

- 1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ

3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในกรณีนั้น

สำหรับคำจำกัดความของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจการขายที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยวการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

โดยสรุปอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจกรรมด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผลิตเป็นสินค้าและบริการในหลากหลายประเภทสำหรับนักท่องเที่ยว อันได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจโรงแรมและที่พักแรม ธุรกิจบริการอาหาร ธุรกิจบริการขนส่ง ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ธุรกิจใอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถผลิตทั้งสินค้าที่มีตัวตนและบริการผสมผสานกัน แต่ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการผลิตบริการที่ไม่มีตัวตน อันเป็นผลผลิตหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยปรากฏในลักษณะของคุณค่าทางจิตใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ เช่น ความพึงพอใจ ความประทับใจประสบการณ์ที่มีคุณค่า ความสุข ความสนุกสนาน เป็นต้น (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นและสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนเป็นจำนวนมาก หลายประเทศจึงเป็นนโยบายส่งเสริมอย่างจริงจัง

ความสำคัญในภาพรวมแบ่งได้ 3 ด้าน ดังนี้ ด้านพัฒนา (Development) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) และด้านสังคม (Social)

1. ด้านพัฒนา (Development)

เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศจำนวนมาก

2) รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

3) การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรมูลเงินภายในประเทศ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

3. ด้านสังคม (Social)

1) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

2) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์พื้นมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ

4) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศชาติให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ในเวทีระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างดี ดังนั้นประเทศต่างๆ ทั่วโลกจึงใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาชาติบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง (อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ทศวรรษที่ 21, 2544)

สินค้าทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เนื่องจากเป็นการรวมแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว และการบริการเข้าไว้ด้วยกัน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สิ่งทีมนุญสร้างชิ้น สถานที่หรือกิจกรรมที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจ อันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน ความบันเทิง หรือเกิดการเรียนรู้ โดยสนค้าทางการท่องเที่ยวอาจหมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค และการบริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

การแบ่งประเภทของสินค้าการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ

โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ กลับมาเป็นการเดินทางที่มีความเฉพาะตัวหรือมีความสนใจในเฉพาะกิจกรรมมากขึ้น ดังนั้น สินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น จึงมีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจและมีโอกาสขยายตัวทางด้านการตลาดสูงยิ่งขึ้นในอนาคต

คุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษนั้น Allendy (2000 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คือ นักท่องเที่ยวมีลักษณะความต้องการที่ละเอียดอ่อนเฉพาะเจาะจง ต้องการสัมผัสและได้รับประสบการณ์ตรงด้วยตนเองในสถานที่หรือชุมชนที่เป็นจุดหมายในการท่องเที่ยว ในรูปแบบที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสถานที่หรือชุมชนนั้นๆ นอกจากนี้ Read (1980 อ้างถึงในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

- 1) ท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลตัวเอง (rewarding)
- 2) ท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง (enriching)
- 3) ท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย (adventuresome)
- 4) ท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ (learning)

จากแผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดประเภทของสินค้าการท่องเที่ยวความสนใจพิเศษไว้ 13 ประเภท คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย
- 3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา
- 5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 6) การท่องเที่ยวในรูปแบบการพำนักระยะยาว
- 7) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา
- 8) การท่องเที่ยวทางเรือ
- 9) การท่องเที่ยวเพื่อมารับประทานอาหาร
- 10) การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน
- 11) การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น
- 12) การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า

13) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุม / สัมมนา เพื่อเป็นรางวัลและเพื่อร่วมงาน
นิทรรศการ (ชนกฤต สังข์เฉย, 2550)

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ (motivation) มีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินว่า “movere” แปลว่า เือนใจ หรือสภาวะ
ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม 3 ทิศทาง คือ การทำให้เกิดพฤติกรรม การยับยั้งพฤติกรรม และการกำหนด
แนวทางพฤติกรรมที่แสดงออก

ในทางจิตวิทยา แรงจูงใจ หมายถึงพลังที่มีอยู่ในตัวบุคคลซึ่งพร้อมที่จะกระตุ้น หรือชี้ทาง
(urge or direct) ให้อินทรีย์กระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

แรงจูงใจที่เกิดขึ้นจึงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้คนเกิดความกระตือรือร้นในการแสดงพฤติกรรมอย่าง
ใดอย่างหนึ่ง หรือประกอบกิจการงานเพื่อนำไปสู่จุดหมายปลายทางที่ประสงค์คือความสำเร็จ แรงจูงใจ
มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลตลอดเวลา (จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2553)

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2553) กล่าวว่า นักจิตวิทยาสังคมพยายามอธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจ
ตามพื้นฐานความคิดของกลุ่มที่ตนสังกัด และพบว่าไม่มีทฤษฎีใดเพียงหนึ่งเดียวที่สามารถอธิบาย
ได้ครอบคลุมเรื่องของแรงจูงใจ ต้องใช้หลายทฤษฎีอธิบายประกอบกันซึ่งจะกล่าวถึงเพียงบาง
ทฤษฎีเท่านั้น

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจที่เกิดจากแรงขับ (drive theory หรือ reduction theory)

Maslow (1954) เชื่อว่ามนุษย์มีธรรมชาติของความต้องการคล้ายๆ กัน จึงได้สร้าง
ทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ขึ้น โดยเริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐานทางร่างกายขึ้นไปขั้น
สูงสุด เมื่อมนุษย์ประสบความสำเร็จตามความต้องการขั้นพื้นฐานแล้วมนุษย์จะมุ่งสู่ความต้องการ
ขั้นสูงสุดต่อไป มาสโลว์แบ่งขั้นความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับคือ



ภาพที่ 1 แสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์

2.2 แรงขับและความต้องการ

คำสำคัญที่ใช้ในการอธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจ ซึ่งจำเป็นต้องทราบและทำความเข้าใจเบื้องต้นก่อนที่จะศึกษาเรื่องแรงจูงใจในมิติอื่นๆ ต่อไป เพราะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่างๆ คือ

1) ความต้องการ (needs)

ความต้องการ หมายถึง สภาวะที่ร่างกายหรือจิตใจขาดความสมดุลบางอย่าง และต้องการได้รับสิ่งนั้น เช่น

1.1) ต้องการน้ำ-กระหาย เนื่องจากเนื้อเยื่อที่ลำคอขาดน้ำทำให้คอแห้ง

1.2) ต้องการนอน-เพลีย เนื่องจากพักผ่อนไม่เพียงพอ

1.3) ต้องการเงิน-ขาดเงิน เนื่องจากรายจ่ายมากกว่ารายรับ เพื่อดำรงเกียรติยศ
ความมีหน้ามีตาในสังคม เป็นต้น

1.4) ต้องการอาหาร-หิว เนื่องจากระดับน้ำตาลในกระแสเลือดตกต่ำลง
เสียสมดุล เป็นความต้องการทางร่างกาย ซึ่งรับประทานอาหารธรรมดาที่อิ่ม แต่ถ้ากลับต้องการ
ดื่มชา หูฉลาม กินอาหารที่สิงห์ (ดำ) เฮาส์ไม่ได้ต้องไปเคเอฟซี ฯลฯ นั้นเป็นความต้องการทาง
จิตใจ

2) แรงขับ (drive)

หมายถึงภาวะที่ร่างกายถูกกระตุ้น ทำให้เกิดสภาพความเครียดอันเนื่องมาจากความต้องการที่ถูกกระตุ้นและพยายามหาสิ่งมาตอบสนอง เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ แรงขับเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการจูงใจ เป็นกระบวนการภายในที่เพิ่มพลังแก่พฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ แต่บางครั้งแรงขับก็ได้รับการส่งเสริมจากปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่ อุณหภูมิ สภาพอากาศ ซึ่งทำให้ผู้คนมีพฤติกรรมที่กระตือรือร้นหรือเฉื่อยชาได้นอกจากนี้แรงขับยังเป็นได้ทั้งปัจจัยทางบวกและทางลบต่อการเกิดพฤติกรรม เพราะแรงขับสามารถทำให้เกิดความทะเยอทะยาน ความมานะบากบั่น ความพากเพียรพยายาม และความเครียด ทุกข์ทรมานแก่ร่างกายและจิตใจได้เช่นกัน

แรงขับแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1) แรงขับปฐมภูมิ (primary drives)

คือแรงขับที่เกิดขึ้นจากสรีระ หรือจากความต้องการภายในร่างกาย แรงขับทางด้านสรีระ เกิดจากเหตุหนึ่งในสามประการ คือ 1) สิ่งเร้า (stimulus) 2) ความต้องการของเนื้อเยื่อในร่างกาย และ 3) สารฮอร์โมนในเลือด เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความรัก ความกลัว ความอยากรู้ อยากเห็น เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น

- เอาหนูกินไว้ในวงกต หนูจะวิ่งหาอาหาร ถ้าอ้อมหนูจะไม่วิ่ง
- ถ้ากระหายน้ำ ปากจะแห้ง เราจะรีบหาน้ำดื่มบำบัดความกระหาย โดยคนเราจะดื่มน้ำเท่ากับจำนวนน้ำที่ร่างกายต้องการนำไปใช้ตามจำนวนความแห้งของปาก
- คนเราจะมีความต้องการทางเพศตามธรรมชาติ ส่วนสัตว์จะมีความต้องการเป็นระยะฤดู
- ถ้าประสบกับความเจ็บปวด จะเกิดแรงขับ (drive) เพื่อหนีให้พ้นจากความเจ็บปวด แสวงหาความปลอดภัย

แรงขับเหล่านี้จะนำไปสู่พฤติกรรมต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความสมดุลอีกครั้ง โดย

- กิน-เพื่อให้หายหิว
- ดื่มน้ำ-เพื่อให้พ้นจากความกระหาย
- ตอบสนองทางเพศ-เพื่อให้พ้นจากความต้องการทางเพศ และ
- ลดความไม่สบาย แสวงหาความปลอดภัย-เพื่อให้พ้นจากความเจ็บปวด

2.2) แรงขับทุติยภูมิ (secondary drives)

เป็นแรงขับที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือเกิดจากแรงกระตุ้นทางสังคม (social motives) มีความสลับซับซ้อนมากกว่า เช่น ความต้องการมีชื่อเสียง ความต้องการมีฐานะหน้าตาในสังคม ต้องการความสำเร็จ เกียรติยศชื่อเสียง อำนาจ การยอมรับ และความผูกพันกับผู้อื่น (จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2553)

2.3 แรงจูงใจทางสังคม (social motive)

แรงจูงใจทางสังคม เป็นทั้งแรงจูงใจ (motive) ความต้องการ (need) แรงขับ (drive) ความอยากได้ (want) ความปรารถนา (wish) แรงผลักดัน (impulse) และแรงกระตุ้น (urge) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายหลังที่สิ่งแวดล้อมและสังคมเป็นตัวผลักดันให้เกิดขึ้นในลักษณะของการเพิ่มพลัง (activating) มุ่งสู่ทิศทางใดทิศทางหนึ่งหรือเป้าหมายใดๆ โดยเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมตามสถานการณ์ต่างๆ เช่น เด็กทารกร้องไห้เพราะหิว หรือไม่สบาย ทำให้แม่สนใจเข้ามาดูแล (พฤติกรรมจากแรงจูงใจทางร่างกาย) จึงเรียนรู้ว่าถ้าร้องไห้จะมีคนสนใจ ต่อมาเมื่อเด็กๆ อยู่ตามลำพังนานๆ ก็จะร้องไห้เพื่อให้คนมาดูแลใกล้ๆ (พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ เป็นแรงจูงใจทางสังคม)

แรงจูงใจทางสังคมมีลักษณะซับซ้อนมาก เช่น ความต้องการมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของสังคมทำให้เราพยายามเรียนหนังสือนานประมาณ 25 ปี หรือเกือบครึ่งชีวิต เพื่อตอบสนองแรงจูงใจทางสังคมที่ผลักดันเรานี้เอง (จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2553)

2.4 หลักการทำงานของแรงจูงใจ

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2553) นักจิตวิทยาใช้แรงจูงใจในการตอบคำถามว่า “ทำไมคนเราจึงแสดงพฤติกรรมต่างๆ ออกมา” โดยอธิบายว่า หลักการทำงานของแรงจูงใจคือ เมื่อมีสิ่งที่มาเร้าหรือกระตุ้นให้ความต้องการของมนุษย์ได้รับความพอใจก็จะเกิดแรงจูงใจที่มีผลให้พฤติกรรมของมนุษย์บรรลุเป้าหมาย โดยปราศจากภัยอันตราย หรือสภาพการณ์ที่ไม่พึงพอใจ (หรือผ่านพ้นไปได้)

การทำงานของแรงจูงใจ อาศัยสิ่งต่างๆ ได้แก่

- แรงผลักดัน (stimulate) หมายถึง เงื่อนไขซึ่งมีผลต่อความพร้อมในการเริ่มกระทำพฤติกรรมของมนุษย์ แรงผลักดันนี้สามารถเกิดขึ้นได้จากสภาวะทางร่างกายของสิ่งมีชีวิต เช่น แรงขับของความหิว หรือจากสิ่งเร้าที่เร้าก่อนๆ เช่น อยากเรียนต่อปริญญาโท จึงมุ่งดูหนังสือสอบให้ได้
- เครื่องล่อ (incentive) เป็นสิ่งที่มาล่อ เพื่อจะนำไปให้เราถึงจุดมุ่งหมาย เมื่อไรก็ตามที่ความต้องการของสิ่งมีชีวิตและเครื่องล่อมาบรรจบกันก็จะทำให้เกิดภาวะการจูงใจเกิดขึ้น

เช่น อยากได้ A A จะเป็นสิ่งล่อใจหรือเครื่องล่อที่ดี ตั้งใจเรียน เพื่อจะได้สามารถตอบข้อสอบได้ในระดับดีเยี่ยม

โดยปกติรางวัล (reward) จะเป็นสิ่งล่อใจหรือเครื่องล่อที่ดี บางครั้งก็เป็นตัวกระตุ้นที่ดีเช่นกัน เช่น

- ได้รับพระราชทานปริญญาบัตรเมื่อจบการศึกษา
- ได้เกียรติคุณอันดับ 1
- ได้รับคำชมเชยว่าเยี่ยมยอดในการเรียน
- ได้เงินโบนัสเมื่อทำงานได้ดี

อย่างไรก็ตาม เงินไม่ใช่เครื่องล่อที่สำคัญที่สุด (ยกเว้นเมื่ออยู่ในภาวะขาดเงิน หรือเมื่อเงิน นั้นมากพอที่จะเปลี่ยนวิถีชีวิตได้) ตัวกระตุ้นที่สำคัญ 5 อันดับ ได้แก่

- 1) การยกย่องชมเชย
- 2) การเลื่อนขั้น
- 3) ความรู้สึกประสบความสำเร็จ ปีติ
- 4) งานท้าทาย
- 5) เงิน

ตัวอย่างเช่น เราได้รับเงินเดือนๆ ละประมาณ 6,700 บาท เมื่อจบปริญญาตรีและเข้ารับราชการ เฉลี่ยวันละ 200 บาท ถามว่าเพราะเงินทำให้เราเข้ารับราชการหรือเพราะงาน การทำงานทำให้เกิดความภาคภูมิใจ มีเกียรติ ได้ทำประโยชน์ให้กับสังคมและประเทศชาติ งานที่จูงใจคืองานที่ท้าทาย

- เป้าหมาย (goal) เป็นจุดหมายปลายทางซึ่งเป็นตัวนำไปพฤติกรรมที่ถูกแรงผลักดันไปถึงความสำเร็จ จุดมุ่งหมายนี้จะเป็นตัวลดแรงขับลง เช่น หิว ไปกินอาหารก็หายหิว เป้าหมายของคนเราแต่ละคนไม่เหมือนกัน บางคนต้องการเพียงบางอย่าง เช่น

- ขอให้ได้ A
- ขอแค่สอบผ่านก็พอ
- ขอให้ได้รับความรู้ ชอบ สนุกสนานต่อการเรียน

- สภาพที่สมดุล (homeostasis) Walter Cannon นักสรีรวิทยาจาก Harvard อธิบายว่าสภาพที่สมดุล (homeostasis) หมายถึง สภาวะสมดุลที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ ของสิ่งมีชีวิต แบ่งเป็น

- 1) สมดุลเชิงสรีรวิทยา (physiological homeostasis) คือระบบต่างๆ ของร่างกายมี

ความสมดุล

2) สมดุลเชิงจิตวิทยา (psychological homeostasis) คือ บุคลิกภาพของมนุษย์มีความสมดุล เช่น ความสนใจ อุดมคติ นิสัย คุณลักษณะ ฯลฯ

3) สมดุลเชิงสังคม (social homeostasis) คือ มีความสมดุลทางสถาบันสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และบทบาทผู้คน

กล่าวโดยสรุป การผลักดันต่างๆ ทำให้สภาพสมดุลเสียไปหรือพยายามทำให้กลับคืนสู่ภาวะสมดุลอีกครั้ง อันเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการจูงใจสู่เป้าหมายโดยมีเครื่องล่อเป็นรางวัล และทำงานรวมกันอย่างเป็นกระบวนการ

อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวก่อให้เกิดความตึงเครียด (tension) หรือความเครียด (stress) ตามมา

ความเครียดเกิดขึ้นเมื่อตั้งใจที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด เมื่อลงมือกระทำไปแล้ว ก็ทำให้ความเครียดหมดไป เช่น เติรมตัวลงแข่งขันได้วาที่ระดับชาติ ทำให้เกิดความเครียด เมื่อการแข่งขันเสร็จสิ้นลงความเครียดก็หมดไป ไม่ว่าจะผลจะเป็นเช่นไรก็ตาม

ในทางตรงกันข้าม ความเครียดก็มีข้อดีตรงที่ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ มากมายเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากภาวะแห่งความเครียด และภายหลังการทำงานเสร็จสิ้นลงผลสำเร็จของงานย่อมทำให้เกิดความสุขตามมา เกิดความเต็มใจในผลงาน เป็นสีสันของชีวิต ถึงกับมีคำกล่าวที่ว่า “without stress, my life is empty”

2.5 ประเภทแรงจูงใจทางสังคม

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2553) นักจิตวิทยาที่มาจากกลุ่มแนวคิดที่แตกต่างกัน เชื่อว่าที่มาแห่งแรงจูงใจทางสังคมมีความแตกต่างกัน ทำให้จัดแบ่งประเภทแตกต่างกันหลายแนวทาง (ถวิล ธาราโกชน์, 2524) กล่าวถึงแรงจูงใจทางสังคมไว้ 3 ประเภท ดังนี้

1) แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (affiliation motive)

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ หมายถึง แรงจูงใจหรือความต้องการที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับจากคนอื่น หรือหมายถึง แรงจูงใจที่ทำให้บุคคลมีสัมพันธเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับนับถือของบุคคลในสังคม

ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการเป็นที่ยอมรับของคนอื่น ได้รับความนิยชมชอบจากคนอื่น ส่งผลให้บุคคลทำใจตนเองให้ชอบและแสดงพฤติกรรมเอาใจใส่ต่อผู้อื่น รู้จักเห็นอกเห็นใจคนอื่น ช่วยเหลือคนอื่น และกระทำทำสิ่งทุกอย่างเพื่อให้คนอื่นเห็นว่าเรามีความสามารถที่จะช่วยสังคมได้เป็นอย่างดี เพื่อจะได้รับการยอมรับจากคนอื่นตอบแทน

ลักษณะสำคัญของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธจะเกิดจากครอบครัวที่มีความรักใคร่กลมเกลียวกัน พ่อแม่ และบุคคลในครอบครัวมีความเคารพเชื่อฟังซึ่งกันและกัน ไม่เลี้ยงลูกโดยเข้มงวดควบคุมเกินไป จะเลี้ยงด้วยความรักอย่างมีเหตุผล ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ จะทำให้เด็กเกิดการเรียนรู้และพัฒนาขึ้นเป็นลักษณะนิสัยของเขาต่อไปในอนาคต

บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูง จะชอบทำงานร่วมกับบุคคลอื่น และมีความเห็นอกเห็นใจต่อบุคคลอื่นเสมอ ซึ่งลักษณะเด่นที่สำคัญของบุคคลพวกนี้คือ จะพยายามประพฤติปฏิบัติให้เป็นที่พึงพอใจของทุกฝ่ายโดยปราศจากการโต้แย้งใดๆ ทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแรงจูงใจใฝ่สัมพันธจะทำให้ทุกฝ่ายพึงพอใจ ก็ไม่ได้หมายความว่า จะทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าได้เป็นอย่างดี เพราะถ้าทุกคนมีความเห็นพร้อมต้องกันหมด ความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ ดี และมีประสิทธิภาพก็มักจะเกิดขึ้นได้ยาก

2) แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (power motive)

แรงจูงใจใฝ่อำนาจ หมายถึง แรงจูงใจหรือความต้องการที่จะได้มาซึ่งอิทธิพลที่เหนือคนอื่น ๆ ในสังคม ส่งผลให้บุคคลพยายามที่จะกระทำการควบคุมสิ่งต่างๆ เพื่อให้ตนเองบรรลุผลตามความต้องการเหนือบุคคลอื่นของตน โดยต้องการที่จะแสวงหาอำนาจ กระทำทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจ เพราะเกิดความรู้สึกว่าการกระทำอะไรได้เหนือคนอื่นเป็นความภาคภูมิใจอย่างหนึ่งของคน จึงเป็นสาเหตุผลักดันให้เกิดแรงจูงใจใฝ่อำนาจเนื่องจากเกิดการเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่ผ่านมาว่า การมีอำนาจสามารถที่จะบันดาลทุกสิ่งทุกอย่างได้ตามที่ต้องการ

ลักษณะสำคัญของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจ

แรงจูงใจใฝ่อำนาจจะพัฒนาจากลักษณะธรรมชาติของมนุษย์และพัฒนามาจากความรู้สึกต่ำต้อยของบุคคลที่เกิดความรู้สึกว่าตนเองไม่ทัดเทียมบุคคลอื่นในด้านความรู้ความสามารถ สถานภาพทางเศรษฐกิจ การศึกษา ทำให้บุคคลพวกนี้เกิดความจำเป็นที่จะต้องขบเซขบค่อมของตน พยายามแสวงหาอำนาจเพื่อตนจะได้มีอิทธิพล มีอภิสิทธิ์ตามต้องการ

นักจิตวิทยาสรุปลักษณะสำคัญของคนที่มีความใฝ่อำนาจไว้ 3 ประการ คือ

- ชอบทำตนหรือแสดงตนในลักษณะที่เป็นผู้นำ
- ชอบการถกเถียงและโต้แย้งผู้อื่นเสมอ
- ชื่นชอบในการกระทำที่แสดงถึงความเป็นผู้ชาย

3) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (achievement motive)

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจหรือความต้องการที่เกิดขึ้นจากความคาดหวังของบุคคลซึ่งอาจจะได้พบหรือมีประสบการณ์จากสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนเป็นรอยประทับใจมาตั้งแต่ยังเล็กๆ ทำให้เขาพยายามที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จอันนั้น โดยเขาจะตั้งเป็นมาตรฐานการกระทำของเขาเอาไว้ ถ้างานที่เขาคาดหวังไว้เกิดผลสำเร็จ กำลังใจก็จะเกิดขึ้น และจะคาดหวังความสำเร็จในครั้งต่อๆ ไปสูงยิ่งขึ้น แต่ถ้าไม่ประสบผลสำเร็จ และเกิดขึ้นบ่อยครั้ง การตั้งความหวังจะลดต่ำลงจนอาจกลายเป็นคนท้อถอย ไม่สู้ ไม่กล้าคิด แล้วไม่กล้าหวังต่อสิ่งต่างๆ ในอนาคตต่อไป

Atkinson (1964) ได้ให้ความหมายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นการกระทำที่เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งบุคคลรู้ตัวว่าการกระทำนั้นจะต้องมีการประเมินผลจากตัวเองและจากบุคคลอื่น และผลจากการประเมินอาจเกิดความพึงพอใจเมื่อผลงานสำเร็จ หรือไม่พึงพอใจเมื่อผลงานนั้นไม่สำเร็จ โดยนำความสำเร็จมากหรือน้อยไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่สังคมถือว่ามีดี

Byrne (1986) กล่าวว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นความปรารถนาที่จะได้รับผลสำเร็จจากการกระทำกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนเกิดความต้องการที่จะทำงานอย่างอิสระโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอันสูงสุดตามต้องการ

McClelland and Winter (1969) เชื่อว่ากระบวนการขัดเกลาตั้งแต่เด็กจะทำให้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์พัฒนาขึ้นมาในตัวบุคคล พ่อแม่ของเด็กที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะทำให้เด็กมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงตามไปด้วย ทั้งนี้เพราะพ่อแม่มักให้ความสนใจใส่ใจและสนใจดูแลการกระทำของเด็กตลอดเวลา เท่ากับเป็นการสร้างกำลังใจให้แก่เด็ก และสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้นในตัวเด็ก

แรงจูงใจประเภทนี้จึงมีความสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้บุคคลเกิดแรงจูงใจที่จะกระทำสิ่งต่างๆ ขึ้นในตัวบุคคล และยังเป็นดัชนีชี้ถึงควมมีประสิทธิภาพของทรัพยากรมนุษย์ได้ทางหนึ่ง

ลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง

การที่จะคว่าบุคคลไหนเป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงหรือต่ำ พิจารณาได้จากการทำงานของเขา ซึ่งเม็คเคลแลนด์และวินเทอร์กล่าวถึงลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไว้ดังนี้

(1) จะพยายามทำกิจกรรมต่างๆ ให้สำเร็จมากกว่าที่จะกระทำเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว

(2) จะเลือกทำงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้ตามความสามารถของเขาให้เกิดผลสำเร็จไปด้วยดี

(3) คิดว่างานทุกอย่างจะสำเร็จก็ด้วยความตั้งใจและจริงใจของตนเอง ไม่ใช่เพราะโอกาสอำนวยให้

(4) จะทำงานสำเร็จตามเป้าหมายและมีคุณภาพ โดยไม่คิดถึงรางวัลหรือชื่อเสียงของตน

นักจิตวิทยาเปรียบเทียบลักษณะผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง-ต่ำที่สำคัญๆ ดังนี้

ลักษณะผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง

- ทำงานด้วยความมานะอดทน เพื่อเอาชนะความล้มเหลว
- ทำงานมีเป้าหมายที่แน่นอน
- ตั้งระดับความคาดหวังต่อความสำเร็จของงานไว้สูง

ลักษณะผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง

- ทำงานเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว
- ทำงานไม่มีเป้าหมายที่แน่นอน
- ตั้งระดับความคาดหวังต่อความสำเร็จของงานไว้ต่ำ

2.6 มลเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้อยากเดินทางท่องเที่ยว

มลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวน่าจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนที่มีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยสัญชาตญาณอยู่แล้ว ซึ่งมนุษย์ทุกคนมีมลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามเศรษฐกิจ สังคม และช่วงเวลา พอจะสรุปถึงมลเหตุหรือปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้คนนับล้านๆ คนทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ต้องการในวาระต่างๆ กันมี 8 ประการดังต่อไปนี้

1) ความต้องการผจญภัย เมื่อมีกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการล่องแพ ปีนเขา จักรยาน เป็นต้น ย่อมมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้คนอยากล่องผจญภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านี้

2) ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ในตัวเอง ถ้ามองให้ลึกจะเห็นได้ว่าการเดินทางเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน โดยออกเดินทางไปค้นหาสิ่งแปลกใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็นที่จะได้พบสิ่งแปลกใหม่ เช่นการเดินทางไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ จะได้พบเห็นสิ่งที่ตนไม่เคยพบเห็นมาก่อน เป็นต้น

3) ความต้องการคุณค่าในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นผลที่เกิดขึ้นหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้เดินทางท่องเที่ยวจะรู้สึกถึงความสนุกสนานหรือความประทับใจในขณะที่ท่องเที่ยวแต่

ละครั้ง โดยปกติผู้เดินทางท่องเที่ยวต้องการได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หรือประทับใจจากการเดินทางเท่ากับเกิดความคุ้มค่าในการเดินทางหรือมีคุณค่าเป็นกำไรชีวิตในการท่องเที่ยว

4) ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรม จะเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศที่ตนไปเที่ยว เช่น ประเพณี เทศกาล พิธีการต่างๆ หรือศาสนาที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น นอกจากนี้ยังได้ศึกษาภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

5) ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนรวมโลก คนทั่วไปมีความต้องการอยากเห็นความเป็นอยู่ของเพื่อนรวมโลกว่า ผู้ที่อยู่ในประเทศที่ร่ำรวยกับในประเทศที่ยากจนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร หรือผู้ที่อยู่ประเทศในเขตร้อนกับในเขตร้อนมีความเป็นอยู่แตกต่างกันอย่างไร นอกจากนั้นยังต้องการเที่ยวชมสิ่งก่อสร้าง สภาพแวดล้อม และพฤติกรรมของคนในท้องถิ่น

6) ความต้องการในการยอมรับของสังคม ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะเกิดความพอใจมากถ้าคนที่เขากำลังติดต่อหรือคนที่เขาทำความรู้จัก ยอมรับนิสัยบางอย่างของเขา บ่อยครั้งที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเหมือนคนแปลกหน้า ทำให้เขาต้องเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่เขารู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับตัวเขา ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการจูงใจของ Abraham H. Maslow ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม

7) ความต้องการความภาคภูมิใจ การที่คนต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปท่องเที่ยวสถานที่แปลกๆ แตกต่างจากผู้อื่น ยิ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ญาติมิตรของเขายังไม่เคยไป ก็จะเป็นข้อพิสูจน์ว่าได้ไปก่อนญาติมิตร ถือเป็นความภาคภูมิใจของตนเองในเชิงการท่องเที่ยว ญาติมิตรอาจจะมาขอคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปมา

8) ความต้องการยกฐานะและเกียรติภูมิ การที่ได้มีโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวไม่ว่าจะไปเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น ทำธุรกิจ เข้าร่วมประชุม แข่งขันกีฬา ประกอบศาสนกิจ เยี่ยมญาติ เป็นต้น ล้วนแต่ทำให้ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นคนมีเกียรติในสังคม อันเป็นการยกฐานะเกียรติภูมิของตนให้สูงขึ้นด้วย (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2548)

มูลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

ดุษย์ ชุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี (2527) กล่าวถึง เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครม และตีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และ

เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อที่จะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ

2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดเพื่อพักโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกาย และทางจิตใจที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้ มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่มั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดห่างไกลผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอีกทีก็ครีโกรม

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปะวิทยาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆ ในสถานบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของพวกเขาก็จะท่องเที่ยวไปในประเทศนั้นๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ ในแง่มุมมนุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุ และเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อร่วมปฏิบัติงานมหกรรมและงานฉลอง

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา แบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ

4.1) การท่องเที่ยวเพื่อการไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิกการแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ

4.2) การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้นๆ เช่น ปีนเขา ตกปลา และขี่ม้า

5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวถ้าถือเคร่งครัดตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้น นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบธุรกิจแล้ว

6) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีองค์การคณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวขึ้นมากมาย จนองค์กร IUOTO (International Union of Official Travel Organization) เห็นควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวยุโรปเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง

7) การท่องเที่ยวเพื่อเพศรส (Sex Tour) การท่องเที่ยวไปที่ไหนก็ตามของนักท่องเที่ยวเพศชาย โดยมีเจตนาชมแฝงอยู่ในอันที่จะหาความเพลิดเพลินเชิงเพศรสนั้นมีมานานแล้ว นักมานุษยวิทยาสันนิษฐานว่า กิจกรรมโสเภณีมีมาพร้อมๆ กับอารยธรรมของคน และเกิดขึ้นในชุมชนที่คนเดินผ่าน กิจกรรมโสเภณี ซึ่งตรงกับคำว่า Prostitution ในภาษาอังกฤษหมายถึง การกระทำที่เพศตรงข้ามได้รับสุขารมณ์เชิงเพศรส โดยผู้กระทำได้ค่าจ้างเป็นเงินหรือสิ่งของ และโดยฝ่ายผู้กระทำมิได้มีอารมณ์เชิงใคร่อยู่ด้วย (มล.ดุษฎี ชุมสาย และฉุบพัน พรหมโยธี, 2527)

Hudman (1980) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) คือ สภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันอาจจะมาจากสาเหตุต่างๆ คือ

1) อยากรู้ อยากเห็น ในสิ่งนี้อาจจะถือว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัด เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่างๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็น การสำรวจโลกใหม่ในความคิด และเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

2) ความพึงพอใจ การเดินทางและความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ก็ได้สร้างความสุขความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยวก็คือความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดเร้าใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ได้แก่

1) ลักษณะภูมิประเทศ ได้แก่ ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ประกอบกับสภาพทางภูมิอากาศ เช่น อากาศสดชื่น อากาศเย็นสบายประกอบกันเป็นลักษณะภูมิกายภาพที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นๆ

2) สภาพอื่นๆ เป็นเรื่องหรือสิ่งอื่นๆ ที่จัดว่าเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวนอกเหนือไปจากสภาพทางกายภาพ สภาพอื่นๆ นี้ อาจจะได้แก่ การเป็นแหล่งสินค้าที่น่าสนใจ ราคาถูก ฯลฯ

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ก็มีความเกี่ยวพันกันในลักษณะตัวเสริมกำลัง (Reinforcement) ของกันและกัน กล่าวคือ ปัจจัยดึงดูดก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยผลักดัน ในขณะที่ปัจจัยผลักดันก็เป็นตัวเสริมกำลังที่ทำให้เกิดปัจจัยดึงดูดด้วย

Mcintosh (1997) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสนับสนุนอัดแน่นเช่นกัน คือ

1) มวลเหตุจูงใจทางด้านร่างกาย หมายถึง ความต้องการพักผ่อนความต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วก็คือสิ่งเดียวกันกับปัจจัยผลักดันของฮัดแมนนั้น

2) มวลเหตุจูงใจทางด้านวัฒนธรรม มวลเหตุจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มวลเหตุทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

Mcintosh (1997) ได้กล่าวว่า มวลเหตุจูงใจเหล่านี้เป็นสิ่งผลักดันในจิตใจของบุคคลทุกคนและเป็นตัวกระตุ้นเร้าให้เกิดพฤติกรรมตามที่มีคาดหวังไว้ ซึ่งในเรื่องของการท่องเที่ยว การคาดหวังดังกล่าวก็คือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากกิจกรรมเพื่อการหย่อนใจ

และจากการศึกษาของแดนน์ (Dann, 1981) ได้กล่าวถึง สาเหตุของการท่องเที่ยวไว้คล้ายๆ กันกับแมคอินทอช แต่แดนน์ แยก*พื้นฐานการจูงใจออกเป็น 2 แนวทาง คือ

1) การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อแสวงหาในสิ่งที่คล้ายเป็นการให้รางวัลตนเอง หรืออยากที่จะได้รับรู้ในวัฒนธรรมอื่นๆ ความต้องการพักผ่อน การผ่อนคลายความตึงเครียด

2) การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงหนี คือ ปลีกตัวออกไปจากความจำเจของสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน หรือหลบหนีจากปัญหาความวุ่นวาย ความลำบากใจ แม้การหลีกเลี่ยงนั้นจะเป็นการหลีกเลี่ยงชั่วคราวก็ตาม

จากแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ และมวลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ มวลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยได้สรุปมวลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ได้ดังนี้

- 1) ตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน
- 2) เพื่อน หรือญาติชวนให้มาท่องเที่ยว
- 3) มาเยี่ยมญาติ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 4) มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 5) เดินทางมาเพื่อธุรกิจ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 6) เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 7) เดินทางมาราชการ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 8) เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 9) เดินทางมาเพื่อรักษาสุขภาพ แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 10) เดินทางมาเพื่อการศึกษา/ทัศนศึกษา แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
- 11) เดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาส ท่องเที่ยวไปด้วย
- 12) เดินทางมารับรางวัล และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Aronson et. al. (2004) ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่า เป็นการให้คุณค่าหรือประเมินค่าต่อบุคคลและสิ่งต่างๆ รวมทั้งความคิด ทัศนคติเป็นการให้คุณค่าหรือประเมินค่าต่อสิ่งที่พบเห็นทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ บุคคลย่อมจะไม่วางตัวเป็นกลาง (ไม่เป็นบวกและไม่เป็นลบ) แต่จะให้คุณค่าหรือประเมินค่าต่อสิ่งที่เขาพบเห็น

Hawkins (2004) กล่าวว่า ทัศนคติ คือวิธีการที่เปลี่ยนแปลงยาก และใช้ในการจัดระเบียบของกระบวนการที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ อารมณ์ การรับรู้ และการขบคิด ภายใต้สภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล อาจกล่าวได้ว่า ทัศนคติ คือ วิธีการที่แต่ละคนคิด รู้สึก และกระทำต่อสภาวะแวดล้อม

Armstrong & Kotler (2008) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ การประเมิน ความรู้สึก และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดหรือความคิดใดอย่างหนึ่งอย่างแน่นอน

Kotler & Keller (2009) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกด้านอารมณ์ (ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ) หรือแนวโน้มการปฏิบัติของบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จำรอง เงินดี (2552) ให้ความหมายทัศนคติไว้ว่า ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าทั้งคน สัตว์ สิ่งของ และสถานการณ์ต่างๆ ที่สร้างให้เกิดมีขึ้นจากประสบการณ์ต่อสิ่งนั้นๆ ในลักษณะของการประเมินค่า การแสดงออกนั้นจะเป็นทิศทางใดทิศทางหนึ่งและเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะมีความคงทนถาวรพอสมควร

3.1.1 คุณลักษณะของทัศนคติ

มนุษย์จะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา โดยมนุษย์จะมีระเบียบของแนวคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่งเป็นไปในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียดกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่ใครเลยที่มีใจเป็นกลาง และทุกอย่างเหมือนกัน เพราะทุกคนมีสิ่งจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกัน คุณลักษณะของทัศนคติอาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1) ทัศนคติเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน

2) ทัศนคติจะมีใช้สิ่งที่เกิดขึ้นมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกทัศนคติเป็นผลของการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากบุคคลนั้นๆ ได้เกี่ยวข้องกับบุคคล

3) ทักษะคิดจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทักษะคิดได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทักษะคิดดังกล่าวจะไม่ใช่ภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร เพราะทักษะคิดที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีการบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวเช่นกัน

4) ทักษะคิดจะมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้ก็คือ ทักษะคิดจะมีใจเกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ เช่น บุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความคิดต่างๆ (วันทนา สุรชีวิน, 2541)

ทักษะคิดเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เป็นการจัดระเบียบความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอการจัดระเบียบดังกล่าว จะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอถ้าเราสังเกตดูจะเห็นว่า มนุษย์ทุกคนที่ใช้ชีวิตผ่านไปวันต่อวันนั้น ทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ และเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เสมอเขาจะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลาคอนทุกคนจะมีระเบียบของแนวคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่งเป็นไปในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอคือ ดี และไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้ไม่มีใครเลยที่มีใจเป็นกลางเป็นพระอิฐพระปูนและเห็นทุกอย่างเหมือนกันมีคุณค่าเท่ากัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะ คนทุกคนต่างก็มีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจ และอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกันไปนั่นเอง คุณลักษณะของทักษะคิดอาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1) ทักษะคิดเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน

2) ทักษะคิดจะมีใจสิ่งที่เกิดขึ้นมาแต่กำเนิด ตรงกันข้ามทักษะคิดจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องกับอยู่ด้วยภายนอก และทักษะคิดจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าวแล้ว ทั้งหมดนี้ย่อมแสดงว่า ทักษะคิดที่มีอยู่จะเป็นผลของการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ ดังเช่นที่ Myers และ Reynolds ได้เน้นว่าเป็นผลของการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้นๆ ได้เกี่ยวข้องกับคนอื่น ๆ

ปัจจัยที่มีผลในการกำกับเป็นทักษะคิดดังกล่าวนี้ ส่วนสำคัญมักจะเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วย ที่บุคคลนั้น ได้รับข่าวสารข้อมูลมา กลุ่มที่สำคัญก็คือ กลุ่มครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มทางสังคมที่ได้ไปเกี่ยวข้องกับด้วย นอกจากนี้ทักษะคิดยังขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะท่าทาง ซึ่งเป็นผลของการเรียนรู้ที่ได้จากการปฏิบัติต่อบทบาทโลกภายนอกอีกด้วย

3) ทักษะคิดจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทักษะคิดได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทักษะคิดดังกล่าวจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร และไม่เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างไป ทั้งนี้เพราะทักษะคิดที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวเช่นด้วย

4) ทักษะคิดจะมีความหมายอิงถึงตัวบุคคลสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้ก็คือ ทักษะคิดจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ สิ่งนี้อ้างอิงเพื่อการสร้างทักษะคิดอาจเป็น ตัวบุคคล กลุ่มคน สถานบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่างๆ

เป็นที่น่าสังเกตว่าในที่นี้เราได้ทำการแยกทักษะคิดออกจากคำว่าค่านิยมซึ่งในความหมายที่แท้จริงทั้งสองสิ่งก็คือเรื่องเดียวกันนั่นเองแต่แตกต่างกันเล็กน้อยที่ว่า ค่านิยม (Values) เป็นสิ่งที่พื้นฐานมากกว่า และใช้ในความหมายที่กว้างกว่าทักษะคิด ทั้งนี้เพื่อที่จะให้มีความคล่องตัวในการใช้ประโยชน์สำหรับการพิจารณาปัญหาเท่านั้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2540)

ลักษณะรวมๆ ของทักษะคิดที่ทำให้เกิดความเข้าใจให้ดีขึ้น ซึ่งพอสรุปลักษณะของทักษะคิดได้ดังนี้

- 1) ทักษะคิดเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้
- 2) ทักษะคิดมีลักษณะที่คงทนยาวนานพอสมควร
- 3) ทักษะคิดมีลักษณะของการประเมินค่าอยู่ในตัว ก็คือจะบอกลักษณะดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น
- 4) ทักษะคิดทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่หมายของทักษะคิด
- 5) ทักษะคิดบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของ และบุคคลกับสถานการณ์ นั่นคือ ทักษะคิดย่อมมีที่หมายนั่นเอง (ศักดิ์ไทย สุริกิจาวร, 2545)

3.1.2 การก่อตัวของทักษะคิด

เกรซ ครัทซ์ฟีลด์ และ บัลลาจี (วันทนา สุรชีวิน, 2541) ได้ให้ความเห็นว่า ทักษะคิด อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- 1) การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) สิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายของตนได้ บุคคลก็มีทักษะคิดที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทักษะคิดไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2) ข่าวสารข้อมูล (Information) ทักษะจิตจะมีพื้นฐานมาจากข่าวสารข้อมูลที่บุคคลได้รับ ทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่นโดยการฟังคำติฉินที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3) การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) เพราะบุคคลที่อยู่ในสังคมย่อมจะปรับทัศนคติและปฏิบัติตนคล้อยตามบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่ม เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของกลุ่มหากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนมากเกินไป

4) บุคลิกภาพ (Personality) ทักษะจิตมีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย เช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงกันข้าม เช่น มักคิดว่าบุคคลอื่นอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่อตน

3.1.3 การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไสเคิร์ท ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติของตนเอง ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติทางวิชาการด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะ 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) ทักษะจิตบางอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น หน่วยงานที่สังกัด

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์การประกอบที่สำคัญที่เป่าตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือการติดต่อสื่อสารทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือเกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่างๆ (วันทนา สุรชีวิน, 2541)

3.1.4 การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลสามารถทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่ทำให้บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่นๆ หรือสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติด้านการเรียนรู้ เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าองค์ประกอบด้านการรับข่าวสารเปลี่ยนแปลง ก็มีแนวโน้มจะทำให้ห้ององค์ประกอบด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกเปลี่ยนแปลงได้ด้วย

(McGuire (1969) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นต่างๆ 5 ขั้นด้วยกัน คือ

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

Hebert C. Kelman (1967) ได้เสนอขบวนการการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล คือ

- 1) การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อตนในทางที่ตนต้องการ
- 2) การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่นเพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลในสังคม
- 3) การที่บุคคลยอมรับพฤติกรรมในสังคมที่เหมาะสมกับค่านิยมที่มีอยู่ในตัวเราแล้ว (Internalization)

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1) การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นทางลบด้วย

2) การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบก็จะเป็นไปในทางตรงกันข้าม

จุมพล รอคดำดี (2533) กล่าวว่า ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

- 1) การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูล ข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอื่น
- 2) การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้ จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
- 3) การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่ (วันทนา สุรชีวิน, 2541)

3.1.5 บทบาทของทัศนคติ

สำหรับบทบาทของทัศนคติ แคทซ์ (Katz.1960) ได้กล่าวถึงบทบาทของทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

- 1) การปรับเพื่อใช้งาน (Adjustment-Utility) อย่างกรณีที่เราชอบสิ่งทีตอบสนองต่อความต้องการของเรา
- 2) การปกป้องความรู้สึกต่างๆ (Ego-Expression) ตัวอย่างเช่น เมื่อเราสร้างทัศนคติขึ้นเพื่อปกป้องความไม่มั่นคงทางความรู้สึกของเรา หรือเพื่อปกป้องเราเมื่อมีสิ่งข่มขวัญเกิดขึ้น
- 3) การแสดงออกซึ่งค่านิยม (Value Expression) อย่างเช่น การสร้างทัศนคติขึ้นเพื่อแสดงออกถึงความเชื่อ หรือค่านิยมต่างๆ
- 4) หน้าที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) อย่างเช่นเมื่อใช้ทัศนคติเป็นเครื่องมือช่วยในความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น เรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3.1.6 ประเภทของทัศนคติ

ชวานะ ภวภานนท์ (วันทนา สุรชีวิน, 2541) ได้กล่าวว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภท ด้วยกันคือ

- 1) ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกอารมณ์จากสภาพจิตใจในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ

ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) \longrightarrow ทำให้ การปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act Positively)

- 2) ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบันและการดำเนินการขององค์กรและอื่นๆ

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

3) ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

อนึ่งทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภท รวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำหรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไป

3.1.7 ส่วนประกอบของทัศนคติ

ในการอธิบายถึงทัศนคตินั้น นักทฤษฎีส่วนมากต่างก็สรุปผลเป็นแนวความคิดที่ตรงกันว่า ทัศนคติ และความเชื่อ แท้จริงมิใช่สองสิ่งที่ยกขาดจากกัน หากแต่เป็นสิ่งที่รวมกันอยู่เป็นส่วนต่างๆ ที่ประกอบเข้าด้วยกัน นักวิชาการทางพฤติกรรมศาสตร์ส่วนมากก็มักจะเห็นตรงกันในวิธีการอธิบายดังกล่าว แทนที่จะแยกขาดจากกัน นักวิชาการส่วนมากมักจะเห็นพ้องกันว่า ตัวทัศนคติเองนั้นจะประกอบขึ้นด้วยส่วนประกอบ (Components) 3 ส่วนต่อไปนี้

1) ความเข้าใจหรือส่วนของความเชื่อ (Cognitive or Belief Component) จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงข่าวสารข้อมูลและความเชื่อที่มีต่อสิ่งของหรือปรากฏการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลที่ได้เก็บสะสมมา และการมีประสบการณ์มาจากอดีต ความเชื่อนี้จะเป็นความเชื่อที่ได้มาจากการประเมิน ซึ่งมักจะออกผลเป็นแนวโน้มทางใดทางหนึ่งว่า ดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ มีคุณค่า-ไม่มีคุณค่า เป็นต้น

2) ความชอบพอ หรือส่วนของความรู้สึก (Affective or Feeling Component) จะมีขอบเขตครอบคลุมถึงความรู้สึกต่างๆ รวมตลอดทั้งอารมณ์ด้วย ความรู้สึกเหล่านี้จะเกิดขึ้นจากสาเหตุหลายทาง เช่น บุคลิกท่าทาง หรืออุปนิสัยและสิ่งจูงใจ เป็นต้น ความรู้สึกอาจแสดงออกเป็น ดี-เลวเกลียด-รัก ทางบวก-ทางลบ ชอบ-ไม่ชอบ

3) พฤติกรรมหรือส่วนของแนวโน้มในการกระทำ หรือแสดงออก (Behavioral or Action-Tendency Component) แนวโน้มของการประพฤติ หรือการกระทำ ซึ่งเป็นไปในทางใดหนึ่ง และซึ่งจะกลับกลายมาเป็นการเรียนรู้ในสิ่งที่ได้ปฏิบัติตอบต่างๆ (learned responses) และเก็บสะสมไว้ในความจำโดยผ่านส่วนของประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต (past experience)

ส่วนดังกล่าวจะเป็นส่วนของพฤติกรรม หรือทางโน้มน้าวในการที่จะปฏิบัติเป็นอย่างไรอย่างหนึ่ง ถ้าหากคนดังกล่าวมีทัศนคติในทางไม่ดีแล้ว ความพร้อมเพรียงในการปฏิบัติตอบทางพฤติกรรมของเขาก็จะเป็นไปในทางพยายามโจมตี ทำลาย ไล่ไฟ หรือกลั่นแกล้งสิ่งนั้นๆ

ในทางตรงกันข้ามถ้ามีทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ เขาก็จะชมเชยสนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ อุดหนุน ช่วยซื้อ ช่วยแนะนำ คนอื่นต่อๆ ไป เป็นต้น

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

นักทอ่งเทีว ก็คือผู้บริโภค การทอ่งเทีวถือเป็นสินค้าในรูปสินค้าบริการดั่งนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

3.2.1 ความหมายของพฤติกรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค

ตลาดผู้บริโภค (Consumer market) หมายถึง ผู้บริโภคหรือครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว (Armstrong & Kotler, 2008)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เกี่ยวกับการเลือกซื้อ และใช้สินค้าและบริการ เพื่อสนองตอบความต้องการของเขา (Kotler & Keller, 2009)

Solomon (2009) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นขั้นตอนเกี่ยวซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสพการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา

Schiffman and Kanuk (1994) พฤติกรรมที่ผู้บริโภค หมายถึง การค้นหาความต้องการเกี่ยวซึ่งกับการซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) การใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

Engle, Black well and Miniard (1995) พฤติกรรมที่ผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเพื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ธงชัย สันติวงษ์ (2549) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

สุรรัตน์ เตชาทวิวรรณ (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้ง กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ อดุลย์ และดลยา จาตุรงค์กุล (2550) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วย

อุษณีย์ จิตตะปาโล (2540) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิบัติของบุคคล เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวการกำหนดปฏิบัติการต่างๆ พฤติกรรมจึงเกี่ยวกับการศึกษาว่า บุคคลบริโภคอะไร ที่ไหน อย่างไร และภายใต้สถานการณ์อย่างไร ที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการมาบริโภค

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะสามารถจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรมคือการกระทำที่ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ก็เนื่องจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการเปิดรับสื่อและการแปลความสารที่แตกต่างกันจึงทำให้เกิดการตั้งสมประสงค์ที่แตกต่างกัน และมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ครอนบาช ได้อธิบายถึง พฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดขึ้น เพราะองค์ประกอบ 7 ประการต่อไปนี้

1) ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลาจนจึงสามารถบรรลุความต้องการ 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) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้นผลที่ได้รับอาจตรงกับที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบความผิดหวัง ในกรณีอาจจะต้องย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์ใหม่และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

3.2.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)

ซูร์ริคน์ เตซาทวิวรรณ (2549) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย คำถาม 7 คำถาม ที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6Ws : Who?, Who?, What?, Who?, Who?, When?, Where? และ 1H : How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 7Os ได้แก่ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ดังนี้

1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามที่หาคำตอบลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมผู้บริโภค

2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่หาคำตอบสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่ สินค้าและบริการ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ คือต้องการคุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Components) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Who does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา

4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ โอกาสในการซื้อสินค้าและบริการอื่นๆ (Occasions)

6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับแหล่งหรือช่องทางที่ผู้บริโภคจะไปซื้อ (Outlets)

7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการหาคำตอบเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้า (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้

3.2.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว มักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและการตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัด ที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ไกล เวลาสั้นเท่านั้น ขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวที่ทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

3.2.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปรากฏการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการใช้บริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งขบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จึงพอจะสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้คือ

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย ซึ่งการส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ที่ทั้งภาครัฐและเอกชน

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ ได้เห็นสิ่งใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยัง แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและ ปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยาก ท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากกระตุ้นผลักดันให้เกิด ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็น สภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่ง สิ่งจูงใจออกไปได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจาก ความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจที่สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ เช่นการอาบน้ำแร่การร่วม กิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2) สิ่งจูงทางด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้น ที่เกิดจาก ความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ ฯลฯ

3) สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดความ ต้องการส่วนตัว เช่นการเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

4) สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Status Motivation) เป็น แรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่นการเข้า ร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็น องค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูล ทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำ ให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการ พิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวก สบายและความเอกริมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวอาจ ปรากฏในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่นประเทศยุโรปมีความปลอดภัยสูง แต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย

ประเทศสังคมนิยมเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน
- 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไร
- 3) จะไปท่องเที่ยวโดยทางใด (บก อากาศ)
- 4) จะไปท่องเที่ยวกับใคร
- 5) จะไปท่องเที่ยวนานแค่ไหน
- 6) จะไปท่องเที่ยวเพื่อชมอะไร
- 7) จะไปพักผ่อนในสถานที่ประเภทไหน
- 8) จะไปท่องเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นตอนที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว จะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้เราอาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังต้องมีการเตรียมวางแผนเรื่องलगานและฝากคนดูแลบ้านด้วย

ขั้นตอนที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอย่างแน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยื่นขออนุญาตเดินทาง จัดทำเอกสารการเดินทาง เช่นหนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้นนอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของใช้จำเป็นในระหว่างเดินทาง การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

ขั้นตอนที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมต่างๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่นๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นการเดินทางในครั้ง

ต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

ขั้นตอนที่ 8 ประสพการณ์นักท่องเที่ยว

เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสพการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1) มีความพึงพอใจ เป็นประสพการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2) ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสพการณ์ทางลบ (Negative) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่างๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ปรากฏผลประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นตอนที่ 9 ทักษะคติของนักท่องเที่ยว

เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสพการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม

อรรวรรณ ปีลันธนโอบาท (2546) กล่าวว่า นักจิตวิทยาได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรมแล้วให้ความเห็นว่า ทัศนคติ ความเชื่อ การรู้หรือจิตสำนึก (Cognition) อารมณ์ความรู้สึก (Affection) และพฤติกรรม (Behavior) ต่างก็สัมพันธ์กันไปมาในแนวเดียวกัน (Positive Relationship) อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมิได้เกิดในลักษณะหนึ่งต่อหนึ่ง นั่นคือ ความชอบหนึ่งอย่างหรือความไม่ชอบหนึ่งอย่าง จะนำไปสู่พฤติกรรมหนึ่งอย่าง ตัวอย่างเช่น บุคคลหรืออาจจะมีบุตรคนหนึ่งหรือสองคน ถึงแม้เขาจะมีทัศนคติทางบวกต่อการคุมกำเนิด ทัศนคติและความเชื่อของเราก็จะถูกควบคุมด้วยตัวแปรอื่นๆ เช่น กฎหมาย คำต่าหนิจาก

สังคม เจื่อนใจทางเศรษฐกิจหรือจิตวิทยาอื่นๆ ซึ่งสอดแทรกอยู่ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา

4. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

พรทิพย์ วรกิจโกดาทร (2529) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะครอบครัว เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลต่างกัน โดยที่ความแตกต่างกันนี้จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวดังนี้

1) อายุ (Age) เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการสื่อสาร ความพอใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลการวิจัยของ ซี เมเปิล (C. Maple) และไอ แอล เจนิสและไรฟ์ (I.L. Janis and D. Rife) สรุปว่า การชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจของคน จะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นยังมีการศึกษาพบว่า คนหนุ่มสาวนั้นจะเป็นผู้ที่ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) มองโลกในแง่ดี (Optimistic) และจิตใจไม่มั่นคง (Flexible) มากกว่าคนแก่ ในขณะที่คนแก่นั้นจะมีความเป็นคนหัวรั้น (Pragmatic) และมีความระมัดระวัง (Cautions) สูงกว่าคนหนุ่มสาว

นอกจากนี้แล้วอายุยังมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวด้วย ตัวอย่างเช่น วัยรุ่นนิยมทำกิจกรรมที่ท้าทาย เช่น การปีนเขา บั๊สจ๊ว จะพบว่าผู้สูงอายุจะมีกิจกรรมด้านนี้น้อยกว่าผู้ที่มีอายุน้อยหรือวัยรุ่น หรือภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็มีความแตกต่างกันด้วย โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุ

กล่าวโดยสรุป อายุจะมีอิทธิพลกับการท่องเที่ยวไม่มากนักน้อย ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2) เพศ (Sex) มีงานวิจัยหลายชิ้นที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและเพศหญิงที่ต่างกันจะส่งผลให้การสื่อสารของเพศชายและหญิงต่างกัน

จากที่กล่าวมา พบว่า ชายและหญิงความนึกคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกันเหมือนกัน ซึ่งตามธรรมชาติแล้วชายและหญิงจะมีคุณลักษณะที่ต่างกัน และถึงแม้สภาพสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปมากแต่ก็ยังมีหลายอย่างที่ชายและหญิงยังมีสถานะของคนอยู่

3) การศึกษา (Education) เป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร ซึ่งอาจพบตั้งแต่การอ่านออกเขียนได้ก็จะต้องมีการศึกษาระดับหนึ่ง การมีความรู้ความเข้าใจคำศัพท์หรือคำพูดบางประโยคก็อาจต้องการความรู้อีกระดับหนึ่งเช่นกัน

4) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล เช่น

งานวิจัยที่ศึกษาความทะเยอทะยานของเด็กวัยรุ่นไทยที่มาจากครอบครัวชั้นกลางและชั้นต่ำ พบว่า ผู้ที่มาจากครอบครัวชั้นกลางมีความทะเยอทะยาน มีความสนใจตนเองและผู้อื่น มีความต้องการจะเห็นสังคมเจริญและมีส่วนช่วยให้สังคมเจริญขึ้นมากกว่าผู้ที่มาจากครอบครัวชั้นกลางและชั้นต่ำ หรือการศึกษาความพร้อมในการอ่านของเด็ก พบว่า เด็กที่หัวหน้าครอบครัวมีการศึกษามาก มีความพร้อมในการอ่านมากกว่าเด็กที่หัวหน้าครอบครัวมีระดับการศึกษาน้อย

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกศศิริ เจริญวิศาล และจุฑามาศ จันทรัตน์ (2542) ได้ศึกษาความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปต่างประเทศ เพราะต้องการความแปลกใหม่เป็นเหตุผลสำคัญที่สุดและอีกสองเหตุผลหลักที่พบ คือ การเดินทางเพื่อไปเรียนรู้และการเห็นว่าเป็นความพิเศษ ในการเดินทางไปต่างประเทศมีแรงดึงดูด คือ การเดินทาง การคมนาคมที่สะดวก มีความสะอาด และมีความปลอดภัยสูงกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนการเดินทางภายในประเทศไทยมีจุดเด่นที่ควรสนับสนุนต่อไปนี้ คือ ราคาสินค้าและบริการซึ่งถูกกว่า ความมีน้ำใจของคนไทย และการท่องเที่ยวทางทะเลก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรส่งเสริมสนับสนุนต่อไปอย่างก็ตาม การวิจัยพบข้อบกพร่องในการเดินทางภายในประเทศหลายประการ โดยเฉพาะการคมนาคมที่ไม่สะดวก จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยตระหนักเกี่ยวกับการเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว

นันทวัน เลิศรัญรัตน์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลุ่มอ้างอิง สิ่งกระตุ้นจากแหล่งท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น 3 ปัจจัยที่สำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งได้นำเสนอไว้แล้วข้างต้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการทำการตลาดการท่องเที่ยวยามราตรีเพื่อสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวยามราตรี ประกอบด้วย การรับรู้ข่าวสาร กลุ่มอ้างอิง และสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีบริเวณถนนข้าวสาร ทฤษฎีของ อาร์.ดับบลิว. แมคอินทอช (R.W. Mcintoch, 1972) ซึ่งเป็นแรงผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจดังกล่าวนี้มีทั้งจากภายในตัวนักท่องเที่ยวเองและจากภายนอกตัวนักท่องเที่ยว คือ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคลและแรงจูงใจทางเกียรติยศ และสถานภาพ จากการศึกษาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยทราบ แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีเป็นเช่นไร จังหวัดขอนแก่นมีสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรีเช่นกัน

รุ่งทิพ ว่องปฏิการ (2541) ทำการศึกษาเรื่อง “ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อภูเก็ต” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งสารที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อภูเก็ตก่อนการเดินทางเยือนแตกต่างกัน โดยภาพลักษณ์ที่มีต่อภูเก็ตจะแปรไปในทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อประเทศไทยและกรุงเทพมหานครทั้งนี้การเดินทางมาเยือนภูเก็ตซ้ำหลายครั้งไม่พบว่าเป็นการสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อภูเก็ตมากขึ้นเสมอไป เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลแห่งอื่น เช่น ในประเทศออสเตรเลีย จะก่อให้เกิดการเปรียบเทียบซึ่งพบว่า ภาพลักษณ์ของภูเก็ตจะต่ำกว่าแหล่งท่องเที่ยวของประเทศอื่น เมื่อทำการศึกษาวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาภูเก็ตจำแนกตามเพศพบว่า มีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเพศ ข้อค้นพบดังกล่าวเป็นสัญญาณอันตรายที่ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภูเก็ตพึงให้ความสำคัญและเร่งแก้ไขภาพลักษณ์ดังกล่าวเป็นการด่วน เนื่องจากส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งการตลาดแม้ว่าโดยรวมนักท่องเที่ยวจะมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อภูเก็ตก็ตาม จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ทำให้ทราบว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ ถ้านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ก็จะไม่มาท่องเที่ยว

วันทนา สุรชีวิน (2541) 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 จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว

พัชรภา ลากลือชัย (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยว ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. อาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคา มีความคล้ายคลึงกัน โดยพบว่าส่วนใหญ่ต้องการพักผ่อน เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว มีโอกาสท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวจะร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการ

ท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะร่วมเดินทางกับครอบครัวมากที่สุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารของตลาดน้ำดำเนินสะดวกมากกว่า ตลาดน้ำท่าคา และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และตลาดน้ำท่าคาอยู่ในระดับมาก โดยด้านการจัดการทรัพยากรพบว่านักท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก ให้ความสำคัญกับการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นมากที่สุด ส่วนตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำมากที่สุด และด้านการจัดการบริการทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาให้ความสำคัญในประเด็นเดียวกัน คือ ผู้ขายควรมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว พบว่า 1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาแตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาสูงกว่า ระดับความพึงพอใจต่อการจัดการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และให้ความสำคัญกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในตลาดน้ำมากที่สุด 2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษา, อาชีพ, พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกัน ส่วนการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสาร/วารสาร บุคคลในครอบครัว เพื่อน/เพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้อายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุมากการรับรู้ข่าวสารจากเพื่อน/เพื่อนบ้าน และความคาดหวังต่อการจัดการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ จากการศึกษาดังกล่าว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการการพักผ่อน ซึ่งเป็นมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว

บุษบา กุศลกุล (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า 1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ 2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ 3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ โดยทัศนคติมีอิทธิพลในทางลบ ในขณะที่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีอิทธิพลในทางบวก จากการศึกษาดังกล่าว พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วม กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ การมีส่วนร่วมของประชาชน คือสิ่งสำคัญในการอนุรักษ์ป่าไม้

วิธีนี้ วรรณสกล (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ พบว่า 1.กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆ ต่างกัน 2.กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจต่างกัน 3.ความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสามารถอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ในอันดับที่ 4 เท่านั้น 4.การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ การประชาสัมพันธ์ส่งผลถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว

สิริกาญจน์ ปรับโตวิดโจโย (2539) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า 1. อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยทางด้านประชากรตัวอื่น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ 2. การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากนิตยสารด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศ บริษัททัวร์ / ตัวแทนจำหน่าย ตัวเครื่องบิน สายการบิน เพื่อน/บุคคลในครอบครัว องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และนิทรรศการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ 3.การเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง

สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์ และคณะ (2548) รายงานโครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ศักยภาพทางการท่องเที่ยวของจังหวัด จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการในระหว่างเดือนกรกฎาคม – กันยายน 2548 ซึ่งไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การจัดกิจกรรมนำร่องท่องเที่ยวและการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องภายในจังหวัด 2 ครั้ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาขอนแก่นตามคำชักชวนของญาติมิตร และเดินทางมาเองพร้อมครอบครัวและเพื่อน เพื่อท่องเที่ยว เยี่ยมญาติ และธุรกิจ รวมทั้งเพื่อการประชุมสัมมนา นิยมพักโรงแรม และชอบอาหารพื้นเมือง มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1, 144 บาท ในการซื้อสินค้าประเภทอาหารแปรรูป และผ้าไหม มีความประทับใจในความมีมิตรไมตรีของชาวขอนแก่น แต่ไม่ชอบการจราจรที่ติดขัดภายในตัวเมือง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และงานประเพณี

ของจังหวัด แหล่งท่องเที่ยวที่รู้จักและเคยไปคือ เขื่อนอุบลรัตน์ ภูเวียง หมู่บ้านจุงอาง บึงแก่นนคร โสงมูนมั่ง และมหาวิทยาลัยขอนแก่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง จัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นตามศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางความเจริญในด้านการค้า การลงทุน การคมนาคม การศึกษา และเทคโนโลยี ทำให้มีการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากและต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้พิจารณากรอบกลยุทธ์การท่องเที่ยวไว้ 5 ด้าน แผนการตลาด 10 แผน และข้อเสนอรายละเอียดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไว้ 10 โครงการ

ศุภาพ บุญไชย (2543) ได้ทำการวิจัย พฤติกรรมการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวของประชาชนชาวจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนมากที่สุดจำนวน 263 คน ร้อยละ 76.20 ส่วนมากจะไปพักผ่อนชมงานเทศกาลต่างๆ ที่ทางอำเภอและจังหวัดจัดขึ้น เช่น งานไหลเรือไฟ อำเภอโกสุมพิสัย งานบุญบั้งไฟ อำเภอเมืองมหาสารคาม เป็นต้น นอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวยังทำให้คลายเครียดและนำสิ่งดีๆ ที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยวมาปรับปรุงการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น พฤติกรรมการเลือกสถานที่ไปท่องเที่ยวส่วนมากต้องการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 164 คน ร้อยละ 47.70 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไปเที่ยวส่วนมากเป็นแหล่งธรรมชาติ เช่น สวนป่าจุฬาภรณ์ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีปูเป้งหรือปูเจ้าฟ้าจุฬาภรณ์ที่สวยงามอาศัยอยู่ และแม่น้ำโขง ทั้งนี้เพราะจังหวัดหนองคาย และจังหวัดมุกดาหารมีตลาดสินค้าอินโดจีนราคาถูก นอกจากนี้จังหวัดหนองคายยังมีสะพานข้ามแม่น้ำโขงระหว่างไทยกับลาวและที่อำเภอโพนพิสัยมีปรากฏการณ์ลูกไฟพุ่งขึ้นจากลำน้ำโขงโดยธรรมชาติ ซึ่งชาวบ้านเชื่อว่าเป็นบั้งไฟพญานาคจะเกิดขึ้นทุกๆ ปี ในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ปีใดมีเดือน 8 สองหนปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคจะปรากฏวันแรม 1 ค่ำ เดือน 11 ซึ่งตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ ของประเทศลาว ส่วนจังหวัดนครพนมในวันออกพรรษาจะมีประเพณีไหลเรือไฟที่สวยงามจึงทำให้ประชาชนทั้งไปรวมทั้งชาวจังหวัดมหาสารคามเป็นจำนวนมากต้องการไปท่องเที่ยวงานประเพณีที่มีคนไปท่องเที่ยวมากคืองานไหว้พระธาตุนาดูนอำเภอนาดูน และงานบุญเบิกฟ้าและงานกาชาดจังหวัดมหาสารคาม วัดที่ประชาชนไปท่องเที่ยวมาก คือวัดผาน้ำน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด กีฬาที่มีผู้ชมมากคือ ฟุตบอล การแสดงที่มีผู้ชมมากคือ หมอลำ ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนมากเป็นรถยนต์ส่วนตัว อาหารที่รับประทานส่วนมากเป็นข้าวเหนียวส้มตำ พักกับญาติ พี่น้องของพื้นเมืองกลับบ้าน ทุกคนเห็นว่าการรักษาความสะอาดแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรอนุรักษ์ให้อยู่ในสภาพเดิม การท่องเที่ยวมีผลกระทบในด้านดีคือเห็นความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นของตนเอง โลกทัศน์กว้างไกล นำสิ่งดีๆ ที่ได้พบเห็นจากการท่องเที่ยวมาปรับปรุงวิถีการดำเนินชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนด้านไม่ดีก่อให้เกิดปัญหา

ศีลธรรมเสื่อม ค่าครองชีพสูงขึ้นค่านิยมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว
 ควรเน้นที่การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับความสำคัญของการ
 ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
 ในแต่ละจังหวัดให้มากยิ่งขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในระดับจังหวัดควรจัดนำเที่ยว
 หรือจัดงานให้ชมฟรีอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เห็น
 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สมยศ โอ่งเคลือบ (2544) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการ
 ท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่
 ใหญ่เปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล กล่าวคือ โทรทัศน์เป็นสื่อที่
 ประชาชนเปิดรับมากที่สุด และพบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านการ
 ท่องเที่ยวแตกต่างกันตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ ในด้านอิทธิพลของ
 ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น พบว่า ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
 เดินทางท่องเที่ยวของประชาชน กล่าวคือ หลังจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแล้ว
 ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้สึกริ่อยากเดินทางท่องเที่ยว โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง
 ท่องเที่ยวของประชาชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่มีอิทธิพลมาก
 ที่สุด คือ รายการบันเทิง ด้านเนื้อหาของข่าวสาร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารที่มี
 เนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ประชาชนสนใจมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยว
 ทางธรรมชาติ ด้านรูปแบบการนำเสนอข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น
 พบว่า หน่วยงานราชการรวมทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการเผยแพร่ข่าวสารหลายรูปแบบ
 ทั้งการให้ความรู้ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวสารต่างๆ ส่วนภาคเอกชน คือ
 ธุรกิจนำเที่ยวต่างๆ มักนำเสนอข่าวสารในรูปแบบของการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ด้าน
 ความคิดเห็นของบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่า
 ปัจจุบันคนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันมีคนไทยบางส่วนที่นิยม
 เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และเห็นว่าควรมีการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น
 สอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนส่วนใหญ่ ที่คิดว่าการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว
 ในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ และควรมีการเผยแพร่ให้มากขึ้น จากผลการศึกษาผู้ศึกษาคิดว่า การเผยแพร่
 ระข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่เพียงพอกับความต้องการของประชาชน จึงควรมีการ
 เผยแพร่ข่าวสารให้มากขึ้น โดยเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เนื่องจากเป็นสื่อที่ประชาชนเปิดรับมาก
 โดยเฉพาะโทรทัศน์ และควรใช้รูปแบบในการนำเสนอที่เหมาะสมกับคุณลักษณะและพฤติกรรม
 การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย

ประภัสสร เฝ้าพงศ์ช่วง (2546) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวไทย ที่มาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาปรากฏดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ระดับต่ำหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือน มีภูมิลำเนาอยู่ภาคอื่นๆ ซึ่งไม่รวมภาคตะวันออกเฉียงเหนือเดินทางมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง และเดินทางตรงมาที่จังหวัดอุบลราชธานี ชอบท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่สวยงาม เช่น อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ เหตุผลในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดคือ ความสวยงามของธรรมชาติ จากนั้นเดินทางไปเที่ยวต่อจังหวัดมุกดาหาร เดินทางมาจับครอบครัวประมาณ 1-5 คน ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน ในวันหยุดสุดสัปดาห์ ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง พักแรมที่จังหวัดอุบลราชธานีใช้เวลาในการพักแรมประมาณ 2-3 วัน พักที่บ้านญาติ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำกว่า 2,000 บาท ซื้อของฝากและของที่ระลึกประเภทอาหาร เช่น หมูยอ แหนม กุนเชียง ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน / ญาติ / คนรู้จัก และจะเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดอุบลราชธานีอีก 2) นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยจูงใจท่องเที่ยวด้านความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่นด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านการคมนาคม ด้านสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีระดับการจูงใจอยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านบริการนำเที่ยวมีระดับการจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยการจูงใจที่ระดับการจูงใจมากที่สุดในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวบรรยากาศดี สวยงาม ด้านการคมนาคม คือ เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักได้สะดวกทั่วถึง ด้านสถานที่พัก คือ สถานที่พักมีให้เลือกหลายรูปแบบ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ด้านร้านอาหาร คือ มีร้านอาหารเพียบพร้อมบริการนักท่องเที่ยวและอาหารมีให้เลือกหลากหลายชนิดซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านบริการนำเที่ยว คือ มีบริการนำเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเพียงพอ ด้านสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง คือ สินค้าคุณภาพดี และสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และเจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี / บริการประทับใจซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ด้านความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในท้องถิ่น คือ ประชาชนในท้องถิ่นมีน้ำใจและอัธยาศัยดี และด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว คือ มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง 3) นักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยจูงใจด้านสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเห็นว่า ปัจจัยจูงใจด้านสินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองมีระดับการจูงใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่นๆ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน จากการศึกษาดังกล่าว พฤติกรรมและปัจจัยจูงใจ

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว คือความสวยงามของธรรมชาติและมิตรภาพของผู้คนในท้องถิ่น เป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ทรงศรี สุรวะดิน (2547) ได้ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกไทยในกลุ่มผ้าไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก จุดประสงค์ของการเดินทางมาคือ การเดินทางมาเพื่อการพักผ่อน โดยเดินทางมาด้วยตนเองและส่วนใหญ่ยังไม่เคยซื้อสินค้าที่ระลึกไทยในกลุ่มผ้าไหม ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกไทยในกลุ่มผ้าไหมไทยส่วนใหญ่จะมีร้านค้าที่เจาะจงไว้แล้วว่าจะมาซื้อสินค้าว่าเป็นร้านใด ชอบผ้าไหมที่ผลิตจากมือมากกว่าผลิตจากเครื่องจักร ผ้าพื้นเป็นผ้าไหมที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสนใจมากถึงร้อยละ 50 สีและขนาดของผ้าไหมที่มีให้เลือกในปัจจุบันเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ด้านความประณีตของการทอผ้าไหมก็เป็นที่เพียงพอกับความต้องการ สินค้าที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มนี้สนใจมากที่สุดได้แก่ ชุดสูทและชุดสำเร็จรูป ผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับความสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปที่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่ระลึกไทยในกลุ่มผ้าไหมด้านส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน พบว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ระดับปานกลาง โดยเรื่องลวดลายและสีของผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ส่วนเรื่องใบรับรองคุณภาพผู้ที่ไม่ม่มีประสบการณ์ในการซื้อผ้าไหมจะให้ความสำคัญในเรื่องใบรับรองคุณภาพมากกว่าผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อผ้าไหมมาแล้ว ด้านราคาให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านสถานที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญด้านการจัดตกแต่งร้านและการให้ข้อมูลภายในร้านมากกว่าความสามารถในการสื่อสารของพนักงานภายในร้าน และด้านส่งเสริมการขายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยในด้านนี้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านการจัดรายการส่งเสริมการขาย (การให้ส่วนลด) มากกว่าการขอคืนภาษี การวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัย ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าไหมของนักท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีผ้าไหมที่มีชื่อเสียง

นัยนา คุปติมนัส (2545) ได้ทำการศึกษา ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะ วิกฤติ ผลการวิจัยพบว่า 1) มุลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคณวิทำงานหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยระดับความสัมพันธ์ของมูลเหตุจูงใจมากที่สุด คือ เพื่อการพักผ่อน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 2) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ต่อเดือนของคณวิทำงานที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ

ไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ต่างกัน 3) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา และอาชีพ ของคนวัยทำงานที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจแตกต่างกัน ส่วนเพศ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน 4.ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาทัศนคติแบบรายข้อ พบว่า ทัศนคติถึงแม้ประเทศจะประสบปัญหาเศรษฐกิจก็สามารถท่องเที่ยวอย่างประหยัดได้ และสามารถที่จะท่องเที่ยวในขณะนี้ได้เพราะไม่เป็นการสิ้นเปลือง โดยพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นคนวัยทำงานที่มีอำนาจซื้ออย่างเพียงพอต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ จากการศึกษาดังกล่าว คนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติ มีมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน

รัชนี สนสะอาดจิต (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา หลังเหตุการณ์ ธรณีพิบัติภัย คลื่นยักษ์ Tsunami ผลการศึกษาวิจัยใน ส่วนที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพทางการสมรสคือโสด ผลการศึกษาวิจัยใน ส่วนที่ 2 พบว่าพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระมากที่สุด และเดินทางมาประเทศไทยมากกว่าหนึ่งครั้งและใช้เวลาเดินทางมาประเทศไทยในการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมาเพื่อพักผ่อนในวันหยุดเหตุผลที่เลือกเดินทางมาประเทศไทยคือ ค่าใช้จ่ายด้านราคาไม่แพง สถานที่ที่นิยมไปมากที่สุดคือ ชายหาด ที่สำคัญคือมากใช้จ่ายด้านช้อปปิ้งมากที่สุด ผลการศึกษาวิจัยใน ส่วนที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการเดินทางมาประเทศไทย หลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย คลื่นยักษ์ Tsunami โดยมองว่าประเทศไทยสามารถฟื้นตัวได้เร็วจากผลกระทบของเหตุการณ์ และเป็นดินแดนแห่งมิตรภาพ นอกจากนี้ในเรื่องของความมั่นใจของคนไทย สร้างความรู้สึกที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ ทั้งนี้การทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จะช่วยทำให้สถานการณ์ด้านท่องเที่ยวดีขึ้น โดยควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ จะช่วยทำให้สถานการณ์ด้านท่องเที่ยวดีขึ้น โดยควรเร่งทำการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านสถานการณ์ทางภาคใต้เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและมาท่องเที่ยว

จิราพร กองทอง (2540) ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ พบว่าสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูก กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปเที่ยวด่านช่องจอมเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจในความเป็นมิตรไมตรีของบุคคลในท้องถิ่น ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำสะอาด พอใช้ ความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่ามีความปลอดภัย เมื่อไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูกจึงส่งผลถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นได้อีก ปัจจัยความพร้อมในสาธารณูปโภคด้วย

ฉันทิช วรรณถนอม (2544) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ ในระดับมาก คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเป็นมิตรไมตรีของคนไทยและในระดับปานกลาง คือ แหล่งช้อปปิ้ง สินค้าที่ระลึกและแหล่งให้ความบันเทิงยามราตรี จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวต้องการการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

บรรจบพร สุนทรรัตนกุล (2543) ทำการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี” ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบรรยากาศเชิงกายภาพ, ปัจจัยด้านบรรยากาศเชิงจิตใจ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี โดยความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดเป็นปัจจัยด้านบรรยากาศเชิงกายภาพที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด โดยมีแพพักเป็นปัจจัยด้านบรรยากาศเชิงกายภาพเชิงจิตใจที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ทั้งนี้ผลการศึกษาไม่พบว่า คุณลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางคือ ปัจจัยด้านบรรยากาศเชิงกายภาพเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ผู้วิจัยคิดว่านักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นมีปัจจัยด้านกายภาพแต่ขาดปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในเรื่องของ Promotion

วิภา วัฒนพงษ์ชาติ (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ จะเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเดินทางมากับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไป ได้แก่ หาดชะอำ อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เขารัง หาดเจ้าสำราญ และนิยมค้างคืนตามโรงแรม บ้านเพื่อน หรือญาติ บังกะโล รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้ง และระยะทาง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรีและพิจารณาให้ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลางต่อการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้น พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ และ ภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์คนจะนิยมเดินทางท่องเที่ยว ระยะทาง และการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจ

สิรินาถ นุชชัยเหล็ก (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ตัดสินใจเดินทางไปจังหวัดภูเก็ตมากกว่าเชียงใหม่ เกิดจากเชียงใหม่มีการพัฒนาความเป็นเมืองสูงอย่างรวดเร็ว จนเกิดความสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และยังประสบปัญหาต่อเนื่องอีกได้แก่ ปัญหาการจราจรติดขัด ส่วนที่สองเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งทางด้านบวกและด้านลบกับภูมิฐานะ ผลปรากฏว่าในจังหวัดเชียงใหม่ปัจจัยทางด้านบวกในด้านวัฒนธรรม และประเภทที่เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ มีความเป็นมิตรและอบอุ่น สิ่งแวดล้อมที่ดี และการอาบแดด ปัจจัยทางด้านลบในด้านปัญหาอาชญากรรม และปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ มีความสัมพันธ์กับภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ การพัฒนาที่เร็วเกินไปอาจจะทำลายการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นก็ไม่ได้

สุพรรณมา หัศภาค (2545) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่” โดยทำการศึกษาปัจจัย 6 ประการ ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม 2) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 3) ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ 4) ปัจจัยด้านความปลอดภัย 5) ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และ 6) ปัจจัยอื่นๆ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านบริการและอรรถาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัย

อื่นๆ ตามลำดับ นอกจากนั้นยังพบว่านักท่องเที่ยวทุกเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการและอสังหาริมทรัพย์ทั้งสิ้น โดยไม่พบว่า มีกลุ่มใดให้ความสำคัญในปัจจัยดังกล่าวมากนักน้อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และปัญหาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยวได้ ซึ่งจังหวัดขอนแก่นมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

เปรมจิต ทาบุรี (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ถิ่นที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เดินทางมาเป็นครั้งแรกโดยรถยนต์ส่วนบุคคล เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนหรือญาติแนะนำ มีความคิดที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งและจะมีการแนะนำผู้อื่นให้มาเที่ยวอย่างแน่นอนเนื่องจากมีความประทับใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมและเป็นรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม สะอาด ด้านกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว และด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางแต่มีความพึงพอใจด้านทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เช่น พิพิธภัณฑ์สถานประจำจังหวัด บึงพลาญชัย และสถานที่ต่างๆ ที่มีประวัติความเป็นมาเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเป็นอย่างดี โดยนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อาชีพและอายุมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวโดยส่วนรวมและจำแนกตามเพศ อาชีพ และอายุ ส่วนใหญ่มีความต้องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความต้องการให้ดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาดเรียบร้อยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดร้อยเอ็ด ไปยังจังหวัดใกล้เคียงอย่างทั่วถึง โดยนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อาชีพ และอายุ มีความต้องการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างจากการศึกษาดังกล่าวความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวย่อมต้องการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย

วรัญญา เวียงอำพล (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จากการศึกษาทำให้ได้แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เหมาะสมและเป็นไปได้สำหรับประเทศไทย คือ ต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน คือ (1) การจัดการด้านทรัพยากรแหล่ง

ท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน (2) การจัดการด้านการตลาด การบริการ การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา (3) การจัดการด้านการให้การศึกษาและพัฒนาบุคลากร (4) การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งต้องดำเนินงานหรือปฏิบัติองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ด้าน ไปพร้อมๆ กันอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพราะทุกองค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์/เชื่อมโยง/ส่งผลกระทบต่อซึ่งกันและกัน ผลการศึกษาแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย ด้วยการใช้นวัตกรรม 3 รูปแบบ คือ (1) การวิเคราะห์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐศาสตร์ 2) ด้านสิ่งแวดล้อม 3) ด้านสังคม 4) ด้านองค์การและการบริหาร 5) ด้านกฎหมาย 6) ด้านเทคนิคและกายภาพ (2) เทคนิค SWOT Analysis (3) เทคนิค CIPP-I Model ซึ่งสรุปได้ว่า การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย เป็นแนวทางการจัดการที่มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ มีความสอดคล้อง สนับสนุน และเกื้อกูล ต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน หากมีการวางแนวทางเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง และให้เป็นธรรม จากการศึกษาดังกล่าวนี้ การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีความร่วมมือทำงานของทุกฝ่าย เพราะการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งที่สร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเจริญให้กับประเทศ

สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์, นภดล ตั้งสกุล และไกรเลิศ ทวีกุล (2546) ได้ทำการวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย ตำบลนาหว้า อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่าหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยววิถีชุมชนชนบทอีสานที่น่าสนใจ วิวทิวทัศน์จำนวนมากในหมู่บ้าน และหาดสวรรค์ ซึ่งเป็นขอบอ่างเก็บน้ำอุบลรัตน์ มีบริเวณกว้างขวางและสวยงามอยู่ใกล้กับหมู่บ้าน เป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี และชาวบ้านมีความต้องการจัดการท่องเที่ยวขึ้นในหมู่บ้าน แต่ความขัดแย้งของผู้นำบางคนทำให้ชาวบ้านเกิดความแตกแยกเป็นอุปสรรคในการสร้างการมีส่วนร่วมในการรวมกลุ่ม จัดทำแผนพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องแก้ไขปัญหาความขัดแย้งเป็นเรื่องแรก และร่วมกันพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะการรณรงค์เรื่องความสะอาดของหมู่บ้าน และปัญหาเรื่องความขาดแคลนน้ำที่สะอาดซึ่งหากได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) อีกส่วนหนึ่งให้หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทยขึ้นสามารถจัดการท่องเที่ยวในหมู่บ้านได้ จากการศึกษาดังกล่าว การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้นความร่วมมือของคนในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จได้

เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ (2543) ศึกษาเรื่องการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ บุรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งหมดเคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ จำนวนวันที่เดินทางโดยเฉลี่ย 1 วัน ใช้จ่ายรวมโดยเฉลี่ยต่ำกว่า

10,000 บาท ต่อครั้งต่อคน วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนให้รางวัลตนเอง ส่วนใหญ่เดินทางในช่วงสุดสัปดาห์โดยเลือกใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว และรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร กภัตตาคาร และโรงแรม มีโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้โดยรวม และรายจังหวัดในระดับค่อนข้างสูง และอนาคตพื้นที่อีสานใต้โอกาสทางการตลาดดีขึ้น แหล่งท่องเที่ยวที่จะได้รับความนิยมและสนใจในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมากคือ โบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ควรเป็นจุดเด่นในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถานและศาสนา นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิธีการในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ ควรดำเนินการโดยการ โฆษณา และประชาสัมพันธ์ และควรปรับปรุงการคมนาคมและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก ปลอดภัย ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคโดยรวมในระดับปานกลาง ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ การขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยว ขาดมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เฉพาะทาง และขาดการสนับสนุนจากองค์กรของรัฐ วิธีการในการแก้ไข ปัญหาและอุปสรรค คือ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่คอยควบคุมดูแลให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว ภาครัฐ และเอกชนต้องร่วมมือให้การสนับสนุนส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวสร้างจิตสำนึกและให้ความรู้แก่ประชาชนให้เห็นความสำคัญและคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สร้างรายได้แก่ชุมชนและสังคมต่อไป

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2545) ศึกษาเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน พบว่า การสร้างแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสานเพื่อการรับรู้ให้กับตลาด ควรเริ่มจากตลาดเฉพาะกลุ่มก่อน จากศักยภาพของสินค้าทางการท่องเที่ยวในภาคอีสานซึ่งพบว่า สินค้าส่วนใหญ่ตอบสนองความสนใจของตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เช่น กลุ่ม Special Interest (ด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและกาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย) หลังจากเป็นที่รู้จักในกลุ่มตลาดนี้แล้ว การกระจายการรับรู้สู่ตลาดย่อยง่ายขึ้น ดังเช่น โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ กัมพูชา – พม่า – สปป.ลาว – เวียดนาม – ไทย – จีนตอนใต้ (ยูนานาน) (Greater Mekong Subregional - GMS) ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศหรือหกเหลี่ยมเศรษฐกิจ ผลการศึกษาพบว่าสาขาที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาความร่วมมือได้แก่ 1) สาขาคมนาคมขนส่ง ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ 2) สาขาพลังงาน การพัฒนาไฟฟ้าพลังงานน้ำ ก๊าซ และน้ำมัน 3) สาขาสื่อสาร โทรคมนาคม 4)

สาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาฝีมือแรงงาน การศึกษา และสาธารณสุข 5) สาขาการท่องเที่ยว 6) สาขาสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ 7) สาขาการค้าและการลงทุน ทำให้การกำหนดข้อเทคนิคและแผนงานในแต่ละสาขาความร่วมมือ ในส่วนของสาขาการท่องเที่ยว จึงกำหนดได้ว่า ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวไม่จำกัดเฉพาะการส่งเสริมนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ แต่รวมถึงการท่องเที่ยวภายในอนุภูมิภาคด้วยกันเองด้วย โดยการพัฒนาประกอบด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ การปรับปรุงสนามบิน และการก่อสร้างโรงแรม การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาอย่างมีคุณภาพ สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น

เสกสรรค์ ขวณิษฐ์ และคณะ (2546) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า จังหวัดหนองคายมีที่พักแรมจำนวนมาก มีทุกอำเภอ ระยะเวลาเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่พักในจังหวัดหนองคาย 3.82 วันต่อคน ผู้เข้าพักแรมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมา คือด้านกิจกรรมรายทงของพนักงานและบริการอื่นๆ ที่มีไว้บริการในที่พักสำหรับเหตุผลหลัก 3 ประการที่ผู้พักแรมพิจารณาเป็นอันดับแรกคือ 1) ความสะอาด สะดวกสบายภายในห้อง 2) กิจกรรมรายทงของพนักงาน 3) ราคาห้องพักและบริการ ส่วนด้านสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนสามารถจัดได้เป็น 4 ประเภท คือ 1) เพื่อประโยชน์ใช้สอย 2) เพื่อการตกแต่ง 3) เพื่องานศิลปะ 4) เพื่อบริโภค ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญต่อการออกแบบสินค้า คือขาดนักออกแบบที่มีความเชี่ยวชาญที่จะให้คำแนะนำ ขาดการสนับสนุนจากรัฐอย่างจริงจัง ขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดเงินทุนที่ใช้ในการผลิต และขาดแหล่งขายสินค้าที่เหมาะสม ส่วนธุรกิจบริการอาหารเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้ในพื้นที่และอาหารการกินยังเป็นสิ่งเดือนความทรงจำของนักท่องเที่ยวให้ระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ เป็นการกระตุ้นให้มีการท่องเที่ยวอีกในโอกาสต่อไป สำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น มีจุดเด่นคือ ธุรกิจบริการอาหารท้องถิ่นเพราะอาหารท้องถิ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษที่ได้สืบทอดสู่ลูกหลาน ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนนอกจากนี้ป้ายบอกทิศทางเป็นสิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและปลอดภัย แต่ป้ายบอกทิศทางหลายแห่งทำให้นักท่องเที่ยวสับสน เนื่องจากป้ายบอกทิศทางบางแห่งเก่าและมีสภาพที่ควรจะได้ดำเนินการปรับปรุง ป้ายได้หันเข้าด้านตรงข้ามกับถนนก็ซ้ำซ้อนกันจนทำให้เกิดความสับสนในการเดินทาง ถูกทำลาย สูญหาย และตัวอักษรเลือนหายไป บางก็ถูกเอกชนนำรั้วมาปิดบัง แผ่นป้าย บางสถานที่ก็ไม่ได้รับการดูแลจากผู้เกี่ยวข้องของเท่าที่ควร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของทั้งภาครัฐและเอกชน ต้องหากกลยุทธ์ที่จะพัฒนาให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอินโดจีน

สุชาดา วรรณมานี (2542) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในชั้นปีที่แตกต่างกัน ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างกัันมีภูมิลำเนาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน จะมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ภูมิลำเนา และการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน 4) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน และมีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน 5) ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 6) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้แตกต่างกัน และทำให้มีทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตฐานทัพเรือสัตหีบ ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในเขตฐานทัพเรือสัตหีบในระดับดีมาก ในเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการผ่านเข้าออก ความสวยงามของสภาพแวดล้อม การรักษาความสะอาด การรักษาความปลอดภัยในระดับค่อนข้างดี การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายของที่ระลึก ความคิดเห็นต่อกิจกรรมทัศนศึกษาที่ได้ไปเยี่ยมชมโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก เรียงลำดับตามความคิดเห็นในเชิงบวก ดังนี้ การเยี่ยมชมศูนย์อนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล กิจกรรมค่ายพักแรม อาคารพิพิธภัณฑ์ทหารนาวิกโยธิน การเยี่ยมชมเรือรบหลวง ศูนย์อนุรักษ์ และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางทะเล การทัศนศึกษาของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลให้มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการศึกษาดังกล่าวนี้ สถานที่ท่องเที่ยวถ้ามีการจัดการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคม ความสะอาด ความปลอดภัย ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจ

มัลลิกา ซาหยอง (2549) ได้ทำการศึกษา การทำธุรกิจบ้านพักแบบพักที่บ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านภูค่าบัว ตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการทำธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทยและ

จังหวัดขอนแก่น ในปี 2548 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคกว่า 47 แห่ง และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในจังหวัดขอนแก่นที่ หมู่บ้านเต่า อำเภอมัธยาศิรี และ บ้านคำปลาหลาย อำเภออุบลรัตน์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 58.00 ยังไม่รู้จักรถท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และนักท่องเที่ยว ร้อยละ 48.66 จะเข้าพักแรมถ้ามีโฮมสเตย์ ที่บ้านภูคำเป่า จากการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดขอนแก่นยังไม่เป็นที่รู้จัก ดังนั้นควรที่จะเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก

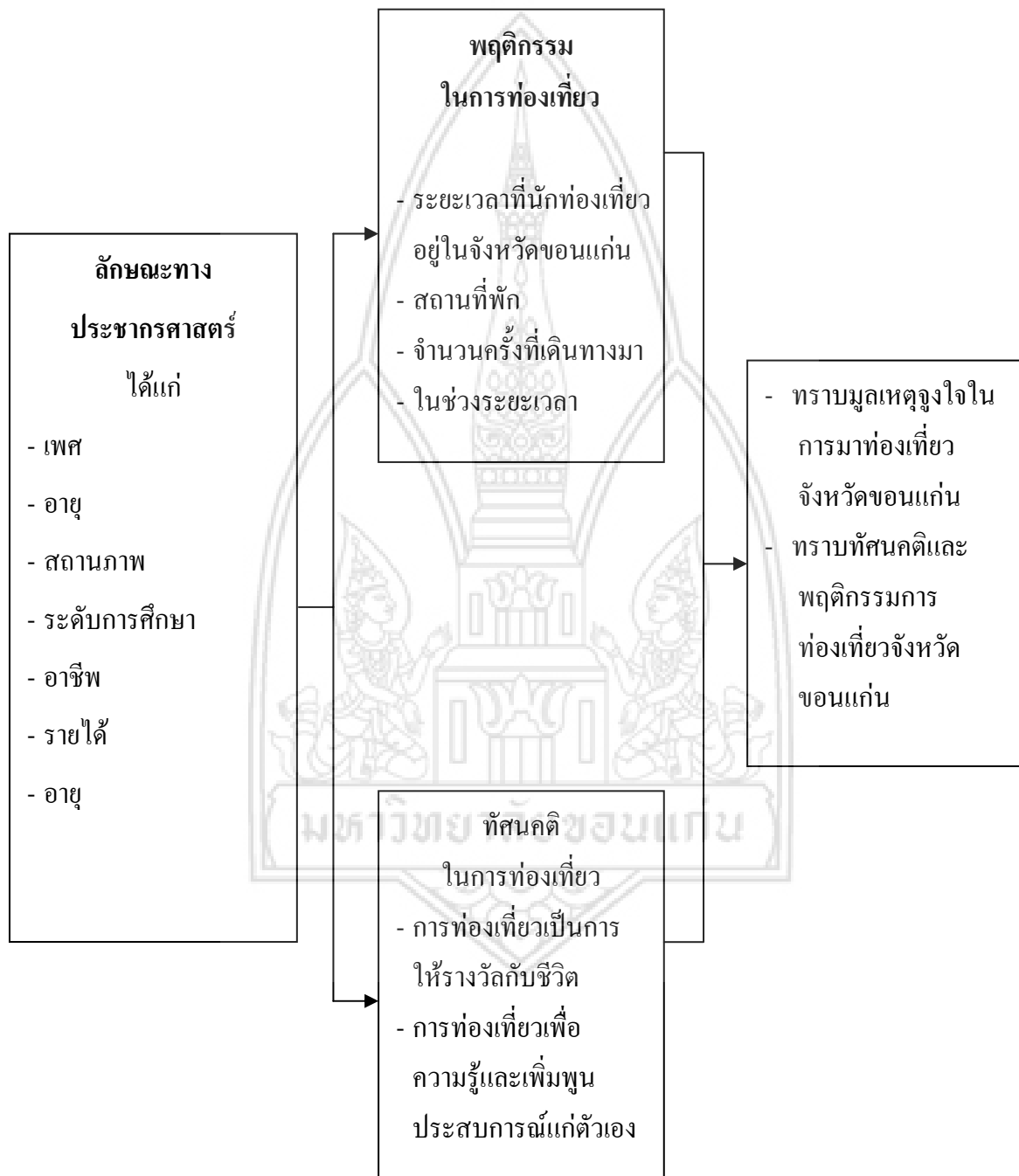
จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า

สำหรับการศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การศึกษาส่วนใหญ่ จะศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กลุ่มอ้างอิง สิ่งกระตุ้นจากแหล่งท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสารและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยงานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และ มลเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้าน กลุ่มอ้างอิง สิ่งกระตุ้นจากแหล่งท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสารและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

6. กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น สามารถแสดงกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย โดยการ กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

วิธีการศึกษา

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ใช้การสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก(Depth Interview) เพราะการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึกจะทำให้ได้ข้อมูลที่กระจ่างซึ่งจะได้ทราบ ทัศนคติ และพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทัศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และอาจารย์ด้านการท่องเที่ยว รวมจำนวน 11 คน เนื่องจาก เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้สัมผัสกับนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มประเภท ซึ่งจะทำให้ทราบทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นอีกทั้งเป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ในแผนนโยบาย ซึ่งจะสามารถใช้ประโยชน์ต่อเนื่องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

2) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ตัวแทนประชากรที่ผู้วิจัยเลือกในครั้งนี้ คือ จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดขอนแก่น ปี พ.ศ. 2550 จำนวน 2,570,011 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550) เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 2,495,111 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550) โดยใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน $\pm 5\%$ หรือคำนวณหาได้จากสูตรดังนี้

จากสมการ

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

เมื่อ

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม
- N = จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด
- e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

แทนค่า

$$N = \frac{2,495,111}{1 + (2,495,111)(0.05)^2}$$

$$N = 399.937 \text{ คิดเป็น } 400$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบโควต้า อ้างอิงตัวเลขสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยว ในจังหวัดขอนแก่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) เพราะทำให้ได้สถานที่ในการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย เป็นการกระจายการเก็บข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ดี สถานที่และจำนวนของการเก็บข้อมูลแต่ละสถานที่ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ปี 2550

ท่องเที่ยวในจังหวัด	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	ร้อยละ	จำนวน แบบสอบถาม
บึงแก่นนคร	60.03	24.41	98
ห้างสรรพสินค้า	46.72	19	76
เขื่อนอุบลรัตน์	25.59	10.4	42
ไดโนเสาร์ภูเวียง	19.33	7.87	31
วัดหนองแวง (พระธาตุ 9 ชั้น)	14.12	5.74	23
ศาลาไหมไทย	13.70	5.57	22
หาดวังโก	13.49	5.48	22
วัดเจติภูมิ (พระธาตุขามแก่น)	13.16	5.35	21
ศูนย์วิทยาศาสตร์ เพื่อการศึกษาจังหวัด ขอนแก่น	11.46	4.66	19
เมืองโบราณโนนเมือง	10.21	4.15	17
หมู่บ้านจุงอาง	7.36	2.99	12
โสมมุนมังเมืองขอนแก่น	6.18	2.51	10
วัดป่าแสงอรุณ (สิมอีสาน)	4.60	1.87	7
	245.95	100	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การสัมภาษณ์สัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก (Depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และอาจารย์ด้านการท่องเที่ยว รวมจำนวน 11 คน ซึ่งคำถามที่ได้มาจากการอ่านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้จะให้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

แบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า คัดแปลงจากตำรา เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เพื่อให้ได้คำถามตรงตามวัตถุประสงค์ แนวคิดทฤษฎีที่อ้างถึง ซึ่งแบบสอบถามนี้จะใช้ทั้งคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ รายได้ มีระดับการวัดแบบมาตราส่วนประเภทในนาม (Nominal Scale) (วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์, 2551)

ส่วนที่ 2 มุมเหตุจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดขอนแก่น

เป็นข้อมูลมุมเหตุจูงใจที่นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเลือกตอบเพียงข้อเดียว เป็น Rating Scales แบบง่าย (Simple Scale) (วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์, 2551)

ส่วนที่ 3 ทักษะคดีที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ทักษะคดีที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น การศึกษาทักษะคดี ประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับความเห็นเกี่ยวกับทัศนคติด้านการท่องเที่ยว โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินระดับความเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยต่อทัศนคติดังกล่าว โดยใช้มาตรวัด Likert Scale กำหนดระดับคะแนน 5 ระดับ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550) ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าของน้ำหนักตัวเลือก
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5
เห็นด้วย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4
ไม่แน่ใจ	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3
ไม่เห็นด้วย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1
และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังต่อไปนี้	
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

เป็นข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวและให้เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เป็น Rating Scales แบบง่าย (Simple Scale) (วัชรภรณ์ สุริยาภิวัฒน์, 2551) และ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น
โดยใช้ความถี่และร้อยละในการสรุปข้อเสนอแนะที่ได้

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในส่วนนี้ ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นทำการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical for Social Sciences) for Windows Version 17.0 (SPSS 2009) โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbachs' alpha coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ความเชื่อมั่นในส่วนที่ 3 ที่ใช้วัดทัศนคติของนักท่องเที่ยว ได้ค่าความน่าเชื่อถือ Reliability เท่ากับ .785

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยจะทำการลงพื้นที่ภาคสนามเก็บข้อมูลในจังหวัดขอนแก่น ในสถานที่ที่ระบุ เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาก และใช้การสุ่มแบบบังเอิญ

จากแบบสอบถามที่ถามนักท่องเที่ยวในส่วนที่ 1 ทำให้ทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

จากแบบสอบถามที่ถามนักท่องเที่ยวในส่วนที่ 2 ทำให้ทราบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

จากแบบสอบถามที่ถามนักท่องเที่ยวในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ทำให้ทราบทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

และจากแบบสอบถามที่ถามนักท่องเที่ยวในส่วนที่ 5 ทำให้ได้ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น

ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และอาจารย์ด้านการท่องเที่ยว รวมจำนวน 11 คน โดยการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก (Depth Interview) (นราศรี ไววนิชกุล, ชุศักดิ์ อุดมศรี, 2552) เพราะต้องการทราบความรู้สึกหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และใช้การเลือกแบบเจาะจง ทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ตำราทางวิชาการ การทบทวนวรรณกรรม จากแหล่งค้นคว้าหาข้อมูลห้องสมุดทางมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และรวบรวมข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มุลเหตุจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดขอนแก่น

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมุติฐานแต่ละข้อ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson) โดย Chi-square (Pearson chi-square) ใช้กำหนดการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน (test of dependence) ของสองตัวแปรเชิงจำแนกของหนึ่งประชากร หรือการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ (test of homogeneity) ของสัดส่วนของคุณลักษณะต่าง ๆ ของหลายประชากร และ Correlation (Pearson' Correlation) ใช้กำหนดการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ระหว่าง 2 ตัวแปร (ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์ , 2544)

5.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และอาจารย์ด้านการท่องเที่ยว จำนวน 11 คน แผลผลโดยการให้ความถี่จากข้อมูลการสัมภาษณ์ที่ได้

6. สมมติฐานของการวิจัย

โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน สถิติที่ใช้วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Chi-square (Pearson chi-square) และ Correlation (Pearson' Correlation) โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น บุคคลร่วมเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น และการจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น โดยสมมติฐานทางสถิติ คือ H_0 ลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่ต่างกัน H_a ลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน สถิติที่ใช้วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Chi-square (Pearson chi-square) และ Correlation (Pearson' Correlation) โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ กับทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว โดยสมมติฐานทางสถิติ คือ H_0 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่ต่างกัน H_a ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน สถิติที่ใช้วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Chi-square (Pearson chi-square) และ Correlation (Pearson' Correlation) โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง บุคคลร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น โดยสมมติฐานทางสถิติ คือ H_0 ทัศนคติต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่ต่างกัน H_a ทัศนคติต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน

สรุปสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ประกอบด้วย

สถิติพื้นฐาน

(1) ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร

$$\text{สูตร ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่ม} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

(2) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร

$$\text{สูตร} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

(3) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร

$$\text{สูตร S.D.} = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$n \sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

7.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

$$\text{สูตร} \quad R_t = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right)$$

เมื่อ	R_t	คือ	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	คือ	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	S_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	S^2	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อถาม

การตีความหมายค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้

$R_t \leq 0.2$	หมายถึงมีความเชื่อถือได้น้อยมาก
$0.2 < R_t \leq 0.4$	หมายถึงมีความเชื่อถือได้น้อย
$0.4 < R_t \leq 0.6$	หมายถึงมีความเชื่อถือได้ปานกลาง
$0.6 < R_t \leq 0.8$	หมายถึงมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างมาก
$R_t > 0.8$	หมายถึงมีความเชื่อถือได้มาก

7.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1) สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square)

$$\text{สูตร} \quad \chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

สูตร	χ^2	คือ	ค่าสถิติไคสแควร์
	O_i	คือ	ความถี่ที่ได้จากการสังเกต
	E_i	คือ	ความถี่ที่คาดว่าจะเป็น
	k_i	คือ	จำนวนเซลล์

2) สถิติทดสอบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (correlation) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

$$\frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ $\sum x, \sum y$ = ผลรวมที่วัดได้จาก x และ y
 $\sum xy$ = ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y
 $\sum x^2, \sum y^2$ = ผลรวมกำลังสองของข้อมูลจาก x และ y
n = จำนวนข้อมูล



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น รวมถึงมูลเหตุจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่ระบุ ใช้ดำเนินการระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง พฤศจิกายน 2553 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS Statistic 17.0 ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ ตารางที่ 4.1 หน้า 68 ถึง ตารางที่ 4.7 หน้า 71

ส่วนที่ 2 มูลเหตุหรือแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ตารางที่ 4.8 หน้า 72

ส่วนที่ 3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ตารางที่ 4.9 หน้า 73

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ตารางที่ 4.10 หน้า 75 ถึง ตารางที่ 4.31 หน้า 92

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ตารางที่ 4.32 หน้า 93 และ แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย 3 ข้อ

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน ตารางที่ 4.33 หน้า 94 ถึง ตารางที่ 4.66 หน้า 129

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน ตารางที่ 4.67 หน้า 130 ถึง ตารางที่ 4.88 หน้า 157

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ตารางที่ 4.89 หน้า 159 ถึง ตารางที่ 4.118 หน้า 191

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ของนักท่งเที่ยว

จากการเก็บข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่งเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิลำเนา โดยแจกแจงเป็นความถี่หรือจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1- 4.7

ตารางที่ 4.1 จำนวนนักท่งเที่ยวและร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่/จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	199	49.8
หญิง	201	50.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 จำแนกตามเพศของนักท่งเที่ยว พบว่า นักท่งเที่ยวที่เป็นเพศชายมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 และเป็นเพศหญิงมีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนนักท่งเที่ยวและร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่/จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-25 ปี	55	13.8
26-35 ปี	152	38.0
36-45 ปี	81	20.3
46-55 ปี	90	22.5
มากกว่า 56 ปี	22	5.4
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 จำแนกตามอายุของนักท่งเที่ยว พบว่า นักท่งเที่ยวมีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาเป็นนักท่งเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 46-55 ปี และ 36-45 ปี จำนวน 90 และ 81 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 20.3 ตามลำดับ ส่วนนักท่งเที่ยวที่มีน้อยที่สุดคือนักท่งเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 56 ปี ซึ่งมีเพียง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานะภาพ

สถานะภาพ	ความถี่/จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	272	68.0
สมรส	123	30.8
อื่นๆ	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 จำแนกตามสถานะภาพของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นโสดมีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 และสมรสจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ที่เหลืออีก ร้อยละ 1.2 ไม่ได้ระบุสถานะภาพ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ความถี่/จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	1.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	26	6.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	59	14.8
อนุปริญญา / ปวส.	12	3.0
ปริญญาตรี	266	66.5
สูงกว่าปริญญาตรี	32	8.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 จำแนกตามการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน (ร้อยละ 8) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.5) ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0) และระดับประถมศึกษาจำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.2)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่/จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	107	26.8
ธุรกิจส่วนตัว	95	23.8
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	109	27.3
นักเรียน/นักศึกษา	62	15.5
อื่น ๆ	27	6.6
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 ทำธุรกิจส่วนตัว 95 คน (ร้อยละ 23.8) เป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 62 คน (ร้อยละ 15.5)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ความถี่/จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	84	21.0
15,000-25,000 บาท	125	31.3
25,000-35,000 บาท	92	23.0
35,000- 45,000 บาท	46	11.5
45,000-55,000 บาท	31	7.8
55,000-65,000 บาท	10	2.4
มากกว่า 65,000 บาท	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เดือนละ 15,000-25,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือมีรายได้เดือนละ 25,000-35,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ถัดมามีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน

มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีรายได้เดือนละ 35,000- 45,000 บาท จำนวน 46 คน (ร้อยละ 11.5) มีรายได้เดือนละ 45,000- 55,000 บาท จำนวน 31 คน (ร้อยละ 7.8) มีรายได้เดือนละ 55,000- 65,000 บาท จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.4) ที่เหลืออีก 12 คน (ร้อยละ 3.0) มีรายได้เดือนละมากกว่า 65,000 บาท

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน/ความถี่ (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	39	9.8
ขอนแก่น	190	47.5
สระแก้ว	30	7.5
หนองบัวลำภู	27	6.8
อุบลราชธานี	26	6.5
ราชบุรี	22	5.5
นครราชสีมา	31	7.8
สมุทรปราการ	5	1.3
นนทบุรี	5	1.3
อุดรธานี	10	2.5
ร้อยเอ็ด	10	2.5
มหาสารคาม	5	1.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 จำแนกตามภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่นจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาเป็นกรุงเทพมหานคร จำนวน 39 คน (ร้อยละ 9.8) นครราชสีมา จำนวน 31 คน (ร้อยละ 7.8) สระแก้ว จำนวน 30 คน (ร้อยละ 7.5) หนองบัวลำภู จำนวน 27 คน (ร้อยละ 6.8) อุบลราชธานี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.5) มหาสารคาม จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.2) ราชบุรี จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.5) อุดรธานีและร้อยเอ็ดจังหวัดละ 10 คน (ร้อยละ 2.5) สมุทรปราการ และนนทบุรี จังหวัดละ 5 คน (ร้อยละ 1.3)

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว จากการเก็บข้อมูลด้านมูลเหตุจูงใจนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีโอกาสเลือกตอบ 10 ตัวเลือก และตอบได้เพียง 1 คำตอบ จึงวิเคราะห์ข้อมูลแบบแจกแจงความถี่ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.8 มูลเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

มูลเหตุแรงจูงใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	134	33.5
2. เดินทางมาเพื่อการศึกษา/ทัศนศึกษา แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	43	10.8
3. เดินทางมาราชการ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	41	10.3
4. เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	39	9.8
5. มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	36	9.0
6. มาเยี่ยมญาติ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	33	8.3
7. เดินทางมาเพื่อธุรกิจ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	33	8.3
8. เพื่อน หรือญาติชวนให้มาท่องเที่ยว	23	5.8
9. เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	12	3.0
10. เดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 มูลเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุดจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา คือ เดินทางมาเพื่อการศึกษาหรือทัศนศึกษาแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.8) เดินทางมาราชการแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.3) เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 39 คน (ร้อยละ 9.8) มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 36 คน (ร้อยละ 9.0) เดินทางมาเยี่ยมญาติ แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยและเดินทางมาเพื่อธุรกิจ แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวนอย่างละ 33 คน (ร้อยละ 8.3) มีเพื่อนหรือญาติชวนให้มาท่องเที่ยว จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยจำนวน

12 คน (ร้อยละ 3.0) และเดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาส ท่องเที่ยวไปด้วยจำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.5)

ตอนที่ 3 ทักษะที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ทัศนคติ ในการศึกษาครั้งนี้ได้สอบถามความเห็นต่อทัศนคติ 5 ด้าน คือ การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และ ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นโดยการเรียงลำดับจากเห็นด้วยอย่างยิ่ง (5 คะแนน) เห็นด้วย (4 คะแนน) ไม่แน่ใจ (3 คะแนน) ไม่เห็นด้วย (2 คะแนน) และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1 คะแนน) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ความถี่และร้อยละของความเห็นกับทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ทัศนคติ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	268 (67.0%)	106 (26.5%)	14 (3.5%)	12 (3.0%)	-
การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง	54 (13.5%)	209 (52.3%)	82 (20.5%)	36 (9.0%)	19 (4.8%)
การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย	28 (7.0%)	54 (13.5%)	242 (60.5%)	64 (16.0%)	12 (3.0%)
การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่	31 (7.8%)	19 (4.8%)	62 (15.5%)	215 (53.8%)	73 (18.3%)
ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว	19 (4.8%)	12 (3.0%)	-	73 (18.3%)	296 (74.0%)

จากตารางที่ 4.9 นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาเห็นด้วยจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ถัดมาเป็นไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วย จำนวน 14 และ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และ 3.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเองจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาเป็นไม่แน่ใจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ถัดมาเป็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 54 คน (ร้อยละ 13.5) ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 36 และ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 4.8 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจกับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทายจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาเป็นไม่เห็นด้วยจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ถัดมาเป็นเห็นด้วย เห็นด้วยอย่างยิ่ง และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 54, 28 และ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 7.0 และ 3.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาเป็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ถัดมาเป็นไม่แน่ใจ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วย จำนวน 62, 31 และ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5, 7.8 และ 4.8 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติด้านต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้วจำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาเป็นไม่เห็นด้วยจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ถัดมาเป็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วย จำนวน 19 และ 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ 3.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

จากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูมิอากาศที่ชอบ รูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไปที่ชอบ รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ชอบ การพักค้างคืน สถานที่พัก จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ช่วงระยะเวลาที่เลือกเดินทางมา พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพื่อนร่วมเดินทาง เงินที่ใช้ในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่รู้จัก จุดหมายในการเดินทาง การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และจะแนะนำให้คนมาท่องเที่ยวขอนแก่น โดยแจกแจงเป็นความถี่หรือจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.10-4.13

พฤติกรรมทั่วไป จากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 4.10 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการท่องเที่ยวต่างประเทศ

ลำดับ	ท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ไม่ท่องเที่ยวเลยในหนึ่งปี	227	56.8
2	2-3 ครั้ง ในหนึ่งปี	118	29.5
3	1 ครั้ง ในหนึ่งปี	43	10.8
4	มากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี	12	3.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 นักท่องเที่ยวไม่ท่องเที่ยวต่างประเทศเลยในหนึ่งปี มีจำนวน 227 คิดเป็นร้อยละ 56.8 ท่องเที่ยว 2-3 ครั้งในหนึ่งปี มีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ท่องเที่ยว 1 ครั้งในหนึ่งปี มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ท่องเที่ยวมากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามการท่องเที่ยวในประเทศ

ลำดับ	ท่องเที่ยวในประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	มากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี	247	61.8
2	2-3 ครั้ง ในหนึ่งปี	81	20.3
3	1 ครั้ง ในหนึ่งปี	72	18
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 จำแนกตามการท่องเที่ยวในประเทศ นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ท่องเที่ยว 2-3 ครั้งในหนึ่งปี มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ท่องเที่ยว 1 ครั้งในหนึ่งปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามความชอบลักษณะภูมิอากาศ

ลำดับ	ภูมิอากาศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ฤดูหนาว	281	70.3
2	ฤดูฝน	74	18.5
3	ฤดูร้อน	45	11.3
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.12 จำแนกนักท่องเที่ยวตามลักษณะภูมิอากาศที่ชอบ นักท่องเที่ยวชอบฤดูอากาศหนาวมากที่สุด มีจำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 ชอบฤดูฝน มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ชอบฤดูร้อน มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตารางที่ 4.13 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ

ลำดับ	รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญภัย	236	15.90%
2	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	199	13.40%
3	การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	156	10.50%
4	การท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหาร	139	9.40%
5	การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	133	9.00%
6	การท่องเที่ยวทางเรือ	129	8.70%
7	การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า	118	8.00%
8	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	111	7.50%
9	การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	78	5.30%
10	การท่องเที่ยวยามค่ำคืน	74	5.00%
11	การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุม / สัมมนา	63	4.20%
12	การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น	25	1.70%
13	การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน	18	1.20%
14	อื่น ๆ	5	0.30%
	รวม	1484	100.00%

จากตารางที่ 4.13 จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญภัย มีจำนวน 236 คิดเป็นร้อยละ 15.9 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีจำนวน 156 (ร้อยละ 10.5) การท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหาร มีจำนวน 139 คน (ร้อยละ 9.40) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีจำนวน 133 คน (ร้อยละ 9.00) การท่องเที่ยวทางเรือ มีจำนวน 129 (ร้อยละ 8.70) การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า 118 (ร้อยละ 8.00) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีจำนวน 111 คน (ร้อยละ 7.50) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีจำนวน 78 (ร้อยละ 5.30) การท่องเที่ยวชมคำค้ำดิน มีจำนวน 74 คน (ร้อยละ 5.0) การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุม / สัมมนา มีจำนวน 63 คน (ร้อยละ 4.20) การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น มีจำนวน 25 คน (ร้อยละ 1.70) การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน มีจำนวน 18 คน (ร้อยละ 1.20) อื่น ๆ มีจำนวน 5 คน (ร้อยละ 0.30) ตามลำดับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 4.14 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ

การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เขื่อนอุบลรัตน์	62	8.1
ศึกษาความเป็นอยู่ของผู้คน วิถีชีวิต	58	7.6
อาหารอีสาน	58	7.6
ดูการทอผ้าเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก	56	7.3
การมาซื้อของเซ่นทนต์ ห้างแฟรี่ ดีคคอมโม่	47	6.1
ไปไหว้พระทำบุญ	41	5.4
ไดโนเสาร์ภูเวียง	37	4.8
ศูนย์กลางการประชุมของภาคอีสาน	33	4.3
บางแสน 2	31	4.1
วัดหนองแวง คูพระอาทิตย์ตก	27	3.5

ตารางที่ 4.14 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการท่องเที่ยวของจังหวัด
ขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ (ต่อ)

การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยูบาร์	26	3.4
กิจกรรมผจญภัย ท้าทาย	25	3.3
อาหารอีสานมีเอกลักษณ์	24	3.1
แรค	23	3.0
อุทยานน้ำพอง ภูเก้า	22	2.9
ชื่อของฝากที่เป็นของกิน	21	2.7
แปลงสาธิตการเกษตร พืชผัก, การปลูกข้าว, เกษตรแบบพอเพียง	20	2.6
เสื้อผ้าไหม	19	2.5
วัฒนธรรมความเป็นอยู่	18	2.4
ภูผาม่าน	17	2.2
พัทธา 2	16	2.1
สถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืนในเมืองหลากหลาย	14	1.8
ร้านอาหารเขอะบรรยายภาคดินำนั่งฟังเพลงและนั่งดื่ม	13	1.7
การล่องแพ การล่องเรือในเขื่อนบรรยายภาคดี	12	1.6
มาเพื่อตีกอล์ฟ และถือเป็นการพักผ่อนไปด้วย	12	1.6
พระธาตุขามแก่น	11	1.4
คุณภาพวัดฝามิ่งตามวัดต่าง ๆ	9	1.2
ชิงค์บาร์	8	1.0
สวนสัตว์เขาสวนกวาง	5	.7
รวม	765	100.0

จากตารางที่ 4.14 จำแนกตามการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ นักท่องเที่ยวสนใจเที่ยวเขื่อนอุบลรัตน์มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รองลงมาคือ ศึกษาความเป็นอยู่ของผู้คน วิถีชีวิต และ อาหารอีสาน มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 คูกรทอผ้าเป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 การมาซื้อของเซ็นทรัล ห้างแฟรี่ ดิกคอมโม่ยะ มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ไปไหว้พระทำบุญ มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ไคโนเสาร์ ภูเวียง มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ศูนย์กลางการประชุมของภาคอีสาน มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 บางแสน 2 มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 วัดหนองแวง คูพระอาทิตย์ตก มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ยูบารี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 กิจกรรมผจญภัย ทำทนาย มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 อาหารอีสานมีเอกลักษณ์ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 แรค มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 อุทยานน้ำพอง ภูเก้า มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ซื้อของฝากที่เป็นของกิน มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 แปลงสาริตการเกษตร พืชผัก, การปลูกข้าว, เกษตรแบบพอเพียง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ซื้อผ้าไหม มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 วัฒนธรรมความเป็นอยู่ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ภูผาม่าน มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 พัทยา 2 มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 สถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืนในเมืองหลากหลาย มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ร้านอาหารเออะบรรยายกาศดิน่านั่ง ฟังเพลงและนั่งดื่ม มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 การล่องแพ การล่องเรือในเขื่อนบรรยายกาศดี และ มาเพื่อตีกอล์ฟ และถือเป็นการพักผ่อนไปด้วย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 พระธาตุขามแก่น มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 คูภาพวาดฝาผนังตามวัดต่าง ๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ซิงค์บาร์ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และสวนสัตว์เขาสวนกว้าง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการพักผ่อน

ลำดับ	ลักษณะการพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ค้าง 2 คืน	136	34.0
2	ค้าง 1 คืน	95	23.8
3	ไม่ค้างคืน	94	23.5
4	ค้าง 3 คืน	39	9.8
5	ค้าง 4 คืน	18	4.5
6	มากกว่า 6 คืน	10	2.5
7	ค้าง 5 คืน	8	2.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.15 จำแนกตามลักษณะการพัก นักท่องเที่ยวพักมากที่สุด คือ ค้าง 2 คืน มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ค้าง 1 คืน มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ไม่ค้างคืน มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 4.16 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะสถานที่พักแรม

ลำดับ	สถานที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	โรงแรม	110	27.5
	แบ่งเป็น ไม่ระบุชื่อโรงแรม	39	
	โรงแรมพูลแมน	19	
	โรงแรมเจริญธานี	18	
	โรงแรมขอนแก่นโฮเต็ล	14	
	โรงแรมโมยะ	5	
	โรงแรมนรากุล	5	
	โรงแรมเป็นหนึ่ง	4	
	โรงแรมรินทร์มัย	2	
	โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์	2	
	โรงแรมขวัญมอ	2	
2	พักกับญาติ	77	19.3
3	ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	35	8.8
4	หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ทเมนต์ หรือ อื่น ๆ	31	7.8
5	บ้านพักรับรองของราชการ / เอกชน	27	6.8
6	พักบังกะโล/รีสอร์ท	26	6.5
7	ไม่ระบุสถานที่พัก	94	23.5
	รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 จำแนกตามสถานที่พัก นักท่องเที่ยวพักโรงแรมมากที่สุด มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 แบ่งเป็น ไม่ระบุชื่อโรงแรม 39 คน โรงแรมพูลแมน 19 คน โรงแรมเจริญธานี 18 คน โรงแรมขอนแก่นโฮเต็ล 14 คน โรงแรมโมยะ และโรงแรมนรากุล โรงแรมละ 5 คน โรงแรมเป็นหนึ่ง 4 คน โรงแรมรินทร์มัย โรงแรมเดอะเรสซิเดนซ์และโรงแรมขวัญมอโรงแรมละ 2 คน รองลงมาคือ พักกับญาติ มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ที่พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์ หรือ อื่น ๆ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 พักบังกะโล/รีสอร์ท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.17 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ลำดับ	จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	มากกว่า 5 ครั้ง	193	48.3
2	4-5 ครั้ง	102	25.5
3	ครั้งแรก	53	13.3
4	2-3 ครั้ง	52	13.0
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.17 จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว มามากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ 4-5 ครั้ง มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ครั้งแรก มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 มา 2-3 ครั้ง มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ลำดับ	ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)	229	57.3
2	ช่วงเทศกาลวันหยุด	125	31.3
3	อื่น ๆ	25	6.3
4	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	21	5.3
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.18 จำแนกตามช่วงเวลาที่เดินทางมา นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่องมากที่สุด มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ ช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 เดินทางมาช่วงเวลาอื่น ๆ คือ ไม่นานอน มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 เดินทางมาช่วงเวลาไม่ใช่ช่วงวันหยุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 4.19 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว

ลำดับ	พาหนะที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	รถยนต์ส่วนตัว	316	79.0
2	รถเช่าเหมา	43	10.8
3	รถโดยสารประจำทาง	18	4.5
4	เครื่องบิน	16	4.0
5	รถไฟ	2	.5
6	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	5	1.3
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19 จำแนกตามพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาท่องเที่ยว มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รถเช่าเหมา มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 รถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เครื่องบินมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา) มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 รถไฟมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพื่อนร่วมเดินทาง

ลำดับ	เพื่อนร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	ครอบครัว	176	44.0
2	เพื่อน	116	29.0
3	หน่วยงาน / สถานศึกษา	101	25.3
4	คนเดียว	7	1.8
	รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.20 จำแนกตามเพื่อนร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 คน รองลงมาคือ เดินทางมากับเพื่อน มีจำนวน 116 คน

คิดเป็นร้อยละ 29.0 เดินทางมาที่หน่วยงาน/สถานศึกษา มีจำนวน 101 คิดเป็นร้อยละ 25.3 เดินทางมาจากเดิยว มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเงินทุนที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

เงินทุนที่ใช้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เงินส่วนตัว/เงินใช้จ่ายปกติ	324	81.0
เงินหน่วยงาน/บริษัท	76	19.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.21 จำแนกตามเงินทุนที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจะใช้เงินส่วนตัว/เงินใช้จ่ายปกติ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด มีจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81 รองลงมาคือใช้เงินหน่วยงาน/บริษัท มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

ตารางที่ 4.22 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรือผจญภัย

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก จำนวน	ร้อยละ	เคยไป จำนวน	ร้อยละ	ความ ประทับใจ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรือผจญภัย					
1) เขื่อนอุบลรัตน์ อ.อุบลรัตน์	388	13.9	388	19.8	4.44
2) บางแสน 2 และหาดจอมเทียน	333	11.9	301	15.4	4.19
3) อุทยานแห่งชาติภูเวียงไดโนเสาร์ ,ถ้ำฝ่ามือแดง น้ำตาดาดฟ้า น้ำตกทัพพญาเสือ	306	10.9	213	10.9	4.30
4) พัทยา 2 อ.ภูเวียง	302	10.8	258	13.2	4.05
5) หมู่บ้านจุงอง อ.น้ำพอง	247	8.8	122	6.2	3.89
6) อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ	241	8.9	185	9.4	4.12
7) ภูผาม่าน ถ้ำภูตาค้อ ถ้ำค้างคาว	223	8.0	161	8.2	4.42
8) สวนสัตว์เขาสวนกวาง อ.เขาสวนกวาง	218	7.8	33	1.7	3.21
9) อุทยานแห่งชาติน้ำพอง, หินช้างสี	217	7.8	125	6.4	4.35
10) หมู่บ้านเต่า อ.มัญจาคีรี	189	6.8	126	6.4	3.28
11) ล่องแพ บ้านฝื่อ / ฟ้าเหลี่ยม อ.หนองเรือ	135	4.8	48	2.4	4.0
รวม	2799	100	1960	100	

จากตารางที่ 4.22 สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์หรือผจญภัยที่นักท่องเที่ยวรู้จักมากที่สุดคือ เขื่อนอุบลรัตน์ มีจำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 รองลงมาคือ บางแสน 2 และหาดจอมเทียน มีจำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 อุทยานแห่งชาติภูเวียงไดโนเสาร์, ถ้ำฝ่ามือแดง น้ำตาดาดฟ้า น้ำตกทัพพญาเสือ มีจำนวน 306 คิดเป็นร้อยละ 10.9 พัทยา 2 มีจำนวน 302 คิดเป็นร้อยละ 10.8 หมู่บ้านสูงจาง มีจำนวน 247 คิดเป็นร้อยละ 8.8 อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ มีจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ภูผาม่าน ถ้ำภูตาหลอ ถ้ำค้างคาว มีจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 สวนสัตว์ เขาสวนกวาง มีจำนวน 218 คิดเป็นร้อยละ 7.7 อุทยานแห่งชาติน้ำพอง, หินช้างสี มีจำนวน 217 คิดเป็นร้อยละ 7.8 หมู่บ้านเต่า มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ล่องแพ บ้านผือ / ฟ้าเหล็ก มีจำนวน 135 คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.23 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก จำนวน (คน)	ร้อยละ	เคยไป จำนวน (คน)	ร้อยละ	ความ ประทับใจ
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
1) พิพิธภัณฑ์แห่งชาติขอนแก่น อ.เมือง	234	30.91	106	28.27	3.53
2) เมืองโบราณบ้านโนนเมือง อ.ชุมแพ	174	22.98	79	21.07	3.77
3) ปราสาทเปือยน้อย อ.เปือยน้อย	166	21.93	109	29.07	3.82
4) จิตรกรรมฝาผนังวัดสระบัวแก้ว อ.หนองสองห้อง	67	8.86	34	9.06	4.0
5) บ้านเฮือนลาว (Unseen In Thailand)	65	8.58	38	10.13	4.0
6) กู่ประภาชัย(วัดนาคำน้อย อ.น้ำพอง)	51	6.74	9	2.4	4.0
รวม	757	100	375	100	

จากตารางที่ 4.23 จากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากที่สุดคือพิพิธภัณฑ์ขอนแก่น มีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 รองลงมาคือ เมืองโบราณ โนนเมือง มีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 22.98 ปราสาทเปือยน้อย มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 21.93 จิตรกรรมฝาผนังวัดสระบัวแก้ว มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 8.86 บ้านเฮือนลาว มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 8.58 และกู่ประภาชัย มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 6.74

ตารางที่ 4.24 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก จำนวน	ร้อยละ	เคยไป จำนวน	ร้อยละ	ความ ประทับใจ
แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา					
1) วัดหนองแขง(พระมหาธาตุเจดีย์เก้าชั้น)	247	21.12	177	23.38	4.32
2) วัดป่าเวฬุวัน	236	20.24	198	26.16	4.54
3) พระธาตุขามแก่น อ.เมือง	229	19.64	151	19.95	4.47
4) จิตรกรรมฝาผนัง โบสถ์วัดชัยศรี อ.เมือง	114	9.78	89	11.76	4.24
5) วัดป่าแสงอรุณ	112	9.61	55	7.27	4
6) วัดป่าธรรมอุทยาน(วัดหลวงพ่อกล้วย)	68	5.83	28	3.7	4
7) วัดถ้ำแก้ง อ.บ้านฝาง	56	4.8	18	2.38	2
8) วัดสระทองบ้านบัว อ.มัญจาคีรี	53	4.55	32	4.22	3.78
9) กู่ประภาชัย(วัดนาคำน้อย อ.น้ำพอง)	51	4.37	9	1.18	4
รวม	1166	100	757	100	3.92

จากตารางที่ 4.24 นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนามากที่สุดคือ วัดหนองแขง (พระมหาธาตุเจดีย์เก้าชั้น) มีจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 21.12 วัดป่าเวฬุวัน มีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 20.24 พระธาตุขามแก่น มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 19.64 จิตรกรรมฝาผนัง โบสถ์วัดชัยศรี มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 วัดป่าแสงอรุณ มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61 วัดป่าธรรมอุทยาน (วัดหลวงพ่อกล้วย) มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 วัดถ้ำแก้ง มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 วัดสระทองบ้านบัว มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 กู่ประภาชัย มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 4.37

ตารางที่ 4.25 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาและ
นันทนาการ

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก จำนวน	ร้อยละ	เคยไป จำนวน	ร้อยละ	ความ ประทับใจ
3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา และ นันทนาการ					
1) มหาวิทยาลัยขอนแก่น	376	30.25	346	34.92	4.22
2) บึงแก่นนครและ โสภณมั่ง	352	28.32	334	33.7	3.94
3) ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา อ.บ้านไผ่	249	20.03	190	19.17	4.12
4) ค่ายเปรมติณสูลานนท์/หอเกียรติยศรัฐบุรุษ	139	11.18	30	3.03	3
5) บึงทุ่งสร้าง	127	10.22	91	9.18	3.48
รวม	1243	100	991	100	3.752

จากตารางที่ 4.25 นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวการศึกษาและนันทนาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นมากที่สุด มีจำนวน 376 คิดเป็นร้อยละ 30.25 บึงแก่นนครและ โสภณมั่ง มีจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 28.32 ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา มีจำนวน 249 คิดเป็นร้อยละ 20.03 ค่ายเปรมติณสูลานนท์/หอเกียรติยศรัฐบุรุษ มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 11.18 บึงทุ่งสร้าง มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 10.22

ตารางที่ 4.26 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกำเนกตามลักษณะการท่องเที่ยวประเพณีและเทศกาล

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก จำนวน	ร้อยละ	เคยไป จำนวน	ร้อยละ	ความ ประทับใจ
ประเพณี และ เทศกาล					
1) งานเทศกาลไหม – ประเพณีผูกเสี่ยว	314	29.94	208	45.02	4.1
2) งานสงกรานต์ดอกคูณเสียงแคน	310	29.55	147	31.82	4.14
3) งานลอยกระทง	267	25.45	79	17.1	4.3
4) ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ	158	15.06	28	6.06	3.97
รวม	1049	100	462	100	4.1275

จากตารางที่ 4.26 นักท่องเที่ยวรู้จักประเพณีและเทศกาลงานไหม – ประเพณีผูกเสี่ยว มากที่สุด มีจำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 29.94 รองลงมา คือ งานสงกรานต์ดอกคูณเสียงแคน มีจำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 29.55 งานลอยกระทง มีจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 25.45 ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 15.06

ตารางที่ 4.27 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกำเนกตามการท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้า

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก จำนวน	ร้อยละ	เคยไป จำนวน	ร้อยละ	ความ ประทับใจ
การท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้า					
1) ศาลาไหมไทย อ.ชนบท	189	50	152	50	3.42
2) ถนนสายไหม อ.ชนบท	189	50	152	50	3.50
รวม	378	100	304	100	3.46

จากตารางที่ 4.27 นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อไปซื้อสินค้าผ้าไหม คือ ศาลาไหมไทย และถนนสายไหม จากนักท่องเที่ยวที่ต้องแบบสอบถาม 400 คน รู้จัก 189 คน

ตารางที่ 4.28 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวตามค่าคืน

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จักจำนวน	ร้อยละ
6. สถานที่ท่องเที่ยวตามค่าคืน		
1. Ubar	25	6.30
2. ตลาดโต้รุ่ง	20	5.00
3. Rad	18	4.50
4. ตะวันแดง	13	3.30
5. โรงแรมโมยะ	11	2.8
6. ท็อปเวส	2	0.50
7. Sync	2	0.50
ไม่ระบุ	309	77.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.28 นักท่องเที่ยวรู้จักและเคยไปสถานที่ท่องเที่ยวตามค่าคืน Ubar มากที่สุด มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รองลงมาคือตลาดโต้รุ่ง มีจำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 Rad มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตะวันแดง มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 โรงแรมโมยะ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ท็อปเวส มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 Sync มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.05

ตารางที่ 4.29 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยว

จุดหมายการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีจุดมุ่งหมาย กลับภูมิลำเนา	220	55.0
มีจุดมุ่งหมาย ไม่ระบุที่หมาย	88	22.0
จุดมุ่งหมายกรุงเทพมหานคร	14	3.5
จุดมุ่งหมายจังหวัดนครราชสีมา	12	3.0
จุดมุ่งหมายกรุงเทพมหานครทำธุระ	9	2.3
จุดมุ่งหมายจังหวัดหนองคาย	7	1.8
จุดมุ่งหมายจังหวัดนครราชสีมาเพื่อติดต่อธุรกิจ	6	1.5
จุดมุ่งหมายจังหวัดอุบลราชธานีเยี่ยมญาติ	5	1.3
จุดมุ่งหมายจังหวัดเพชรบูรณ์เที่ยวเขาค้อ	5	1.3
จุดมุ่งหมายจังหวัดเชียงใหม่	5	1.3
จุดมุ่งหมายจังหวัดหนองคายเพื่อข้ามไปลาว	4	1.0
จุดมุ่งหมายจังหวัดอุดรเพื่อเยี่ยมญาติ	4	1.0
จุดมุ่งหมายจังหวัดกาฬสินธุ์เที่ยวไดโนเสาร์	4	1.0
จุดมุ่งหมายจังหวัดสกลนครเยี่ยมญาติ	4	1.0
จุดมุ่งหมายจังหวัดเลยเที่ยวเขียงคาน	3	.8
จุดมุ่งหมายจังหวัดมหาสารคาม	3	.8
จุดมุ่งหมายจังหวัดนครพนมเพื่อไหว้พระธาตุพนม	2	.5
จุดมุ่งหมายจังหวัดร้อยเอ็ด	2	.5
จุดมุ่งหมายจังหวัดพิษณุโลก	2	.5
จุดมุ่งหมายภูเก็ต เพื่อติดต่อธุรกิจและเที่ยวค่าน้ำ	1	.3
รวม	400	100.0

จาดตารางที่ 4.29 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจุดมุ่งหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นเมื่อมาจังหวัดขอนแก่นแล้วจะเดินทางกลับภูมิลำเนา มีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีจุดมุ่งหมายไปยังสถานท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 โดยแบ่งเป็น มีจุดมุ่งหมาย ไม่ระบุที่หมาย มีจำนวน 88 คน คิดเป็น

ร้อยละ 22.0 จุดมุ่งหมายกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 จุดมุ่งหมายจังหวัด นครราชสีมา มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 จุดมุ่งหมายกรุงเทพมหานครทำธุระ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 จุดมุ่งหมายจังหวัดหนองคาย มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 จุดมุ่งหมายจังหวัดนครราชสีมาเพื่อติดต่อธุรกิจ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 จุดมุ่งหมาย จังหวัดอุบลราชธานีเยี่ยมญาติ จุดมุ่งหมายจังหวัดเพชรบูรณ์เที่ยวเขาค้อ และจุดมุ่งหมายจังหวัด เชียงใหม่ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 จุดมุ่งหมายจังหวัดหนองคายเพื่อข้ามไปลาว จุดมุ่งหมายจังหวัดอุดรเพื่อเยี่ยมญาติ จุดมุ่งหมายจังหวัดกาฬสินธุ์เที่ยวไดโนเสาร์ และ จุดมุ่งหมาย จังหวัดสกลนครเยี่ยมญาติ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 จุดมุ่งหมายจังหวัดเลยเที่ยวเขiangคาน และจุดมุ่งหมายจังหวัดสกลนคร มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 จุดมุ่งหมายจังหวัดนครพนมเพื่อ ไหว้พระธาตุพนม จุดมุ่งหมายจังหวัดร้อยเอ็ด และ จุดมุ่งหมายจังหวัดพิษณุโลก มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และ จุดมุ่งหมายภูเก็ต เพื่อติดต่อธุรกิจและเที่ยวดำน้ำ มีจำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัด ขอนแก่น

กลับมาจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มา แต่ไม่ระบุ	229	57.3
มา เพราะ เดินทางสะดวก	32	8.0
มา เพราะ สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม	13	3.3
มา เพราะ มาเยี่ยมญาติ	12	3.0
มา เพราะ มาซื้อปิ้ง	16	4.0
มา เพราะ ชอบอาหารรสชาติอร่อย	14	3.5
มา เพราะ ยังเที่ยวไม่ครบ	14	3.5
มา เพราะ เป็นทางผ่านจังหวัดและซื้อสินค้าของฝาก	29	7.3
มา เพราะ ผู้คนเป็นมิตร	21	5.3
ไม่มา เพราะ ไม่ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว	1	.3
ไม่แน่ใจ เพราะ ถ้าจำเป็นถึงจะมาไม่จำเป็นก็ไม่มา	5	1.3
ไม่แน่ใจ ไม่ระบุ	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.30 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจําแนกตามการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 แบ่งเป็น มา แต่ไม่ระบุ มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 มา เพราะเดินทางสะดวก มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 มา เพราะ เป็นทางผ่านจังหวัดและซื้อสินค้าของฝาก มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 มา เพราะ ผู้คนเป็นมิตร มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 มา เพราะมาซื้อปิ้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 มา เพราะ ชอบอาหารรสชาติอร่อย และมา เพราะ ยังเที่ยวไม่ครบ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มา เพราะ สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 มา เพราะ มาเยี่ยมญาติ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ไม่แน่ใจ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 แบ่งเป็น ไม่แน่ใจ ไม่ระบุ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ไม่แน่ใจ เพราะ ถ้าจําเป็นถึงจะมาไม่จําเป็นก็ไม่มา มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และไม่มา มี 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.31 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจําแนกตามการแนะนำให้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

การแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำ ไม่ระบุ	261	65.3
แนะนำ เพราะ การเดินทางสะดวก	53	13.3
แนะนำ เพราะ อาหารอร่อย	12	3.0
แนะนำ เพราะ ราคาไม่แพง	15	3.8
แนะนำ เพราะ บ้านเมืองน่าอยู่	10	2.5
แนะนำ เพราะ ที่เที่ยวกลางคืนเยอะ	8	2.0
แนะนำ เพราะ โรงแรมที่พักดีและไม่แพงด้วย	15	3.8
แนะนำ เพราะ สถานที่เที่ยวสวย	8	2.0
แนะนำ เพราะ สาวขอนแก่นสวยดี	2	.5
แนะนำ เพราะ ขอนแก่นมีที่เที่ยวหลากหลาย	10	2.5
ไม่แนะนำ เพราะ ไม่มีอะไรให้เที่ยว	4	1.0
ไม่แนะนำ เพราะ เมื่อไปเที่ยวแล้วไม่ประทับใจ	2	.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.31 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการแนะนำให้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวจะแนะนำให้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 แบ่งเป็น แนะนำ ไม่ระบุ มีจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 แนะนำ เพราะ การเดินทางสะดวก มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 แนะนำ เพราะ ราคาไม่แพง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 แนะนำ เพราะ อาหารอร่อย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 แนะนำ เพราะ บ้านเมืองน่าอยู่ และ แนะนำ เพราะ ขอนแก่นมีที่เที่ยวหลากหลาย มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 แนะนำ เพราะ ที่เที่ยวกลางคืนเยอะ และ แนะนำ เพราะ สถานที่เที่ยวสวย มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ แนะนำ เพราะ สาวขอนแก่นสวยดี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ไม่แนะนำ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 แบ่งเป็น ไม่แนะนำ เพราะ ไม่มีอะไรให้เที่ยว มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 คน และ ไม่แนะนำ เพราะ เมื่อไปเที่ยวแล้วไม่ประทับใจ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ได้จากนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจากนั้นทำข้อมูลที่ได้มาประเมิน โดยใช้ความถี่ และร้อยละ ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การประชาสัมพันธ์	26	6.5
จัดงานอีเวนต์	12	3.0
สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่	13	3.3
การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ถนน ป้ายบอกทาง	16	4.0
ไม่ระบุ	333	83.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 32 นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวคิดว่าจังหวัดขอนแก่นควรที่จะเพิ่มการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากกว่านี้ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 นักท่องเที่ยวคิดว่าการเข้าถึง

สถานที่ท่องเที่ยว ถนน ป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 นักท่องเที่ยวคิดว่าจังหวัดขอนแก่นน่าจะจัดงานอีเวนต์ให้บ่อยขึ้น เพราะจังหวัดขอนแก่นไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น บุคคลร่วมเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น และการจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 4.33 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และค่า Pearson's R value ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

เพศ	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
ชาย	18	26	68	87	199
หญิง	35	26	34	106	201
รวม	53	52	102	193	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.000	
Pearson's R				0.478	

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คน เป็นเพศหญิง 106 คน เพศชาย 87 คน รองลงมาคือ เดินทางมา 4-5 ครั้ง มีจำนวน 102 คน เป็นเพศชาย 68 คน เพศหญิง 34 คน

เดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 53 คน เป็นเพศหญิง 35 คน เพศชาย 18 คน และเดินทางมา 2-3 ครั้ง มีจำนวน 52 คน เป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากันมีจำนวน 26 คน

ตารางที่ 4.34 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

เพศ	ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วงเทศกาลวันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	อื่น ๆ	
ชาย	65	119	5	10	199
หญิง	60	110	16	15	201
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.063				
Pearson's R	0.089				

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ไม่มีผลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว แต่มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกเดินทางมาเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) มากที่สุด มีจำนวน 229 คน เป็นเพศชาย 119 คน เพศหญิง 110 คน เดินทางมาในช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน เป็นเพศชาย 65 คน เพศหญิง 60 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาในช่วงเวลาที่ไม่น่านอน มีจำนวน 25 คน เป็นเพศหญิง 15 คน เพศชาย 10 คน และเดินทางมาในช่วงไม่ใช่เทศกาลวันหยุด มีจำนวน 21 คน เป็นเพศหญิง 16 คน เพศชาย 5 คน

ตารางที่ 4.35 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และค่า Pearson's R value ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

เพศ	พาหนะที่ใช้เดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
ชาย	172	0	1	4	22	0	199
หญิง	144	2	17	12	21	5	201
รวม	316	2	18	16	43	5	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000		
Pearson's R					0.007**		
Pearson's R value					0.135		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมพาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการเลือกพาหนะที่ใช้เดินทางมากที่สุดคือรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 316 คน เป็นเพศชาย 172 คน เพศหญิง 144 คน รองลงมาคือ เดินทางมาด้วยรถเช่าเหมา มีจำนวน 43 คน เป็นเพศชาย 22 คน เพศหญิง 21 คน เดินทางมาด้วยรถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 18 คน เป็นเพศหญิง 17 คน เพศชาย 1 คน เดินทางด้วยเครื่องบิน มีจำนวน 16 คน เป็นเพศหญิง 12 คน เพศชาย 4 คน เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) มีจำนวน 5 คน เป็นเพศหญิง และเดินทางมาด้วยรถไฟ มีจำนวน 2 คน เป็นเพศหญิง

ตารางที่ 4.36 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลร่วมเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

เพศ	บุคคลร่วมเดินทาง				รวม
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
ชาย	6	48	94	51	199
หญิง	1	68	82	50	201
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.049			
Pearson's R		0.487			

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมบุคคลร่วมเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ไม่มีผลต่อการเลือกบุคคลร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว แต่มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด มีจำนวน 176 คน เป็นเพศชาย 94 คน เพศหญิง 82 คน เดินทางมากับเพื่อน มีจำนวน 116 คน เป็นเพศหญิง 68 คน เพศชาย 48 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา มีจำนวน 101 คน เป็นเพศชาย 51 คน เพศหญิง 50 คน และเดินทางมาคนเดียว มีจำนวน 7 คน เป็นเพศชาย 6 คน เพศหญิง 1 คน

ตารางที่ 4.37 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

เพศ	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							รวม
	ไม่ค้างคืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
ชาย	55	47	60	25	4	3	5	199
หญิง	39	48	76	14	14	5	5	201
รวม	94	95	136	39	18	8	10	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.032						
Pearson's R		0.091						

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพศ กับพฤติกรรมระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการเลือกระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดขอนแก่นระยะเวลาดำรง 2 คืน มีจำนวน 136 คน เป็นเพศหญิง 76 คน เพศชาย 60 คน นักท่องเที่ยวค้าง 1 คืน มีจำนวน 95 คน เป็นเพศหญิง 48 คน เพศชาย 47 คน นักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน มีจำนวน 94 คน เป็นเพศชาย 55 คน เพศหญิง 39 คน นักท่องเที่ยวค้าง 3 คืน มีจำนวน 39 คน เป็นเพศชาย 25 คน เพศหญิง 14 คน นักท่องเที่ยวค้าง 4 คืน มีจำนวน 18 คน เป็นเพศหญิง 14 คน เพศชาย 4 คน นักท่องเที่ยวค้างมากกว่า 6 คืน มีจำนวน 10 คน เป็นเพศหญิงและเพศชายอย่างละ 5 คน และค้าง 5 คืน มีจำนวน 8 คน เป็นเพศหญิง 5 คน เพศชาย 3 คน

ตารางที่ 4.38 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

เพศ	จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			รวม
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
ชาย	191	0	8	199
หญิง	189	1	11	201
รวม	380	1	19	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.478			
Pearson's R	0.428			

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพศกับพฤติกรรมจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นอีก ซึ่งนักท่องเที่ยวที่กลับมา มีจำนวน 380 คน เป็นเพศชาย 191 คน เพศหญิง 189 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจ มีจำนวน 19 คน เป็นเพศหญิง 11 คน เพศชาย 8 คน นักท่องเที่ยวไม่มา มีจำนวน 1 คน

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตารางที่ 4.39 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์
ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

อายุ	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
15-25 ปี	7	10	12	26	55
26-35 ปี	19	22	42	69	152
36-45 ปี	11	1	22	47	81
46-55 ปี	13	9	23	45	90
มากกว่า 56 ปี	3	10	3	6	22
รวม	53	52	102	193	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.001	
Pearson's R				0.624	

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่นมากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คนแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 69 คน อายุ 36-45 ปี 47 คน อายุ 46-55 ปี 45 คน อายุ 15-25 ปี 26 คน มากกว่า 56 ปี 6 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 4-5 ครั้ง มีจำนวน 102 คน แบ่งเป็นอายุ 26-35 ปี จำนวน 42 คน อายุ 46-55 คน จำนวน 23 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 22 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 12 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 3 คน เดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 53 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน 19 คน อายุ 46-55 คน จำนวน 13 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 11 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 7 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 3 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง มีจำนวน 52 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 จำนวน 22 คน อายุ 15-25 ปี และ อายุ มากกว่า 56 ปี เท่ากันคือ 10 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 9 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 1 คน

ตารางที่ 4.40 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson' R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

อายุ	ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วงเทศกาลวันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	อื่น ๆ	
15-25 ปี	11	41	1	2	55
26-35 ปี	35	99	12	6	152
36-45 ปี	35	31	3	12	81
46-55 ปี	32	49	4	5	90
มากกว่า 56 ปี	12	9	1	0	22
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000		
Pearson's R			0.049**		
Pearson's R Value			-0.098		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการเลือกช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มากที่สุดคือ วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) มีจำนวน 229 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวอายุ 26-35 ปี จำนวน 99 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 49 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 41 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 31 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 9 คน รองลงมาเดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน แบ่งเป็นอายุ 26-35 ปี และ อายุ 36-45 ปี เท่ากัน จำนวน 35 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 32 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 12 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 11 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือไม่แน่นอน มีจำนวน 25 คน แบ่งเป็น อายุ 36-45 ปี จำนวน 12 คน อายุ 26-35 ปี 6 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 5 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 2 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 21 คน แบ่งเป็นอายุ 26-35 ปี จำนวน 12 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 4 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 3 คน อายุ 15-25 ปี และ มากกว่า 56 ปี เท่ากัน คือ จำนวน 1 คน

ตารางที่ 4.41 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพาหนะที่ใช้เดินทาง

อายุ	พาหนะที่ใช้เดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
15-25 ปี	42	0	8	5	0	0	55
26-35 ปี	126	2	2	4	17	1	152
36-45 ปี	66	0	8	3	4	0	81
46-55 ปี	64	0	0	3	20	3	90
มากกว่า 56 ปี	18	0	0	1	2	1	22
รวม	316	2	18	16	43	5	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000					
Pearson's R		0.024**					
Pearson's R Value		0.113					

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมพาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการเลือกพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 316 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน 126 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 66 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 64 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 42 คน อายุ มากกว่า 56 ปี จำนวน 18 คน รองลงมาเดินทางโดยรถเช่าเหมา มีจำนวน 43 คน แบ่งเป็น อายุ 46-55 ปี จำนวน 20 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 17 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 4 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 2 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 18 คน แบ่งเป็น อายุ 15-25 ปี และ อายุ 36-45 ปี เท่ากัน จำนวน 8 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 2 คน เดินทางมาโดยเครื่องบิน มีจำนวน 16 คน แบ่งเป็น อายุ 15-25 ปี จำนวน 5 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 4 คน อายุ 36-45 ปี และ อายุ 46-55 ปี เท่ากัน จำนวน 3 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 1 คน เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์

มา มีจำนวน 5 คน แบ่งเป็น อายุ 46-55 ปี จำนวน 3 คน อายุ 26-35 ปี และอายุมากกว่า 56 ปี เท่ากัน จำนวน 1 คน เดินทางมาโดยรถไฟ มีจำนวน 2 คน มีอายุ 26-35 ปี

ตารางที่ 4.42 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

อายุ	บุคคลร่วมเดินทาง				รวม
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
15-25 ปี	0	11	14	30	55
26-35 ปี	1	57	65	29	152
36-45 ปี	6	13	45	17	81
46-55 ปี	0	30	38	22	90
มากกว่า 56 ปี	0	5	14	3	22
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.096				

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุกับพฤติกรรมบุคคลร่วมเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการเลือกบุคคลร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น บุคคลที่นักท่องเที่ยวเลือกมาร่วมเดินทางมามากที่สุดคือ ครอบครัว มีจำนวน 176 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 65 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 45 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 38 คน อายุ 15-25 ปี และ อายุมากกว่า 56 ปี เท่ากัน จำนวน 14 คน รองลงมาเดินทางมากับเพื่อน มีจำนวน 116 คน แบ่งเป็นอายุ 26-35 ปี จำนวน 57 คน คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 30 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 13 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 11 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 5 คน เดินทางมากับหน่วยงาน / สถานศึกษา มีจำนวน 101 คน แบ่งเป็น อายุ 15-25 ปี จำนวน 30 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 29 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 22 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 17 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน

3 คน เดินทางมาคนเดิน จำนวน 7 คน แบ่งเป็น อายุ 36-45 ปี จำนวน 6 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 1 คน

ตารางที่ 4.43 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาที่อยู่ท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

อายุ	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							รวม
	ไม่ค้างคืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
15-25 ปี	24	9	10	6	1	1	4	55
26-35 ปี	34	35	55	16	5	4	3	152
36-45 ปี	7	29	30	7	6	1	1	81
46-55 ปี	25	21	27	10	5	2	0	90
มากกว่า 56 ปี	4	1	14	0	1	0	2	22
รวม	94	95	136	39	18	8	10	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000			
Pearson's R					0.444			

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมระยะเวลาที่อยู่ท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด คือ 2 คืน มีจำนวน 136 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 55 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 30 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 27 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 14 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 10 คน รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่ค้าง 1 คืน มีจำนวน 95 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน 35 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 29 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 21 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 9 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 1 คน นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน มีจำนวน 94 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน 34 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 25 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 24 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 7 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 4 คน นักท่องเที่ยวค้าง 3 คืน มีจำนวน 39 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน

16 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 10 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 7 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 6 คน นักท่องเที่ยวค้าง 4 คืน จำนวน 18 คน แบ่งเป็น 36-45 ปี จำนวน 6 คน อายุ 26-35 ปี และ อายุ 46-55 ปี เท่ากัน จำนวน 5 คน อายุ 15-25 ปี และ อายุมากกว่า 56 ปี เท่ากัน จำนวน 1 คน นักท่องเที่ยวค้าง มากกว่า 6 คืน จำนวน 10 คน แบ่งเป็น อายุ 15-25 ปี จำนวน 4 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 3 คน อายุ มากกว่า 56 ปี จำนวน 2 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 1 คน นักท่องเที่ยวค้าง 5 คืน มีจำนวน 8 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน 4 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 2 คน อายุ 15-25 ปี และ อายุ 36-45 ปี เท่ากัน จำนวน 1 คน

ตารางที่ 4.44 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับนักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

อายุ	จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			รวม
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
15-25 ปี	50	0	5	55
26-35 ปี	141	0	11	152
36-45 ปี	80	1	0	81
46-55 ปี	87	0	3	90
มากกว่า 56 ปี	22	0	0	22
รวม	380	1	19	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.880			
Pearson's R	0.015**			
Pearson's R Value	-0.122			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุ กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 380 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 141 คน อายุ

46-55 ปี จำนวน 87 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 80 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 50 คน อายุมากกว่า 56 ปี จำนวน 22 คน นักท่องเที่ยวที่ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น อายุ 26-35 ปี จำนวน 11 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 5 คน อายุ 46-55 ปี จำนวน 3 คน นักท่องเที่ยวที่ไม่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 1 คน อายุ 36-45 ปี

ตารางที่ 4.45 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

สถานภาพ	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
โสด	31	31	72	138	272
สมรส	17	21	30	55	123
อื่น ๆ	5	0	0	0	5
รวม	53	52	102	193	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.000	
Pearson's R				0.003**	
Pearson's R Value				-0.149	

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานภาพ กับพฤติกรรมจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 138 คน สถานภาพสมรส จำนวน 55 คน รองลงมาคือเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น 4-5 ครั้ง มีจำนวน 102 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด จำนวน 72 คน สถานภาพสมรส 30 คน เดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 53 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 31 คน สถานภาพสมรส 17 คน สถานภาพอื่น ๆ 5 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง มีจำนวน 52 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 31 คน สถานภาพสมรส 21 คน

ตารางที่ 4.46 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

สถานภาพ	ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วงเทศกาลวันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	อื่น ๆ	
โสด	79	162	17	14	272
สมรส	41	67	4	11	123
อื่น ๆ	5	0	0	0	5
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.017		
Pearson's R			0.360		

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีมากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นในช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) มีจำนวน 229 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 162 คน สถานภาพสมรส 67 คน รองลงมานักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 79 คน สถานภาพสมรส 41 คน สถานภาพอื่น ๆ จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือเดินทางมาไม่แน่นอน มีจำนวน 25 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 14 คน สถานภาพสมรส 11 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุดมีจำนวน 21 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 17 คน สถานภาพสมรส 4 คน

ตารางที่ 4.47 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับเพื่อนรวมเดินทางมาท่องเที่ยว

สถานภาพ	เพื่อนรวมเดินทางมาท่องเที่ยว				Total
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
โสด	7	83	107	75	272
สมรส	0	28	69	26	123
อื่น ๆ	0	5	0	0	5
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000		
Pearson's R			0.762		

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมเพื่อนรวมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีมากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการเลือกเพื่อนรวมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นกับครอบครัว มีจำนวน 176 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 107 คน สถานภาพสมรส 69 คน รองลงมานักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อน มีจำนวน 116 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 83 คน สถานภาพสมรส 28 คน สถานภาพอื่น ๆ จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมากับหน่วยงาน มีจำนวน 101 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 75 คน สถานภาพสมรส 26 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาคนเดียว มีจำนวน 7 คน มีสถานภาพโสด

ตารางที่ 4.48 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

สถานภาพ	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							รวม
	ไม่ค้างคืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
โสด	69	65	80	27	15	7	9	272
สมรส	25	30	51	12	3	1	1	123
อื่น ๆ	0	0	5	0	0	0	0	5
รวม	94	95	136	39	18	8	10	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.076			
Pearson's R					0.605			

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น มีมากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะค้างอยู่จังหวัดขอนแก่น 2 คืน มีจำนวน 136 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 80 คน สถานภาพสมรส 51 คน สถานภาพอื่น ๆ 5 คน นักท่องเที่ยวค้าง 1 คืน มีจำนวน 95 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 65 คน สถานภาพสมรส 30 คน นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน มีจำนวน 94 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 69 คน สถานภาพสมรส 25 คน นักท่องเที่ยวค้าง 3 คืน มีจำนวน 39 คน แบ่งเป็น 27 คน สถานภาพสมรส 12 คน นักท่องเที่ยวค้าง 4 คืน จำนวน 18 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 15 คน สถานภาพสมรส 3 คน นักท่องเที่ยวค้างมากกว่า 6 คืน จำนวน 10 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 9 คน สถานภาพสมรส 1 คน นักท่องเที่ยวค้าง 5 คืน จำนวน 8 คน สถานภาพโสด 7 คน สถานภาพสมรส 8 คน

ตารางที่ 4.49 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

สถานภาพ	จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			รวม
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
โสด	255	1	16	272
สมรส	120	0	3	123
อื่น ๆ	5	0	0	5
รวม	380	1	19	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.563	
Pearson's R			0.102	

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีมากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมา มีจำนวน 380 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 225 คน สถานภาพสมรส 120 คน สถานภาพอื่น ๆ 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น สถานภาพโสด 16 คน สถานภาพสมรส 3 คน นักท่องเที่ยวจะไม่กลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นอีก มีจำนวน 1 คน มีสถานภาพโสด

ตารางที่ 4.50 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์
ระหว่างระดับการศึกษา กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ระดับการศึกษา	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
ประถมศึกษา	0	0	0	5	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	0	11	12	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	17	12	17	13	59
อนุปริญญา / ปวส.	1	5	1	5	12
ปริญญาตรี	31	30	66	139	266
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5	7	19	32
รวม	53	52	102	193	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.013**				
Pearson's R Value	0.124				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คน แบ่งเป็นการศึกษาระดับปริญญาตรี 139 คน สูงกว่าปริญญาตรี 19 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 13 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 12 คน ประถมศึกษาและอนุปริญญา / ปวส. เท่ากัน คือ 5 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง จำนวน 102 คน แบ่งเป็น ระดับปริญญาตรี 66 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 17 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 11 คน สูงกว่าปริญญาตรี 7 คน อนุปริญญา / ปวส. 1 คน เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 53 คน แบ่งเป็น ปริญญาตรี 31 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 17 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 3 คน อนุปริญญา / ปวส. และ สูงกว่าปริญญาตรี เท่ากัน คือ 1 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง จำนวน 52 คน แบ่งเป็น ปริญญาตรี 30 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 12 คน อนุปริญญา / ปวส. และ สูงกว่าปริญญาตรี เท่ากัน คือ 5 คน

ตารางที่ 4.51 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระดับการศึกษา กับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์- อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
ประถมศึกษา	0	0	0	5	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	15	1	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	10	43	0	6	59
อนุปริญญา / ปวส.	5	2	5	0	12
ปริญญาตรี	84	158	10	14	266
สูงกว่าปริญญาตรี	16	11	5	0	32
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000
Pearson's R					0.002**
Pearson's R Value					-0.158

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีผลต่อการเลือกช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมา วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์) มีจำนวน 229 คน แบ่งเป็น การศึกษาระดับปริญญาตรี 158 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 43 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 15 คน สูงกว่าปริญญาตรี 11 คน อนุปริญญา / ปวส. 2 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด จำนวน 125 คน การศึกษาระดับปริญญาตรี 84 คน สูงกว่าปริญญาตรี 16 คน มัธยมศึกษาตอนต้น และ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. เท่ากัน คือ 10 คน อนุปริญญา / ปวส. 5 คน เดินทางมาในช่วงเวลาอื่น คือ ไม่แน่นอน จำนวน 25 คน แบ่งเป็น ปริญญาตรี 14 คน มัธยมศึกษา

ตอนปลาย / ปวช. 6 คน ประถมศึกษา 5 คน ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 21 คน แบ่งเป็น
 ปรียญตรี 10 คน อนุปรียญ / ปวส. และ สูงกว่าปรียญตรี เท่ากัน คือ 5 คน มัธยมศึกษาตอนต้น
 1 คน

ตารางที่ 4.52 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์
 ระหว่างระดับการศึกษา กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

การศึกษา	พาหนะที่ใช้เดินทาง						รวม
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่า เหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
ประถมศึกษา	5	0	0	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	23	0	1	0	2	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	40	0	1	6	12	0	59
อนุปรียญ / ปวส.	8	2	0	1	1	0	12
ปรียญตรี	213	0	14	9	27	3	266
สูงกว่าปรียญตรี	27	0	2	0	1	2	32
รวม	316	2	18	16	43	5	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000		
Pearson's R					0.570		

จากตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง
 ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมพาหนะที่ใช้เดินทาง มีมากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่
 ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการเลือกพาหนะที่ใช้เดินทางมาเที่ยวมากที่สุด คือ รถยนต์
 ส่วนตัว มีจำนวน 316 คน แบ่งเป็น การศึกษาระดับปรียญตรี 213 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย /
 ปวช. 40 คน สูงกว่าปรียญตรี 27 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 23 คน อนุปรียญ / ปวส. 8 คน
 ประถมศึกษา 5 คน เดินทางมาโดยรถเช่าเหมา จำนวน 43 คน แบ่งเป็น การศึกษาระดับปรียญตรี
 27 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 12 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 2 คน อนุปรียญ / ปวส. และ สูง
 กว่าปรียญตรี เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.53 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์
ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลร่วมเดินทาง

การศึกษา	บุคคลร่วมเดินทาง				รวม
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
ประถมศึกษา	5	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	5	19	2	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0	28	22	9	59
อนุปริญญา / ปวส.	0	5	7	0	12
ปริญญาตรี	2	70	118	76	266
สูงกว่าปริญญาตรี	0	8	10	14	32
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000
Pearson's R					0.000**
Pearson's R Value					0.241

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมบุคคลร่วมเดินทาง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อการเลือกบุคคลร่วมเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว มีจำนวน 176 คน แบ่งเป็น การศึกษาระดับปริญญาตรี 118 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 22 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 19 คน สูงกว่าปริญญาตรี 10 คน อนุปริญญา / ปวส. 7 คน เดินทางมากับเพื่อน 116 คน แบ่งเป็น ปริญญาตรี 70 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 28 คน สูงกว่าปริญญาตรี 8 คน มัธยมศึกษาตอนต้น และ อนุปริญญา / ปวส. เท่ากันคือ 5 คน เดินทางมากับหน่วยงาน / สถานศึกษา มีจำนวน 101 คน แบ่งเป็น การศึกษาปริญญาตรี 76 คน สูงกว่าปริญญาตรี 14 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 9 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 2 คน เดินทางมาคนเดียว 7 คน แบ่งเป็น การศึกษาประถมศึกษา 5 คน ปริญญาตรี 2 คน

ตารางที่ 4.54 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

ระดับการศึกษา	จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			รวม
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
ประถมศึกษา	5	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	25	1	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	48	0	11	59
อนุปริญญา / ปวส.	12	0	0	12
ปริญญาตรี	258	0	8	266
สูงกว่าปริญญาตรี	32	0	0	32
รวม	380	1	19	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000			
Pearson's R	0.003**			
Pearson's R Value	-0.146			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อการกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นอีก มีจำนวน 380 คน แบ่งเป็นการศึกษาระดับปริญญาตรี 258 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 48 คน สูงกว่าปริญญาตรี 32 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 25 คน อนุปริญญา / ปวส. 12 คน ประถมศึกษา 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจะมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็นการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 11 คน ปริญญาตรี 8 คน นักท่องเที่ยวจะไม่กลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นอีก มีจำนวน 1 คน การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น

ตารางที่ 4.55 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์
ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

อาชีพ	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	10	24	59	107
ธุรกิจส่วนตัว	10	17	33	35	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	17	15	27	50	109
นักเรียน/นักศึกษา	4	7	12	39	62
อื่น ๆ	8	3	6	10	27
Total	53	52	102	193	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.023
Pearson's R					0.754

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คน แบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 59 คน พนักงานบริษัท / ตัวแทนขาย 50 คน นักเรียน / นักศึกษา 39 คน ธุรกิจส่วนตัว 35 คน อาชีพอื่น ๆ 10 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง มีจำนวน 102 คน แบ่งเป็น อาชีพธุรกิจส่วนตัว 33 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 27 คน ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 24 คน นักเรียน / นักศึกษา 12 คน อื่น ๆ 6 คน เดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 53 คน แบ่งเป็น อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 17 คน ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 14 คน ธุรกิจส่วนตัว 10 คน อื่น ๆ 8 คน นักเรียน / นักศึกษา 4 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง มีจำนวน 52 คน แบ่งเป็น อาชีพธุรกิจส่วนตัว 17 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 15 คน ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 10 คน นักเรียน/นักศึกษา 7 คน อาชีพอื่น ๆ 3 คน

ตารางที่ 4.56 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's R และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

อาชีพ	ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วง เทศกาล วันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์- อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	63	9	3	107
ธุรกิจส่วนตัว	27	49	2	17	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	36	66	6	1	109
นักเรียน/นักศึกษา	17	39	3	3	62
อื่น ๆ	13	12	1	1	27
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.144				

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อช่วงเวลาที่พักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) มีจำนวน 229 คน แบ่งเป็น อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 66 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 63 คน ธุรกิจส่วนตัว 49 คน นักเรียน/นักศึกษา 39 คน อาชีพอื่น ๆ 12 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน แบ่งเป็น อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 36 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 32 คน ธุรกิจส่วนตัว 27 คน นักเรียน/นักศึกษา 17 คน อาชีพอื่น ๆ 13 คน เดินทางมาในช่วงอื่น ๆ มีจำนวน 25 คน แบ่งเป็น อาชีพธุรกิจส่วนตัว 17 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ นักเรียน/นักศึกษา เท่ากัน คือ 3 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย และ อาชีพอื่น ๆ เท่ากัน คือ 1 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด จำนวน 21 คน แบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ/พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ 9 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 6 คน นักเรียน/นักศึกษา 3 คน ธุรกิจส่วนตัว 2 คน อาชีพอื่น 1 คน

ตารางที่ 4.57 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's R ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

อาชีพ	พาหนะที่ใช้เดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	88	0	1	4	12	2	107
ธุรกิจส่วนตัว	86	0	0	1	8	0	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	82	2	2	3	18	2	109
นักเรียน/นักศึกษา	42	0	8	7	4	1	62
อื่น ๆ	18	0	7	1	1	0	27
รวม	316	2	18	16	43	5	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000		
Pearson's R					0.130		

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมพาหนะที่ใช้เดินทาง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการเลือกพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 316 คน แบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 88 คน ธุรกิจส่วนตัว 86 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 82 คน นักเรียน/นักศึกษา 42 คน อาชีพอื่น ๆ 18 คน เดินทางมาโดยรถเช่าเหมา จำนวน 43 คน แบ่งเป็น พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 18 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 12 คน ธุรกิจส่วนตัว 8 คน นักเรียน/นักศึกษา 4 คน อาชีพอื่น ๆ 1 คน เดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 18 คน แบ่งเป็น นักเรียน/นักศึกษา 8 คน อาชีพ

อื่น ๆ 7 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 2 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 1 คน เดินทางมา โดยเครื่องบิน มีจำนวน 16 คน แบ่งเป็น อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 7 คน ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ 4 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 3 คน ธุรกิจส่วนตัว และ อาชีพอื่น ๆ เท่ากัน คือ 1 คน เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว (ชื่อทัวร์มา) มีจำนวน 5 คน แบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ และ พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย เท่ากัน คือ 2 คน นักเรียน/นักศึกษา 1 คน เดินทางมา โดยรถไฟ จำนวน 2 คน มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย

ตารางที่ 4.58 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's ของความสัมพันธ์ ระหว่างอาชีพกับบุคคลร่วมเดินทาง

อาชีพ	บุคคลร่วมเดินทาง				รวม
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	37	40	30	107
ธุรกิจส่วนตัว	6	21	62	6	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	1	34	39	35	109
นักเรียน/นักศึกษา	0	18	21	23	62
อื่น ๆ	0	6	14	7	27
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000
Pearson's R					0.058

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง อาชีพกับพฤติกรรมบุคคลร่วมเดินทาง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการเลือกบุคคลร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมา ท่องเที่ยวกับครอบครัว มีจำนวน 176 คน แบ่งเป็น อาชีพธุรกิจส่วนตัว 62 คน ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ 40 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 39 คน นักเรียน/นักศึกษา 21 คน อาชีพอื่น ๆ 14 คน เดินทางมากับเพื่อน 116 คน แบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 37 คน พนักงาน

บริษัท/ตัวแทนขาย 34 คน ธุรกิจส่วนตัว 21 คน นักเรียน/นักศึกษา 18 คน อาชีพอื่นๆ 6 คน
หน่วยงาน / สถานศึกษา จำนวน 101 คน แบ่งเป็น พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 35 คน ข้าราชการ/
พนักงานรัฐวิสาหกิจ 30 คน นักเรียน/นักศึกษา 23 คน อาชีพอื่น ๆ 7 คน ธุรกิจส่วนตัว 6 คน
เดินทางมาคนเดียว จำนวน 7 คน แบ่งเป็น ธุรกิจส่วนตัว 6 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 1 คน

ตารางที่ 4.59 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value และ ค่า Pearson's ของความสัมพันธ์
ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

อาชีพ	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							รวม
	ไม่ค้าง คืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	30	21	36	12	4	4	0	107
ธุรกิจส่วนตัว	15	21	44	9	5	1	0	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	21	32	32	13	7	1	3	109
นักเรียน/นักศึกษา	22	15	15	3	1	1	5	62
อื่น ๆ	6	6	9	2	1	1	2	27
รวม	94	95	136	39	18	8	10	400
Pearson Chi-Square: p-value								0.020
Pearson's R								0.688

จากตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง
อาชีพกับพฤติกรรมระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์
กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่เที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ส่วน
ใหญ่จะค้าง 2 คืน มีจำนวน 136 คน แบ่งเป็น อาชีพธุรกิจส่วนตัว 44 คน ข้าราชการ/พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ 36 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 32 คน นักเรียน/นักศึกษา 15 คน อาชีพอื่น ๆ 9 คน
นักท่องเที่ยวค้าง 1 คืน จำนวน 95 คน แบ่งเป็น พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 32 คน อาชีพ
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ธุรกิจส่วนตัว เท่ากัน คือ 21 คน นักเรียน/นักศึกษา 15 คน

อาชีพอื่น ๆ 6 คน นักท่องเที่ยวไม่ค้างคืน มีจำนวน 94 คน แบ่งเป็น อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 30 คน นักเรียน/นักศึกษา 22 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 21 คน ธุรกิจส่วนตัว 15 คน อาชีพอื่น ๆ 6 คน นักท่องเที่ยวค้าง 3 คืน มีจำนวน 39 คน แบ่งเป็น อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 13 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 12 คน ธุรกิจส่วนตัว 9 คน นักเรียน/นักศึกษา 3 คน อาชีพอื่น ๆ 2 คน นักท่องเที่ยวค้าง 4 คืน จำนวน 18 คน แบ่งเป็น พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 7 คน ธุรกิจส่วนตัว 5 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่น ๆ เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวค้างมากกว่า 6 คน มีจำนวน 10 คน แบ่งเป็น อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 5 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 3 คน อาชีพอื่น ๆ 2 คน นักท่องเที่ยวค้าง 5 คืน มีจำนวน 8 คน แบ่งเป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 คน ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย และ นักเรียน/นักศึกษา เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.60 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

อาชีพ	จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			รวม
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	102	0	5	107
ธุรกิจส่วนตัว	83	0	12	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	106	1	2	109
นักเรียน/นักศึกษา	62	0	0	62
อื่น ๆ	27	0	0	27
Total	380	1	19	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.005			
Pearson's R	0.012**			
Pearson's R Value	-0.126			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมจะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 380 คน แบ่งเป็น พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 106 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 102 คน ธุรกิจส่วนตัว 83 คน นักเรียน/นักศึกษา 62 คน อาชีพอื่น ๆ 27 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจะกลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น ธุรกิจส่วนตัว 12 คน ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ 5 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 2 คน นักท่องเที่ยวไม่กลับมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 1 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย

ตารางที่ 4.61 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

รายได้	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	16	19	16	33	84
15,000-25,000 บาท	23	4	40	58	125
25,000-35,000 บาท	9	12	27	44	92
35,000- 45,000 บาท	2	9	2	33	46
45,000-55,000 บาท	2	3	11	15	31
55,000-65,000 บาท	0	0	5	5	10
มากกว่า 65,000 บาท	1	5	1	5	12
รวม	53	52	102	193	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.011**				
Pearson's R Value	0.127				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง มีจำนวน 193 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 58 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 44 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ รายได้ 35,000- 45,000 บาท เท่ากัน คือ 33 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 15 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท และ รายได้มากกว่า 65,000 บาท เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมา 4-5 ครั้ง มีจำนวน 102 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 40 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 27 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 16 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 11 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 5 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท 2 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาครั้งแรก มีจำนวน 53 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 23 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 16 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 9 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท และ รายได้ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 2 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมา 2-3 ครั้ง มีจำนวน 52 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท 19 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 12 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท 9 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 5 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 4 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 3 คน

ตารางที่ 4.62 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

รายได้	ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์- อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	20	54	1	9	84
15,000-25,000 บาท	30	76	13	6	125
25,000-35,000 บาท	36	50	4	2	92
35,000- 45,000 บาท	22	16	2	6	46
45,000-55,000 บาท	12	16	1	2	31
55,000-65,000 บาท	0	10	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	5	7	0	0	12
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.001		
Pearson's R			0.031**		
Pearson's R Value			-0.180		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อช่วงเวลาที่พักที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) มีจำนวน 229 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 76 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 54 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 50 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท และ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 16 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 7 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 36 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 30 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท 22 คน

รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 20 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 12 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 5 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือไม่แน่นอน มีจำนวน 25 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 9 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท และ 35,000-45,000 บาท เท่ากัน คือ 6 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท และ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงเวลาที่ไม่ใช่วันหยุด มีจำนวน 21 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 13 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 4 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 2 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.63 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

รายได้	พาหนะที่ใช้เดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	61	0	13	5	5	0	84
15,000-25,000 บาท	99	2	3	5	16	0	125
25,000-35,000 บาท	67	0	2	2	16	5	92
35,000- 45,000 บาท	42	0	0	2	2	0	46
45,000-55,000 บาท	26	0	0	2	3	0	31
55,000-65,000 บาท	10	0	0	0	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	11	0	0	0	1	0	12
รวม	316	2	18	16	43	5	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000					
Pearson's R		0.117					

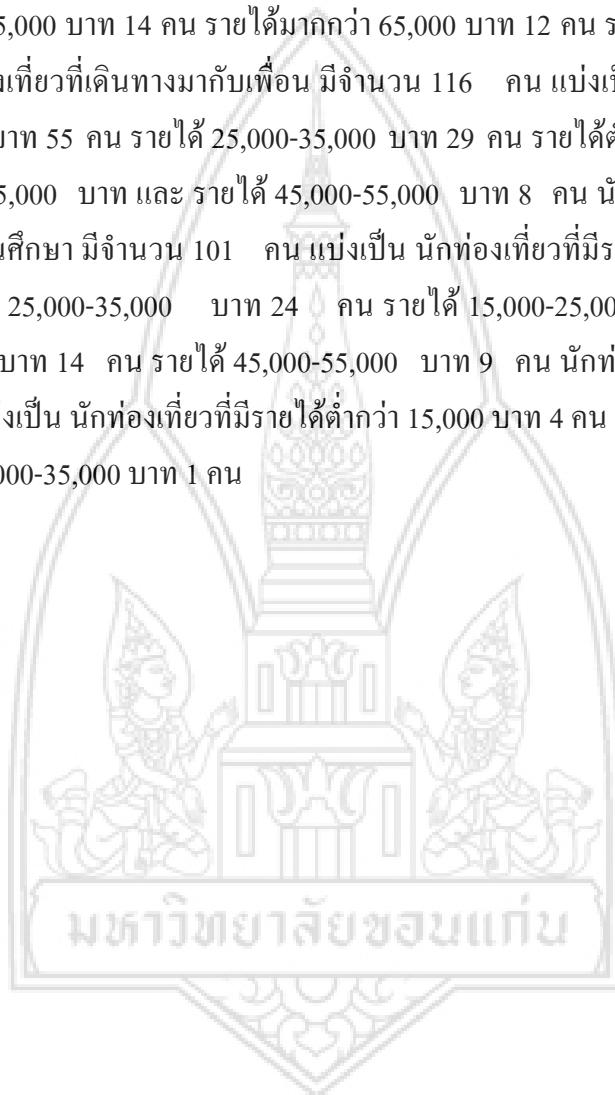
จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมพาหนะที่ใช้เดินทาง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อพาหนะที่ใช้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 316 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 99 คน

รายได้ 25,000-35,000 บาท 67 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 61 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 42 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 26 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 11 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถเช่าเหมา มีจำนวน 43 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท และ 25,000-35,000 บาท เท่ากัน คือ จำนวน 16 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 5 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 3 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 2 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 18 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 13 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 3 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 2 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยเครื่องบิน มีจำนวน 16 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ รายได้ 15,000-25,000 บาท เท่ากัน คือ 5 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท รายได้ 35,000-45,000 บาท และ รายได้ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) มีจำนวน 5 คน มีรายได้ 25,000-35,000 บาท นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถไฟ มีจำนวน 2 คน มีรายได้ 25,000-35,000 บาท

ตารางที่ 4.64 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบุคคลร่วมเดินทาง

รายได้	บุคคลร่วมเดินทาง				รวม
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	16	33	31	84
15,000-25,000 บาท	2	55	45	23	125
25,000-35,000 บาท	1	29	38	24	92
35,000- 45,000 บาท	0	8	24	14	46
45,000-55,000 บาท	0	8	14	9	31
55,000-65,000 บาท	0	0	10	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	0	0	12	0	12
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000
Pearson's R					0.338

จากตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมบุคคลร่วมเดินทาง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อการเลือกบุคคลร่วมเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเกี่ยวกับครอบครัว มีจำนวน 176 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 45 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 38 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 33 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 24 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 14 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 12 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเพื่อน มีจำนวน 116 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 55 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 29 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 16 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท และ รายได้ 45,000-55,000 บาท 8 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา มีจำนวน 101 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 31 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 24 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 23 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 14 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 9 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว มีจำนวน 7 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 4 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 2 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 1 คน



ตารางที่ 4.62 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

รายได้	ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				รวม
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์- อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	20	54	1	9	84
15,000-25,000 บาท	30	76	13	6	125
25,000-35,000 บาท	36	50	4	2	92
35,000- 45,000 บาท	22	16	2	6	46
45,000-55,000 บาท	12	16	1	2	31
55,000-65,000 บาท	0	10	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	5	7	0	0	12
รวม	125	229	21	25	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.001		
Pearson's R			0.031**		
Pearson's R Value			-0.180		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) มีจำนวน 229 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 76 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 54 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 50 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท และ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 16 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 7 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงเทศกาลวันหยุด มีจำนวน 125 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 36 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 30 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท 22 คน

รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 20 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 12 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 5 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือไม่แน่นอน มีจำนวน 25 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 9 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท และ 35,000-45,000 บาท เท่ากัน คือ 6 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท และ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาในช่วงเวลาที่ไม่ใช่วันหยุด มีจำนวน 21 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 13 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 4 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 2 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.63 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

รายได้	พาหนะที่ใช้เดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	61	0	13	5	5	0	84
15,000-25,000 บาท	99	2	3	5	16	0	125
25,000-35,000 บาท	67	0	2	2	16	5	92
35,000- 45,000 บาท	42	0	0	2	2	0	46
45,000-55,000 บาท	26	0	0	2	3	0	31
55,000-65,000 บาท	10	0	0	0	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	11	0	0	0	1	0	12
รวม	316	2	18	16	43	5	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000					
Pearson's R		0.117					

จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมพาหนะที่ใช้เดินทาง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อพาหนะที่ใช้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวน 316 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 99 คน

รายได้ 25,000-35,000 บาท 67 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 61 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 42 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 26 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 11 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถเช่าเหมา มีจำนวน 43 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท และ 25,000-35,000 บาท เท่ากัน คือ จำนวน 16 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 5 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 3 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 2 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทาง มีจำนวน 18 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 13 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 3 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 2 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยเครื่องบิน มีจำนวน 16 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ รายได้ 15,000-25,000 บาท เท่ากัน คือ 5 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท รายได้ 35,000-45,000 บาท และ รายได้ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) มีจำนวน 5 คน มีรายได้ 25,000-35,000 บาท นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถไฟ มีจำนวน 2 คน มีรายได้ 25,000-35,000 บาท

ตารางที่ 4.64 ค่าความถี่ ค่า Pearson Chi-Square: p-value ค่า Pearson's และ ค่า Pearson's R Value ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบุคคลร่วมเดินทาง

รายได้	บุคคลร่วมเดินทาง				รวม
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	16	33	31	84
15,000-25,000 บาท	2	55	45	23	125
25,000-35,000 บาท	1	29	38	24	92
35,000- 45,000 บาท	0	8	24	14	46
45,000-55,000 บาท	0	8	14	9	31
55,000-65,000 บาท	0	0	10	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	0	0	12	0	12
รวม	7	116	176	101	400
Pearson Chi-Square: p-value					0.000
Pearson's R					0.338

จากตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์พบว่าในทัศนคติด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้วนั้น เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นแตกต่างกัน ($p\text{-value} < 0.05$) แต่ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง และ การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทายนั้น เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่แตกต่างกัน ($p\text{-value} > 0.05$)

ตารางที่ 4.68 ความถี่ ของความเห็นอายุต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตในจังหวัดขอนแก่นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

อายุ	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
15-25 ปี	0	5	22	28	55
26-35 ปี	11	0	44	97	152
36-45 ปี	0	0	33	48	81
46-55 ปี	1	2	7	80	90
มากกว่า 56 ปี	0	7	0	15	22
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.005 **				
Pearson's R value	0.141				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุกับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 97 คน อายุ 46-55 ปี 80 คน อายุ 36-45 ปี 48 คน อายุ 15-25 ปี 28 คน อายุมากกว่า 56 ปี 15 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน

แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 44 คน อายุ 36-45 ปี 33 คน อายุ 15-25 ปี 22 คน อายุ 46-55 ปี 7 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 56 ปี 7 คน อายุ 15-25 ปี 5 คน อายุ 46-55 ปี 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อายุ 26-35 ปี 11 คน อายุ 46-55 ปี 1 คน

ตารางที่ 4.69 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

อายุ	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
15-25 ปี	0	1	18	20	16	55
26-35 ปี	0	8	49	76	19	152
36-45 ปี	12	11	5	36	17	81
46-55 ปี	0	14	10	64	2	90
มากกว่า 56 ปี	7	2	0	13	0	22
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000					
Pearson's R	0.000 **					
Pearson's R value	-0.185					

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 76 คน อายุ 46-55 ปี 64 คน อายุ

36-45 ปี 36 คน อายุ 15-25 ปี 20 คน อายุมากกว่า 56 ปี 13 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 49 คน อายุ 15-25 ปี 18 คน อายุ 45-55 ปี 10 คน อายุ 35-45 ปี 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 19 คน อายุ 36-45 ปี 17 คน อายุ 15-25 ปี 16 คน อายุ 46-55 ปี 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46-55 ปี 14 คน อายุ 36-45 ปี 11 คน อายุ 26-35 ปี 8 คน อายุมากกว่า 56 ปี 2 คน อายุ 15-25 ปี 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36-45 ปี 12 คน อายุมากกว่า 56 ปี 7 คน

ตารางที่ 4.70 ความถี่ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

อายุ	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
15-25 ปี	0	17	21	12	5	55
26-35 ปี	11	15	95	19	12	152
36-45 ปี	0	13	54	12	2	81
46-55 ปี	1	18	58	11	2	90
มากกว่า 56 ปี	0	1	14	0	7	22
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000					
Pearson's R	0.522					

จากตารางที่ 4.70 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 95 คน อายุ 46-55 ปี 58 คน อายุ 36-45 ปี 54 คน อายุ 15-25 ปี 21 คน อายุมากกว่า 56 ปี 14 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 46-55 ปี จำนวน 18 คน อายุ 15-25 ปี จำนวน 17 คน อายุ 26-35 ปี จำนวน 15 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 13 คน อายุมากกว่า 56 ปี 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 19 คน อายุ 15-25 ปี และ อายุ 36-45 ปี เท่ากัน คือ 12 คน อายุ 46-55 ปี 11 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 12 คน อายุมากกว่า 56 ปี 7 คน อายุ 15-25 ปี 5 คน อายุ 36-45 ปี และ อายุ 46-55 ปี เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 11 คน อายุ 46-55 ปี 1 คน

ตารางที่ 4.71 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

อายุ	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ					รวม
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
15-25 ปี	2	36	11	1	5	55
26-35 ปี	18	112	8	2	12	152
36-45 ปี	27	21	22	0	11	81
46-55 ปี	22	38	20	7	3	90
มากกว่า 56 ปี	4	8	1	9	0	22
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.759				

จากตารางที่ 4.71 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุกับทัศนคติทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 112 คน อายุ 46-55 ปี 38 คน อายุ 15-25 ปี 36 คน อายุ 36-45 ปี 21 คน อายุมากกว่า 56 ปี 8 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36-45 ปี 27 คน อายุ 46-55 ปี 22 คน อายุ 26-35 ปี 18 คน อายุมากกว่า 56 ปี 4 คน อายุ 15-25 ปี 2 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36-45 ปี 22 คน อายุ 46-55 ปี 20 คน อายุ 15-25 ปี 11 คน อายุ 26-35 ปี 8 คน อายุมากกว่า 56 ปี 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 12 คน อายุ 36-45 ปี 11 คน อายุ 15-25 ปี 5 คน อายุ 46-55 ปี 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 56 ปี 9 คน อายุ 46-55 ปี 7 คน อายุ 26-35 ปี 2 คน อายุ 15-25 ปี 1 คน

ตารางที่ 4.72 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน

อายุ	ทัศนคติการต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว					รวม
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
15-25 ปี	53	1	0	0	1	55
26-35 ปี	123	6	0	11	12	152
36-45 ปี	42	36	0	0	3	81
46-55 ปี	67	19	0	1	3	90
มากกว่า 56 ปี	11	11	0	0	0	22
รวม	296	73	0	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.421				

จากตารางที่ 4.72 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอายุกับทัศนคติทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 123 คน อายุ 46-55 ปี 67 คน อายุ 15-25 ปี 53 คน อายุ 36-45 ปี 42 คน อายุมากกว่า 56 ปี 11 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 36-45 ปี 36 คน อายุ 46-55 ปี 19 คน อายุมากกว่า 56 ปี 11 คน อายุ 26-35 ปี 6 คน อายุ 15-25 ปี 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 12 คน อายุ 36-45 ปี และ อายุ 46-55 ปี เท่ากัน คือ 3 คน อายุ 15-25 ปี 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 26-35 ปี 11 คน อายุ 46-55 ปี 1 คน

ตารางที่ 4.73 ค่าเฉลี่ยความเห็นระหว่างสถานะภาพกับทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ทัศนคติ	Mean		Std.deviation		p-value
	โสด	สมรส	โสด	สมรส	
1. การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	4.63	4.43	0.62	0.85	0.009**
2. การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง	3.65	3.49	1.00	0.96	0.123
3. การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ	3.14	2.90	0.78	0.91	0.007**
4. การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	2.29	2.29	0.96	1.28	0.985
5. ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว	1.28	1.89	0.72	0.88	0.000**

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 พบว่าในทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ และทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว เพศชายและเพศหญิงมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นแตกต่างกัน (p-value < 0.05) แต่ใน

ด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แต่ตัวเอง และการท่องเที่ยวเพื่อ ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ นั้น เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นไม่แตกต่างกัน (p-value > 0.05)

ตารางที่ 4.74 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	ทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ประถมศึกษา	0	0	0	5	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0	12	14	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	0	27	32	59
อนุปริญญา/ปวส.	0	7	5	0	12
ปริญญาตรี	11	7	53	195	266
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0	9	22	32
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.384				

จากตารางที่ 4.74 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 195 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 32 คน สูงกว่าปริญญาตรี 22 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 14 คน ประถมศึกษา 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น ปริญญาตรี 53 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 27 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 12 คน สูงกว่าปริญญาตรี 9 คน อนุปริญญา/ปวส. 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.

และ ปรินญาตรี เท่ากัน คือ 7 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น การศึกษาระดับปริญญาตรี 11 คน สูงกว่าปริญญาตรี 1 คน

ตารางที่ 4.75 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ประถมศึกษา	0	0	0	5	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0	0	14	12	26
มัธยมศึกษาตอน ปลาย/ปวช.	0	0	23	30	6	59
อนุปริญญา/ปวส.	7	0	5	0	0	12
ปริญญาตรี	10	32	51	145	28	266
สูงกว่าปริญญาตรี	2	4	3	15	8	32
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000					
Pearson's R	0.005**					
Pearson's R Value	-0.141					

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

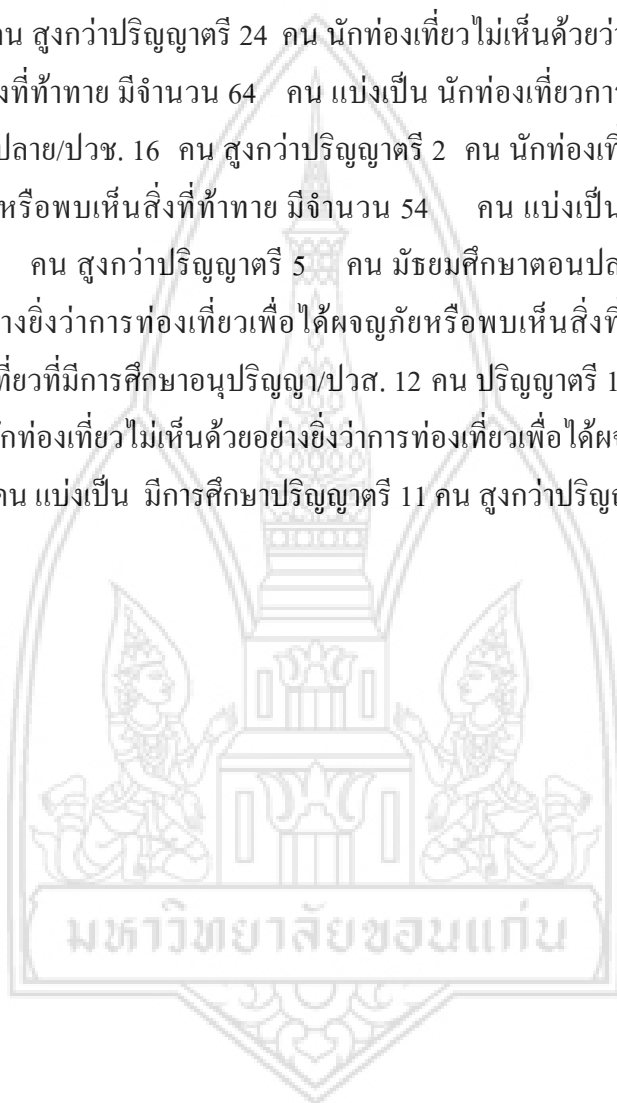
จากตารางที่ 4.75 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 145 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 30 คน สูงกว่าปริญญาตรี 15 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 14 คน ประถมศึกษา 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่

ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 51 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 23 คน อนุปริญญา/ปวส. 5 คน สูงกว่าปริญญาตรี 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 28 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 12 คน สูงกว่าปริญญาตรี 8 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 6 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 32 คน สูงกว่าปริญญาตรี 4 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 10 คน อนุปริญญา/ปวส. 7 คน สูงกว่าปริญญาตรี 2 คน

ตารางที่ 4.76 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	ความถี่ และ ร้อยละ					รวม
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
ประถมศึกษา	0	0	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0	26	0	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0	16	36	2	5	59
อนุปริญญา/ปวส.	0	0	0	0	12	12
ปริญญาตรี	11	41	156	47	11	266
สูงกว่าปริญญาตรี	1	2	24	5	0	32
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000					
Pearson's R	0.397					

จากตารางที่ 4.76 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 156 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 36 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 26 คน สูงกว่าปริญญาตรี 24 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวการศึกษาปริญญาตรี 41 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 16 คน สูงกว่าปริญญาตรี 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 47 คน สูงกว่าปริญญาตรี 5 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. 12 คน ปริญญาตรี 11 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น มีการศึกษาปริญญาตรี 11 คน สูงกว่าปริญญาตรี 1 คน



ตารางที่ 4.77 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ประถมศึกษา	0	0	5	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	13	13	0	0	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	17	42	0	0	0	59
อนุปริญญา/ปวส.	0	5	0	7	0	12
ปริญญาตรี	38	137	52	10	29	266
สูงกว่าปริญญาตรี	5	18	5	2	2	32
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.000 **				
Pearson's R value		0.227				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.77 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 137 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 42 คน สูงกว่าปริญญาตรี 18 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 13 คน อนุปริญญา/ปวส. 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 38 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 17 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 13 คน สูงกว่าปริญญาตรี 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 52 คน ประถมศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรี เท่ากัน คือ 5 คน

นักท่องเที่ยวดูเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 29 คน สูงกว่าปริญญาตรี 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 10 คน อนุปริญญา/ปวส. 7 คน สูงกว่าปริญญาตรี 2 คน

ตารางที่ 4.78 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ของกลุ่ม นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	ทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ประถมศึกษา	5	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	13	13	0	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	42	1	0	16	59
อนุปริญญา/ปวส.	5	7	0	0	12
ปริญญาตรี	207	45	11	3	266
สูงกว่าปริญญาตรี	24	7	1	0	32
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	-0.001 **				
Pearson's R value	-0.169				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.78 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 207 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย 42 คน สูงกว่าปริญญาตรี 24 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 13 คน อนุปริญญา/ปวส. และ ประถมศึกษา เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น

นักท่องเที่ยวนักศึกษามีการศึกษาปริญญาตรี 45 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 13 คน อนุปริญญา/ปวศ. และ สูงกว่าปริญญาตรี เท่ากัน คือ 7 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 16 คน ปริญญาตรี 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรี 11 คน สูงกว่าปริญญาตรี 1 คน

ตารางที่ 4.79 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตของกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	ทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	2	28	77	107
ธุรกิจส่วนตัว	11	7	26	51	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	1	0	37	71	109
นักเรียน/นักศึกษา	0	5	12	45	62
อื่น ๆ	0	0	3	24	27
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.000	
Pearson's R				0.038 **	
Pearson's R value				0.104	

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.79 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 77 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 71 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 51 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 45 คน อาชีพอื่น ๆ 24 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วย ว่า

การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 37 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 28 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 26 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 12 คน อาชีพอื่น ๆ 3 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว 7 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 5 คน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น อาชีพธุรกิจส่วนตัว 11 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 1 คน

ตารางที่ 4.80 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ แก่ตัวเอง				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	9	62	20	107
ธุรกิจส่วนตัว	10	24	42	19	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	21	27	51	10	109
นักเรียน/นักศึกษา	8	20	30	4	62
อื่น ๆ	0	2	24	1	27
รวม	55	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.625				

จากตารางที่ 4.80 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 62 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 51 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 42 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 30 คน อาชีพอื่น ๆ

24 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 27 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 24 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 20 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 9 คน อาชีพอื่น ๆ 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 55 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 21 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 16 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 10 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 8 คน นักท่องเที่ยว เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 20 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 19 คน พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 10 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 4 คน อาชีพอื่น ๆ 1 คน

ตารางที่ 4.81 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทายของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	73	12	4	107
ธุรกิจส่วนตัว	22	57	9	7	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	28	57	14	10	109
นักเรียน/นักศึกษา	8	30	19	5	62
อื่น ๆ	0	25	0	2	27
รวม	76	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.011 **				
Pearson's R value	0.127				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.81 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนั้นไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 73 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย และ อาชีพธุรกิจส่วนตัว เท่ากัน คือ 57 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 30 คน อาชีพอื่น ๆ 25 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา 19 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 14 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 12 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 9 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 10 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 7 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 5 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4 คน อาชีพอื่น ๆ 2 คน

ตารางที่ 4.82 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	23	5	5	107
ธุรกิจส่วนตัว	68	7	7	13	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	73	25	6	5	109
นักเรียน/นักศึกษา	46	7	1	8	62
อื่น ๆ	27	0	0	0	27
รวม	288	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000				
Pearson's R	0.050 **				
Pearson's R value	-0.098				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.82 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวนำไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 288 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 74 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 73 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 68 คน อายุนักเรียน/นักศึกษา 46 คน อาชีพอื่น ๆ 27 คน นักท่องเที่ยวนำไม่แน่ใจกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 25 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 23 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา เท่ากัน คือ 7 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว 13 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 8 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ อาชีพ พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วย กับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว 7 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 6 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 5 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 1คน

ตารางที่ 4.83 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน

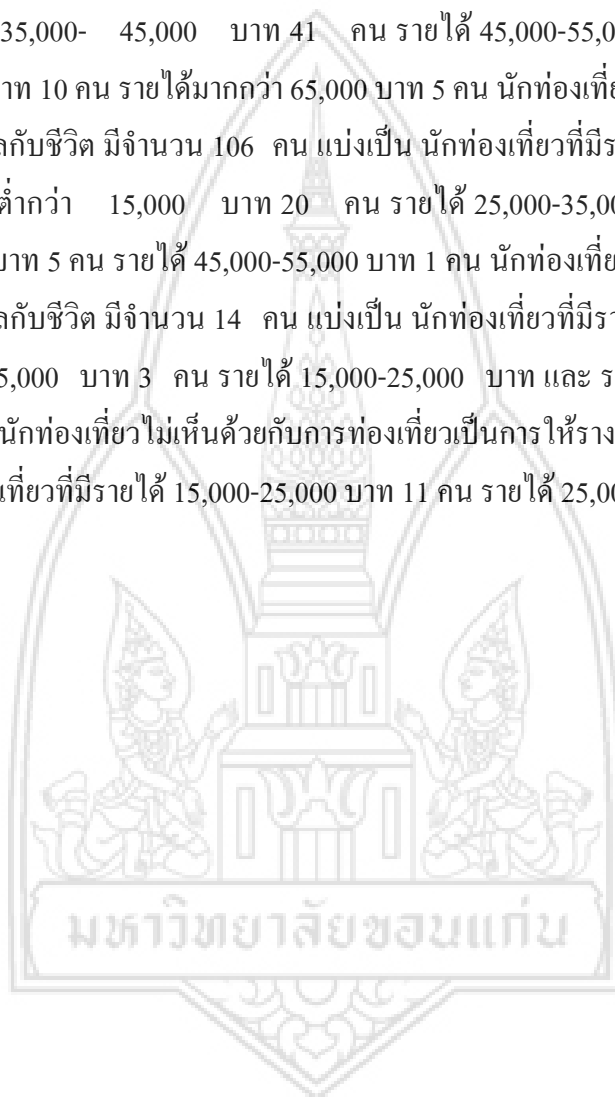
อาชีพ	ทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	87	19	0	1	107
ธุรกิจส่วนตัว	69	10	11	5	95
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	68	27	1	13	109
นักเรียน/นักศึกษา	56	6	0	0	62
อื่น ๆ	16	11	0	0	27
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000			
Pearson's R		0.322			

จากตารางที่ 4.83 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างอาชีพกับทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 87 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 69 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 68 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 56 คน อาชีพอื่น ๆ 16 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 27 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 19 คน อาชีพอื่น ๆ 11 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 10 คน อาชีพนักเรียน/นักศึกษา 6 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 13 คน อาชีพธุรกิจส่วนตัว 5 คน อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 1 คน คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว 11 คน อาชีพพนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย 1 คน

ตารางที่ 4.84 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ต่ำกว่า 15,000 บาท	0	3	20	61	84
15,000-25,000 บาท	11	1	66	47	125
25,000-35,000 บาท	1	1	14	76	92
35,000- 45,000 บาท	0	0	5	41	46
45,000-55,000 บาท	0	2	1	28	31
55,000-65,000 บาท	0	0	0	10	10
มากกว่า 65,000 บาท	0	7	0	5	12
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000			
Pearson's R		0.081			

จากตารางที่ 4.84 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง รายได้กับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 76 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 61 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 47 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท 41 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 28 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 66 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 20 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 14 คน รายได้ 35,000- 45,000 บาท 5 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 65,000 บาท รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 3 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท และ รายได้ 25,000-35,000 บาท เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 11 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 1 คน



ตารางที่ 4.85 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์
แก่ตัวเองของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ต่ำกว่า 15,000 บาท	0	0	18	54	12	84
15,000-25,000 บาท	0	12	34	45	34	125
25,000-35,000 บาท	12	23	14	41	2	92
35,000- 45,000 บาท	0	1	16	24	5	46
45,000-55,000 บาท	0	0	0	30	1	31
55,000-65,000 บาท	0	0	0	10	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	7	0	0	5	0	12
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.001 **				
Pearson's R value		-0.172				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.85 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างรายได้กับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 54 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 45 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 41 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 30 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 24 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 34 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 18 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 16 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 14 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วย

อย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 34 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 12 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 5 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 2 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 23 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 12 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 12 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 7 คน

ตารางที่ 4.86 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ต่ำกว่า 15,000 บาท	0	18	51	10	5	84
15,000-25,000 บาท	11	23	81	3	7	125
25,000-35,000 บาท	1	13	45	24	9	92
35,000- 45,000 บาท	0	0	29	17	0	46
45,000-55,000 บาท	0	5	26	0	0	31
55,000-65,000 บาท	0	5	5	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	0	0	5	0	7	12
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000			
Pearson's R			0.002 **			
Pearson's R value			0.157			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.86 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง รายได้กับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 81 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 51 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 45 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 29 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท และ รายได้มากกว่า 65,000 บาท เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับ การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ 15,000-25,000 บาท 23 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 18 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 13 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท และ รายได้ 55,000-65,000 บาท เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยว เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 24 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 17 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 10 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 3 คน นักท่องเที่ยว เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการ ท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 9 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท และ รายได้มากกว่า 65,000 บาท เท่ากัน คือ 7 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 5 คน นักท่องเที่ยว ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญ ภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 11 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 1 คน

ตารางที่ 4.87 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ต่ำกว่า 15,000 บาท	13	56	12	0	3	84
15,000-25,000 บาท	27	65	9	0	24	125
25,000-35,000 บาท	27	19	32	12	2	92
35,000- 45,000 บาท	0	45	1	0	0	46
45,000-55,000 บาท	1	25	3	0	2	31
55,000-65,000 บาท	0	5	5	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	5	0	0	7	0	12
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.000		
Pearson's R				0.343		

จากตารางที่ 4.87 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง รายได้กับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มี ความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่ เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ 15,000-25,000 บาท 65 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 56 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 45 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 19 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มี รายได้ 15,000-25,000 บาท และ รายได้ 2,000-35,000 บาท 27 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 13 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 5 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจ กับ การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 32 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 12 คน รายได้ 15,000-25,000 บาท 9 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 5 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 3 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 31 คน

แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 24 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 3 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท และรายได้ รายได้ 45,000-55,000 บาท เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 12 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 7 คน

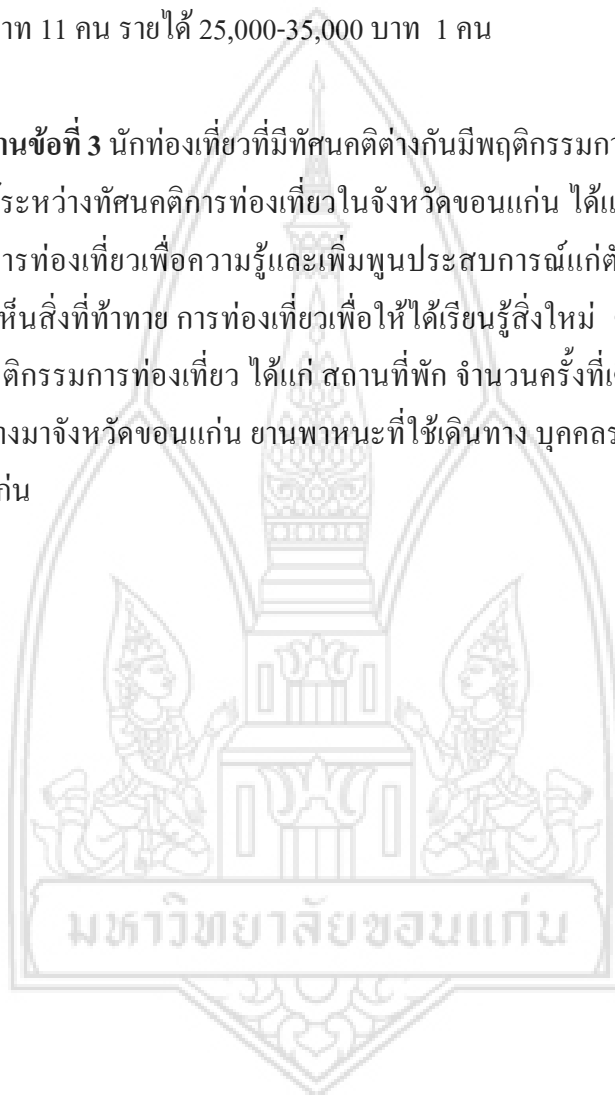
ตารางที่ 4.88 ความถี่ ของความเห็นต่อทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ต่ำกว่า 15,000 บาท	71	10	0	3	84
15,000-25,000 บาท	87	14	11	13	125
25,000-35,000 บาท	52	36	1	3	92
35,000- 45,000 บาท	46	0	0	0	46
45,000-55,000 บาท	30	1	0	0	31
55,000-65,000 บาท	10	0	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	0	12	0	0	12
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000		
Pearson's R			0.144		

จากตารางที่ 4.88 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างรายได้กับทัศนคติการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 87 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 71 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 52 คน รายได้ 35,000-45,000 บาท 46 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 30 คน รายได้ 55,000-65,000 บาท 10 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000-35,000 บาท 36 คน รายได้

15,000-25,000 บาท 14 คน รายได้มากกว่า 65,000 บาท 12 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 10 คน รายได้ 45,000-55,000 บาท 14 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 13 คน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท และ รายได้ 15,000-25,000 บาท เท่ากัน คือ 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวที่ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000-25,000 บาท 11 คน รายได้ 25,000-35,000 บาท 1 คน

สมมติฐานข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง บุคคลร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น



ตารางที่ 4.89 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับสถานที่พัก

สถานที่พัก	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
1. พักกับญาติ	0	0	13	64	77
2. โรงแรม	6	5	35	64	110
3. บังกะโล/รีสอร์ท	0	1	4	21	26
4. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	3	1	9	22	35
5. บ้านพักรับรองของราชการ/ เอกชน	1	1	5	20	27
6. หอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์ หรืออื่น ๆ	0	0	18	13	31
รวม	10	8	84	204	306
Pearson Chi-Square: p-value			0.001		
Pearson's R			0.090		

จากตารางที่ 4.89 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานที่พักกับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 204 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักกับญาติ และ นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม เท่ากัน คือ 64 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 22 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 21 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 20 คน พักหอ/แมนชั่น อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 13 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 84 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวโรงแรม 35 คน พักหอ/แมนชั่น อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 18 คน พักกับญาติ 13 คน พักที่พักรักษาในอุทยานแห่งชาติ 9 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 5 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 4 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 10 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวโรงแรม 6 คน พักหอ/แมนชั่น อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 18 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 3 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจกับการท่องเที่ยว

เป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 8 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวโรงแรม 5 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 1 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 1 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน

ตารางที่ 4.90 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

จำนวนครั้งที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม
ครั้งแรก	0	1	14	38	12
2-3 ครั้ง	0	5	10	37	14
4-5 ครั้ง	10	2	20	70	106
มากกว่า 5 ครั้ง	2	6	62	123	268
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.000	
Pearson's R				0.382	

จากตารางที่ 4.90 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างจำนวนครั้งที่เดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 123 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 70 คน เดินทางมาครั้งแรก 38 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 37 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 62 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 20 คน เดินทางมาครั้งแรก 14 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 10 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 6 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 5 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 2 คน เดินทางมาครั้งแรก 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมา 4-5 ครั้ง 10 คน เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 2 คน

ตารางที่ 4.91 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ช่วงเทศกาลวันหยุด	1	5	28	91	125
วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	10	9	54	156	229
ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	0	0	12	9	21
อื่น ๆ	1	0	12	12	25
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.006		
Pearson's R			0.027 **		
Pearson's R value			-0.110		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.91 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างช่วงเวลาที่เดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง(ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 156 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด 91 คน เดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 12 คน เดินทางมาไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 9 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง(ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 54 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด 28 คน เดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน และ เดินทางมาไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด เท่ากัน คือ 12 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 9 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วง

วันหยุดต่อเนื่อง(ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 10 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด 1 คน เดินทางมาในช่วงอื่น ๆ คือ ไม่น่นอน 1 คน

ตารางที่ 4.92 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะที่ใช้เดินทาง	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
รถยนต์ส่วนตัว	11	13	83	209	316
รถไฟ	0	0	2	0	2
รถโดยสารประจำทาง	0	0	1	17	18
เครื่องบิน	0	0	8	8	16
รถเช่าเหมา	1	1	12	29	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	0	0	0	5	5
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.167	
Pearson's R				0.232	

จากตารางที่ 4.92 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างพาหนะที่เดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางรถยนต์ส่วนตัว 209 คน รถเช่าเหมา 29 คน รถโดยสารประจำทาง 17 คน เครื่องบิน 8 คน รถนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางรถยนต์ส่วนตัว 83 คน รถเช่าเหมา 12 คน เครื่องบิน 8 คน รถไฟ 2 คน รถโดยสารประจำทาง 1 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางรถยนต์ส่วนตัว 13 คน รถเช่าเหมา 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางรถยนต์ส่วนตัว 11 คน รถเช่าเหมา 1 คน

ตารางที่ 4.93 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต” กับบุคคลร่วมเดินทาง

บุคคลร่วมเดินทาง	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
คนเดียว	0	0	1	6	7
เพื่อน	0	2	53	61	116
ครอบครัว	12	10	27	127	176
หน่วยงาน/สถานศึกษา	0	2	25	74	101
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000			
Pearson's R		0.107 ns			

ns คือ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.93 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างบุคคลร่วมเดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า “ไม่มีความสัมพันธ์กัน” ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 127 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 74 คน เดินทางมากับเพื่อน 61 คน เดินทางมาคนเดียว 6 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อน 53 คน กับครอบครัว 27 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 25 คน เดินทางมาคนเดียว 1 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 10 คน เดินทางมากับเพื่อน และ เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา เท่ากัน คือ 2 คน คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน เดินทางมากับครอบครัว

ตารางที่ 4.94 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต”กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัด ขอนแก่น	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ไม่ค้างคืน	2	6	22	64	94
ค้าง 1 คืน	7	1	29	58	95
ค้าง 2 คืน	1	7	34	94	136
ค้าง 3 คืน	1	0	11	27	39
ค้าง 4 คืน	1	0	4	13	18
ค้าง 5 คืน	0	0	0	8	8
มากกว่า 6 คืน	0	0	6	4	10
รวม	12	14	106	268	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.066			
Pearson's R		0.334			

จากตารางที่ 4.94 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระยะเวลาที่อยู่กับทัศนคติการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 268 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวค้าง 2 คืน 94 คน ไม่ค้างคืน 64 คน ค้าง 1 คืน 58 คน ค้าง 3 คืน 27 คน ค้าง 4 คืน 13 คน ค้าง 5 คืน 8 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 4 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 106 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวค้าง 2 คืน 34 คน ค้าง 1 คืน 29 คน ไม่ค้างคืน 22 คน ค้าง 3 คืน 11 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 6 คน ค้าง 4 คืน 4 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 14 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวค้าง 2 คืน 7 คน ไม่ค้างคืน 6 คน ค้าง 1 คืน 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวค้าง 1 คืน 7 คน ไม่ค้างคืน 2 คน ค้าง 2 คืน ค้าง 3 คืน และค้าง 4 คืน เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.95 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับสถานที่พัก

สถานที่พัก	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
1. พักกับญาติ	1	5	15	49	7	77
2. โรงแรม	8	8	28	51	15	110
3. บังกะโล/รีสอร์ท	1	2	5	16	2	26
4. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	2	8	10	11	4	35
5. บ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน	7	3	5	11	1	27
6. หอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ	0	4	12	10	5	31
รวม	19	30	75	148	34	306
Pearson Chi-Square: p-value			0.001			
Pearson's R			0.005 **			
Pearson's R value			-0.162			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.95 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานที่พักกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 148 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรม 51 คน พักกับญาติ 49 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 16 คน ที่พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ และ พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน เท่ากัน คือ 11 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 10 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 75 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรม 28 คน พักกับญาติ 15 คน ที่พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 10 คน พักหอพัก/แมนชั่น/

อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 12 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท และ พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 34 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 15 คน พักกับญาติ 7 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 5 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 4 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 2 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 30 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม และ พักในอุทยานแห่งชาติ เท่ากัน คือ 8 คน พักกับญาติ 5 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 4 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 3 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวพักโรงแรม 8 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 7 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 2 คน พักกับญาติ และ พักบังกะโล/รีสอร์ท เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.96 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

จำนวนครั้งที่ เดินทางมาจังหวัด ขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม
ครั้งแรก	1	1	11	36	4	53
2-3 ครั้ง	5	2	11	26	8	52
4-5 ครั้ง	2	18	13	52	17	102
มากกว่า 5 ครั้ง	11	15	47	95	25	193
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.005				
Pearson's R		0.230				

จากตารางที่ 4.96 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างจำนวนครั้งที่เดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มี

จำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 95 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 52 คน เดินทางมาครั้งแรก 36 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 26 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 47 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 13 คน เดินทางมาครั้งแรกและเดินทางมา 2-3 ครั้ง เท่ากัน คือ 11 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 25 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 17 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 8 คน เดินทางมาครั้งแรก 4 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 4-5 ครั้ง 18 คน เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 15 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 2 คน เดินทางมาครั้งแรก 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 11 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 5 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 2 คน เดินทางมาครั้งแรก 1 คน

ตารางที่ 4.97 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ช่วงเทศกาลวันหยุด	13	19	18	58	17	125
วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	4	14	48	137	26	229
ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	1	2	7	5	6	21
อื่น ๆ	1	1	9	9	5	25
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000					
Pearson's R	0.043 **					
Pearson's R value	0.101					

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.97 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างช่วงเวลาที่เดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 137 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 58 คน เดินทางเวลาอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 9 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 5 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง(ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 48 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 18 คน เดินทางเวลาอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 9 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 7 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง(ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 26 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 17 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 6 คน เดินทางเวลาอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็น แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 19 คน เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 14 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 2 คน เดินทางเวลาอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 13 คน เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง(ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 4 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด และ เดินทางเวลาอื่น ๆ คือ เวลาไม่แน่นอน เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.98 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะที่ใช้เดินทาง	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
รถยนต์ส่วนตัว	17	26	53	170	50	316
รถไฟ	0	0	2	0	0	2
รถโดยสารประจำทาง	0	0	10	8	0	18
เครื่องบิน	1	2	8	5	0	16
รถเช่าเหมา	1	8	9	21	4	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	0	0	0	5	0	5
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.068				

จากตารางที่ 4.98 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างพาหนะที่ใช้เดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 170 คน รถเช่าเหมา 21 คน รถโดยสารประจำทาง 8 คน เครื่องบิน และ รถนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 54 คน รถเช่าเหมา 4 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 26 คน รถเช่าเหมา 8 คน เครื่องบิน 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มี

จำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 17 คน รถเช่าเหมา และ เครื่องบิน เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.99 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

การเดินทางมา ท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
คนเดียว	0	1	0	6	0	7
เพื่อน	1	13	33	48	21	116
ครอบครัว	18	3	39	99	17	176
หน่วยงาน/สถานศึกษา	0	19	10	56	16	101
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value				0,000		
Pearson's R				0.916		

จากตารางที่ 4.99 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างเพื่อนรวมเดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 99 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 56 คน เดินทางมากับเพื่อน 48 คน เดินทางมาคนเดียว 6 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่า การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 39 คน เดินทางมากับเพื่อน 33 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 10 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อน 21 คน เดินทางมากับครอบครัว 17 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 16 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 19 คน เดินทางมาเพื่อน 13 คน เดินทางมากับครอบครัว 3 คน เดินทางมาคนเดียว 1 คน

นักท่องเที่ยวยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 18 คน เดินทางมากับเพื่อน 1 คน

ตารางที่ 4.100 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาที่อยู่ใน จังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม
ไม่ค้างคืน	0	6	7	61	20	94
ค้าง 1 คืน	7	11	23	42	12	95
ค้าง 2 คืน	10	10	28	74	14	136
ค้าง 3 คืน	1	7	8	16	7	39
ค้าง 4 คืน	0	1	6	10	1	18
ค้าง 5 คืน	0	0	4	4	0	8
มากกว่า 6 คืน	1	1	6	2	0	10
รวม	19	36	82	209	54	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.001			
Pearson's R			0.001 **			
Pearson's R value			-0.170			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.100 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระยะเวลาที่อยู่กับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 209 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 74 คน ไม่ค้างคืน 61 คน ค้าง 1 คืน 42 คน ค้าง 3 คืน 16 คน ค้าง 4 คืน 10 คน ค้าง 5 คืน 4 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 2 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 82 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 28 คน ค้าง 1 คืน 23 คน ค้าง 3 คืน 8 คน ไม่ค้างคืน 7 คน ค้าง 4 คืน และ

ค้ำมากกว่า 6 คืบ เท่ากัน คือ 6 คน ค้ำ 5 คืบ 4 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวไม่ค้ำคืบ 20 คน ค้ำ 2 คืบ 14 คน ค้ำ 1 คืบ 12 คน ค้ำ 3 คืบ 7 คน ค้ำ 4 คืบ 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 36 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้ำ 1 คืบ 11 คน ค้ำ 2 คืบ 10 คน ค้ำ 3 คืบ 7 คน ไม่ค้ำคืบ 6 คน ค้ำ 4 คืบ และค้ำมากกว่า 6 คืบ เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้ำ 2 คืบ 10 คน ค้ำ 1 คืบ 7 คน ค้ำ 3 คืบ และ ค้ำมากกว่า 6 คืบ เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.101 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับสถานที่พัก

สถานที่พัก	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
1. พักกับญาติ	0	7	54	12	4	77
2. โรงแรม	6	18	63	12	11	110
3. บังกะโล/รีสอร์ท	0	6	14	6	0	26
4. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	3	9	18	4	1	35
5. บ้านพักรับรองของ ราชการ/เอกชน	1	2	11	9	4	27
6. หอพัก/แมนชั่น/ อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ	0	6	14	3	8	31
รวม	10	48	174	46	28	306
Pearson Chi-Square: p-value		0.001				
Pearson's R		0.230				

จากตารางที่ 4.101 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานที่พักกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้

นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 174 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 63 คน พักกับญาติ 54 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 18 คน พักบังกะโล/รีสอร์ต และ หอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนท์หรืออื่น ๆ เท่ากัน คือ 14 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 11 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 48 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 18 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 9 คน พักกับญาติ 7 คน พักบังกะโล/รีสอร์ต และ หอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนท์หรืออื่น ๆ เท่ากัน คือ 6 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 46 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม และ พักกับญาติ เท่ากัน คือ 12 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 9 คน พักบังกะโล/รีสอร์ต 6 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 4 คน หอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนท์หรืออื่น ๆ 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 11 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนท์หรืออื่น ๆ 8 คน พักกับญาติ และ พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน เท่ากัน คือ 4 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 10 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 6 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 3 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน

ตารางที่ 4.102 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

จำนวนครั้งที่เดินทาง มาจังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม
ครั้งแรก	0	17	34	1	1	53
2-3 ครั้ง	0	10	26	10	6	52
4-5 ครั้ง	10	9	70	11	2	102
มากกว่า 5 ครั้ง	2	28	112	32	19	193
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.003 **				
Pearson's R value		0.147				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.102 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างจำนวนครั้งที่เดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง 112 คน เดินทาง 4-5 ครั้ง 70 คน เดินทางมาครั้งแรก 34 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 26 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง 28 คน เดินทางมาครั้งแรก 17 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 10 คน เดินทาง 4-5 ครั้ง 9 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง 32 คน เดินทาง 4-5 ครั้ง 11 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 10 คน เดินทางมาครั้งแรก 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง 19 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 6 คน เดินทาง 4-5 ครั้ง 2 คน เดินทางมาครั้งแรก 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับ

การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 4-5 ครั้ง 10 คน เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 2 คน

ตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย” กับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ช่วงเวลาเดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ช่วงเทศกาลวันหยุด	1	8	78	33	5	125
วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	0	45	142	14	18	229
ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	10	0	12	4	5	21
อื่น ๆ	1	11	10	3	0	25
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000			
Pearson's R			0.005 **			
Pearson's R value			-0.140			

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.103 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างช่วงเวลาเดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 142 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 78 คน เดินทางไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 12 คน เดินทางช่วงอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 10 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 45 คน เดินทางช่วงอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 11 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 8 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทาง

ช่วงเทศกาลวันหยุด 33 คน เดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 14 คน เดินทางไม่ใช่วางเทศกาลวันหยุด 4 คน เดินทางช่วงอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 18 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด และ ไม่ใช่วางเทศกาลวันหยุด เท่ากัน คือ 5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาไม่ใช่วางเทศกาลวันหยุด 10 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด และ เดินทางช่วงอื่น ๆ คือ ไม่แน่นอน เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.104 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะที่ใช้เดินทาง	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
รถยนต์ส่วนตัว	11	48	203	35	19	316
รถไฟ	0	0	0	0	2	2
รถโดยสารประจำทาง	0	1	8	9	0	18
เครื่องบิน	0	1	7	2	6	16
รถเช่าเหมา	1	14	19	8	1	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	0	0	5	0	0	5
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000			
Pearson's R			0.419			

จากตารางที่ 4.104 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างพาหนะที่เดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 203 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 19 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง 8 คน เดินทางมาโดยเครื่องบิน 7 คน เดินทางโดยรถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)

5 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 48 คน เดินทางมาโดยรถเช่าเหมา 14 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง และ เครื่องบิน เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 35 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง 9 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 8 คน เดินทางมาโดยเครื่องบิน 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 19 คน เดินทางมาโดยเครื่องบิน 6 คน เดินทางโดยรถไฟ 2 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว 11 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 1 คน

ตารางที่ 4.105 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบุคคลใด

การเดินทางมา ท่องเที่ยวกับบุคคลใด	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
คนเดียว	0	6	1	0	0	7
เพื่อน	0	19	71	5	21	116
ครอบครัว	12	27	100	30	7	176
หน่วยงาน/ สถานศึกษา	0	12	70	19	0	101
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.569				

จากตารางที่ 4.105 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างบุคคลรวมเดินทางกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 242 คน

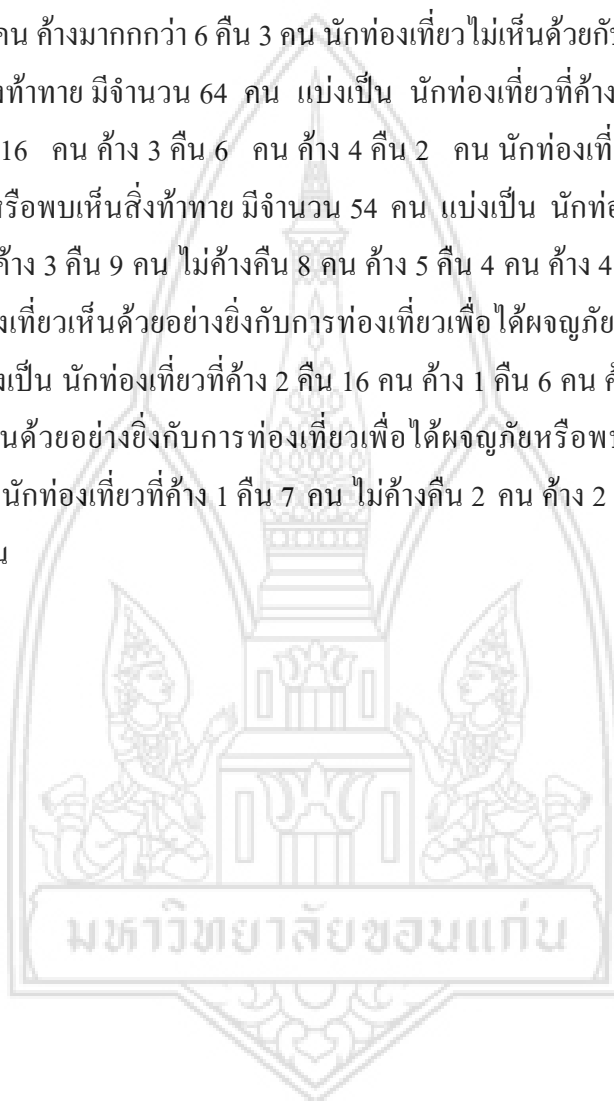
แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครบครัน 100 คน เดินทางมาครบเพื่อน 71 คน เดินทางมาครบหน่วยงาน/สถานศึกษา 70 คน เดินทางมาคนเดียว 1 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครบครัน 27 คน เดินทางมาครบเพื่อน 19 คน เดินทางมาครบหน่วยงาน/สถานศึกษา 12 คน เดินทางมาคนเดียว 6 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครบครัน 30 คน เดินทางมาครบหน่วยงาน/สถานศึกษา 19 คน เดินทางมาครบเพื่อน 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครบเพื่อน 21 คน เดินทางมาครบครัน 7 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย มีจำนวน 12 คน เป็นนักท่องเที่ยวที่ครบครัน

ตารางที่ 4.106 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ไม่ค้างคืน	2	16	68	8	0	94
ค้าง 1 คืน	7	17	53	12	6	95
ค้าง 2 คืน	1	23	79	17	16	136
ค้าง 3 คืน	1	6	23	9	0	39
ค้าง 4 คืน	1	2	12	3	0	18
ค้าง 5 คืน	0	0	4	4	0	8
มากกว่า 6 คืน	0	0	3	1	6	10
รวม	12	64	242	54	28	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.000 **				
Pearson's R value		0.222				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.106 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระยะเวลาที่อยู่กับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 242 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 79 คน ไม่ค้างคืน 68 คน ค้าง 1 คืน 53 คน ค้าง 3 คืน 23 คน ค้าง 4 คืน 12 คน ค้าง 5 คืน 4 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 3 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 64 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 23 คน ค้าง 1 คืน 17 คน ไม่ค้างคืน 16 คน ค้าง 3 คืน 6 คน ค้าง 4 คืน 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 54 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 17 คน ค้าง 1 คืน 12 คน ค้าง 3 คืน 9 คน ไม่ค้างคืน 8 คน ค้าง 5 คืน 4 คน ค้าง 4 คืน 3 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 28 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 16 คน ค้าง 1 คืน 6 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 6 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 1 คืน 7 คน ไม่ค้างคืน 2 คน ค้าง 2 คืน ค้าง 3 คืน และ ค้าง 4 คืน เท่ากัน คือ 1 คน



ตารางที่ 4.107 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่” กับสถานที่พัก

สถานที่พัก	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่					
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
1. พักกับญาติ	14	51	8	3	1	77
2. โรงแรม	26	53	14	6	11	110
3. บังกะโล/รีสอร์ท	4	14	6	0	2	26
4. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	10	7	6	8	4	35
5. บ้านพักรับรองของ ราชการ/เอกชน	1	14	10	1	1	27
6. หอพัก/แมนชั่น/อพาร์ท เมนต์หรืออื่น ๆ	4	18	5	0	4	31
รวม	59	157	49	18	23	306
Pearson Chi-Square: p-value				0.000		
Pearson's R				0.011 **		
Pearson's R value				0.145		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.107 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานที่พักกับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 157 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 53 คน พักกับญาติ 51 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 18 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท และ พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน เท่ากัน คือ 14 คน พักในอุทยานแห่งชาติ 7 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 59 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 26 คน พักกับญาติ 14 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 10 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท และ พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ทเมนต์หรืออื่น ๆ 4 คน บ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่ง

ใหม่ มีจำนวน 49 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 14 คน บ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 10 คน พักกับญาติ 8 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท และ พักในอุทยานแห่งชาติ เท่ากัน คือ 6 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ท เมินต์หรืออื่น ๆ 5 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 23 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักโรงแรม 11 คน พักในอุทยานแห่งชาติ และ พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ท เมินต์หรืออื่น ๆ เท่ากัน คือ 4 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 2 คน พักกับญาติ 8 คน และ พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 18 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติ 8 คน พักโรงแรม 6 คน พักกับญาติ 3 คน บ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน

ตารางที่ 4.108 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่” กับจำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่					รวม
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
ครั้งแรก	22	22	7	2	0	53
2-3 ครั้ง	8	27	10	6	1	52
4-5 ครั้ง	6	59	17	9	11	102
มากกว่า 5 ครั้ง	37	107	28	2	19	193
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.041 **				
Pearson's R value		0.102				

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.108 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างจำนวนครั้งที่เดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง 107 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 59 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 27 คน เดินทาง

มาครั้งแรก 22 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง 37 คน เดินทางมาครั้งแรก 22 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 8 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 6 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง 28 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 17 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 10 คน เดินทางมาครั้งแรก 7 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง 19 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 11 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมา 4-5 ครั้ง 9 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 6 คน เดินทางมาครั้งแรก และ เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง เท่ากัน คือ 2 คน

ตารางที่ 4.109 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่” กับช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ช่วงเวลาเดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่					รวม
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ช่วงเทศกาลวันหยุด	24	62	24	5	10	125
วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	41	126	30	14	18	229
ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	2	16	2	0	1	21
อื่น ๆ	6	11	6	0	2	25
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.497		
Pearson's R				0.594		

จากตารางที่ 4.109 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างช่วงเวลาเดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 126 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด

62 คน เดินทางไม่ใช้ช่วงเทศกาลวันหยุด 16 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน 11 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 41 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 24 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน 6 คน เดินทางไม่ใช้ช่วงเทศกาลวันหยุด 2 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 30 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 24 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน 6 คน เดินทางไม่ใช้ช่วงเทศกาลวันหยุด 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 18 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 10 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน 2 คน เดินทางไม่ใช้ช่วงเทศกาลวันหยุด 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาในวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 14 คน เดินทางช่วงเทศกาลวันหยุด 5 คน

ตารางที่ 4.110 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่” กับพาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะที่ใช้เดินทาง	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่					
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
รถยนต์ส่วนตัว	46	177	47	17	29	316
รถไฟ	0	2	0	0	0	2
รถโดยสารประจำทาง	9	9	0	0	0	18
เครื่องบิน	2	11	1	1	1	16
รถเช่าเหมา	11	16	14	1	1	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	5	0	0	0	0	5
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value	0.000					
Pearson's R	0.006 **					
Pearson's R value	-0.137					

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.110 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างพาหนะที่ใช้เดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 177 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 16 คน เดินทางโดยเครื่องบิน 11 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง 9 คน เดินทางโดยรถไฟ 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 46 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 11 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง 9 คน เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา) 5 คน เดินทางโดยเครื่องบิน 2 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 47 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 14 คน เดินทางโดยเครื่องบิน 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 29 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา และ เดินทางโดยเครื่องบิน เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 17 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา และ เดินทางโดยเครื่องบิน เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.111 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบุคคลใด

การเดินทางมาท่องเที่ยว กับบุคคลใด	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่					รวม
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
คนเดียว	0	0	6	0	1	7
เพื่อน	18	74	10	10	4	116
ครอบครัว	39	86	27	8	16	176
หน่วยงาน/สถานศึกษา	16	55	19	1	10	101
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000				
Pearson's R		0.919				

จากตารางที่ 4.111 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างบุคคลร่วมเดินทางมากับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว 86 คน เดินทางมากับเพื่อน 74 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 55 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว 39 คน เดินทางมากับเพื่อน 18 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 16 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว 27 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 19 คน เดินทางมากับเพื่อน 10 คน เดินทางมาคนเดียว 6 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัว 16 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 10 คน เดินทางมากับเพื่อน 4 คน เดินทางมาคนเดียว 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเพื่อน 10 คน เดินทางมากับครอบครัว 8 คน เดินทางมากับหน่วยงาน/สถานศึกษา 1 คน

ตารางที่ 4.112 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาที่อยู่ใน จังหวัดขอนแก่น	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่					
	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม
ไม่ค้างคืน	14	58	13	1	8	94
ค้าง 1 คืน	22	37	18	5	13	95
ค้าง 2 คืน	24	75	22	10	5	136
ค้าง 3 คืน	4	22	8	2	3	39
ค้าง 4 คืน	7	9	0	0	2	18
ค้าง 5 คืน	2	6	0	0	0	8
มากกว่า 6 คืน	0	8	1	1	0	10
รวม	73	215	62	19	31	400
Pearson Chi-Square: p-value				0.036		
Pearson's R				0.296		

จากตารางที่ 4.112 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระยะเวลาที่อยู่กับทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 215 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 75 คน ไม่ค้างคืน 58 คน ค้าง 1 คืน 37 คน ค้าง 3 คืน 22 คน ค้าง 4 คืน 9 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 8 คน ค้าง 5 คืน 6 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 24 คน ค้าง 1 คืน 22 คน ไม่ค้างคืน 14 คน ค้าง 4 คืน 7 คน ค้าง 3 คืน 4 คน ค้าง 5 คืน 2 คน นักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 62 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 22 คน ค้าง 1 คืน 18 คน ไม่ค้างคืน 13 คน ค้าง 3 คืน 8 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 31 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 1 คืน 13 คน ไม่ค้างคืน 8 คน ค้าง 2 คืน 5 คน ค้าง 3 คืน 3 คน ค้าง 4 คืน 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับ

การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 10 คน ค้าง 1 คืน 5 คน ค้าง 3 คืน 2 คน ไม่ค้างคืน และ ค้างมากกว่า 6 คืน เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.113 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว” กับ สถานที่พัก

สถานที่พัก	ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				รวม
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. พักกับญาติ	62	14	0	1	77
2. โรงแรม	70	25	6	9	110
3. บังกะโล/รีสอร์ท	21	4	0	1	26
4. ที่พักในอุทยาน แห่งชาติ	20	8	3	4	35
5. บ้านพักรับรองของ ราชการ/เอกชน	18	7	1	1	27
6. หอพัก/แมนชั่น/ อพาร์ท เม้นต์หรืออื่น ๆ	27	3	0	1	31
รวม	218	61	10	17	306
Pearson Chi-Square: p-value			0.083		
Pearson's R			0.799		

จากตารางที่ 4.113 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างสถานที่พักกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 218 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรม 70 คน พักกับญาติ 62 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ท เม้นต์หรืออื่น ๆ 27 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 21 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 20 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 18 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 61 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรม 25 คน พักกับญาติ 14 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ

8 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 7 คน พักบังกะโล/รีสอร์ท 4 คน พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ท เมินต์หรืออื่น ๆ 3 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมาแล้ว มีจำนวน 17 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรม 9 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 4 คน พักกับญาติ พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน พักบังกะโล/รีสอร์ท และ พักหอพัก/แมนชั่น/อพาร์ท เมินต์หรืออื่น ๆ เท่ากัน คือ 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมาแล้ว มีจำนวน 10 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรม 6 คน พักที่พักในอุทยานแห่งชาติ 3 คน พักบ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน 1 คน

ตารางที่ 4.114 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยวมาแล้ว” กับ จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

จำนวนครั้งที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	ต้องการมาท่องเที่ยวมาแล้ว				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ครั้งแรก	30	13	0	10	53
2-3 ครั้ง	39	13	0	0	52
4-5 ครั้ง	84	6	10	2	102
มากกว่า 5 ครั้ง	143	41	2	7	193
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000		
Pearson's R			0.005 **		
Pearson's R value			-0.141		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.114 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง จำนวนครั้งที่เดินทางมากับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมาแล้ว มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของ นักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมาแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากกว่า 5 ครั้ง 143 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 84 คน เดินทางมา 2-3 ครั้ง 39 คน เดินทางมาครั้งแรก 30 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติ

ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 41 คน เดินทางมาครั้งแรก และ เดินทางมา 2-3 ครั้ง เท่ากัน คือ 13 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 6 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก 10 คน เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 7 คน เดินทางมา 4-5 ครั้ง 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 4-5 ครั้ง 10 คน เดินทางมากกว่า 5 ครั้ง 2 คน

ตารางที่ 4.115 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว” กับ ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

ช่วงเวลาที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
ช่วงเทศกาลวันหยุด	87	35	1	2	125
วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	174	34	10	11	229
ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	18	3	0	0	21
อื่น ๆ	17	1	1	6	25
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000		
Pearson's R			0.014 **		
Pearson's R value			0.123		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.115 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่าง ช่วงเวลาที่เดินทางมากับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 174 คน เดินทางมาช่วง เทศกาลวันหยุด 87 คน เดินทางมาไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด 18 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน

17 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด 35 คน เดินทางมาวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 34 คน เดินทางมาไม่ใช่วงเทศกาลวันหยุด 3 คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 11 คน คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน 6 คน เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมาวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) 10 คน คน อื่น ๆ คือ เดินทางมาไม่แน่นอน และ เดินทางมาช่วงเทศกาลวันหยุด เท่ากัน คือ 1 คน

ตารางที่ 4.116 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว” กับ พาหนะที่ใช้เดินทาง

พาหนะที่ใช้เดินทาง	ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				รวม
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
รถยนต์ส่วนตัว	242	54	11	9	316
รถไฟ	2	0	0	0	2
รถโดยสารประจำทาง	9	8	0	1	18
เครื่องบิน	13	2	0	1	16
รถเช่าเหมา	30	4	1	8	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	0	5	0	0	5
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value			0.000		
Pearson's R			0.001 **		
Pearson's R value			0.160		

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.116 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างพาหนะที่ใช้เดินทางมากับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 242 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 30 คน เดินทางโดยเครื่องบิน 13 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง 9 คน เดินทางโดยรถไฟ 2 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 54 คน เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง 8 คน เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) 5 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 4 คน เดินทางโดยเครื่องบิน 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 9 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 8 คน เดินทางโดยเครื่องบิน และ เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง เท่ากัน คือ 1 นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว 11 คน เดินทางโดยรถเช่าเหมา 1 คน

ตารางที่ 4.117 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว” กับการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

การเดินทางมาท่องเที่ยว กับบุคคลใด	ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				รวม
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
คนเดียว	7	0	0	0	7
เพื่อน	97	10	0	9	116
ครอบครัว	107	48	12	9	176
หน่วยงาน/สถานศึกษา	85	15	0	1	101
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.000			
Pearson's R		0.384			

จากตารางที่ 4.117 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างบุคคลร่วมเดินทางมากับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า "ไม่มีความสัมพันธ์กัน" ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 107 คน เดินทางมากับเพื่อน 97 คน เดินทางมากับหน่วยงานสถานศึกษา 85 คน เดินทางมาคนเดียว 7 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว 48 คน เดินทางมากับหน่วยงานสถานศึกษา 15 คน เดินทางมากับเพื่อน 10 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว และ เดินทางมากับเพื่อน เท่ากัน คือ 9 คน คน เดินทางมากับหน่วยงานสถานศึกษา 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน เป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว

ตารางที่ 4.118 ความสัมพันธ์ของความเห็นต่อทัศนคติด้าน “ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว” กับระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม
ไม่ค้างคืน	78	12	2	2	94
ค้าง 1 คืน	59	23	7	6	95
ค้าง 2 คืน	101	27	1	7	136
ค้าง 3 คืน	33	3	1	2	39
ค้าง 4 คืน	10	5	1	2	18
ค้าง 5 คืน	6	2	0	0	8
มากกว่า 6 คืน	9	1	0	0	10
รวม	296	73	12	19	400
Pearson Chi-Square: p-value		0.102			
Pearson's R		0.925			

จากตารางที่ 4.118 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's R) ระหว่างระยะเวลาที่อยู่กับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีค่ามากกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีผลต่อความเห็นของนักท่องเที่ยว ดังนี้ นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 296 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 101 คน ไม่ค้างคืน 78 คน ค้าง 1 คืน 59 คน ค้าง 3 คืน 33 คน ค้าง 4 คืน 10 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 9 คน ค้าง 5 คืน 6 คน นักท่องเที่ยวไม่เห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 73 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 27 คน ค้าง 1 คืน 23 คน ไม่ค้างคืน 12 คน ค้าง 4 คืน 5 คน ค้าง 3 คืน 3 คน ค้าง 5 คืน 2 คน ค้างมากกว่า 6 คืน 1 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 19 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 2 คืน 7 คน ค้าง 1 คืน 6 คน ไม่ค้างคืน ค้าง 3 คืน และ ค้าง 4 คืน เท่ากัน คือ 2 คน นักท่องเที่ยวเห็นด้วยกับทัศนคติต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว มีจำนวน 12 คน แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวที่ค้าง 1 คืน 7 คน ไม่ค้างคืน ค้าง 2 คืน ค้าง 3 คืน และ ค้าง 4 คืน เท่ากัน คือ 1 คน

ผลจากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จากการเก็บข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว 1 แห่งที่อ้างอิงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2550 โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงและเพศชายมีอัตราส่วนโดยรวมใกล้เคียงกัน คือ 50.2 และ 49.8 เปอร์เซ็นต์ ส่วนมากมีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพ พนักงานบริษัทหรือตัวแทนขาย รายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000 ถึง 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร

มูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

มูลเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยการแจกแจงค่าความถี่ พบว่า นักท่องเที่ยวตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุดจำนวน 134 คน (ร้อยละ 33.5)

รองลงมาคือ เดินทางมาเพื่อการศึกษาหรือทัศนศึกษาแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.8) เดินทางมาราชการแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.3) เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 39 คน (ร้อยละ 9.8) มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 36 คน (ร้อยละ 9.0) เดินทางมาเยี่ยมญาติ แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยและเดินทางมาเพื่อธุรกิจแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวนอย่างละ 33 คน ((ร้อยละ 8.3) มีเพื่อน หรือญาติชวนให้มาท่องเที่ยว จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยจำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0) และเดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยจำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.5)

ผลการศึกษาทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกับสถานที่พัก พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีผลต่อการเลือกสถานที่พักนักท่องเที่ยวนิยมพักโรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือพักกับญาติ
2. ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีผลต่อการเลือกสถานที่พักนักท่องเที่ยวนิยมพักโรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือพักกับญาติ
3. ทัศนคติในด้าน การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งท้าทาย ไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่มีผลต่อการเลือกสถานที่พักนักท่องเที่ยวนิยมพักโรงแรมมากที่สุด รองลงมาคือพักกับญาติ
4. ทัศนคติต้องการมาเที่ยวมาแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากเพื่อนที่อยู่จังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวจังหวัด

ผลการศึกษาทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ทัศนคติด้าน การท่องเที่ยวเพื่อได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งท้าทาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีผลต่อการมาท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ 4-5 ครั้ง

2. ทักษะคิดต้องการมาเที่ยวมานานแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากเพื่อนที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีผลต่อการมาท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ 4-5 ครั้ง

3. ทักษะคิดด้าน การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง ไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากกว่า 5 ครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ 4-5 ครั้ง

ผลการศึกษาทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกับช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ทักษะคิดด้าน การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง และต้องการมาเที่ยวมานานแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากเพื่อนที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีผลต่อช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากที่สุดในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) รองลงมาคือช่วงเทศกาลวันหยุด

2. ทักษะคิดด้าน การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัย และพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีผลต่อช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากที่สุดในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) รองลงมาคือช่วงเทศกาลวันหยุด

3. ทักษะคิดการท่องเที่ยวเพื่อได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่มีผลต่อช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาทัศนคติการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกับพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ทักษะคิดต้องการมาเที่ยวมานานแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากเพื่อนที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีผลต่อพาหนะที่ใช้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากที่สุดคือรถยนต์

2. ทักษะคิดการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีผลต่อพาหนะที่ใช้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากที่สุดคือรถยนต์

3. ทักษะด้าน การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง และการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่มีผลต่อพาหนะที่ใช้มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นมากที่สุดคือรถยนต์

4. ทักษะด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่มีผลต่อพาหนะที่ใช้ในมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาทักษะการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกับการเลือกบุคคลร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เป็น 1 ลักษณะ คือ

ทักษะทุกด้านไม่มีความสัมพันธ์กัน แต่มีผลต่อการเลือกกลุ่มบุคคลร่วมเดินทางโดยนักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวกับครอบครัวมากที่สุด

ผลการศึกษาทักษะการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกับระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. ทักษะด้านการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน 2 คืนมากที่สุด

2. ทักษะด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน 2 คืนมากที่สุด

3. ทักษะด้านการท่องเที่ยวเพื่อได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ แต่มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน 2 คืนมากที่สุด

4. ทักษะด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และทักษะที่ต้องการมาเที่ยวแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากเพื่อนที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่มีผลต่อการการอยู่ในจังหวัดขอนแก่น

สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว 11 คน ได้ดังนี้

1. จังหวัดขอนแก่นจะเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบการทำธุระอย่างอื่น เหลือเวลาแล้วจึงท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีวัตถุประสงค์หรือมุลเหตุจูงใจ การประชุมสัมมนามากที่สุด มาเพื่อธุรกิจ มาเยี่ยมญาติ มาเพื่อการศึกษา ตามลำดับ การท่องเที่ยวเป็นส่วนเพิ่ม

2. จังหวัดขอนแก่นควรจะต้องเป็นตลาดสัมมนา เป็นศูนย์กลางการประชุมสัมมนา

3. จังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพความพร้อม ไม่ว่าจะเป็น มีศูนย์ประชุม มีโรงแรมที่พักที่ดี และราคาถูกร้านอาหาร สนามบิน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาได้
 4. นักท่องเที่ยวจะมาจังหวัดขอนแก่นมาพักเพื่อผ่านไปยังจังหวัดอื่น
 5. สถานที่ท่องเที่ยวไม่เป็นที่รู้จักขาดการประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ยังไม่ดี เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน
 6. นักท่องเที่ยวจะนิยมท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้ ๆ
 7. จังหวัดขอนแก่นความจะจัดการท่องเที่ยวเชิง Shopping น่าจะไปได้ดี ตลาดอาหารรวมสินค้า น่าจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว
 8. ปัจจัยที่จะสามารถดึงดูดคนให้มาขอนแก่น นอกจากการประชุมสัมมนาแล้ว คือ ศิลปวัฒนธรรม และความเป็นเมือง ทำให้ในตัวจังหวัดจะได้การที่นักท่องเที่ยวมาซื้อสินค้าที่ สินค้าที่ขอบคือผ้าไหมแต่มีราคาสูง จึงจะมามองของฝากของที่ระลึก ได้แก่ หมูยอ ไส้กรอก แหนม ถั่วตัด เป็นต้น
 9. ควรสร้างแหล่งท่องเที่ยวใกล้ ๆ เมือง
 10. จัดงานมอเตอร์โชว์ที่ใหญ่ ๆ จะได้ดึงคนจากจังหวัดใกล้เคียงมาท่องเที่ยว
 11. นักท่องเที่ยวที่มาชอบการท่องเที่ยวแตกต่างกันและมีหลากหลายกลุ่ม
 12. คนสูงอายุชอบการท่องเที่ยวเพื่อไปไหว้พระทำบุญ
 13. จังหวัดขอนแก่นมีพิพิธภัณฑ์เยอะ แต่นักท่องเที่ยวไม่นิยมท่องเที่ยว
 14. นักท่องเที่ยวชอบท่องเที่ยวห้างสรรพสินค้า และสถานบันเทิง จัดท่องเที่ยว city tour
- จากที่กล่าวมา จังหวัดขอนแก่นต้องเป็นศูนย์กลางการประชุมสัมมนา สร้างแหล่งท่องเที่ยวใกล้ ๆ ตัวเมือง ทำให้เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า(Shopping) จัดงานอีเวนท์ เช่น งานมอเตอร์โชว์ มหกรรมอาหาร เพื่อดึงดูดคน เพราะสถานที่ท่องเที่ยวไม่สามารถดึงดูดคนได้ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย สถานที่ท่องเที่ยวและป้ายบอกทางไม่ชัดเจน รูปแบบการท่องเที่ยวที่จังหวัดขอนแก่นควรจะส่งเสริม คือ การท่องเที่ยวเพื่อมาประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงศาสนาหรือธรรมบุญ การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า แล้วการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเป็นส่วนเสริม

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น”

1. สรุปผลการศึกษารายวิจัย

ผลจากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จากการเก็บข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว 1 แห่งที่อ้างอิงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2550 โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ภูมิลำเนา ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงและเพศชายมีอัตราส่วนโดยรวมใกล้เคียงกัน คือ 50.2 และ 49.8 เปอร์เซ็นต์ ส่วนมากมีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพพนักงานบริษัทหรือตัวแทนขาย รายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000 ถึง 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

มูลเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น โดยการแจกแจงค่าความถี่ พบว่า นักท่องเที่ยวตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุดจำนวน 134 คน (ร้อยละ 33.5) รองลงมาคือ เดินทางมาเพื่อการศึกษาหรือทัศนศึกษาแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.8) เดินทางมาราชการแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.3) เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 39 คน (ร้อยละ 9.8) มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวน 36 คน (ร้อยละ 9.0) เดินทางมาเยี่ยมญาติ แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยและเดินทางมาเพื่อธุรกิจแล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย จำนวนอย่างละ 33 คน (ร้อยละ 8.3) มีเพื่อน หรือญาติชวนให้มา

ท่องเที่ยว จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วยจำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0) และเดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาส ท่องเที่ยวไปด้วยจำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.5)

การรวบรวมผลของแบบสอบถามจากข้อเสนอแนะกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นเหตุผลหรือมูลเหตุจูงใจที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นเพิ่มขึ้นนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อเหมือนระหว่างความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

1. เพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว
2. จัดอีเวนต์ เช่น งานมอเตอร์โชว์ มหกรรมอาหาร เป็นต้น
3. สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ใกล้ตัวเมือง
4. การเข้าถึงสถานที่ ป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ไม่ชัดเจน

ข้อเพิ่มเติมได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางคมนาคมเป็นหลัก โดยมีการท่องเที่ยวเป็นตัวเสริม รูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับจังหวัดขอนแก่น คือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวชมคำคืน และการท่องเที่ยวเชิง Shopping (การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า)

วัตถุประสงค์ของที่ 3 เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาปัจจัยหรือผลกระทบลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่อทัศนคติในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับทัศนคติการท่องเที่ยว 5 ด้าน พบว่า

นักท่องเที่ยวที่เพศต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นแตกต่างกัน ในด้านการให้รางวัลกับชีวิต การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และ ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากการที่มีเพื่อนที่อยู่จังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) ส่วนนักท่องเที่ยวที่เพศต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นไม่แตกต่างกันในด้านการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มประสบการณ์แก่ตัวเอง และการท่องเที่ยวเพื่อผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งท้าทาย

นักท่องเที่ยวที่อายุต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นแตกต่างกัน ในด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิตมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

นักท่องเที่ยวที่สถานภาพต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นแตกต่างกัน ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทัศนคติต้องการท่องเที่ยวมานานแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากการที่มีเพื่อนที่อยู่จังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

นักท่องเที่ยวที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ในด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง และทัศนคติต้องการท่องเที่ยวมานานแล้ว (จากการบอกเล่า หรือจากการที่มีเพื่อนที่อยู่จังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

นักท่องเที่ยวที่อาชีพต่างกัน มีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ในด้านการท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน แต่ทัศนคติการท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

จากผลการศึกษาโดยการแจกแจงความถี่พบว่า

1. รูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นสนใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวชมค่าสิน

2. ด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักค้างคืน 2 คืน สถานที่พักที่นิยมมากที่สุดคือโรงแรม รองลงมาคือ พักกับญาติ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจังหวัดขอนแก่นมากกว่า 5 ครั้ง และจะเดินทางมาในช่วงวันหยุดต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือช่วงเทศกาลวันหยุด ใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางเป็นการเดินทางมากับครอบครัว

รองลงมาคือการเดินทางมากับเพื่อน ในด้านการใช้จ่ายจะใช้เงินส่วนตัวหรือเป็นเงินที่ใช้จ่ายปกติ และโดยส่วนใหญ่เมื่อมาจังหวัดขอนแก่นแล้วจะเดินทางต่อไปยังสถานท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นคิดเป็นร้อยละ 45.0 เดินทางกลับภูมิลำเนาคิดเป็นร้อยละ 55.0 นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นคิดเป็นร้อยละ 95.0 นักท่องเที่ยวจะแนะนำให้คนมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นคิดเป็นร้อยละ 98.5

จากการทดสอบทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีเที่ยวจังหวัดขอนแก่นให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวชมคำคืนตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวมีทัศนคติทั้งด้านบวกและด้านลบ ทัศนคติด้านบวก นักท่องเที่ยวเห็นว่าเป็นการให้รางวัลกับชีวิต และนักท่องเที่ยวยินดีที่จะใช้จ่ายเงินส่วนตัวในการท่องเที่ยว และในการเที่ยวยินดีที่จะใช้จ่ายเงินส่วนตัวเพื่อให้ได้ความรู้และเป็นการเพิ่มประสบการณ์ นอกจากนี้การมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นบ่อยและมีเวลาพักนานจะทำให้มีโอกาสผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ทำทหาย ด้านพฤติกรรมการพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะพักโรงแรมเพื่อการได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ พฤติกรรมการเดินทางจะเป็นช่วงวันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์) และใช้รถยนต์ส่วนตัวเนื่องด้วยตั้งใจมาท่องเที่ยวมานานแล้ว โดยจากการบอกเล่าของเพื่อนหรือคนรู้จัก

ทัศนคติด้านลบ คือ กรณีใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากเกินไปนักท่องเที่ยวจะไม่เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวชมคำคืนเป็นการให้รางวัลกับชีวิต อีกทั้งการพักโรงแรมเป็นเวลานานจะไม่เป็นการเพิ่มประสบการณ์แก่ตัวเอง ด้านพฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมมาจังหวัดขอนแก่นระหว่างวันหยุดต่อเนื่องจะทำให้มีเวลาน้อยสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นทำให้ไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการได้ผจญภัยและพบเห็นสิ่งที่ทำทหาย อีกทั้งในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและการท่องเที่ยวชมคำคืน ไม่เป็นการได้เรียนรู้สิ่งใหม่ และเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยวขอนแก่นแล้วนักท่องเที่ยวนิยมนำเงินมาเที่ยวขอนแก่นอีก แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวก็ยังเห็นด้วยในการแนะนำให้บุคคลอื่นได้มีประสบการณ์การมาเที่ยวขอนแก่น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษางานวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นในครั้งนี้ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติทั้งด้านบวกและทัศนคติด้านลบ ดังนั้นผู้ที่ต้องการทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาว่าจะทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนทัศนคติด้านลบจากงานวิจัยนี้เป็นทัศนคติด้านบวกได้



เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ธานีสะพงศ์. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. กรมการท่องเที่ยว. (2551). **สถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2553, จาก http://www.tourism.go.th/2010/upload/filecenter/file/stat_report/notrtheast/khonkan51.pdf
- กรมการท่องเที่ยว. (2552). **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2552 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2553, จาก http://www.tourism.go.th/2010/upload/filecenter/file/stat_File_pdf52/northeast/khonkan.pdf
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). **จังหวัดขอนแก่น : ข้อมูลทั่วไป**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2553, จาก www.tourthai.com/province/khon_kaen/
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). **แนวโน้มท่องเที่ยวไทย ปี 54 มีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2553, จาก http://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web/ewt_news.php?nid=2836&filename=index
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). **Internal Tourism in Khon Kaen**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2553, จาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). **สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นปี 2550**. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2553, จาก www2.tat.or.th/stat/download/tst/675/Report_Khon%20Kaen2007.doc
- เกตุศิริ เจริญวิศาล และจุฑามาศ จันทร์รัตน์. (2542). **รายงานการวิจัยเรื่องความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยว : เพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย**. สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.
- จำรอง เงินดี. (2552). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- จิราพร กองทอง. (2540). **ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. (2553). **จิตวิทยาสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จุมพล รอดคำดี. (2533). **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฬารักษ์ จินดาประเสริฐ. (2549). **ทัศนคติ และความพร้อมของชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยวทางน้ำ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนการพัฒนาและพัฒนากิจการการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทัช วรรณถนอม. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุ่ย ชุมสาย & ฉวีพัน พรหมโยธี. (2527). **ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนกฤต สังข์เฉย. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.
- นั้ดดา ทมมิด. (2540). **ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทวัน เสือจรรย์รัตน์. (2545). **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของนักท่องเที่ยวไทย บริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นัยนา กุปติมนัส. (2545). **ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศของคนวัยทำงานหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ**. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นุศราพร เกษสมบูรณ์ และคณะ. (2549). **สถานการณ์และผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตเทศบาลนครขอนแก่น**. ขอนแก่น: คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพื่อการวิจัยและพัฒนาประเทศไทย.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพื่อการวิจัยและพัฒนาประเทศไทย.

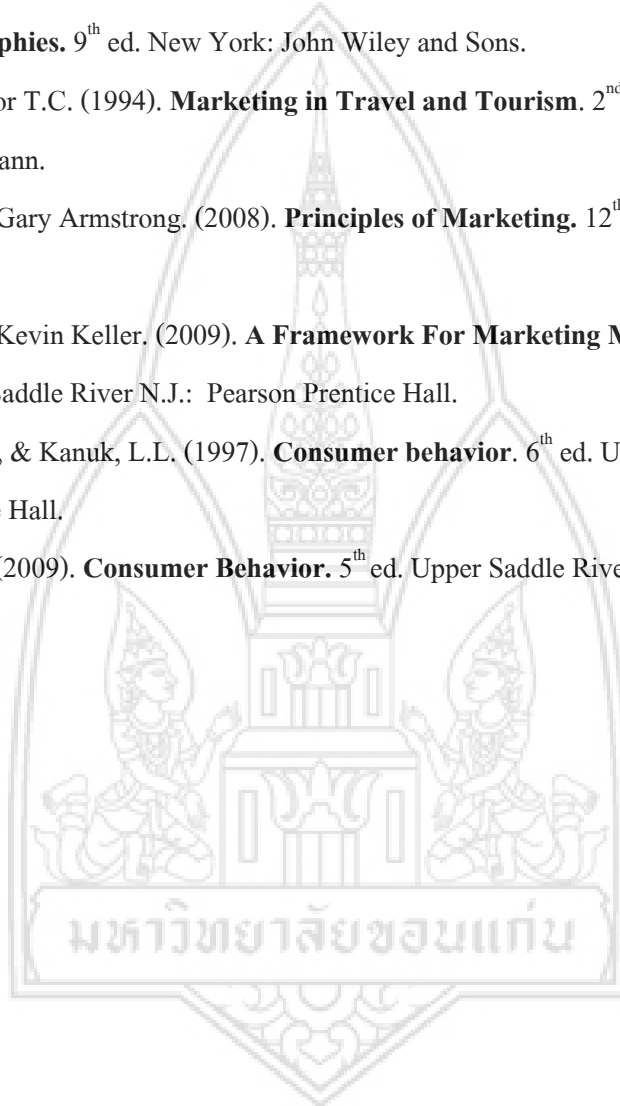
- บรรจบพร สุมลรัตนกุล. (2544). ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา บัณฑิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- บุษบา ภู่อสุกุล. (2536). การศึกษาพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชน ในหมู่บ้านป่าไม้ : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ทศวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ไฟว์ แอนด์ โฟร์พรีนติ้ง.
- เปรมจิต ทาบุรี. (2549). กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร. (2529). เอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช
- พัชราภา ลากลือชัย. (2545). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช และคณะ. (2543). โครงการรูปแบบและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบึงปากอู่งเขียว อ.น้ำพอง จ.ขอนแก่น. ขอนแก่น: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มัลลิกา ซาหยอง. (2549). แผนธุรกิจ : การทำธุรกิจที่ปักแบบพักที่บ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบ้านภูคำบัว ตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ยุทธศาสตร์ ถาपालบุตร. (2549). การออกแบบเพื่อพัฒนาลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัย การพัฒนาศักยภาพและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : เขตจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- รณชัย ตันตระกูล. (2551). การตลาด : ศัพท์และคำจำกัดความ. กรุงเทพฯ : ซีเคแอนด์เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- รัชนี สนสอาดจิต. (2548). **ทัศนคติและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ : กรณีศึกษาหลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นยักษ์ Tsunami.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารมวลชนมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งทิพ ว่องปฏิการ. (2541). **ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อภูเก็ต.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรษัญ เวียงอำพล. (2546). **การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย.** สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วัชรารักษ์ สุริยาภิวัฒน์. (2551). **วิจัยธุรกิจยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันทนา สุรชีวิน. (2541). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันทนา สุรชีวิน. (2541). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิธินี วรรณสกล. (2542). **การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการทำงานในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภา วัฒนพงษ์ชาติ. (2542). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เสกสรรค์ ขวณิชย์ และคณะ. (2546). **รายงานฉบับสมบูรณ์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- สมยศ โองเคื้อบ. (2544). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชนในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิริกาญจน์ ปรับโตวิค โจโย. (2539). การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริกาญจน์ ปรับโตวิค โจโย. (2539). การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิรินาด นุชชัยเหล็ก. (2541). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน
จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชาดา วรรณมานี. (2542). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของ
นักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาสื่อสารมวลชน
มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนันทา กิ่งไพบูลย์ และคณะ. (2540). รายงานการประชุมประชาพิจารณ์ โครงการวิจัยเพื่อ
เสนอแนะการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัด
ใกล้เคียง. [ม.ป.ท.: ป.ม.พ.].
- สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์. (2548). คติชน : คุณค่าในการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกม่วง. ขอนแก่น: คณะ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์. (2548). รายงานโครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพ
ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น: ศูนย์วิจัยท่องเที่ยวภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์, นภตล ตั้งสกุล และไกรเลิศ ทวีกุล. (2546). โครงการพัฒนาการท่องเที่ยว
หมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย. ขอนแก่น: ศูนย์วิจัยท่องเที่ยวภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุพรรณา หัสภาค. (2545). ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สุภาพ บุญไชย. (2543). พฤติกรรมการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวของประชาชนชาวจังหวัด
มหาสารคาม. วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 18(1-2), 29-36.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภค. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist behavior). ขอนแก่น: คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค : ฉบับมาตรฐาน. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท. (2546). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล. (2540). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- Charles D. Schewe. (1987). **Marketing: Principles and Strategies**. New York: Random House.
- Conbach. (1963). **Educational Psychology**. 2nd ed. New York : Harcourt Brace and corp.
- Dann, G. (1981). Tourist motivation: an appraisal. **Annals of Tourism Research**, 8(2), 187-219.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1995). **Consumer Behavior**. 6th ed. Chicago: The
Dryden Press.
- Goeldner, Charles R. & J.R. Brent Ritchie. (2006). **Tourism : Principles, Practices,
Philosophies**. 10th ed. Hoboken, N.J.: Wiley Publishing.
- Hawkins, D.J., Best, R.J. & Coney, K.A. (2004). **Consumer Behavior: Building Marketing
Strategy**. Bangkok: McGraw-Hill Irwin.
- Hebert C. Kelman. (1967). Human use of human subjects: The problem of deception in social
psychological experiments. **Psychological Bulletin**, 67,1-11.
- Holloway, J. Christopher. (1995). **The Business of Tourism**. Plymouth: Macdonald and Evans.
- Hudman, Lloyd E. (1980). **Tourism: A Shrinking World**. Ohio: Grid.
- Katz, D. (1960). The functional study of attitudes. **Public opinion quarterly**, 24, 163 – 204.
- Kotler, Philip, Bowen, John & Makens, James. (1996). **Marketing for Hospitality and Tourism**.
New jersey: Prentic-hall.
- Lawson & Baud Bovy. (1998). **Tourism and recreation**. 2nd ed. Great Britain: The Bath Press.

- Maslow, Abraham M. (1954). **Motivation and Personality**. New York: Harper and Row.
- McClelland, D.C. & Winter, D.G. (1969). **Motivating Economic Achievement**. NY: Free Press.
- McGuire, W.L. (1969). **Hormonal Stimulation of Lactose Synthetase**. In Mammary Carcinoma. New Yoke: Science.
- McIntosh, Robert W. and Goeldner, Charles R. (1997). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. 9th ed. New York: John Wiley and Sons.
- Middleton, Victor T.C. (1994). **Marketing in Travel and Tourism**. 2nd Ed. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2008). **Principles of Marketing**. 12th ed. New jersey: Prentice Hall.
- Philip Kotler & Kevin Keller. (2009). **A Framework For Marketing Management**. 4th Edition. Upper Saddle River N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (1997). **Consumer behavior**. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Solomon, M.R. (2009). **Consumer Behavior**. 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice- Hall.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามในการวิจัย

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยงที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตศึกษารจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาทางวิชาการ ซึ่งผลการศึกษาจะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด และข้อมูลที่ได้รับจะถือเป็นความลับ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นางสาวจรรวรรณ อุชาติ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ เพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงในการวิจัย

- | | | |
|-------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| 1. เพศ | () 1.ชาย | () 2. หญิง |
| 2. อายุ | () 1. 15-25 ปี | () 2. 26-35 ปี |
| | () 3. 36-45 ปี | () 4. 46-55 ปี |
| | () 5. มากกว่า 56 ปี | |
| 3. สถานภาพ | () 1. โสด | () 2. สมรส |
| | () 3. อื่น ๆ ระบุ..... | |
| 4. การศึกษา | () 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา | () 2. ประถมศึกษา |
| | () 3. มัธยมศึกษาตอนต้น | () 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. |
| | () 5. อนุปริญญา / ปวส. | () 6. ปริญญาตรี |
| | () 7. สูงกว่าปริญญาตรี | () 8. อื่น ๆ ระบุ..... |
| 5. อาชีพ | () 1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | () 2. ธุรกิจส่วนตัว |
| | () 3. พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย | () 4. ค้าขาย |
| | () 5. เกษตรกร | () 6. นักเรียน/นักศึกษา |
| | () 7. แม่บ้าน/พ่อบ้าน | () 8. อื่น ๆ ระบุ |

6. รายได้ () 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท () 2. 15,000-25,000 บาท
 () 3. 25,000-35,000 บาท () 4. 35,000- 45,000 บาท
 () 5. 45,000-55,000 บาท () 6. 55,000-65,000 บาท
 () 7. มากกว่า 65,000 บาท
7. ท่านเดินทางมาจากจังหวัด.....

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

8. การเดินทางมาเที่ยวครั้งนี้ท่านมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. ตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน
 () 2. เพื่อน หรือญาติชวนให้มาท่องเที่ยว
 () 3. มาเยี่ยมญาติ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 4. มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 5. เดินทางมาเพื่อธุรกิจ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 6. เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 7. เดินทางมาราชการ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 8. เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 9. เดินทางมาเพื่อรักษาสุขภาพ แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 10. เดินทางมาเพื่อการศึกษา/ทัศนศึกษา แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 11. เดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 12. เดินทางมารับรางวัล และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย
 () 13. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

9. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นครั้งนี้

ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9.1 การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต					
9.2 การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					
9.3 การท่องเที่ยวเพื่อได้สัมผัสหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					
9.4 การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ					
9.5 ต้องการมาท่องเที่ยวนานแล้ว (จากการบอกเล่าหรือจากเพื่อน ที่อยู่จังหวัดขอนแก่นชักชวนให้มา หรือได้ฟังเพลงสาวขอนแก่น ซึ่งทำให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อขอนแก่น					

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

10. ในหนึ่งปีท่านท่องเที่ยวต่างประเทศกี่ครั้ง (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. ไม่ท่องเที่ยวเลยในหนึ่งปี () 2. 1 ครั้ง ในหนึ่งปี
() 3. 2-3 ครั้ง ในหนึ่งปี () 4. มากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี

11. ในหนึ่งปีท่านท่องเที่ยวในประเทศกี่ครั้ง (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. ไม่ท่องเที่ยวเลยในหนึ่งปี () 2. 1 ครั้ง ในหนึ่งปี
() 3. 2-3 ครั้ง ในหนึ่งปี () 4. มากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี

12. ท่านชอบภูมิอากาศแบบใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () 1. ฤดูร้อน () 2. ฤดูหนาว () 3. ฤดูฝน

13. รูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การรักษาสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย)
- () 2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือผจญภัย (ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา ถ้ำ อุทยาน)
- () 3. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- () 4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (มาชมการแข่งขันกีฬา)
- () 5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (พิพิธภัณฑ์ วัด พระธาตุ ปราสาท จิตรกรรมฝาผนัง
ชมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น)
- () 6. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (เพื่อไหว้พระทำบุญ วิปัสสนา กรรมฐาน)
- () 7. การท่องเที่ยวทางเรือ (การท่องเที่ยว ล่องแพ เป็นต้น)
- () 8. การท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหาร
- () 9. การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงาน
- () 10. การท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น
- () 11. การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อสินค้า
- () 12. การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมประชุม/สัมมนา/เพื่อเป็นรางวัลและเพื่อร่วมงานนิทรรศการ
- () 13. การท่องเที่ยวยามค่ำคืน (สถานบันเทิง/เรียมย์)
- () 14. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
14. รูปแบบการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นที่ท่านสนใจ (โปรดระบุ)
- 1.....
- 2.....
- 3.....
15. ท่านมาท่องเที่ยวยังจังหวัดขอนแก่นในครั้งนี้ใช้ระยะเวลา
- () 1. ไม่ค้างคืน (ไปข้อ 17) () 2. ค้างคืน.....คืน (ไปข้อ 16)

16. ถ้าท่านค้างคืน ท่านพักที่ไหนระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นคือที่ใด

- () 1. พักกับญาติ
- () 2. โรงแรม ชื่อ.....
- () 3. เกสต์เฮาส์ ชื่อ.....
- () 4. บังกะโล / รีสอร์ท ชื่อ.....
- () 5. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ
- () 6. บ้านพักรับรองของราชการ / เอกชน
- () 7. หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ทเมนต์ หรือ อื่น ๆ
17. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นกี่ครั้งในหนึ่งปีที่ผ่านมาครั้งนี้ด้วย (ตอบเพียง 1 ข้อ)
- () 1. ครั้งแรก () 2. 2-3 ครั้ง
- () 3. 4-5 ครั้ง () 4. มากกว่า 5 ครั้ง
18. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นในช่วงระยะเวลาใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)
- () 1. ช่วงเทศกาลวันหยุด () 2. วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)
- () 3. ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
19. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมายังจังหวัดขอนแก่นในครั้งนี้ คืออะไร (ตอบเพียง 1 ข้อ)
- () 1. รถยนต์ส่วนตัว () 2. รถไฟ
- () 3. รถโดยสารประจำทาง () 4. เครื่องบิน
- () 5. รถเช่าเหมา () 6. รถนำเที่ยว (ชื่อทัวร์มา)
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
20. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้กับใคร
- () 1. คนเดียว () 2. เพื่อน
- () 3. ครอบครัว () 4. หน่วยงาน / สถานศึกษา
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
21. ท่านใช้เงินทุนในการท่องเที่ยวครั้งนี้จาก
- () 1. เงินส่วนตัว/เงินใช้จ่ายปกติ () 2. เงินหน่วยงาน/บริษัท
- () 3. เงินอื่น ๆ (โปรดระบุ).....
22. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจังหวัดขอนแก่นที่ท่านรู้จักและเคยไปไปมีที่ใดบ้าง และถ้าท่านเคยไปกรุณาให้คะแนนความประทับใจ 5 คือ ประทับใจมากที่สุด 4 คือ ประทับใจมาก 3

คือ เลข ๑ 4 คือ ไม่ประทับใจ 5 คือ ไม่ประทับใจมากที่สุด แต่ถ้าท่านไม่เคยไปให้เลือกไม่
เคยไปแต่ไม่ต้องให้คะแนนความประทับใจ

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้ จัก	ไม่ รู้จัก	เคย ไป	ไม่เคย ไป	ความประทับใจ มาก → น้อย				
					5	4	3	2	1
1. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม									
1) พิพิธภัณฑ์แห่งชาติขอนแก่น อ.เมือง									
2) วัดหนองแวง(พระมหาธาตุเจดีย์เก้าชั้น)									
3) จิตรกรรมฝาผนังโบสถ์วัดชัยศรี อ.เมือง									
4) พระธาตุขามแก่น อ.เมือง									
5) คูประจักษ์(วัดนาคำน้อย อ.น้ำพอง)									
6) วัดสระทองบ้านบัว อ.มัญจาคีรี									
7) ปราสาทเปือยน้อย อ.เปือยน้อย									
8) เมืองโบราณบ้านโนนเมือง อ.ชุมแพ									
9) บ้านเฮือนลาว (Unseen In Thailand)									
10) จิตรกรรมฝาผนังวัดสระบัวแก้ว อ.หนอง สองห้อง									
11) วัดป่าแสงอรุณ									
12) วัดป่าธรรมอุทยาน(วัดหลวงพอกกล้วย)									
13) อื่น (โปรดระบุ).....									
2. การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ									
1) อุทยานแห่งชาติน้ำพอง, หินช้างสี									
2) เขื่อนอุบลรัตน์ อ.อุบลรัตน์									
3) อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ									
4) บางแสน 2 และหาดจอมเทียน									
5) ภูผาม่าน ถ้ำภูตาคาหลอ ถ้ำค้างคาว									
6) พัทธยา 2 อ.ภูเวียง									

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจังหวัดขอนแก่นที่ท่านเคยไปมีที่ใดบ้าง(ต่อ)

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก	ไม่รู้จัก	เคยไป	ไม่เคยไป	ความประทับใจ				
					มาก → น้อย				
					5	4	3	2	1
7) สวนสัตว์เขาสวนกวาง อ.เขาสวนกวาง									
8) อุทยานแห่งชาติภูเวียงไดโนเสาร์ ,ถ้ำฝ่ามือแดง น้ำตาดาดฟ้า น้ำตกทัพพญาเสือ									
9) หมู่บ้านเต่า อ.มัญจาคีรี									
10) หมู่บ้านจุงอาง อ.น้ำพอง									
11) ล่องแพ บ้านฝื่อ / ฟ้าเหลี่ยม อ.หนองเรือ									
12) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....									
3. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา / ศาสนา / ประเพณี / เทศกาล / นันทนาการ / กีฬา									
1) บึงแก่นนครและโสมนมัง									
2) มหาวิทยาลัยขอนแก่น									
3) ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา อ.บ้านฝืด									
4) ศาลาไหมไทย อ.ชนบท									
5) ถนนสายไหม อ.ชนบท									
6) ค่ายปรมดิณีสูลานนท์/หอเกียรติยศรัฐบุรุษ									
7) วัดป่าเวฬุวัน									
8) วัดถ้ำแก้ง อ.บ้านฝาง									
9) บึงทุ่งสร้าง									
10) พิพิธภัณฑ์จอมพลสฤษดิ์									
11) งานเทศกาลไหม – ประเพณีผูกเสี่ยว									
12) งานสงกรานต์ดอกกุหลาบเสียงแคน									
13) งานลอยกระทง									
14) ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ									
15) สนามกอล์ฟ (โปรดระบุชื่อ)									
.....									

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดจังหวัดขอนแก่นที่ท่านเคยไปมีที่ใดบ้าง(ต่อ)

สถานที่ท่องเที่ยว	รู้จัก	ไม่ รู้จัก	เคย ไป	ไม่ เคย ไป	ความประทับใจ				
					มาก → น้อย				
					5	4	3	2	1
4.การท่องเที่ยวยามค่ำคืน เช่น สถาบันเทว/ เวียงมัย (โปรกระบุ)									
1.....									
2.....									
3.....									

23. ท่านมีจุดมุ่งหมายที่จะไปท่องเที่ยวจังหวัดใดต่อจากจังหวัดขอนแก่นหรือไม่

- () มี 1. จังหวัด.....วัตถุประสงค์เพื่อ.....
 2. จังหวัด.....วัตถุประสงค์เพื่อ.....
 3. จังหวัด.....วัตถุประสงค์เพื่อ.....

() ไม่มี กลับภูมิลำเนา

24. จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่ท่านเลือกในข้อ 13 และข้อ 14 ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นอีกหรือไม่

- () 1. มา เพราะ.....
 () 2. ไม่มา เพราะ.....
 () 3. ไม่แน่ใจ เพราะ.....

25. ท่านจะแนะนำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นหรือไม่

- () 1. แนะนำ เพราะ

 () 2. ไม่แนะนำเพราะ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

.....
.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ชื่อ เบอร์โทรศัพท์.....





ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

อาจารย์ด้านการท่องเที่ยว

1. ผศ. สุนีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ ด้วยศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นที่มีความพร้อมความสะดวกสบายทั้งหลาย ทำให้มีโอกาสในเรื่องการจัดอบรม ประชุมสัมมนา นั่นคือส่วนที่ดึงดูดคนเข้ามาพอดีเข้ามาแล้วถ้าเค้ามีเวลา เค้าก็จะเที่ยว นั่นคือส่วนที่ทำให้คนเข้ามา ส่วนคนที่มาเที่ยวเองค่อนข้างจะน้อย หรือไม่ก็มาเป็นทางผ่านพักแล้วก็ผ่านไป ส่วนใหญ่จะมาประชุมสัมมนามากกว่า

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นจะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ อย่างที่รู้จริง ๆ คนมาเพื่อประชุมสัมมนา มาเองแล้วเที่ยวเองค่อนข้างจะน้อย อย่างที่เราจะรู้เหมือนกัน คนที่มาขอนแก่นไม่รู้ว่าจะไปเที่ยวที่ไหนจะเที่ยวอะไรได้บ้าง ปัจจุบันงานประชุมสัมมนานิยมจะจัด City Tour จัด โปรแกรมท่องเที่ยวแถมท้ายไว้วันใด ๆ ประมาณครึ่งวัน หรือถ้ามีเวลา 1 วัน ก็จะข้ามไปลาวมากกว่าเที่ยวในเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนในตัวจังหวัดก็ได้เป็นการซื้อสินค้าหรือของฝากของที่ระลึก มากกว่าการไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ของฝากที่คนจะมองคือผ้าไหมแต่มีราคาสูง ก็เลยจะเป็นการซื้อของกินประเภท หมูยอ ไส้กรอก ถั่วตัด แจ่ว เป็นต้น

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ คนที่มาขอนแก่นก็คือคนที่มาประชุม สัมมนา คนที่จะมาท่องเที่ยวเองมีน้อย ถ้ามีก็จะเป็นครอบครัวมากกว่า

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็พยายามทำเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นมีจุดขายเยอะ แต่ยังไม่ค่อยมีการพัฒนา ยังไม่มีความพร้อมในการรองรับ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมักจะจัดเชื่อมโยงไปกับจังหวัดใกล้เคียง ถ้าเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รับผิดชอบก็ต้องจัดให้เชื่อมโยงอยู่แล้ว เส้นทางที่จังหวัดขอนแก่นจะพัฒนาได้ นอกจากการพาไปดูแหล่งผลิตสินค้า เรื่องของวัด เรื่องของแหล่งพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ โดยธรรมชาติคนไทยไม่ค่อยจะ

เที่ยว ตรงนั้นน่าจะให้ความรู้ความเข้าใจเพิ่มและการประชาสัมพันธ์เพราะคนไม่ค่อยเที่ยวเท่าไร ส่วนเส้นทางไดโนเสาร์นั้นส่วนใหญ่จะเป็นการจัดไปเที่ยว ถ้ามาท่องเที่ยวเองค่อนข้างจะน้อย ถึงจะมาก็ไม่ได้รับความพึงพอใจเท่าที่ควร เพราะเข้าถึงไม่ค่อยสะดวก ป้ายก็ยังไม่ชัดเจน เส้นทางธรรมชาติที่ไม่ได้ไผ่ธรรมชาติเข้าไปแล้วก็จะรู้สึกเฉย ๆ

2. รศ. รัชนีกร เนียนสนิท

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ ขอนแก่นเป็นศูนย์ราชการ ตลาดของขอนแก่น น่าจะเป็นตลาดการประชุมสัมมนามากกว่า ปัจจัยแรงดึงดูดคือความเป็นเมือง โอกาสของขอนแก่นน่าจะเป็นตลาดการประชุมสัมมนา ส่วนการไปท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวก็จะต้องค่อย ๆ สร้างแรงดึงดูดเพิ่มขึ้น เรื่องภูเวียงก็ยังพอมีแรงดึงดูดอยู่บ้าง

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นจะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ ผมเชื่อว่าส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในเมืองมากกว่าขอนแก่นการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างจะน้อย อาจจะมีบ้าง เช่น อำเภอชนบทมีพระธาตุ ตลาดของขอนแก่นน่าจะเป็นตลาดการประชุมสัมมนา ตลาดราชการ ตลาดธุรกิจ มาจัดกิจกรรมส่วนใหญ่ มาเที่ยวจริง ๆ น่าจะเป็นส่วนบวกเสริม

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ มาประชุมสัมมนา โอกาสที่จะท่องเที่ยวค่อนข้างจะน้อย ถ้ามีพิพิธภัณฑสถานในเมือง หรือว่าผู้สูงอายุอาจจะไปวัด นักท่องเที่ยวน่าจะดูความเป็นเมือง ดูตลาดแวะเที่ยวหมู่บ้านเที่ยวนี้ ตลาดอาหารน่าจะไปได้

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ ถ้าพูดถึงจำนวนตามนิยามคนต้องเพิ่มขึ้นอยู่แล้ว จากคนไปมาหาสู่มาแวะเวียนผ่านมา ทั้งคนที่ค้างคืนไม่ค้างคืน อย่างน้อยก็มาผ่าน มาประชุมสัมมนาเพิ่มขึ้น ขอนแก่นเป็นเมืองศูนย์กลางคนที่จะมาผ่านมาแวะ ถ้าเราไปสร้างแรงดึงดูดหลาย ๆ จุด บ้างที่ต้องสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมา ภาคอีสานทำอะไรไม่ได้ก็ต้องสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ ๆ อาคารสัมมนาใหญ่ ๆ อย่างเช่นมอเตอร์ใหญ่ ๆ เหมือนไบเทค แล้วจัดการท่องเที่ยวเชิง Shopping ผมคิดว่าขอนแก่นน่าจะเป็นอย่างนั้น เส้นทางไดโนเสาร์ยังประสบความสำเร็จค่อนข้างน้อย จะเป็นตัวผ่านไปหากภาพสินธุ์ เส้นทาง

บุญก็พอมีวัดหนองแวงก็พอได้ ถ้าทำก็ต้องทำให้ต่อเนื่อง ตลาดธรรมะก็น่าสนใจแล้วเป็นทางผ่าน ไปจังหวัดอื่น ๆ ขอนแก่นจะต้องวางตำแหน่งของจังหวัดต้องเป็นตลาดประชุมสัมมนาต้องมาก่อน ตลาดอาหารก็น่าจะไปได้ ตลาดศูนย์รวมสินค้าดี ๆ ดึงดูดคนให้มาเที่ยวมาดู เราต้องเข้าใจว่าเราเด่น ทุกเรื่องไม่ได้ เราเด่นเรื่องของการเป็นศูนย์กลาง ก็น่าจะถือโอกาสจัดเป็นเหมือนไบเทค สร้างแบบนี้ดีกว่า อย่างอื่นก็เป็นส่วนเสริม

3. รศ.ดร. เอกสรวงศ์ ยงวนิชย์

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัด ขอนแก่น

คำตอบ ที่ดึงดูดได้โนเสาร์ภูเวียงก็น่าจะดึงดูดได้บ้าง ขอนแก่นดูแล้วไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดได้ เหมือนอย่าง หนองคาย มุกดาหาร อุบลราชธานี ตัวเมืองก็ไม่ค่อยมีอะไร คนมาเพราะมาพัก แล้วค่อยไปที่อื่นต่อ เช่น ไปเลย ไปสารคาม ขอนแก่นเป็นเมืองมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มาในเชิงวิชาการ ประชุมสัมมนา ผมคิดว่าเป็นอย่างนี้มากกว่า

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นจะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ ถ้าเป็นคนไทยจะมาเยี่ยมญาติ หรือถ้าไปเที่ยวผมก็ไม่รู้ว่าเค้าไปเที่ยวไหน ส่วนใหญ่เท่าที่ดูการท่องเที่ยวของเราจำกัด เขาจะไปที่อื่นมากกว่า จะมาลงเครื่องที่ขอนแก่นแล้วไปที่อื่นต่อ ส่วนต่างชาติจะมางานมหาวิทยาลัย มาประชุมสัมมนา เราเป็นศูนย์ประชุมสัมมนา อย่างวันนี้ก็มีงานประชุมของประมงทั่วประเทศที่ขอนแก่น คนต่างชาติจะมาดูงาน มาประชุม รวมทั้งนักศึกษาที่มากับ Professor มาดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ที่ที่เขาจะไป ก็น่าจะเป็น ไปดูผ้าไหม อำเภอนบพท ดูบ้านเต่า แต่หลัง ๆ หมู่บ้านก็ไม่ค่อยมีใครไปเที่ยว ส่วนเขื่อนอุบลรัตน์ก็ไม่รู้จะไปทำอะไร รูปแบบของขอนแก่นจะเป็นการประชุมสัมมนา ถ้าท่องเที่ยวพักผ่อนก็จะไปที่อื่นต่อ

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ คนที่มาขอนแก่นก็คือคนที่มาประชุม สัมมนา โรงแรมขอนแก่นจะไม่ค่อยเดือนร้อยเท่าไรเพราะตลอดทั้งปี เนื่องจากคนที่มาประชุมสัมมนา

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ จะพัฒนาไปทำเรื่องของการประชุมสัมมนา เพราะเมืองอื่นก็อยู่ใกล้เรา ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ อุบลราชธานี ก็ไม่ได้ไกล ถ้าเราจัดนิทรรศการ เช่น นิทรรศการรถยนต์ จะทำให้คนจากจังหวัดต่าง ๆ มาขอนแก่น แล้วก็จะไปท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียงด้วย จะตีกรอบเฉพาะขอนแก่นไม่ได้ สิ่ง

เค้า จะมาแวะขอนแก่นแล้วไปจุดอื่น เลยไปภูกระดึง ขอนแก่นจะเป็นจุดพัก เพราะ โรงแรมของเรา ดีและราคาถูก กลางคืนมีร้านอาหารเยอะ มีสถานบันเทิงในการเดินทาง เป็น Hub ทางการท่องเที่ยว เพราะก็มีศูนย์ต่าง ๆ ในการทำงานด้านนี้ ทั้งหอการค้า การท่องเที่ยวก็ค่อนข้างเข้มแข็ง

4. อาจารย์สมยศ โอ่งเคลือบ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ คิดว่าคนที่มาจังหวัดขอนแก่นไม่ค่อยได้มาท่องเที่ยว จะมาในรูปแบบการประชุมสัมมนา การมางานทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นงานแต่งงาน งานบวช งานรับปริญญา เป็นต้น เพราะจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางไปมาสะดวก มีสถานที่พักรอรับนักท่องเที่ยวได้มาก และมูลเหตุก็อย่างที่คิดว่าทำให้นักท่องเที่ยวมาจังหวัดขอนแก่นก็คือ การศึกษา เพราะจังหวัดขอนแก่นมีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ทำให้คนเข้ามาศึกษาเยอะพ่อแม่ก็จะมาเยี่ยมลูกที่มาเรียน มีการมาเรียนกวาดวิชาของนักเรียนนักศึกษาต่างจังหวัดเข้ามาเรียน มาพักในโรงแรมหรืออาหารที่เมนูต่างๆ เป็นจำนวนมาก

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นจะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ นักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม โดยมากกับหน่วยงานเป็นการมาเพื่อประชุมสัมมนา และรองลงมาคือการมาทัศนศึกษากับครอบครัว น่าจะพักอยู่ประมาณ 2-3 วัน

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ เด็กนักเรียนนักศึกษาถึงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จะชอบความสนุกสนานชอบท่องเที่ยวสถานท่องเที่ยวบันเทิง ซึ่งจะเห็นได้ว่าจังหวัดขอนแก่นมีสถานที่ท่องเที่ยวขามคำคั้นเยอะมากกว่าจังหวัดใกล้เคียงในภาคอีสาน ไม่ว่าจะเป็นอุดรธานี หรือนครราชสีมา ส่วนคนที่มีอายุมากจะชอบการท่องเที่ยวไปไหว้พระทำบุญ

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ คนจะเดินทางมายังจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนมากขึ้น เพราะจังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมมีศักยภาพสามารถรองรับคนที่เข้ามาได้ มีที่พักที่ดีมีมาตรฐาน มีการคมนาคมที่สะดวก ไม่ว่าจะเป็นเครื่องบิน รถโดยสาร รถไฟฟ้า เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวก็สะดวกเพราะเป็นศูนย์กลางของภาคอีสาน

จังหวัดขอนแก่นจะได้ประโยชน์จากระเบียงเศรษฐกิจ เพราะเป็นทางผ่านที่ทำให้คนสามารถมาพักได้ก่อนการเดินทางต่อไป ซึ่งโรงแรมในจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนมากและจะมีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตได้

แล้วจุดขายของจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดในอีสาน คือ ด้านศิลปวัฒนธรรม แต่ยังไม่สามารถดึงคนให้เข้ามาท่องเที่ยวได้ จะต้องจัดงานอีเวนต์ ให้คนเข้าได้เพราะสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดอยู่ห่างกันนักท่องเที่ยวไม่ค่อยนิยมท่องเที่ยวเท่าไรนัก ส่วนใหญ่ก็จะมาท่องเที่ยวในตัวเมืองไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า สถานที่ท่องเที่ยวบนเทิง

5. ผศ.ดร.ก่อพงษ์ พลโยธาฯ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ คิดว่าคนที่มาจังหวัดขอนแก่นไม่ได้มาท่องเที่ยว มาจังหวัดขอนแก่นเพื่อมาติดต่อธุรกิจ มาประชุมสัมมนา แล้วมีการท่องเที่ยวเข้าไปเป็นตัวเสริมมากกว่า

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้ ๆ เดินทางสะดวกสามารถไปเช้าเย็นกลับได้

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ หลากหลายกลุ่มและจังหวัดขอนแก่นไม่ได้มีการท่องเที่ยวที่สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มได้ นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้ ๆ สามารถเดินทางได้สะดวกและใช้ระยะเวลาไม่นานสามารถไปเช้าเย็นกลับได้ จังหวัดขอนแก่นไม่ค่อยมีอะไรให้เที่ยว คนที่มาไม่รู้ว่าจะต้องไปท่องเที่ยวที่ไหน แต่ละสถานที่ยังไม่น่าประทับใจ

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นไม่ค่อยพัฒนาเพราะ จังหวัดขอนแก่นไม่ใช่จังหวัดท่องเที่ยว แล้วจังหวัดขอนแก่นยังไม่มีรายได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ จะพัฒนาก็ได้แต่ต้องใส่ทรัพยากรเข้าไปเยอะมาก แล้วยังไม่แน่ใจว่าจะประสบความสำเร็จ ส่วนเส้นทางบุญ นั้นเหมาะสำหรับคนอายุมากนิยมการท่องเที่ยวไปไหว้พระทำบุญ ก็ดีน่าสนใจอยู่ แต่เส้นทางไดโนเสาร์นั้น จังหวัดขอนแก่นสู้จังหวัดกาฬสินธุ์ไม่ได้ ถ้าจะมาดูไดโนเสาร์คนก็ต้องเลือกไปจังหวัดกาฬสินธุ์

ดังนั้นถ้าจะให้คนเลือกจังหวัดขอนแก่นจะต้องทำให้แตกต่าง ใหญ่กว่าดีกว่าจังหวัดกาฬสินธุ์ถึงจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจได้แล้วเดินทางมา

6. ดร.นพมาศ สุวชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ คิดว่าที่มาจังหวัดขอนแก่นเป็นหลักจะมาเพื่อเยี่ยมชมญาติ แล้วรองลงมาคือ มาประชุมสัมมนา และมาพักผ่อนสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ และส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาในช่วงเทศกาลวันหยุด

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ จะนิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ต้องมีการเดินทางที่สะดวกใช้ระยะเวลาประมาณ 3 วัน ไม่ค่อยปฏิบัติตามกฎระเบียบ นิยมท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ คิดว่าจะมี เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา และอาชีพ ที่หลากหลาย แต่อาชีพข้าราชการอนุรักษ์นิยมสูง ชอบการท่องเที่ยวธรรมชาติ ปฏิบัติตามกฎหมาย นักท่องเที่ยวที่ชอบความสบายจะนิยมการท่องเที่ยวในเมือง เดินทางสะดวก สาธารณูปโภคครบครัน แต่นักท่องเที่ยวที่รักความสงบ จะไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ ไปไหว้พระ

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ คิดว่าจังหวัดขอนแก่นน่าจะเป็นเมืองของการศึกษาไม่เหมาะที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยว แต่ถ้าจะทำให้เป็นเมืองท่องเที่ยวได้ จะต้องสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเมือง อย่างเช่น ตัวอย่าง อเมริกา สร้างรัฐเวกัสขึ้นมา ญี่ปุ่น สร้างเมืองนินจา เพราะถ้าจะให้คนไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวการท่องเที่ยวของจังหวัดน่าจะเกิดได้ยาก แล้วจากเส้นทางการท่องเที่ยว เส้นทางบุญ และตามรอยโคโนเสาร์ จะสำเร็จได้ถ้ามีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่นเน้นกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนที่การท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์

ผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น กองแผนงานการลงทุน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

1. นายพรหมเมธ นาคมทอง ผู้อำนวยการกองแผนงานการลงทุน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ สิ่งดึงดูดบางสิ่งอาจจะดึงดูดคนบางกลุ่ม แต่กับอีกคนบางกลุ่มอาจจะไม่ดึงดูด อย่างเช่น จังหวัดในภาคอีสานชอบการท่องเที่ยวทะเล แต่คนที่อยู่จังหวัดที่มีทะเลจะไม่ชอบทะเล เพราะเมื่อเห็นมาตั้งแต่เกิด อาจจะไปท่องเที่ยวในภาคอีสานไปคู่วิวชีวิตอีกรูปแบบหนึ่ง เป็นต้น

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ นักท่องเที่ยวคนไทย สนใจการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก และยังสนใจเรื่อง การศึกษาเรียนรู้ด้วย และมีความอยากรู้อยากเห็น ไม่ค่อยมีการวางแผนการเดินทาง มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวยังมีน้อย เช่น การทิ้งขยะไว้ยังสถานที่ที่เข้า เก็บสิ่งของที่อยู่ในป่าออกมา

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ คิดว่าลักษณะประชากรศาสตร์จะแสดงถึงภูมิหลังของคน คนจึงมีหลายกลุ่ม และชอบการท่องเที่ยวที่ต่างกันเช่น ภาคอีสานจะชอบทะเล คนเชื้อชาติเยอรมันจะชอบป่าเขา คนที่อยู่ทะเลตั้งแต่เกิดจะไม่ชอบทะเล ดังนั้นภูมิหลังของคนจะแสดงออกทางพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความชอบของนักท่องเที่ยวส่งผลถึงความคิด ความรู้สึกของแต่ละคน ตัวอย่างเช่น ถ้าจะให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกท่องเที่ยว ระหว่างประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ นักท่องเที่ยวจะเลือกมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพราะประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่สวยงามผู้คนยิ้มแย้ม

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ การท่องเที่ยวจะโตหรือดีขึ้น จะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในก็คือ สิ่งที่จะสามารถดึงดูดให้คนเข้ามายังจังหวัดขอนแก่นได้ เช่น การคมนาคมสะดวก การเดินทางไม่ว่าจะเป็น โดยรถโดยสารประจำทาง เครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว มีที่พักที่รองรับนักท่องเที่ยวได้ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ใกล้เคียง ๆ เมืองให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปมาสะดวก จุดบอดของการท่องเที่ยวในจังหวัดก็คือ แหล่งท่องเที่ยวห่างไกลกัน จากการที่จังหวัดขอนแก่นมี

เช่นทรลก็สามารดถึงนักท่องเทียวในจังหวัดใกล้เคียงเข้ามาได้มาก แล้วอีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้คนมายังจังหวัดขอนแก่น ก็คือการจัดงานอีเวนต์ เพราะจังหวัดขอนแก่นไม่ประสบความสำเร็จในด้านแหล่งท่องเที่ยวจึงจะต้องสร้างตัวดูคขึ้นมาให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา

ปัจจัยภายนอก มีการวางแผนนโยบายภาครัฐ ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ได้แก่ ไทย เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา เวียดนามและจีนตอนใต้ (ยูนนาน) ได้ร่วมจัดตั้งโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจใน อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้า การลงทุนอุตสาหกรรมเกษตร และบริการ สนับสนุนการจ้างงานและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น ส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือทางเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกัน โดยจังหวัดขอนแก่นอยู่ในเส้นทางความร่วมมือในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

และจังหวัดขอนแก่นยังอยู่ในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ หรือ economic corridor ภายใต้โครงการความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง นั้นเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจได้ทั่วภูมิภาคระเบียงเศรษฐกิจ คือ การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจตามเส้นทางคมนาคมทางบกที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง จังหวัดขอนแก่นอยู่ในเส้นทางสายตะวันออก-ตะวันตก (East-West Corridor) เชื่อมจากพม่า ไทย ลาว และเวียดนาม

2. นายนิธิ สีแพร ผู้อำนวยการกลุ่มงานการตลาดประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ คิดว่าการที่คนจะท่องเที่ยวขึ้นนั้นจะต้องเกิดมาจากความต้องการของแต่ละคน ซึ่งจะมีสิ่งดึงดูดให้มาเที่ยวแตกต่างกันไป อย่างเช่น นักท่องเที่ยวคนแก่อาจจะต้องท่องเที่ยวในช่วงเช้าพรหมด้วยการไปทำบุญไหว้พระ นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนจะมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นในช่วงปิดเทอม โดยขอผู้ปกครองให้พาเที่ยวเช่นทรล เป็นต้น สิ่งดึงดูดของแต่ละคนมันจึงแตกต่างกันออกไป

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ นักท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในภาคอีสาน ถ้ามองในภาพรวมของภาคจะมีการท่องเที่ยวภายในภาคกันเอง แต่นักท่องเที่ยวที่ยังจังหวัดขอนแก่น จะไม่ได้มาท่องเที่ยวเป็นหลัก เพราะแหล่งท่องเที่ยวในขอนแก่นนั้นไม่ค่อยเด่นชัด ไม่เป็นที่รู้จักสถานที่ห่างไกลกัน นักท่องเที่ยวจะมาทำธุระอย่างอื่น เช่น ประชุม การเรียน แล้วก็การท่องเที่ยวเป็นตัวเสริม แต่การท่องเที่ยวในขอนแก่นน่าจะเน้นพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้ตัวเมือง

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ คิดว่านักท่องเที่ยวจะมีมากกลุ่ม และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ รายได้ การศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีความชอบ สังคม ที่ต่างกัน ทำให้ชอบการท่องเที่ยวที่ต่างกัน โดยรายได้จะเป็นตัวหนึ่งที่แสดงถึงศักยภาพในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เยอะ จะท่องเที่ยวบ่อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย และคิดว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นจะชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ห่างไกลเมือง เพราะอย่างที่บอกนักท่องเที่ยวจะมาทำธุระอื่นมากกว่า แต่จะเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง จึงต้องเที่ยวสถานที่ใกล้เมือง และเมื่อนักท่องเที่ยวชอบสถานที่ท่องเที่ยวใดก็จะมาท่องเที่ยวซ้ำอีก แต่ถ้าไม่ชอบก็จะไม่มาท่องเที่ยว และยังส่งผลเสียคือ จะบอกปากต่อปากถึงความไม่ดีของสถานที่นั้น ๆ การท่องเที่ยวการสร้างประทับใจเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ การท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นเรื่อย ๆ เพราะ ศักยภาพที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ไม่ว่าจะเป็นสนามบินที่จะพัฒนาเป็นสนามบินนานาชาติ การศึกษาที่เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาค การเชื่อมโยงเส้นทางจากนโยบายภาครัฐ ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง ได้แก่ ไทย เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา เวียดนามและจีนตอนใต้ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้า การลงทุนอุตสาหกรรมบริการ และบริการ สนับสนุนการจ้างงานและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น

และการที่จังหวัดขอนแก่นยังอยู่ในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ หรือ economic corridor ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดให้มีคนเข้ามามากขึ้นสร้างรายได้ให้กับภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แต่สิ่งที่สำคัญคือการพัฒนาจะต้องมีความพร้อมไปกับการพัฒนาของคนในพื้นที่ด้วย จึงจะประสบความสำเร็จได้ เพราะถ้าพัฒนาแต่โครงสร้างแต่ประชาชนหรือคนในท้องถิ่นไม่มีความพร้อม ใน การที่จะต้อนรับผู้ที่จะมาเยือน ก็จะไม่สร้างคนประทับใจให้กับคนที่มาท่องเที่ยวเพราะจะไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส นักท่องเที่ยวมาจังหวัดขอนแก่นเป็นแค่ทางผ่านที่จะไปยังสถานที่อื่น

3. นายณพรัตน์ กอกหวาน ผู้อำนวยการสำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ คิดว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น คือมาเพื่อการประชุมสัมมนา การศึกษา และคนที่สนใจศิลปวัฒนธรรมอีสาน อีกสิ่งหนึ่งก็คือการจะไปท่องเที่ยวหรือทำธุระ ที่จังหวัด กาฬสินธุ์ หนองคาย แต่มาเช่ารถที่ขอนแก่น เที่ยวสถานบันเทิงขอนแก่นนอนพักโรงแรมที่จังหวัดขอนแก่น เพราะจังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพในการรองรับในเรื่องของบริการการท่องเที่ยวมากกว่าจังหวัดอื่นในอีสาน ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหาร บริการเช่ารถ ที่พัก การคมนาคม เป็นต้น

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ คิดการท่องเที่ยว คนมาจังหวัดขอนแก่น น่าจะมองถึงความเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านความเป็นอีสาน ศิลปวัฒนธรรมมากกว่า เราจะใส่ Emotion tourism เข้าไปในการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น กลุ่มคนแก่เดินทางไปไหว้พระระหว่างนั่งรถก็ให้สวดมนต์ความไกลของระยะทางของสถานที่ท่องเที่ยวในภาคอีสาน หรือจังหวัดขอนแก่นก็จะเป็นอุปสรรคต่อไป ซึ่งปัจจุบันความคิดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาคอีสาน หรือจังหวัดขอนแก่นเองก็กำลังจะเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ นักท่องเที่ยวเริ่มแตกกระจายเป็นกลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มชอบแสวงสี กลุ่มปฏิบัติธรรม กลุ่มชอบอนุรักษ์ธรรมชาติ กลุ่มชอบศิลปวัฒนธรรม แต่จังหวัดขอนแก่นจะเริ่มมีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มปฏิบัติธรรมเข้ามามาก หรือทัวร์ไหว้พระที่ตอนนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกำลังทำอยู่ คือ ไหว้พระธาตุอีสาน 4 เมือง รุ่งเรืองตลอดชีวิต มีจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นจะโตขึ้น เราจะได้ประโยชน์ จากเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ หรือ economic corridor และโครงการความร่วมมืออนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำ ตัวอย่างเช่น คนที่จะมาจาก ดานัง ประเทศเวียดนามเดินทางมาถึงจังหวัดขอนแก่นก็กลางทางพอดีจะแวะพักค้างคืนที่จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

4. พันตำรวจโท มาณพ ไชยมงคล สว.ส.ทท.3 กก.3 บก.ทท.

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ คิดว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะมาเพื่อเรื่องสัมมนาและการที่จังหวัดขอนแก่นเป็นสนามสอบต่าง ๆ ทำให้ที่พักและร้านอาหารเต็ม เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เพราะเมื่อมีคนเข้ามาย่อมมีการใช้จ่าย เทศกาลสงกรานต์ ปีใหม่ ก็ทำให้นักท่องเที่ยวมายังจังหวัดขอนแก่นเป็นจำนวนมาก ซึ่งตำรวจท่องเที่ยวมีหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และรักษาความปลอดภัย

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ ส่วนมากคนที่มาขอนแก่นมาเพื่อการอบรม ประชุม สัมมนามากกว่า ดูจากที่ได้ไปสำรวจความเรียบร้อยของโรงแรมยอดเข้าพักรวมโรงแรมเต็มไปหมด เมื่อคนมาประชุมสัมมนาทำให้ภาพรวมของเศรษฐกิจดีขึ้น ทำให้เงินหมุนเวียนในท้องถิ่นมากขึ้น และมีการท่องเที่ยวเมื่อทำธุระเสร็จเวลาเหลือแล้วเที่ยว หรืออาจจะทำธุระเรียบร้อยแล้ววางแผนเที่ยวต่อ ที่เห็นจังหวัดขอนแก่น สถานที่ท่องเที่ยวเยอะนะ แต่นักท่องเที่ยวไม่รู้จักไม่ค่อยไปเที่ยว ส่วนใหญ่คิดว่านักท่องเที่ยวจะเที่ยวในตัวเมืองมากกว่า

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ คนแต่ละกลุ่ม แต่ละเพศ แต่ละวัยชอบการท่องเที่ยวไม่เหมือนกัน ทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปด้วย ก็จะแสดงออกมาทางพฤติกรรม เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติจะนิยมความท้าทายมากกว่าคนไทย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่ค่อยท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นเที่ยว เพราะสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ห่างไกลกัน ไม่รู้

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น แนวโน้มจะดีขึ้น เพราะ ทุกภาคส่วนให้ความร่วมมือกัน ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัด ภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วน ปัจจุบันก็มีการจัดงานต่าง ๆ ให้เข้ากับเทศกาล เช่น สิงหาคมแม่เที่ยว หรือจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ไว้พระราชอุทยาน 4 เมืองรุ่งเรืองตลอดชีวิต

5. ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น

คำถามที่ 1 ในความคิดท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือสิ่งดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

คำตอบ สิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องเกิดจากการรับรู้ก่อน แล้วจึงจะมาท่องเที่ยวได้ แต่คิดว่าคนส่วนใหญ่ที่มาจังหวัดขอนแก่นไม่ได้มาท่องเที่ยวแต่มาทำอย่างอื่น เช่น การประชุม เรียนหนังสือ ติดต่อธุระส่วนตัว

คำถามที่ 2 ส่วนมากคนที่มาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น จะท่องเที่ยวอย่างไร

คำตอบ ส่วนมาปกติของนักท่องเที่ยวชอบการท่องเที่ยวที่มีราคาเหมาะสม สถานที่ที่ไปท่องเที่ยวจะต้องมั่นใจว่าจะต้องได้ในสิ่งที่ต้องการ ก็จะต้องตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวให้ได้ ใส่ใจในการกินอาหาร ที่พัก

คำถามที่ 3 คนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่จะเป็นคนกลุ่มใด และชอบท่องเที่ยวแบบไหน

คำตอบ หลากหลายกลุ่ม นักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้คุณค่าเรื่องความรู้สึก/ มิตรภาพ และมีความละเอียดอ่อนในเรื่องอารมณ์มากขึ้น ขณะเดียวกันก็โหยหาอดีต และต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ แล้วนักท่องเที่ยวยังลุ่มหลงในรสนิยม และไลฟ์สไตล์ ใส่ใจในทุกเรื่องตั้งแต่อาหารการกิน เพลงที่ฟัง หนังสือดู โทรศัพท์ที่ใช้ เว็บไซต์เข้า แหล่งท่องเที่ยวที่ไป ซึ่งจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

คำถามข้อที่ 4 ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่นในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร

คำตอบ จังหวัดขอนแก่น ได้ชื่อว่าเป็นเมืองกีฬา เมืองการศึกษา และเมืองวัฒนธรรม เป็นเมืองหลวงของภาคอีสาน เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางเศรษฐกิจตะวันออก – ตะวันตก (East-west Economic Corridor : EWEC) ไทย-ลาว-เวียดนาม

การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่จะผลักดันการท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น และกลุ่มจังหวัดร้อยแก่น สารสินธุ์ ให้คนทั่วไปได้รู้จัก เพื่อเป็นปัจจัยในการหาความสุขมาเติมเต็มในชีวิต เป็นปัจจัยที่ 5 ของมนุษย์เพราะการท่องเที่ยวก่อให้เกิดความสดชื่นได้ เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จังหวัดขอนแก่น มีสถานที่ประชุม สัมมนา ระดับประเทศ ก่อให้เกิดรายได้ให้กับจังหวัดมากมาย เวลาวางจากการประชุมสัมมนา ก็จะไปท่องเที่ยวทั้งในตัวจังหวัดและรอบนอกเมือง

จุดเด่นของจังหวัดขอนแก่น คือ เมืองวัฒนธรรมที่เก่าแก่ 200 กว่าปี วรรณุรักษ์ สืบสออด ไปถึงคนรุ่นหลังต่อไป แต่การส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ ให้กับผู้ประกอบการและ ผู้มีส่วนร่วม ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดให้มีมาตรฐาน เป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในจังหวัด ต้องร่วมมือประสาน ส่งเสริมและพัฒนาต่อไป



ภาคผนวก ค
ตารางการวิเคราะห์ข้อมูล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid หญิง	201	50.3	50.3	50.3
ชาย	199	49.8	49.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 26-35 ปี	152	38.0	38.0	38.0
46-55 ปี	90	22.5	22.5	60.5
36-45 ปี	81	20.3	20.3	80.8
15-25 ปี	55	13.8	13.8	94.5
มากกว่า 56 ปี	22	5.5	5.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	272	68.0	68.0	68.0
สมรส	123	30.8	30.8	98.8
อื่น ๆ	5	1.3	1.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปริญญาตรี	266	66.5	66.5	66.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	59	14.8	14.8	81.3
สูงกว่าปริญญาตรี	32	8.0	8.0	89.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	26	6.5	6.5	95.8
อนุปริญญา / ปวส.	12	3.0	3.0	98.8
ประถมศึกษา	5	1.3	1.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid พนักงานบริษัท/ตัวแทนขาย	109	27.3	27.3	27.3
ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	107	26.8	26.8	54.0
ธุรกิจส่วนตัว	95	23.8	23.8	77.8
นักเรียน/นักศึกษา	62	15.5	15.5	93.3
อื่น ๆ	27	6.8	6.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

รายได้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15,000-25,000 บาท	125	31.3	31.3	31.3
	25,000-35,000 บาท	92	23.0	23.0	54.3
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	84	21.0	21.0	75.3
	35,000- 45,000 บาท	46	11.5	11.5	86.8
	45,000-55,000 บาท	31	7.8	7.8	94.5
	มากกว่า 65,000 บาท	12	3.0	3.0	97.5
	55,000-65,000 บาท	10	2.5	2.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	



ที่อยู่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ขอนแก่น	97	24.3	24.3	24.3
กรุงเทพมหานคร	39	9.8	9.8	34.0
ราชบุรี	31	7.8	7.8	41.8
หนองคาย	30	7.5	7.5	49.3
สระแก้ว	29	7.3	7.3	56.5
หนองบัวลำภู	27	6.8	6.8	63.3
อุบลราชธานี	26	6.5	6.5	69.8
มหาสารคาม	25	6.3	6.3	76.0
นครราชสีมา	22	5.5	5.5	81.5
เลย	17	4.3	4.3	85.8
ชัยภูมิ	16	4.0	4.0	89.8
ปทุมธานี	11	2.8	2.8	92.5
อุดรธานี	10	2.5	2.5	95.0
ร้อยเอ็ด	10	2.5	2.5	97.5
สมุทรปราการ	5	1.3	1.3	98.8
นนทบุรี	5	1.3	1.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจหรือมูลเหตุจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา

แรงจูงใจในการเดินทาง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ตั้งใจมาท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	134	33.5	33.5	33.5
เดินทางมาเพื่อการศึกษา/ทัศนศึกษา แล้วหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	43	10.8	10.8	44.3
เดินทางมาราชการ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	41	10.3	10.3	54.5
เดินทางมาประชุม/สัมมนา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	39	9.8	9.8	64.3
มางานทางสังคม เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานบวช งานรับปริญญา และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	36	9.0	9.0	73.3
มาเยี่ยมญาติ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	33	8.3	8.3	81.5
เดินทางมาเพื่อธุรกิจ และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	33	8.3	8.3	89.8
เพื่อน หรือญาติชวนให้มาท่องเที่ยว	23	5.8	5.8	95.5
เดินทางมาเพื่อค้าขาย และหาโอกาสท่องเที่ยวไปด้วย	12	3.0	3.0	98.5
เดินทางมาแข่งขันกีฬา และหาโอกาส ท่องเที่ยวไปด้วย	6	1.5	1.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ส่วนที่ 3 ทักษะคดีที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เห็นด้วย	12	3.0	3.0	3.0
ไม่แน่ใจ	14	3.5	3.5	6.5
เห็นด้วย	106	26.5	26.5	33.0
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	268	67.0	67.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	19	4.8	4.8	4.8
ไม่เห็นด้วย	36	9.0	9.0	13.8
ไม่แน่ใจ	82	20.5	20.5	34.3
เห็นด้วย	209	52.3	52.3	86.5
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	54	13.5	13.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การทอ้งเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	12	3.0	3.0	3.0
ไม่เห็นด้วย	64	16.0	16.0	19.0
ไม่แน่ใจ	242	60.5	60.5	79.5
เห็นด้วย	54	13.5	13.5	93.0
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	28	7.0	7.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การทอ้งเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	73	18.3	18.3	18.3
ไม่เห็นด้วย	215	53.8	53.8	72.0
ไม่แน่ใจ	62	15.5	15.5	87.5
เห็นด้วย	19	4.8	4.8	92.3
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	31	7.8	7.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	296	74.0	74.0	74.0
ไม่เห็นด้วย	73	18.3	18.3	92.3
เห็นด้วย	12	3.0	3.0	95.3
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	19	4.8	4.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ท่องเที่ยวต่างประเทศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ท่องเที่ยวเลยในหนึ่งปี	227	56.8	56.8	56.8
2-3 ครั้ง ในหนึ่งปี	118	29.5	29.5	86.3
1 ครั้ง ในหนึ่งปี	43	10.8	10.8	97.0
มากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี	12	3.0	3.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ท่องเที่ยวในประเทศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มากกว่า 4 ครั้ง ในหนึ่งปี	247	61.8	61.8	61.8
2-3 ครั้ง ในหนึ่งปี	81	20.3	20.3	82.0
1 ครั้ง ในหนึ่งปี	72	18.0	18.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ภูมิภาค

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ฤดูหนาว	281	70.3	70.3	70.3
ฤดูฝน	74	18.5	18.5	88.8
ฤดูร้อน	45	11.3	11.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Sq14 Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
รูปแบบการท่องเที่ยว* การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	111	7.5%	28.2%
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือ ผจญภัย	236	15.9%	59.9%
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	133	9.0%	33.8%
การท่องเที่ยวเชิงกีฬา	78	5.3%	19.8%
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	199	13.4%	50.5%
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	156	10.5%	39.6%
การท่องเที่ยวทางเรือ	129	8.7%	32.7%
การท่องเที่ยวเพื่อ รับประทานอาหาร	139	9.4%	35.3%
การท่องเที่ยวเพื่อการ แต่งงาน	18	1.2%	4.6%
การท่องเที่ยวในแหล่งที่ มนุษย์สร้างขึ้น	25	1.7%	6.3%
การท่องเที่ยวเพื่อมาซื้อ สินค้า	118	8.0%	29.9%
การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วม ประชุม / สัมมนา	63	4.2%	16.0%
การท่องเที่ยวยามค่ำคืน	74	5.0%	18.8%
อื่น ๆ	5	.3%	1.3%
Total	1484	100.0%	376.6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชื้อนอุบลรัตน์	62	8.1	8.1	8.1
ศึกษาความเป็นอยู่ของผู้คน วิถีชีวิต	58	7.6	7.6	15.7
อาหารอีสาน	58	7.6	7.6	23.3
ดูการทอผ้าเป็นสิ่งที่ น่าสนใจมาก	56	7.3	7.3	30.6
การมาซื้อของเซ็นทรัล ห้างแฟรี่ ดิคคอมโมยะ	47	6.1	6.1	36.7
ไปไหว้พระทำบุญ	41	5.4	5.4	42.1
ไดโนเสาร์ภูเวียง	37	4.8	4.8	46.9
ศูนย์กลางการประชุมของ ภาคอีสาน	33	4.3	4.3	51.2
บางแสน 2	31	4.1	4.1	55.3
วัดหนองแวง ดูพระอาทิตย์ ตก	27	3.5	3.5	58.8
บูบาร์	26	3.4	3.4	62.2
กิจกรรมผจญภัย ทำทाय	25	3.3	3.3	65.5
อาหารอีสานมีเอกลักษณ์	24	3.1	3.1	68.6
แรด	23	3.0	3.0	71.6
อุทยานน้ำพอง ภูเก้า	22	2.9	2.9	74.5
ชื่อของฝากที่เป็นของกิน	21	2.7	2.7	77.3

การท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
แปลงสาธิตการเกษตร พืชผัก, การปลูกข้าว, เกษตรแบบ พอเพียง	20	2.6	2.6	79.9
ซื้อผ้าไหม	19	2.5	2.5	82.4
วัฒนธรรมความเป็นอยู่	18	2.4	2.4	84.7
ภูผาม่าน	17	2.2	2.2	86.9
พิพิธา 2	16	2.1	2.1	89.0
สถานที่ท่องเที่ยวตอนกลางคืน ในเมืองหลากหลาย	14	1.8	1.8	90.8
ร้านอาหารเอะบรรายกาศดี น่านั่งฟังเพลงและนั่งดื่ม	13	1.7	1.7	92.5
การล่องแพ การล่องเรือใน เขื่อนบรรายกาศดี	12	1.6	1.6	94.1
มาเพื่อตีกอล์ฟ และถือเป็นการ พักผ่อนไปด้วย	12	1.6	1.6	95.7
พระธาตุดูขามแก่น	11	1.4	1.4	97.1
ดูภาพวาดผ้าผืนงามตามวัดต่าง ๆ	9	1.2	1.2	98.3
ซิงค์บาร์	8	1.0	1.0	99.3
สวนสัตว์เขาสวนกว้าง	5	.7	.7	100.0
Total	765	100.0	100.0	

สถานที่พัก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ระบุ	39	35.5	35.5	35.5
	พรูแมน	19	17.3	17.3	52.7
	เจริญธานี	18	16.4	16.4	69.1
	ขอนแก่นไฮเต็ล	14	12.7	12.7	81.8
	โฆยะ	5	4.5	4.5	86.4
	นรากุล	5	4.5	4.5	90.9
	เป็นหนึ่งใน	4	3.6	3.6	94.5
	รีนรมย์	2	1.8	1.8	96.4
	เดอะเรสตีเดนซ์	2	1.8	1.8	98.2
	ขวัญมอ	2	1.8	1.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$v235 ^a	388	97.0%	12	3.0%	400	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Sv235 Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
ธรรมชาติ รู้จัก/ไม่รู้จัก ^a อุทยานแห่งชาติน้ำพอง, หินช้างสี	217	7.8%	55.9%
เขื่อนอุบลรัตน์ อ.อุบลรัตน์	388	13.9%	100.0%
อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ	241	8.6%	62.1%
บางแสน 2 และหาดจอมเทียน	333	11.9%	85.8%
ภูผาม่าน ถ้ำภูตาหลอ ถ้ำค้างคาว	223	8.0%	57.5%
พิทยา 2 อ.ภูเวียง	302	10.8%	77.8%
สวนสัตว์เขาสวนกวาง	218	7.8%	56.2%
อุทยานแห่งชาติภูเวียงโคโนเสาร์	306	10.9%	78.9%
หมู่บ้านเต่า	189	6.8%	48.7%
หมู่บ้านจุงอาง	247	8.8%	63.7%
ล่องแพ บ้านฝื่อ / ฟ้าเหล็ก	135	4.8%	34.8%
Total	2799	100.0%	721.4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Sv236 Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
ธรรมชาติ เคยไป/ไม่เคยไป ^a อุทยานแห่งชาติน้ำพอง, หินช้าง สี	125	6.4%	32.2%
เขื่อนอุบลรัตน์ อ.อุบลรัตน์	388	19.8%	100.0%
อุทยานแห่งชาติภูเก้า – ภูพานคำ	185	9.4%	47.7%
บางแสน 2 และหาดจอมเทียน	301	15.4%	77.6%
ภูผาม่าน ถ้ำภูตาคด ถ้ำค้างคาว	161	8.2%	41.5%
พิทยา 2 อ.ภูเวียง	258	13.2%	66.5%
สวนสัตว์เขาสวนกวาง	33	1.7%	8.5%
อุทยานแห่งชาติภูเวียงโคโนเสาร์	213	10.9%	54.9%
หมู่บ้านเต่า	126	6.4%	32.5%
หมู่บ้านจุงอาง	122	6.2%	31.4%
ล่องแพ บ้านฝื่อ / ฟ้าเหลี่ยม	48	2.4%	12.4%
Total	1960	100.0%	505.2%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Sv231 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
สถานที่ท่องเที่ยว รู้จัก/ ไม่รู้จัก ^a	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ขอนแก่น อ.เมือง	234	14.8%	61.4%
	วัดหนองแวง(พระมหาธาตุ เจดีย์เก้าชั้น)	247	15.6%	64.8%
	จิตรกรรมฝาผนังโบสถ์วัด ชัยศรี อ.เมือง	114	7.2%	29.9%
	พระธาตุขามแก่น อ.เมือง	229	14.5%	60.1%
	กลุ่มประภาลัย(วัดนาคำน้อย อ.น้ำพอง)	51	3.2%	13.4%
	วัดสระทองบ้านบัว อ.มัญจาคีรี	53	3.4%	13.9%
	ปราสาทเปือยน้อย อ.เปือยน้อย	166	10.5%	43.6%
	เมืองโบราณบ้านโนนเมือง อ.ชุมแพ	174	11.0%	45.7%
	บ้านเขื่อนลาว (Unseen In Thailand)	65	4.1%	17.1%
	จิตรกรรมฝาผนังวัดสระบัว แก้ว	67	4.2%	17.6%
	วัดป่าแสงอรุณ	112	7.1%	29.4%
	วัดป่าธรรมอุทยาน	68	4.3%	17.8%
	Total	1580	100.0%	414.7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Sv232 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
สถานที่ท่องเที่ยว เคยไป/ ไม่เคยไป ^a	พิพิธภัณฑ์แห่งชาติขอนแก่น อ.เมือง	106	11.7%	32.9%
	วัดหนองแวง(พระมหาธาตุเจดีย์เก้าชั้น)	177	19.5%	55.0%
	จิตรกรรมฝาผนัง โบสถ์วัดชัยศรี อ.เมือง	89	9.8%	27.6%
	พระธาตุดามแก่น อ.เมือง	151	16.6%	46.9%
	คูประภาชัย(วัดนาคำน้อย อ.น้ำพอง)	9	1.0%	2.8%
	วัดสระทองบ้านบัว อ.มัญจาคีรี	32	3.5%	9.9%
	ปราสาทเปือยน้อย อ.เปือยน้อย	109	12.0%	33.9%
	เมืองโบราณบ้านโนนเมือง อ.ชุมแพ	79	8.7%	24.5%
	บ้านเฮือนลาว (Unseen In Thailand)	38	4.2%	11.8%
	จิตรกรรมฝาผนังวัดสระบัวแก้ว	34	3.7%	10.6%
	วัดป่าแสงอรุณ	55	6.1%	17.1%
	วัดป่าธรรมอุทยาน	28	3.1%	8.7%
Total	907	100.0	281.7%	
			%	

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sv237 ^a	394	98.5%	6	1.5%	400	100.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Sv237 Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
การศึกษา รู้จัก/ไม่รู้จัก ^a บึงแก่นนครและโสมนวมัง	352	10.8%	89.3%
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	376	11.6%	95.4%
ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา อ.บ้านไผ่	249	7.7%	63.2%
ศาลาใหม่ไทย	189	5.8%	48.0%
ถนนสายใหม่	189	5.8%	48.0%
ค่ายเปรมติณสูลานนท์/หอเกียรติยศ รัฐบุรุษ	139	4.3%	35.3%
วัดป่าเวฬุวัน	236	7.3%	59.9%
วัดถ้ำเกิ้ง อ.บ้านฝาง	56	1.7%	14.2%
บึงทุ่งสร้าง	127	3.9%	32.2%
พิพิธภัณฑ์จอมพลสฤษดิ์	170	5.2%	43.1%
งานเทศกาลไหม - ประเพณีผูกเสี่ยว	314	9.7%	79.7%
งานสงกรานต์คอกกวนเสียงแคน	310	9.5%	78.7%
งานลอยกระทง	267	8.2%	67.8%
ขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ	158	4.9%	40.1%
สนามกอล์ฟ	116	3.6%	29.4%
Total	3248	100.0%	824.4%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Sv238 Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา	334	16.0%	86.1%
เคชไป/ไม่เคช ^a			
บึงแก่นนครและ โขงมนมั่ง	346	16.6%	89.2%
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	190	9.1%	49.0%
ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา อ.บ้านไผ่	152	7.3%	39.2%
ศาลาไหมไทย	152	7.3%	39.2%
ถนนสายไหม	30	1.4%	7.7%
ค่ายปรมดิณสูสานนท์/หอเกียรติยศรัฐบุรุษ	198	9.5%	51.0%
วัดป่าเวฬุวัน	18	.9%	4.6%
วัดท่าแก้ง อ.บ้านฝาง	91	4.4%	23.5%
บึงทุ่งสร้าง	78	3.7%	20.1%
พิพิธภัณฑ์จอมพลสฤษดิ์	208	10.0%	53.6%
งานเทศกาลไหม – ประเพณีผูกเสี่ยว	147	7.1%	37.9%
งานสงกรานต์ดอกกุหลาบ			
แคน			
งานลอยกระทง	79	3.8%	20.4%
ขอนแก่นมาราธอน	28	1.3%	7.2%
นานาชาติ			
สนามกอล์ฟ	32	1.5%	8.2%
Total	2083	100.0%	536.9%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Statistics

		พิพิธภัณฑ แห่งชาติ ขอนแก่น อ. เมือง	วัดหนองแวง (พระมหาธาตุ เจดีย์เก้าชั้น)	จิตรกรรมฝา ผนังโบสถ์วัดชัย ศรี อ.เมือง	พระราชอุทยาน แก่น อ.เมือง
N	Valid	106	177	89	151
	Missing	294	223	311	249
Mean		3.5377	4.3277	4.7416	4.4702

Statistics

		คูประภาชัย(วัด นาคำน้อย อ.น้ำ พอง)	วัดสระทองบ้าน บัว อ.มัญจาคีรี	ปราสาทเปือย น้อย อ.เปือย น้อย	เมืองโบราณ บ้านโนนเมือง อ.ชุมแพ
N	Valid	9	32	109	79
	Missing	391	368	291	321
Mean		4.0000	3.7813	3.8257	3.7722

Statistics

		บ้านเขื่อนลาว (Unseen In Thailand)	จิตรกรรมฝาผนัง วัดสระบัวแก้ว	วัดป่าแสงอรุณ	วัดป่าธรรม อุทยาน
N	Valid	38	34	55	28
	Missing	362	366	345	372
Mean		3.6316	4.0000	4.4909	4.0000

Statistics

		อุทยานแห่งชาติ น้ำพอง, หินช้าง สี	เขื่อนอุบลรัตน์ อ.อุบลรัตน์	อุทยานแห่งชาติ ภูเก้า – ภูพานคำ	บางแสน 2 และ หาดจอมเทียน
N	Valid	125	388	185	301
	Missing	275	12	215	99
Mean		4.3520	4.4485	4.1243	4.1960

Statistics

		ภูผาม่าน ถ้ำภูคา หลอ ถ้ำค้างคาว	พิทยา 2 อ.ภูเวียง	สวนสัตว์เขา สวนกวาง	อุทยานแห่งชาติ ภูเวียงไดโนเสาร์
N	Valid	161	258	33	213
	Missing	239	142	367	187
Mean		4.4224	4.0504	3.2121	4.3052

Statistics

		หมู่บ้านเต่า	หมู่บ้านจุงอาง	ล่องแพ บ้านฝื่อ / ฟ้าเหลี่ยม	บึงแก่นนครและ โสมนมัง
N	Valid	126	129	48	334
	Missing	274	271	352	66
Mean		3.2857	3.8915	4.0000	3.9461

Statistics

		มหาวิทยาลัยขอนแก่น	ศูนย์ วิทยาศาสตร์เพื่อ การศึกษา อ. บ้านไผ่	ศาลาใหม่ไทย	ถนนสายใหม่
N	Valid	358	190	152	152
	Missing	42	210	248	248
Mean		4.2291	4.4158	3.4276	3.5066

Statistics

		ค่ายเปรมติณสูลานนท์/หอ เกียรติยศรัฐบุรุษ	วัดป่าเวฬุวัน	วัดถ้ำแก้ง อ.บ้าน ฝาง	บึงทุ่งสร้าง
N	Valid	42	198	18	90
	Missing	358	202	382	310
Mean		3.0000	4.5455	2.0000	3.4889

Statistics

		พิพิธภัณฑ์จอม พลสฤษดิ์	งานเทศกาลใหม่ - ประเพณีผูก เสี่ยว	งานสงกรานต์ ดอกคูณเสียว แคน	งานลอยกระทง
N	Valid	78	208	142	81
	Missing	322	192	258	319
Mean		3.3846	4.1010	4.1408	4.3086

Statistics

		ขอนแก่น มาราธอน นานาชาติ	สนามกอล์ฟ
N	Valid	36	32
	Missing	364	368
Mean		3.9722	4.2813

การท่องเที่ยวยามค่ำคืน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	U-bar	25	6.3	27.5	27.5
	ตลาดโต้รุ่ง	20	5.0	22.0	49.5
	Rad	18	4.5	19.8	69.2
	ตะวันแดง	13	3.3	14.3	83.5
	โรงแรมโมยะ	11	2.8	12.1	95.6
	ท็อปเวส	2	.5	2.2	97.8
	sync	2	.5	2.2	100.0
Total		91	22.8	100.0	
Missing	System	309	77.3		
Total		400	100.0		

จุดหมายต่อไป

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่มี กลับภูมิลำเนา	220	55.0	55.0	55.0
มี ไม่ระบุที่หมาย	88	22.0	22.0	77.0
กรุงเทพมหานคร	14	3.5	3.5	80.5
จังหวัดนครราชสีมา	12	3.0	3.0	83.5
กรุงเทพมหานครทำธุระ	9	2.3	2.3	85.8
จังหวัดหนองคาย	7	1.8	1.8	87.5
จังหวัดนครราชสีมาเพื่อติดต่อธุรกิจ	6	1.5	1.5	89.0
จังหวัดอุบลราชธานีเยี่ยมญาติ	5	1.3	1.3	90.3
จังหวัดเพชรบูรณ์เที่ยวเขาค้อ	5	1.3	1.3	91.5
จังหวัดเชียงใหม่	5	1.3	1.3	92.8
จังหวัดหนองคายเพื่อข้ามไปลาว	4	1.0	1.0	93.8
จังหวัดอุดรเพื่อเยี่ยมญาติ	4	1.0	1.0	94.8
จังหวัดกาฬสินธุ์เที่ยวไดโนเสาร์	4	1.0	1.0	95.8
จังหวัดสาคามเยี่ยมญาติ	4	1.0	1.0	96.8
จังหวัดเลยเที่ยวเข็วเข็วคาน	3	.8	.8	97.5
จังหวัดสาคาม	3	.8	.8	98.3
จังหวัดนครพนมเพื่อไหว้พระธาตุ พนม	2	.5	.5	98.8
จังหวัดร้อยเอ็ด	2	.5	.5	99.3
จังหวัดพิษณุโลก	2	.5	.5	99.8
ภูเก็ต เพื่อติดต่อธุรกิจและเที่ยวค้ำน้ำ	1	.3	.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

การกลับมาจังหวัดขอนแก่น

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid มาแต่ไม่ระบุ	229	57.3	57.3	57.3
มาเพราะ เดินทางสะดวก	32	8.0	8.0	65.3
มาเพราะ สถานที่ท่องเที่ยว สวยงาม	13	3.3	3.3	68.5
มาเพราะ มาเยี่ยมญาติ	12	3.0	3.0	71.5
มาเพราะ มาซื้อปิ้ง	16	4.0	4.0	75.5
มาเพราะ ชอบอาหาร รสชาติอร่อย	14	3.5	3.5	79.0
มาเพราะ ยังเที่ยวไม่ครบ	14	3.5	3.5	82.5
มาเพราะ เป็นทางผ่านจึง แวะเที่ยวและซื้อสินค้าของ ฝาก	29	7.3	7.3	89.8
มาเพราะ ผู้คนเป็นมิตร	21	5.3	5.3	95.0
ไม่มา เพราะ ไม่ประทับใจ สถานที่ท่องเที่ยว	1	.3	.3	95.3
ไม่แน่ใจ เพราะ ถ้าจำเป็นถึง จะมาไม่จำเป็นก็ไม่มา	5	1.3	1.3	96.5
ไม่แน่ใจ ไม่ระบุ	14	3.5	3.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

แนะนำ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid แนะนำ ไม่ระบุ	261	65.3	65.3	65.3
แนะนำ เพราะ การเดินทางสะดวก	53	13.3	13.3	78.5
แนะนำ เพราะ อาหารอร่อย	12	3.0	3.0	81.5
แนะนำ เพราะ ราคาไม่แพง	15	3.8	3.8	85.3
แนะนำ เพราะ บ้านเมืองน่าอยู่	10	2.5	2.5	87.8
แนะนำ เพราะ ที่เที่ยวกลางคืน เยอะ	8	2.0	2.0	89.8
แนะนำ เพราะ โรงแรมที่พักดีและ ไม่แพงด้วย	15	3.8	3.8	93.5
แนะนำ เพราะ สถานที่เที่ยวสวย	8	2.0	2.0	95.5
แนะนำ เพราะ สาวขอนแก่นสวยดี	2	.5	.5	96.0
แนะนำ เพราะ ขอนแก่นมีที่เที่ยว หลากหลาย	10	2.5	2.5	98.5
ไม่แนะนำ เพราะ ไม่มีอะไรให้ เที่ยว	4	1.0	1.0	99.5
ไม่แนะนำ เพราะ เมื่อไปเที่ยวแล้ว ไม่ประทับใจ	2	.5	.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมต่างกัน

เพศ * จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
		ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
เพศ	ชาย	18	26	68	87	199
	หญิง	35	26	34	106	201
Total		53	52	102	193	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.647 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	18.967	3	.000
Linear-by-Linear Association	.506	1	.477
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25.87.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	-.036	.050	-.711	.478 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.012	.051	.238	.812 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เพศ * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ช่วงเทศกาลวันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	อื่น ๆ	
เพศ ชาย	65	119	5	10	199
หญิง	60	110	16	15	201
Total	125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.306 ^a	3	.063
Likelihood Ratio	7.610	3	.055
Linear-by-Linear Association	2.884	1	.089
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10.45.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.085	.049	1.702	.089 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.075	.050	1.509	.132 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เพศ * พาหนะที่ใช้เดินทาง

Crosstab

Count

	พาหนะที่ใช้เดินทาง						Total
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
เพศ ชาย	172	0	1	4	22	0	199
หญิง	144	2	17	12	21	5	201
Total	316	2	18	16	43	5	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.717 ^a	5	.000
Likelihood Ratio	33.617	5	.000
Linear-by-Linear Association	7.228	1	.007
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.00.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.135	.049	2.710	.007 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.165	.048	3.331	.001 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เพศ * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

		เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
		คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
เพศ	ชาย	6	48	94	51	199
	หญิง	1	68	82	50	201
Total		7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.838 ^a	3	.049
Likelihood Ratio	8.247	3	.041
Linear-by-Linear Association	.484	1	.487
N of Valid Cases	400		

a. 2 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.48.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.035	.050	-.695	.487 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.046	.050	-.924	.356 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เพศ * ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							Total
	ไม่ค้าง คืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
เพศ ชาย	55	47	60	25	4	3	5	199
หญิง	39	48	76	14	14	5	5	201
Total	94	95	136	39	18	8	10	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.765 ^a	6	.032
Likelihood Ratio	14.158	6	.028
Linear-by-Linear Association	2.857	1	.091
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (21.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.98.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Pearson's R	.085	.050	1.694	.091 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.085	.050	1.712	.088 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เพศ * จะกลับท้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จะกลับท้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			Total
		มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
เพศ	ชาย	191	0	8	199
	หญิง	189	1	11	201
Total		380	1	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.474 ^a	2	.478
Likelihood Ratio	1.862	2	.394
Linear-by-Linear Association	.631	1	.427
N of Valid Cases	400		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .50.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.040	.049	.794	.428 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.044	.049	.884	.377 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
		ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
อายุ	15-25 ปี	7	10	12	26	55
	26-35 ปี	19	22	42	69	152
	36-45 ปี	11	1	22	47	81
	46-55 ปี	13	9	23	45	90
	มากกว่า 56 ปี	3	10	3	6	22
Total		53	52	102	193	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34.445 ^a	12	.001
Likelihood Ratio	33.559	12	.001
Linear-by-Linear Association	.240	1	.624
N of Valid Cases	400		

a. 2 cells (10.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.86.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.025	.051	-.490	.624 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.003	.051	-.062	.950 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
		ช่วงเทศกาลวันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	อื่นๆ	
อายุ	15-25 ปี	11	41	1	2	55
	26-35 ปี	35	99	12	6	152
	36-45 ปี	35	31	3	12	81
	46-55 ปี	32	49	4	5	90
	มากกว่า 56 ปี	12	9	1	0	22
Total		125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40.950 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	40.171	12	.000
Linear-by-Linear Association	3.859	1	.049
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.16.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.098	.045	-1.971	.049 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.140	.047	-2.813	.005 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * พาหนะที่ใช้เดินทาง

Crosstab

Count

	พาหนะที่ใช้เดินทาง						Total
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่า เหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
อายุ 15-25 ปี	42	0	8	5	0	0	55
26-35 ปี	126	2	2	4	17	1	152
36-45 ปี	66	0	8	3	4	0	81
46-55 ปี	64	0	0	3	20	3	90
มากกว่า 56 ปี	18	0	0	1	2	1	22
Total	316	2	18	16	43	5	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	61.531 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	65.698	20	.000
Linear-by-Linear Association	5.105	1	.024
N of Valid Cases	400		

a. 19 cells (63.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .11.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.113	.050	2.271	.024 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.076	.052	1.522	.129 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

	เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
อายุ 15-25 ปี	0	11	14	30	55
26-35 ปี	1	57	65	29	152
36-45 ปี	6	13	45	17	81
46-55 ปี	0	30	38	22	90
มากกว่า 56 ปี	0	5	14	3	22
Total	7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	61.232 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	54.726	12	.000
Linear-by-Linear Association	2.767	1	.096
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .39.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.083	.049	-1.667	.096 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.084	.051	-1.682	.093 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							Total
	ไม่ค้าง คืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
อายุ 15-25 ปี	24	9	10	6	1	1	4	55
26-35 ปี	34	35	55	16	5	4	3	152
36-45 ปี	7	29	30	7	6	1	1	81
46-55 ปี	25	21	27	10	5	2	0	90
มากกว่า 56 ปี	4	1	14	0	1	0	2	22
Total	94	95	136	39	18	8	10	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56.898 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	60.019	24	.000
Linear-by-Linear Association	.588	1	.443
N of Valid Cases	400		

a. 15 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.038	.055	.767	.444 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.068	.053	1.365	.173 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			Total
		มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
อายุ	15-25 ปี	50	0	5	55
	26-35 ปี	141	0	11	152
	36-45 ปี	80	1	0	81
	46-55 ปี	87	0	3	90
	มากกว่า 56 ปี	22	0	0	22
Total		380	1	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.754 ^a	8	.088
Likelihood Ratio	17.205	8	.028
Linear-by-Linear Association	5.924	1	.015
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	-.122	.044	-2.449	.015 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.122	.046	-2.453	.015 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
		ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
สถานภาพ	โสด	31	31	72	138	272
	สมรส	17	21	30	55	123
	อื่นๆ	5	0	0	0	5
Total		53	52	102	193	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36.405 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	23.799	6	.001
Linear-by-Linear Association	8.907	1	.003
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .65.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.149	.056	-3.015	.003 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.111	.052	-2.234	.026 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์- อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาลวันหยุด	อื่นๆ	
สถานภาพ โสด	79	162	17	14	272
สมรส	41	67	4	11	123
อื่นๆ	5	0	0	0	5
Total	125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.424 ^a	6	.017
Likelihood Ratio	16.044	6	.014
Linear-by-Linear Association	.840	1	.359
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.046	.052	-.916	.360 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.061	.052	-1.220	.223 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์- อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาลวันหยุด	อื่น ๆ	
สถานภาพ โสด	79	162	17	14	272
สมรส	41	67	4	11	123
อื่น ๆ	5	0	0	0	5
Total	125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.424 ^a	6	.017
Likelihood Ratio	16.044	6	.014
Linear-by-Linear Association	.840	1	.359
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.046	.052	-.916	.360 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.061	.052	-1.220	.223 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

		เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
		คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
สถานภาพ	โสด	7	83	107	75	272
	สมรส	0	28	69	26	123
	อื่นๆ	0	5	0	0	5
Total		7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.152 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	26.188	6	.000
Linear-by-Linear Association	.092	1	.761
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	-.015	.048	-.304	.762 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.001	.048	-.027	.978 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							Total
	ไม่ค้าง คืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
สถานภาพ โสด	69	65	80	27	15	7	9	272
สมรส	25	30	51	12	3	1	1	123
อื่นๆ	0	0	5	0	0	0	0	5
Total	94	95	136	39	18	8	10	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.578 ^a	12	.076
Likelihood Ratio	21.468	12	.044
Linear-by-Linear Association	.269	1	.604
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Pearson's R	-.026	.043	-.518	.605 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.016	.047	.319	.750 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * จะกลับท้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	จะกลับท้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			Total
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
สถานภาพ โสด	255	1	16	272
สมรส	120	0	3	123
อื่น ๆ	5	0	0	5
Total	380	1	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.968 ^a	4	.563
Likelihood Ratio	3.756	4	.440
Linear-by-Linear Association	2.679	1	.102
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (55.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.082	.038	-1.640	.102 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.084	.039	-1.684	.093 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
การศึกษา ประถมศึกษา	0	0	0	5	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	0	11	12	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	17	12	17	13	59
อนุปริญญา / ปวส.	1	5	1	5	12
ปริญญาตรี	31	30	66	139	266
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5	7	19	32
Total	53	52	102	193	400

Chi-Square Tests

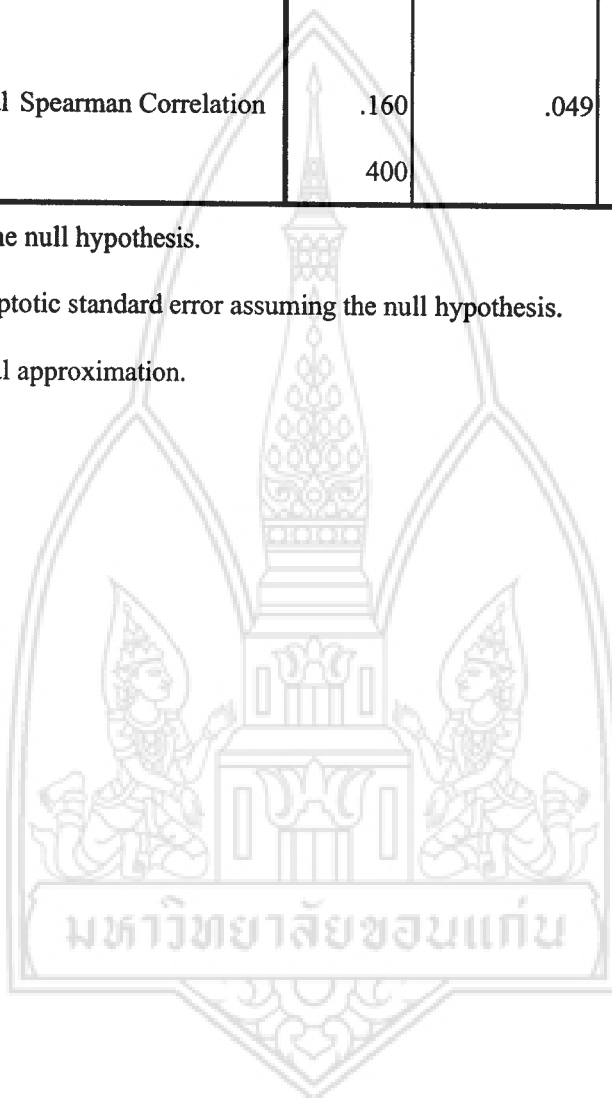
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48.575 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	51.243	15	.000
Linear-by-Linear Association	6.176	1	.013
N of Valid Cases	400		

a. 11 cells (45.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .65.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.124	.050	2.501	.013 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.160	.049	3.233	.001 ^c
N of Valid Cases		400			

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
- c. Based on normal approximation.



การศึกษา * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุด ต่อเนื่อง (ศุกร์- เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
การศึกษา ประถมศึกษา	0	0	0	5	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	15	1	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	10	43	0	6	59
อนุปริญญา / ปวส.	5	2	5	0	12
ปริญญาตรี	84	158	10	14	266
สูงกว่าปริญญาตรี	16	11	5	0	32
Total	125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	139.864 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	81.144	15	.000
Linear-by-Linear Association	9.956	1	.002
N of Valid Cases	400		

a. 13 cells (54.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.158	.060	-3.191	.002 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.128	.052	-2.581	.010 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * พาหนะที่ใช้เดินทาง

Crosstab

Count

	พาหนะที่ใช้เดินทาง						Total
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	รถจักรยานยนต์	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
การศึกษา ประถมศึกษา	5	0	0	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	23	0	1	0	2	0	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	40	0	1	6	12	0	59
อนุปริญญา / ปวส.	8	2	0	1	1	0	12
ปริญญาตรี	213	0	14	9	27	3	266
สูงกว่าปริญญาตรี	27	0	2	0	1	2	32
Total	316	2	18	16	43	5	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	93.300 ^a	25	.000
Likelihood Ratio	42.740	25	.015
Linear-by-Linear Association	.324	1	.569
N of Valid Cases	400		

a. 27 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.028	.048	-.569	.570 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.052	.050	-1.030	.303 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

	เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
การศึกษา ประถมศึกษา	5	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	5	19	2	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0	28	22	9	59
อนุปริญญา / ปวส.	0	5	7	0	12
ปริญญาตรี	2	70	118	76	266
สูงกว่าปริญญาตรี	0	8	10	14	32
Total	7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	315.163 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	79.579	15	.000
Linear-by-Linear Association	23.160	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 11 cells (45.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Pearson's R	.241	.052	4.952	.000 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.215	.048	4.389	.000 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

	เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
การศึกษา ประถมศึกษา	5	0	0	0	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	5	19	2	26
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0	28	22	9	59
อนุปริญญา / ปวส.	0	5	7	0	12
ปริญญาตรี	2	70	118	76	266
สูงกว่าปริญญาตรี	0	8	10	14	32
Total	7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	315.163 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	79.579	15	.000
Linear-by-Linear Association	23.160	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 11 cells (45.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.241	.052	4.952	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.215	.048	4.389	.000 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * จะกลับห้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จะกลับห้องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			Total
		มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
การศึกษา	ประถมศึกษา	5	0	0	5
	มัธยมศึกษาตอนต้น	25	1	0	26
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	48	0	11	59
	อนุปริญญา / ปวส.	12	0	0	12
	ปริญญาตรี	258	0	8	266
	สูงกว่าปริญญาตรี	32	0	0	32
Total		380	1	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45.026 ^a	10	.000
Likelihood Ratio	29.693	10	.001
Linear-by-Linear Association	8.515	1	.004
N of Valid Cases	400		

a. 12 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Pearson's R	-.146	.048	-2.946	.003 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.170	.048	-3.435	.001 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

		จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
		ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
อาชีพ	ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	14	10	24	59	107
	ธุรกิจส่วนตัว	10	17	33	35	95
	พนักงานบริษัท/ตัวแทน ขาย	17	15	27	50	109
	นักเรียน/นักศึกษา	4	7	12	39	62
	อื่น ๆ	8	3	6	10	27
Total		53	52	102	193	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23.563 ^a	12	.023
Likelihood Ratio	22.381	12	.033
Linear-by-Linear Association	.099	1	.753
N of Valid Cases	400		

a. 2 cells (10.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.51.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.016	.053	-.314	.754 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.017	.051	-.332	.740 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุด ต่อเนื่อง (ศุกร์- เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
อาชีพข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	32	63	9	3	107
ธุรกิจส่วนตัว	27	49	2	17	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทน ขาย	36	66	6	1	109
นักเรียน/นักศึกษา	17	39	3	3	62
อื่น ๆ	13	12	1	1	27
Total	125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37.148 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	33.564	12	.001
Linear-by-Linear Association	2.137	1	.144
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.42.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.073	.048	-1.464	.144 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.067	.049	-1.341	.181 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * พาหนะที่ใช้เดินทาง

Crosstab

Count

	พาหนะที่ใช้เดินทาง						Total
	รถยนต์ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสารประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่าเหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
อาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	88	0	1	4	12	2	107
ธุรกิจส่วนตัว	86	0	0	1	8	0	95
พนักงานบริษัท/ ค้าแทนขาย	82	2	2	3	18	2	109
นักเรียน/นักศึกษา	42	0	8	7	4	1	62
อื่นๆ	18	0	7	1	1	0	27
Total	316	2	18	16	43	5	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	74.230 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	62.221	20	.000
Linear-by-Linear Association	2.291	1	.130
N of Valid Cases	400		

a. 21 cells (70.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.076	.047	1.516	.130 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.129	.051	2.589	.010 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

	เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
อาชีพ ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	0	37	40	30	107
ธุรกิจส่วนตัว	6	21	62	6	95
พนักงานบริษัท/ตัวแทน ขาย	1	34	39	35	109
นักเรียน/นักศึกษา	0	18	21	23	62
อื่น ๆ	0	6	14	7	27
Total	7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52.117 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	55.401	12	.000
Linear-by-Linear Association	3.582	1	.058
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .47.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Pearson's R	.095	.048	1.899	.058 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.087	.051	1.734	.084 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							Total
	ไม่ต่าง คืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
อาชีพ ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	30	21	36	12	4	4	0	107
ธุรกิจส่วนตัว	15	21	44	9	5	1	0	95
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	21	32	32	13	7	1	3	109
นักเรียน/นักศึกษา	22	15	15	3	1	1	5	62
อื่นๆ	6	6	9	2	1	1	2	27
Total	94	95	136	39	18	8	10	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40.298 ^a	24	.020
Likelihood Ratio	41.562	24	.014
Linear-by-Linear Association	.162	1	.687
N of Valid Cases	400		

a. 16 cells (45.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .54.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.020	.057	.402	.688 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.023	.052	-.467	.641 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	22.148 ^a	8	.005
Likelihood Ratio	22.993	8	.003
Linear-by-Linear Association	6.335	1	.012
N of Valid Cases	400		

a. 8 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .07.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.126	.021	-2.534	.012 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.114	.032	-2.289	.023 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ครั้งแรก	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	16	19	16	33	84
15,000-25,000 บาท	23	4	40	58	125
25,000-35,000 บาท	9	12	27	44	92
35,000- 45,000 บาท	2	9	2	33	46
45,000-55,000 บาท	2	3	11	15	31
55,000-65,000 บาท	0	0	5	5	10
มากกว่า 65,000 บาท	1	5	1	5	12
Total	53	52	102	193	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	60.597 ^a	18	.000
Likelihood Ratio	67.524	18	.000
Linear-by-Linear Association	6.419	1	.011
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (32.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.30.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.127	.048	2.551	.011 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.144	.050	2.894	.004 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น				Total
	ช่วงเทศกาล วันหยุด	วันหยุด ต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)	ไม่ใช่ช่วง เทศกาล วันหยุด	อื่น ๆ	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	20	54	1	9	84
15,000-25,000 บาท	30	76	13	6	125
25,000-35,000 บาท	36	50	4	2	92
35,000- 45,000 บาท	22	16	2	6	46
45,000-55,000 บาท	12	16	1	2	31
55,000-65,000 บาท	0	10	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	5	7	0	0	12
Total	125	229	21	25	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	42.998 ^a	18	.001
Likelihood Ratio	47.664	18	.000
Linear-by-Linear Association	4.621	1	.032
N of Valid Cases	400		

a. 12 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .53.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.108	.046	-2.159	.031 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.135	.049	-2.714	.007 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * พาหนะที่ใช้เดินทาง

Crosstab

Count

	พาหนะที่ใช้เดินทาง						Total
	รถยนต์ ส่วนตัว	รถไฟ	รถโดยสาร ประจำทาง	เครื่องบิน	รถเช่า เหมา	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	61	0	13	5	5	0	84
15,000-25,000 บาท	99	2	3	5	16	0	125
25,000-35,000 บาท	67	0	2	2	16	5	92
35,000- 45,000 บาท	42	0	0	2	2	0	46
45,000-55,000 บาท	26	0	0	2	3	0	31
55,000-65,000 บาท	10	0	0	0	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	11	0	0	0	1	0	12
Total	316	2	18	16	43	5	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	64.985 ^a	30	.000
Likelihood Ratio	61.450	30	.001
Linear-by-Linear Association	2.460	1	.117
N of Valid Cases	400		

a. 30 cells (71.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .05.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.079	.041	-1.571	.117 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.093	.046	-1.854	.065 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด

Crosstab

Count

	เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด				Total
	คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	หน่วยงาน / สถานศึกษา	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	16	33	31	84
15,000-25,000 บาท	2	55	45	23	125
25,000-35,000 บาท	1	29	38	24	92
35,000- 45,000 บาท	0	8	24	14	46
45,000-55,000 บาท	0	8	14	9	31
55,000-65,000 บาท	0	0	10	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	0	0	12	0	12
Total	7	116	176	101	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	59.600 ^a	18	.000
Likelihood Ratio	66.858	18	.000
Linear-by-Linear Association	.919	1	.338
N of Valid Cases	400		

a. 12 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .18.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Pearson's R	.048	.041	.959	.338 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.031	.049	.618	.537 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น							Total
	ไม่ค้าง คืน	ค้าง 1 คืน	ค้าง 2 คืน	ค้าง 3 คืน	ค้าง 4 คืน	ค้าง 5 คืน	มากกว่า 6 คืน	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	19	19	26	10	3	2	5	84
15,000-25,000 บาท	26	34	41	13	6	3	2	125
25,000-35,000 บาท	21	27	30	9	2	1	2	92
35,000- 45,000 บาท	10	8	15	6	5	2	0	46
45,000-55,000 บาท	14	6	7	1	2	0	1	31
55,000-65,000 บาท	0	1	9	0	0	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	4	0	8	0	0	0	0	12
Total	94	95	136	39	18	8	10	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50.877 ^a	36	.051
Likelihood Ratio	55.378	36	.020
Linear-by-Linear Association	1.825	1	.177
N of Valid Cases	400		

a. 30 cells (61.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.068	.047	-1.352	.177 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.048	.051	-.953	.341 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

Crosstab

Count

	จะกลับท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น			Total
	มา	ไม่มา	ไม่แน่ใจ	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	81	0	3	84
15,000-25,000 บาท	111	1	13	125
25,000-35,000 บาท	89	0	3	92
35,000- 45,000 บาท	46	0	0	46
45,000-55,000 บาท	31	0	0	31
55,000-65,000 บาท	10	0	0	10
มากกว่า 65,000 บาท	12	0	0	12
Total	380	1	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.792 ^a	12	.158
Likelihood Ratio	19.554	12	.076
Linear-by-Linear Association	5.030	1	.025
N of Valid Cases	400		

a. 13 cells (61.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Pearson's R	-.112	.024	-2.254	.025 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.108	.030	-2.168	.031 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สมมุติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นต่างกัน

Group Statistics

	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต	หญิง	201	4.7114	.47573	.03356
	ชาย	199	4.4372	.85566	.06066
การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง	หญิง	201	3.6965	.67263	.04744
	ชาย	199	3.5176	1.22204	.08663
การท่องเที่ยวเพื่อได้พจนานุกรมหรือพบเห็นสิ่งที่ทำท่าย	หญิง	201	3.1294	.70227	.04953
	ชาย	199	2.9799	.94259	.06682
การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	หญิง	201	1.9005	.96439	.06802
	ชาย	199	2.7035	1.01381	.07187
ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว	หญิง	201	1.5622	1.09880	.07750
	ชาย	199	1.3618	.88177	.06251

เพศ * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

			การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
			ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
เพศ	ชาย	Count	12	12	52	123	199
		% of Total	3.0%	3.0%	13.0%	30.8%	49.8%
	หญิง	Count	0	2	54	145	201
		% of Total	.0%	.5%	13.5%	36.3%	50.3%
Total		Count	12	14	106	268	400
		% of Total	3.0%	3.5%	26.5%	67.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.977 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	26.396	3	.000
Linear-by-Linear Association	15.176	1	.000
N of Valid Cases	400		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.195	.042	3.967	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.140	.049	2.828	.005 ^c
N of Valid Cases	400			

เพศ * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

			การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เพศ ชาย	Count	19	24	33	81	42	199	
	% of Total	4.8%	6.0%	8.3%	20.3%	10.5%	49.8%	
หญิง	Count	0	12	49	128	12	201	
	% of Total	.0%	3.0%	12.3%	32.0%	3.0%	50.3%	
Total	Count	19	36	82	209	54	400	
	% of Total	4.8%	9.0%	20.5%	52.3%	13.5%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53.349 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	61.861	4	.000
Linear-by-Linear Association	3.281	1	.070
N of Valid Cases	400		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.091	.048	1.816	.070 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.016	.052	.316	.752 ^c
N of Valid Cases	400			

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เพศ * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

			การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
เพศ	ชาย	Count	12	41	98	35	13	199
		% of Total	3.0%	10.3%	24.5%	8.8%	3.3%	49.8%
	หญิง	Count	0	23	144	19	15	201
		% of Total	.0%	5.8%	36.0%	4.8%	3.8%	50.3%
Total		Count	12	64	242	54	28	400
		% of Total	3.0%	16.0%	60.5%	13.5%	7.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	30.681 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	35.510	4	.000
Linear-by-Linear Association	3.220	1	.073
N of Valid Cases	400		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.090	.049	1.799	.073 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.075	.051	1.504	.133 ^c
N of Valid Cases	400			

เพศ * การท่องเที่ยวเพื่อจะได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อจะได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เพศ ชาย	Count	8	98	56	19	18	199
	Expected Count	36.3	107.0	30.8	9.5	15.4	199.0
หญิง	Count	65	117	6	0	13	201
	Expected Count	36.7	108.0	31.2	9.5	15.6	201.0
Total	Count	73	215	62	19	31	400
	Expected Count	73.0	215.0	62.0	19.0	31.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	106.308 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	126.081	4	.000
Linear-by-Linear Association	56.671	1	.000
N of Valid Cases	400		

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.377	.046	-8.117	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.464	.039	-10.462	.000 ^c
N of Valid Cases		400			

เพศ * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

			ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
เพศ ชาย	Count	160	24	12	3	199	
	Expected Count	147.3	36.3	6.0	9.5	199.0	
หญิง	Count	136	49	0	16	201	
	Expected Count	148.7	36.7	6.0	9.5	201.0	
Total	Count	296	73	12	19	400	
	Expected Count	296.0	73.0	12.0	19.0	400.0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.393 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	37.076	3	.000
Linear-by-Linear Association	4.011	1	.045
N of Valid Cases	400		

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.100	.048	2.010	.045 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.139	.049	2.807	.005 ^c
N of Valid Cases	400			

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

อายุ * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
อายุ 15-25 ปี	Count	0	5	22	28	55
	Expected Count	1.7	1.9	14.6	36.9	55.0
26-35 ปี	Count	11	0	44	97	152
	Expected Count	4.6	5.3	40.3	101.8	152.0
36-45 ปี	Count	0	0	33	48	81
	Expected Count	2.4	2.8	21.5	54.3	81.0
46-55 ปี	Count	1	2	7	80	90
	Expected Count	2.7	3.2	23.9	60.3	90.0
มากกว่า 56 ปี	Count	0	7	0	15	22
	Expected Count	.7	.8	5.8	14.7	22.0
Total	Count	12	14	106	268	400
	Expected Count	12.0	14.0	106.0	268.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	116.378 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	102.272	12	.000
Linear-by-Linear Association	7.885	1	.005
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (45.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .66.

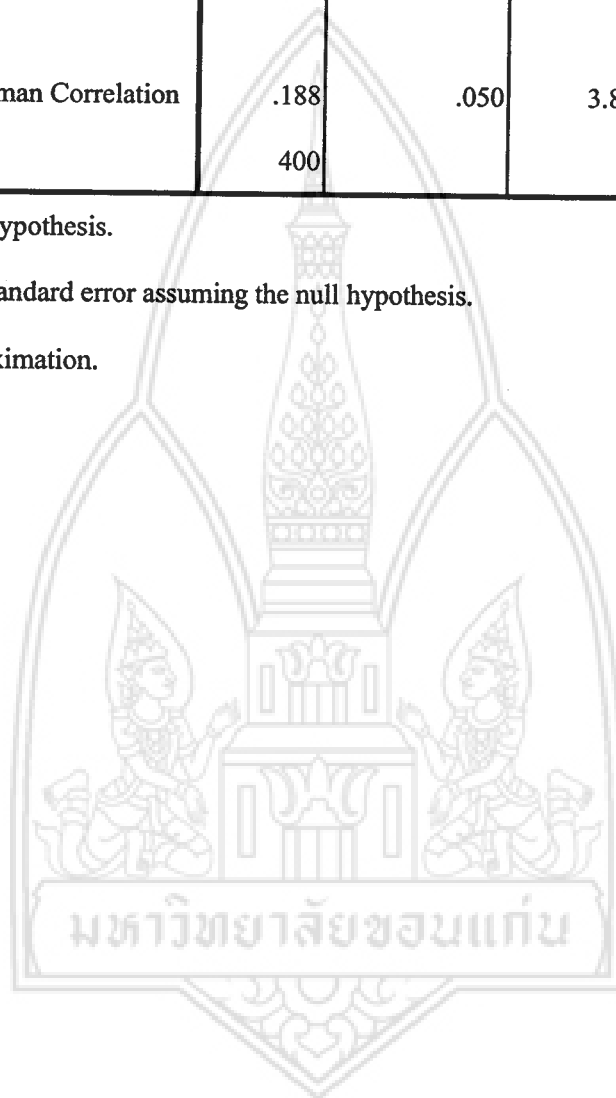
Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.141	.052	2.833	.005 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.188	.050	3.813	.000 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.



อายุ * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
อายุ 15-25 ปี	Count	0	1	18	20	16	55
	Expected Count	2.6	5.0	11.3	28.7	7.4	55.0
26-35 ปี	Count	0	8	49	76	19	152
	Expected Count	7.2	13.7	31.2	79.4	20.5	152.0
36-45 ปี	Count	12	11	5	36	17	81
	Expected Count	3.8	7.3	16.6	42.3	10.9	81.0
46-55 ปี	Count	0	14	10	64	2	90
	Expected Count	4.3	8.1	18.5	47.0	12.2	90.0
มากกว่า 56 ปี	Count	7	2	0	13	0	22
	Expected Count	1.0	2.0	4.5	11.5	3.0	22.0
Total	Count	19	36	82	209	54	400
	Expected Count	19.0	36.0	82.0	209.0	54.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	142.631 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	142.745	16	.000
Linear-by-Linear Association	13.615	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.05.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.185	.047	-3.750	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.113	.049	-2.278	.023 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
อายุ 15-25 ปี	Count	0	17	21	12	5	55
	Expected	1.7	8.8	33.3	7.4	3.9	55.0
26-35 ปี	Count	11	15	95	19	12	152
	Expected	4.6	24.3	92.0	20.5	10.6	152.0
36-45 ปี	Count	0	13	54	12	2	81
	Expected	2.4	13.0	49.0	10.9	5.7	81.0
46-55 ปี	Count	1	18	58	11	2	90
	Expected	2.7	14.4	54.5	12.2	6.3	90.0
มากกว่า 56 ปี	Count	0	1	14	0	7	22
	Expected	.7	3.5	13.3	3.0	1.5	22.0
Total	Count	12	64	242	54	28	400
	Expected	12.0	64.0	242.0	54.0	28.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65.527 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	63.525	16	.000
Linear-by-Linear Association	.411	1	.522
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (36.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .66.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.032	.054	.640	.522 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.008	.054	.160	.873 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

			การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
อายุ 15-25 ปี	Count		2	36	11	1	5	55
	Expected		10.0	29.6	8.5	2.6	4.3	55.0
26-35 ปี	Count		18	112	8	2	12	152
	Expected		27.7	81.7	23.6	7.2	11.8	152.0
36-45 ปี	Count		27	21	22	0	11	81
	Expected		14.8	43.5	12.6	3.8	6.3	81.0
46-55 ปี	Count		22	38	20	7	3	90
	Expected		16.4	48.4	14.0	4.3	7.0	90.0
มากกว่า 56 ปี	Count		4	8	1	9	0	22
	Expected		4.0	11.8	3.4	1.0	1.7	22.0
Total	Count		73	215	62	19	31	400
	Expected		73.0	215.0	62.0	19.0	31.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	150.607 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	125.846	16	.000
Linear-by-Linear Association	.095	1	.758
N of Valid Cases	400		

a. 8 cells (32.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.05.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.015	.050	.307	.759 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.006	.051	-.118	.906 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อายุ * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

			ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
			ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
อายุ	15-25 ปี	Count	53	1	0	1	55
		Expected	40.7	10.0	1.7	2.6	55.0
	26-35 ปี	Count	123	6	11	12	152
		Expected	112.5	27.7	4.6	7.2	152.0
	36-45 ปี	Count	42	36	0	3	81
		Expected	59.9	14.8	2.4	3.8	81.0
	46-55 ปี	Count	67	19	1	3	90
		Expected	66.6	16.4	2.7	4.3	90.0
	มากกว่า 56 ปี	Count	11	11	0	0	22
		Expected	16.3	4.0	.7	1.0	22.0
Total		Count	296	73	12	19	400
		Expected	296.0	73.0	12.0	19.0	400.0
		Count					

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	100.647 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	105.133	12	.000
Linear-by-Linear Association	.650	1	.420
N of Valid Cases	400		

a. 10 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .66.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.040	.041	.806	.421 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.204	.045	4.168	.000 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
สถานภาพ โสด	Count	4	8	72	188	272
	Expected Count	8.2	9.5	72.1	182.2	272.0
สมรส	Count	8	6	34	75	123
	Expected Count	3.7	4.3	32.6	82.4	123.0
อื่นๆ	Count	0	0	0	5	5
	Expected Count	.2	.2	1.3	3.4	5.0
Total	Count	12	14	106	268	400
	Expected Count	12.0	14.0	106.0	268.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.437 ^a	6	.076
Likelihood Ratio	12.160	6	.058
Linear-by-Linear Association	3.709	1	.054
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Pearson's R	-.096	.052	-1.932	.054 ^c
Interval				
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.076	.051	-1.513	.131 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วยอย่างข้ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างข้ง	
สถานภาพ	โสด Count	13	24	50	142	43	272
	Expected Count	12.9	24.5	55.8	142.1	36.7	272.0
สมรส	Count	6	12	32	62	11	123
	Expected Count	5.8	11.1	25.2	64.3	16.6	123.0
อื่น ๆ	Count	0	0	0	5	0	5
	Expected Count	.2	.5	1.0	2.6	.7	5.0
Total	Count	19	36	82	209	54	400
	Expected Count	19.0	36.0	82.0	209.0	54.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.129 ^a	8	.256
Likelihood Ratio	12.128	8	.146
Linear-by-Linear Association	1.209	1	.271
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.055	.047	-1.100	.272 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.083	.048	-1.668	.096 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
สถานภาพ โสด	Count	4	34	173	41	20	272
	Expected Count	8.2	43.5	164.6	36.7	19.0	272.0
สมรส	Count	8	25	69	13	8	123
	Expected Count	3.7	19.7	74.4	16.6	8.6	123.0
อื่น ๆ	Count	0	5	0	0	0	5
	Expected Count	.2	.8	3.0	.7	.4	5.0
Total	Count	12	64	242	54	28	400
	Expected Count	12.0	64.0	242.0	54.0	28.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	39.126 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	30.529	8	.000
Linear-by-Linear Association	12.541	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by	Pearson's R	-.177	.050	-3.594	.000 ^c
Interval					
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.173	.051	-3.497	.001 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
สถานภาพ โสด	Count	36	166	41	13	16	272
	Expected Count	49.6	146.2	42.2	12.9	21.1	272.0
สมรส	Count	37	49	16	6	15	123
	Expected Count	22.4	66.1	19.1	5.8	9.5	123.0
อื่น ๆ	Count	0	0	5	0	0	5
	Expected Count	.9	2.7	.8	.2	.4	5.0
Total	Count	73	215	62	19	31	400
	Expected Count	73.0	215.0	62.0	19.0	31.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	52.441 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	42.665	8	.000
Linear-by-Linear Association	.331	1	.565
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.029	.052	.575	.566 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.029	.056	-.588	.557 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานภาพ * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
สถานภาพ โสด	Count	219	44	4	5	272
	Expected	201.3	49.6	8.2	12.9	272.0
	Count					
สมรส	Count	72	29	8	14	123
	Expected	91.0	22.4	3.7	5.8	123.0
	Count					
อื่น ๆ	Count	5	0	0	0	5
	Expected	3.7	.9	.2	.2	5.0
	Count					
Total	Count	296	73	12	19	400
	Expected	296.0	73.0	12.0	19.0	400.0
	Count					

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	33.245 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	32.106	6	.000
Linear-by-Linear Association	22.805	1	.000
N of Valid Cases	400		

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	33.245 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	32.106	6	.000
Linear-by-Linear Association	22.805	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.239	.050	4.912	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.228	.052	4.664	.000 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
การศึกษา ประถมศึกษา	Count	0	0	0	5	5
	Expected Count	.2	.2	1.3	3.4	5.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	Count	0	0	12	14	26
	Expected Count	.8	.9	6.9	17.4	26.0
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	Count	0	0	27	32	59
	Expected Count	1.8	2.1	15.6	39.5	59.0
อนุปริญญา / ปวส.	Count	0	7	5	0	12
	Expected Count	.4	.4	3.2	8.0	12.0
ปริญญาตรี	Count	11	7	53	195	266
	Expected Count	8.0	9.3	70.5	178.2	266.0
สูงกว่าปริญญาตรี	Count	1	0	9	22	32
	Expected Count	1.0	1.1	8.5	21.4	32.0
Total	Count	12	14	106	268	400
	Expected Count	12.0	14.0	106.0	268.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	143.477 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	81.311	15	.000
Linear-by-Linear Association	.761	1	.383
N of Valid Cases	400		

a. 13 cells (54.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.044	.041	.872	.384 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.142	.050	2.869	.004 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
การศึกษา ประถมศึกษา	Count	0	0	0	5	0	5
	Expected Count	.2	.5	1.0	2.6	.7	5.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	Count	0	0	0	14	12	26
	Expected Count	1.2	2.3	5.3	13.6	3.5	26.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	Count	0	0	23	30	6	59
	Expected Count	2.8	5.3	12.1	30.8	8.0	59.0
อนุปริญญา / ปวส.	Count	7	0	5	0	0	12
	Expected Count	.6	1.1	2.5	6.3	1.6	12.0
ปริญญาตรี	Count	10	32	51	145	28	266
	Expected Count	12.6	23.9	54.5	139.0	35.9	266.0
สูงกว่าปริญญาตรี	Count	2	4	3	15	8	32
	Expected Count	1.5	2.9	6.6	16.7	4.3	32.0
Total	Count	19	36	82	209	54	400
	Expected Count	19.0	36.0	82.0	209.0	54.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	147.927 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	114.629	20	.000
Linear-by-Linear Association	7.892	1	.005
N of Valid Cases	400		.

a. 16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.141	.041	-2.834	.005 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.061	.052	-1.214	.225 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * การท่องเที่ยวเพื่อได้มัจฉกัยหรือพบเห็นสิ่งที่ทำทาย

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อได้มัจฉกัยหรือพบเห็นสิ่ง ที่ทำทาย					Total
		ไม่เห็น ด้วย อย่างยั้ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แนใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยั้ง	
การศึกษา ประถมศึกษา	Count	0	5	0	0	0	5
	Expected Count	.2	.8	3.0	.7	.4	5.0
มัธยมศึกษา ตอนต้น	Count	0	0	26	0	0	26
	Expected Count	.8	4.2	15.7	3.5	1.8	26.0
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	Count	0	16	36	2	5	59
	Expected Count	1.8	9.4	35.7	8.0	4.1	59.0
อนุปริญญา / ปวส.	Count	0	0	0	0	12	12
	Expected Count	.4	1.9	7.3	1.6	.8	12.0
ปริญญาตรี	Count	11	41	156	47	11	266
	Expected Count	8.0	42.6	160.9	35.9	18.6	266.0
สูงกว่าปริญญาตรี	Count	1	2	24	5	0	32
	Expected Count	1.0	5.1	19.4	4.3	2.2	32.0
Total	Count	12	64	242	54	28	400
	Expected Count	12.0	64.0	242.0	54.0	28.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	226.892 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	138.267	20	.000
Linear-by-Linear Association	.721	1	.396
N of Valid Cases	400		

a. 18 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.043	.041	.849	.397 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.039	.045	.770	.442 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
การศึกษา ประถมศึกษา	Count	0	0	5	0	0	5
	Expected Count	.9	2.7	.8	.2	.4	5.0
มัธยมศึกษา ตอนต้น	Count	13	13	0	0	0	26
	Expected Count	4.7	14.0	4.0	1.2	2.0	26.0
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	Count	17	42	0	0	0	59
	Expected Count	10.8	31.7	9.1	2.8	4.6	59.0
อนุปริญญา / ปวส.	Count	0	5	0	7	0	12
	Expected Count	2.2	6.5	1.9	.6	.9	12.0
ปริญญาตรี	Count	38	137	52	10	29	266
	Expected Count	48.5	143.0	41.2	12.6	20.6	266.0
สูงกว่าปริญญาตรี	Count	5	18	5	2	2	32
	Expected Count	5.8	17.2	5.0	1.5	2.5	32.0
Total	Count	73	215	62	19	31	400
	Expected Count	73.0	215.0	62.0	19.0	31.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	159.990 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	124.005	20	.000
Linear-by-Linear Association	20.510	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 18 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.227	.037	4.644	.000 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.216	.046	4.412	.000 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

การศึกษา * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
การศึกษา ประถมศึกษา	Count	5	0	0	0	5
	Expected Count	3.7	.9	.2	.2	5.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	Count	13	13	0	0	26
	Expected Count	19.2	4.7	.8	1.2	26.0
มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	Count	42	1	0	16	59
	Expected Count	43.7	10.8	1.8	2.8	59.0
อนุปริญญา / ปวส.	Count	5	7	0	0	12
	Expected Count	8.9	2.2	.4	.6	12.0
ปริญญาตรี	Count	207	45	11	3	266
	Expected Count	196.8	48.5	8.0	12.6	266.0
สูงกว่าปริญญาตรี	Count	24	7	1	0	32
	Expected Count	23.7	5.8	1.0	1.5	32.0
Total	Count	296	73	12	19	400
	Expected Count	296.0	73.0	12.0	19.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	117.220 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	92.991	15	.000
Linear-by-Linear Association	11.389	1	.001
N of Valid Cases	400		

a. 14 cells (58.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.169	.049	-3.420	.001 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.133	.053	-2.672	.008 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
อาชีพ ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	Count	0	2	28	77	107
	Expected	3.2	3.7	28.4	71.7	107.0
	Count					
ธุรกิจส่วนตัว	Count	11	7	26	51	95
	Expected	2.9	3.3	25.2	63.7	95.0
	Count					
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	Count	1	0	37	71	109
	Expected	3.3	3.8	28.9	73.0	109.0
	Count					
นักเรียน/นักศึกษา	Count	0	5	12	45	62
	Expected	1.9	2.2	16.4	41.5	62.0
	Count					
อื่น ๆ	Count	0	0	3	24	27
	Expected	.8	.9	7.2	18.1	27.0
	Count					
Total	Count	12	14	106	268	400
	Expected	12.0	14.0	106.0	268.0	400.0
	Count					

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	55.189 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	55.311	12	.000
Linear-by-Linear Association	4.290	1	.038
N of Valid Cases	400		

a. 10 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .81.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.104	.038	2.080	.038 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.062	.046	1.241	.215 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
		Count	Expected	Count	Expected	Count	
อาชีพ ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	Count	4	12	9	62	20	107
	Expected	5.1	9.6	21.9	55.9	14.4	107.0
	Count						
ธุรกิจส่วนตัว	Count	7	3	24	42	19	95
	Expected	4.5	8.6	19.5	49.6	12.8	95.0
	Count						
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	Count	6	15	27	51	10	109
	Expected	5.2	9.8	22.3	57.0	14.7	109.0
	Count						
นักเรียน/นักศึกษา	Count	2	6	20	30	4	62
	Expected	2.9	5.6	12.7	32.4	8.4	62.0
	Count						
อื่น ๆ	Count	0	0	2	24	1	27
	Expected	1.3	2.4	5.5	14.1	3.6	27.0
	Count						
Total	Count	19	36	82	209	54	400
	Expected	19.0	36.0	82.0	209.0	54.0	400.0
	Count						

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	49.196 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	55.492	16	.000
Linear-by-Linear Association	.240	1	.624
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.28.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.025	.041	-.490	.625 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.117	.047	-2.358	.019 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ทย					
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
อาชีพข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	Count	0	18	73	12	4	107
	Expected	3.2	17.1	64.7	14.4	7.5	107.0
	Count						
ธุรกิจส่วนตัว	Count	11	11	57	9	7	95
	Expected	2.9	15.2	57.5	12.8	6.7	95.0
	Count						
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	Count	1	27	57	14	10	109
	Expected	3.3	17.4	65.9	14.7	7.6	109.0
	Count						
นักเรียน/นักศึกษา	Count	0	8	30	19	5	62
	Expected	1.9	9.9	37.5	8.4	4.3	62.0
	Count						
อื่น ๆ	Count	0	0	25	0	2	27
	Expected	.8	4.3	16.3	3.6	1.9	27.0
	Count						
Total	Count	12	64	242	54	28	400
	Expected	12.0	64.0	242.0	54.0	28.0	400.0
	Count						

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71.494 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	71.729	16	.000
Linear-by-Linear Association	6.408	1	.011
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (36.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .81.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.127	.041	2.549	.011 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.109	.044	2.178	.030 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
อาชีพข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	Count	16	58	23	5	5	107
	Expected	19.5	57.5	16.6	5.1	8.3	107.0
	Count						
ธุรกิจส่วนตัว	Count	8	60	7	7	13	95
	Expected	17.3	51.1	14.7	4.5	7.4	95.0
	Count						
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	Count	34	39	25	6	5	109
	Expected	19.9	58.6	16.9	5.2	8.4	109.0
	Count						
นักเรียน/นักศึกษา	Count	4	42	7	1	8	62
	Expected	11.3	33.3	9.6	2.9	4.8	62.0
	Count						
อื่น ๆ	Count	11	16	0	0	0	27
	Expected	4.9	14.5	4.2	1.3	2.1	27.0
	Count						
Total	Count	73	215	62	19	31	400
	Expected	73.0	215.0	62.0	19.0	31.0	400.0
	Count						

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	69.046 ^a	16	.000
Likelihood Ratio	76.211	16	.000
Linear-by-Linear Association	3.841	1	.050
N of Valid Cases	400		

a. 7 cells (28.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.28.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	-.098	.045	-1.967	.050 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.111	.047	-2.224	.027 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

อาชีพ * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
อาชีพ ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	Count	87	19	0	1	107
	Expected Count	79.2	19.5	3.2	5.1	107.0
ธุรกิจส่วนตัว	Count	69	10	11	5	95
	Expected Count	70.3	17.3	2.9	4.5	95.0
พนักงานบริษัท/ ตัวแทนขาย	Count	68	27	1	13	109
	Expected Count	80.7	19.9	3.3	5.2	109.0
นักเรียน/นักศึกษา	Count	56	6	0	0	62
	Expected Count	45.9	11.3	1.9	2.9	62.0
อื่น ๆ	Count	16	11	0	0	27
	Expected Count	20.0	4.9	.8	1.3	27.0
Total	Count	296	73	12	19	400
	Expected	296.0	73.0	12.0	19.0	400.0
	Count					

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71.588 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	69.367	12	.000
Linear-by-Linear Association	.982	1	.322
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (45.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .81.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	-.050	.028	-.991	.322 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.052	.045	1.037	.300 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	Count	0	3	20	61	84
	Expected Count	2.5	2.9	22.3	56.3	84.0
15,000-25,000 บาท	Count	11	1	66	47	125
	Expected Count	3.8	4.4	33.1	83.8	125.0
25,000-35,000 บาท	Count	1	1	14	76	92
	Expected Count	2.8	3.2	24.4	61.6	92.0
35,000- 45,000 บาท	Count	0	0	5	41	46
	Expected Count	1.4	1.6	12.2	30.8	46.0
45,000-55,000 บาท	Count	0	2	1	28	31
	Expected Count	.9	1.1	8.2	20.8	31.0
55,000-65,000 บาท	Count	0	0	0	10	10
	Expected Count	.3	.4	2.7	6.7	10.0
มากกว่า 65,000 บาท	Count	0	7	0	5	12
	Expected Count	.4	.4	3.2	8.0	12.0
Total	Count	12	14	106	268	400
	Expected Count	12.0	14.0	106.0	268.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	212.787 ^a	18	.000
Likelihood Ratio	147.113	18	.000
Linear-by-Linear Association	3.044	1	.081
N of Valid Cases	400		

a. 16 cells (57.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.087	.057	1.749	.081 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.187	.050	3.799	.000 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

			การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
			ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	Count		0	0	18	54	12	84
	Expected Count		4.0	7.6	17.2	43.9	11.3	84.0
15,000-25,000 บาท	Count		0	12	34	45	34	125
	Expected Count		5.9	11.3	25.6	65.3	16.9	125.0
25,000-35,000 บาท	Count		12	23	14	41	2	92
	Expected Count		4.4	8.3	18.9	48.1	12.4	92.0
35,000- 45,000 บาท	Count		0	1	16	24	5	46
	Expected Count		2.2	4.1	9.4	24.0	6.2	46.0
45,000-55,000 บาท	Count		0	0	0	30	1	31
	Expected Count		1.5	2.8	6.4	16.2	4.2	31.0
55,000-65,000 บาท	Count		0	0	0	10	0	10
	Expected Count		.5	.9	2.1	5.2	1.4	10.0
มากกว่า 65,000 บาท	Count		7	0	0	5	0	12
	Expected Count		.6	1.1	2.5	6.3	1.6	12.0
Total	Count		19	36	82	209	54	400
	Expected Count		19.0	36.0	82.0	209.0	54.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	218.172 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	194.563	24	.000
Linear-by-Linear Association	11.819	1	.001
N of Valid Cases	400		

a. 15 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .48.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by	Pearson's R	-.172	.052	-3.486	.001 ^c
Interval					
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.150	.043	-3.022	.003 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	Count	0	18	51	10	5	84
	Expected Count	2.5	13.4	50.8	11.3	5.9	84.0
15,000-25,000 บาท	Count	11	23	81	3	7	125
	Expected Count	3.8	20.0	75.6	16.9	8.8	125.0
25,000-35,000 บาท	Count	1	13	45	24	9	92
	Expected Count	2.8	14.7	55.7	12.4	6.4	92.0
35,000- 45,000 บาท	Count	0	0	29	17	0	46
	Expected Count	1.4	7.4	27.8	6.2	3.2	46.0
45,000-55,000 บาท	Count	0	5	26	0	0	31
	Expected Count	.9	5.0	18.8	4.2	2.2	31.0
55,000-65,000 บาท	Count	0	5	5	0	0	10
	Expected Count	.3	1.6	6.1	1.4	.7	10.0
มากกว่า 65,000 บาท	Count	0	0	5	0	7	12
	Expected Count	.4	1.9	7.3	1.6	.8	12.0
Total	Count	12	64	242	54	28	400
	Expected Count	12.0	64.0	242.0	54.0	28.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	146.519 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	136.867	24	.000
Linear-by-Linear Association	9.888	1	.002
N of Valid Cases	400		

a. 17 cells (48.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.157	.053	3.180	.002 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.161	.048	3.245	.001 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	Count	13	56	12	0	3	84
	Expected Count	15.3	45.2	13.0	4.0	6.5	84.0
15,000-25,000 บาท	Count	27	65	9	0	24	125
	Expected Count	22.8	67.2	19.4	5.9	9.7	125.0
25,000-35,000 บาท	Count	27	19	32	12	2	92
	Expected Count	16.8	49.5	14.3	4.4	7.1	92.0
35,000- 45,000 บาท	Count	0	45	1	0	0	46
	Expected Count	8.4	24.7	7.1	2.2	3.6	46.0
45,000-55,000 บาท	Count	1	25	3	0	2	31
	Expected Count	5.7	16.7	4.8	1.5	2.4	31.0
55,000-65,000 บาท	Count	0	5	5	0	0	10
	Expected Count	1.8	5.4	1.6	.5	.8	10.0
มากกว่า 65,000 บาท	Count	5	0	0	7	0	12
	Expected Count	2.2	6.5	1.9	.6	.9	12.0
Total	Count	73	215	62	19	31	400
	Expected Count	73.0	215.0	62.0	19.0	31.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	248.870 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	225.548	24	.000
Linear-by-Linear Association	.900	1	.343
N of Valid Cases	400		

a. 15 cells (42.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .48.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.048	.049	.949	.343 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.073	.044	1.453	.147 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

รายได้ * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	Count	71	10	0	3	84
	Expected Count	62.2	15.3	2.5	4.0	84.0
15,000-25,000 บาท	Count	87	14	11	13	125
	Expected Count	92.5	22.8	3.8	5.9	125.0
25,000-35,000 บาท	Count	52	36	1	3	92
	Expected Count	68.1	16.8	2.8	4.4	92.0
35,000- 45,000 บาท	Count	46	0	0	0	46
	Expected Count	34.0	8.4	1.4	2.2	46.0
45,000-55,000 บาท	Count	30	1	0	0	31
	Expected Count	22.9	5.7	.9	1.5	31.0
55,000-65,000 บาท	Count	10	0	0	0	10
	Expected Count	7.4	1.8	.3	.5	10.0
มากกว่า 65,000 บาท	Count	0	12	0	0	12
	Expected Count	8.9	2.2	.4	.6	12.0
Total	Count	296	73	12	19	400
	Expected Count	296.0	73.0	12.0	19.0	400.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	141.192 ^a	18	.000
Likelihood Ratio	138.128	18	.000
Linear-by-Linear Association	2.139	1	.144
N of Valid Cases	400		

a. 15 cells (53.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .30.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.073	.033	-1.464	.144 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.008	.046	.152	.879 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สมมติฐานข้อที่ 3

สถานที่พัก * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

Count

	การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
สถานที่พัก พักกับญาติ	0	0	13	64	77
โรงแรม	6	5	35	64	110
บังกะโล / รีสอร์ท	0	1	4	21	26
ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	3	1	9	22	35
บ้านพักรับรองของ ราชการ / เอกชน	1	1	5	20	27
หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ ทเมนต์ หรือ อื่น ๆ	0	0	18	13	31
Total	10	8	84	204	306

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	38.605 ^a	15	.001
Likelihood Ratio	42.718	15	.000
Linear-by-Linear Association	2.874	1	.090
N of Valid Cases	306		

a. 12 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .68.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	-.097	.051	-1.701	.090 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.162	.053	-2.863	.004 ^c
N of Valid Cases	306			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานที่พัก * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
สถานที่ พัก						
พักกับญาติ	1	5	15	49	7	77
โรงแรม	8	8	28	51	15	110
บังกะโล / รีสอร์ท	1	2	5	16	2	26
ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	2	8	10	11	4	35
บ้านพักรับรองของ ราชการ / เอกชน	7	3	5	11	1	27
หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ทเมนท์ หรือ อื่น ๆ	0	4	12	10	5	31
Total	19	30	75	148	34	306

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	46.737 ^a	20	.001
Likelihood Ratio	41.322	20	.003
Linear-by-Linear Association	7.993	1	.005
N of Valid Cases	306		

a. 13 cells (43.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.61.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.162	.056	-2.860	.005 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.167	.055	-2.956	.003 ^c
N of Valid Cases	306			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานที่พัก * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย Crosstabulation

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
สถานที่พักกับญาติ	0	7	54	12	4	77
ที่พัก โรงแรม	6	18	63	12	11	110
บังกะโล / รีสอร์ท	0	6	14	6	0	26
ที่พักในอุทยาน แห่งชาติ	3	9	18	4	1	35
บ้านพักรับรองของ ราชการ / เอกชน	1	2	11	9	4	27
หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ทเมนต์ หรือ อื่น ๆ	0	6	14	3	8	31
Total	10	48	174	46	28	306

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	45.301 ^a	20	.001
Likelihood Ratio	47.095	20	.001
Linear-by-Linear Association	1.444	1	.229
N of Valid Cases	306		

a. 16 cells (53.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.069	.061	1.203	.230 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.025	.058	.430	.668 ^c
N of Valid Cases	306			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานที่พัก * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
สถานที่พักกับญาติ	14	51	8	3	1	77
พักโรงแรม	26	53	14	6	11	110
บังกะโล / รีสอร์ท	4	14	6	0	2	26
ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	10	7	6	8	4	35
บ้านพักรับรองของราชการ / เอกชน	1	14	10	1	1	27
หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ตเมนต์ หรือ อื่น ๆ	4	18	5	0	4	31
Total	59	157	49	18	23	306

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	56.619 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	56.021	20	.000
Linear-by-Linear Association	6.407	1	.011
N of Valid Cases	306		

a. 12 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.53.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.145	.054	2.554	.011 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.159	.051	2.816	.005 ^c
N of Valid Cases	306			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

สถานที่พัก * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

Count

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
สถานที่ พัก	พักกับญาติ	62	14	0	1	77
	โรงแรม	70	25	6	9	110
	บังกะโล / รีสอร์ท	21	4	0	1	26
	ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	20	8	3	4	35
	บ้านพักรับรองของ ราชการ / เอกชน	18	7	1	1	27
	หอพัก / แมนชั่น / อพาร์ ตเมนต์ หรือ อื่น ๆ	27	3	0	1	31
	Total	218	61	10	17	306

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	23.069 ^a	15	.083
Likelihood Ratio	27.105	15	.028
Linear-by-Linear Association	.065	1	.799
N of Valid Cases	306		

a. 11 cells (45.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by	Pearson's R	.015	.050	.254	.799 ^c
Interval					
Ordinal by	Spearman Correlation	.040	.052	.700	.485 ^c
Ordinal					
N of Valid Cases		306			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
จำนวนครั้งที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	ครั้งแรก	0	1	14	38	53
	2-3 ครั้ง	0	5	10	37	52
	4-5 ครั้ง	10	2	20	70	102
	มากกว่า 5 ครั้ง	2	6	62	123	193
Total		12	14	106	262	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	33.922 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	30.532	9	.000
Linear-by-Linear Association	.766	1	.382
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.56.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.044	.040	-.875	.382 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.057	.048	-1.140	.255 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่
ตัวเอง

Crosstab

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ ตัวเอง					Total
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
จำนวนครั้งที่เดินทาง มาจังหวัดขอนแก่น						
ครั้งแรก	1	1	11	36	4	53
2-3 ครั้ง	5	2	11	26	8	52
4-5 ครั้ง	2	18	13	52	17	102
มากกว่า 5 ครั้ง	11	15	47	95	25	193
Total	19	36	82	209	54	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	28.498 ^a	12	.005
Likelihood Ratio	29.021	12	.004
Linear-by-Linear Association	1.441	1	.230
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.47.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.060	.044	-1.201	.230 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.058	.047	-1.154	.249 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
จำนวนครั้งที่เดินทาง มาจังหวัดขอนแก่น	ครั้งแรก	22	22	7	2	0	53
	2-3 ครั้ง	8	27	10	6	1	52
	4-5 ครั้ง	6	59	17	9	11	102
	มากกว่า 5 ครั้ง	37	107	28	2	19	193
Total		73	215	62	19	31	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50.381 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	54.724	12	.000
Linear-by-Linear Association	4.186	1	.041
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.47.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.102	.045	2.054	.041 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.042	.052	.834	.405 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstabulation

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น ครั้งแรก	0	17	34	1	1	53
2-3 ครั้ง	0	10	26	10	6	52
4-5 ครั้ง	10	9	70	11	2	102
มากกว่า 5 ครั้ง	2	28	112	32	19	193
Total	12	64	242	54	28	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	54.109 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	55.544	12	.000
Linear-by-Linear Association	8.612	1	.003
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.56.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.147	.044	2.963	.003 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.160	.048	3.230	.001 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

จำนวนครั้งที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

Count

	ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
จำนวนครั้งที่เดินทางมา ครั้งแรก จังหวัดขอนแก่น	30	13	0	10	53
2-3 ครั้ง	39	13	0	0	52
4-5 ครั้ง	84	6	10	2	102
มากกว่า 5 ครั้ง	143	41	2	7	193
Total	296	73	12	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	63.339 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	57.735	9	.000
Linear-by-Linear Association	7.972	1	.005
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.56.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.141	.059	-2.848	.005 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.077	.053	-1.531	.127 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ช่วงเวลาที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	ช่วงเทศกาลวันหยุด	1	5	28	91	125
	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)	10	9	54	156	229
	ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วันหยุด	0	0	12	9	21
	อื่น ๆ	1	0	12	12	25
Total		12	14	106	268	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	23.152 ^a	9	.006
Likelihood Ratio	23.790	9	.005
Linear-by-Linear Association	4.848	1	.028
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.110	.045	-2.213	.027 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.129	.049	-2.599	.010 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ช่วงเวลาเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ช่วงเวลาเดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	ช่วงเทศกาลวันหยุด	13	19	18	58	17	125
ช่วงเวลาเดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)	4	14	48	137	26	229
	ไม่ใช่ช่วงเทศกาลวันหยุด	1	2	7	5	6	21
	อื่น ๆ	1	1	9	9	5	25
Total		19	36	82	209	54	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	40.794 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	39.017	12	.000
Linear-by-Linear Association	4.074	1	.044
N of Valid Cases	400		

a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.00.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.101	.054	2.026	.043 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.084	.055	1.680	.094 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ช่วงเวลาการเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ช่วงเวลา เดินทางมา จังหวัด ขอนแก่น	ช่วงเทศกาลวันหยุด	24	62	24	5	10	125
	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)	41	126	30	14	18	229
	ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วันหยุด	2	16	2	0	1	21
	. อื่น ๆ	6	11	6	0	2	25
Total		73	215	62	19	31	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	11.376 ^a	12	.497
Likelihood Ratio	13.368	12	.343
Linear-by-Linear Association	.285	1	.593
N of Valid Cases	400		

a. 8 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.00.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.027	.049	-.533	.594 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.025	.050	-.502	.616 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstabulation

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ช่วงเวลาที่เดินทาง มาจังหวัดขอนแก่น	ช่วงเทศกาลวันหยุด	1	8	78	33	5	125
	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์-เสาร์-อาทิตย์)	10	45	142	14	18	229
	ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วันหยุด	0	0	12	4	5	21
	. อื่น ๆ	1	11	10	3	0	25
Total		12	64	242	54	28	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	68.070 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	68.655	12	.000
Linear-by-Linear Association	7.839	1	.005
N of Valid Cases	400		

a. 9 cells (45.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.140	.048	-2.824	.005 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.182	.050	-3.691	.000 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ช่วงเวลาที่เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

Count

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ช่วงเวลาที่เดินทางมา จังหวัดขอนแก่น	ช่วงเทศกาลวันหยุด	87	35	1	2	125
	วันหยุดต่อเนื่อง (ศุกร์ เสาร์-อาทิตย์)	174	34	10	11	229
	ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วันหยุด	18	3	0	0	21
	. อื่น ๆ	17	1	1	6	25
Total		296	73	12	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	39.156 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	33.148	9	.000
Linear-by-Linear Association	6.035	1	.014
N of Valid Cases	400		

a. 7 cells (43.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by	Pearson's R	.123	.063	2.472	.014 ^c
Interval					
Ordinal by	Spearman Correlation	-.028	.052	-.563	.574 ^c
Ordinal					
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

พาหนะที่ใช้เดินทาง * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
พาหนะที่ใช้เดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	11	13	83	209	316
	รถไฟ	0	0	2	0	2
	รถโดยสารประจำทาง	0	0	1	17	18
	เครื่องบิน	0	0	8	8	16
	รถเช่าเหมา	1	1	12	29	43
	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	0	0	0	5	5
Total		12	14	106	268	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.141 ^a	15	.167
Likelihood Ratio	24.232	15	.061
Linear-by-Linear Association	1.431	1	.232
N of Valid Cases	400		

a. 16 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.060	.044	1.197	.232 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.047	.047	.936	.350 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

พาหนะที่ใช้เดินทาง * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
	ไม่เห็นด้วยอย่างข้ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างข้ง	
พาหนะที่ใช้	17	26	53	170	50	316
เดินทาง						
รถไฟ	0	0	2	0	0	2
รถโดยสารประจำทาง	0	0	10	8	0	18
เครื่องบิน	1	2	8	5	0	16
รถเช่าเหมา	1	8	9	21	4	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	0	0	0	5	0	5
Total	19	36	82	209	54	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48.450 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	50.010	20	.000
Linear-by-Linear Association	3.325	1	.068
N of Valid Cases	400		

a. 20 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

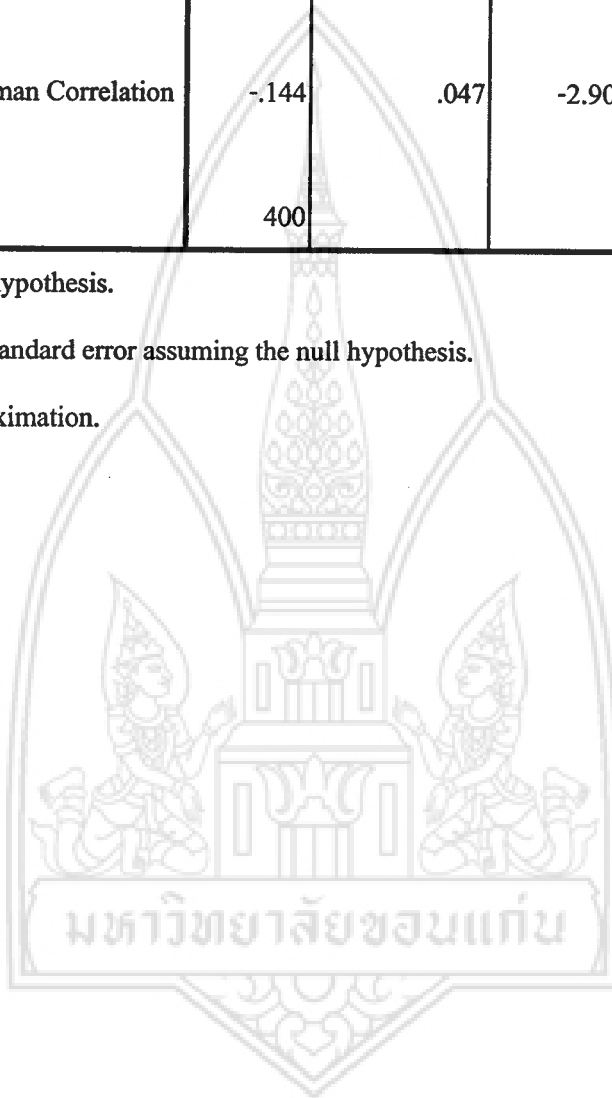
Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.091	.047	-1.829	.068 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.144	.047	-2.903	.004 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.



พาหนะที่ใช้เดินทาง * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
พาหนะที่ใช้ เดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	11	48	203	35	19	316
	รถไฟ	0	0	0	0	2	2
	รถโดยสาร ประจำทาง	0	1	8	9	0	18
	เครื่องบิน	0	1	7	2	6	16
	รถเช่าเหมา	1	14	19	8	1	43
	รถนำเที่ยว (ซื้อ ทัวร์มา)	0	0	5	0	0	5
	Total	12	64	242	54	28	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	89.258 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	58.973	20	.000
Linear-by-Linear Association	.655	1	.418
N of Valid Cases	400		

a. 20 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by	Pearson's R	.041	.051	.809	.419 ^c
Interval					
Ordinal by	Spearman Correlation	.072	.055	1.439	.151 ^c
Ordinal					
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

พาหนะที่ใช้เดินทาง * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

Count

	การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
พาหนะที่						
ใช้เดินทาง						
รถยนต์ส่วนตัว	46	177	47	17	29	316
รถไฟ	0	2	0	0	0	2
รถโดยสารประจำทาง	9	9	0	0	0	18
เครื่องบิน	2	11	1	1	1	16
รถเช่าเหมา	11	16	14	1	1	43
รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์มา)	5	0	0	0	0	5
Total	73	215	62	19	31	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58.642 ^a	20	.000
Likelihood Ratio	55.096	20	.000
Linear-by-Linear Association	7.447	1	.006
N of Valid Cases	400		

a. 20 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .10.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.137	.044	-2.751	.006 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.149	.052	-3.009	.003 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

พาหนะที่ใช้เดินทาง * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

Count

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
พาหนะที่ใช้ เดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	242	54	11	9	316
	รถไฟ	2	0	0	0	2
	รถโดยสารประจำทาง	9	8	0	1	18
	เครื่องบิน	13	2	0	1	16
	รถเช่าเหมา	30	4	1	8	43
	รถนำเที่ยว (ซื้อทัวร์ มา)	0	5	0	0	5
Total		296	73	12	19	400

Chi-Square Tests

	Asymp. Sig. (2- sided)		
	Value	df	
Pearson Chi-Square	55.393 ^a	15	.000
Likelihood Ratio	43.152	15	.000
Linear-by-Linear Association	10.202	1	.001
N of Valid Cases	400		

a. 16 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by	Pearson's R	.160	.062	3.232	.001 ^c
Interval					
Ordinal by	Spearman	.130	.055	2.611	.009 ^c
Ordinal	Correlation				
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เดินทางมา	คนเดียว	0	0	1	6	7
ท่องเที่ยวเกี่ยวกับ	เพื่อน	0	2	53	61	116
บุคคลใด	ครอบครัว	12	10	27	127	176
	หน่วยงาน / สถานศึกษา	0	2	25	74	101
Total		12	14	106	268	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	49.778 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	53.339	9	.000
Linear-by-Linear Association	2.595	1	.107
N of Valid Cases	400		

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.081	.038	1.614	.107 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.134	.047	2.699	.007 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เดินทางมา	คนเดียว	0	1	0	6	0	7
ท่องเที่ยวเกี่ยวกับ	เพื่อน	1	13	33	48	21	116
บุคคลใด	ครอบครัว	18	3	39	99	17	176
	หน่วยงาน / สถานศึกษา	0	19	10	56	16	101
Total		19	36	82	209	54	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	62.735 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	72.854	12	.000
Linear-by-Linear Association	.011	1	.916
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .33.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.005	.047	.105	.916 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.029	.051	.572	.568 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เดินทางมา ท่องเที่ยวเกี่ยวกับ บุคคลใด	คนเดียว	0	0	6	0	1	7
	เพื่อน	18	74	10	10	4	116
	ครอบครัว	39	86	27	8	16	176
	หน่วยงาน / สถานศึกษา	16	55	19	1	10	101
Total		73	215	62	19	31	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	47.981 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	43.584	12	.000
Linear-by-Linear Association	.010	1	.919
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (30.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .33.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.005	.049	.102	.919 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.004	.048	.085	.932 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย Crosstabulation

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อ ได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เดินทางมาท่องเที่ยว เกี่ยวกับบุคคลใด	คนเดียว	0	6	1	0	0	7
	เพื่อน	0	19	71	5	21	116
	ครอบครัว	12	27	100	30	7	176
	หน่วยงาน / สถานศึกษา	0	12	70	19	0	101
Total		12	64	242	54	28	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	84.073 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	83.729	12	.000
Linear-by-Linear Association	.325	1	.568
N of Valid Cases	400		

a. 7 cells (35.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.029	.047	-.570	.569 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.017	.049	.345	.730 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลใด * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

Count

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
เดินทางมา	คนเดียว	7	0	0	0	7
ท่องเที่ยวเกี่ยวกับ	เพื่อน	97	10	0	9	116
บุคคลใด	ครอบครัว	107	48	12	9	176
	หน่วยงาน / สถานศึกษา	85	15	0	1	101
Total		296	73	12	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44.178 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	51.844	9	.000
Linear-by-Linear Association	.759	1	.384
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.044	.040	-.871	.384 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.015	.044	.301	.764 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเป็นการให้รางวัลกับชีวิต				Total
		ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	ไม่ค้างคืน	2	6	22	64	94
	ค้าง 1 คืน	7	1	29	58	95
	ค้าง 2 คืน	1	7	34	94	136
	ค้าง 3 คืน	1	0	11	27	39
	ค้าง 4 คืน	1	0	4	13	18
	ค้าง 5 คืน	0	0	0	8	8
	มากกว่า 6 คืน	0	0	6	4	10
Total		12	14	106	268	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.758 ^a	18	.066
Likelihood Ratio	31.189	18	.027
Linear-by-Linear Association	.936	1	.333
N of Valid Cases	400		

a. 17 cells (60.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

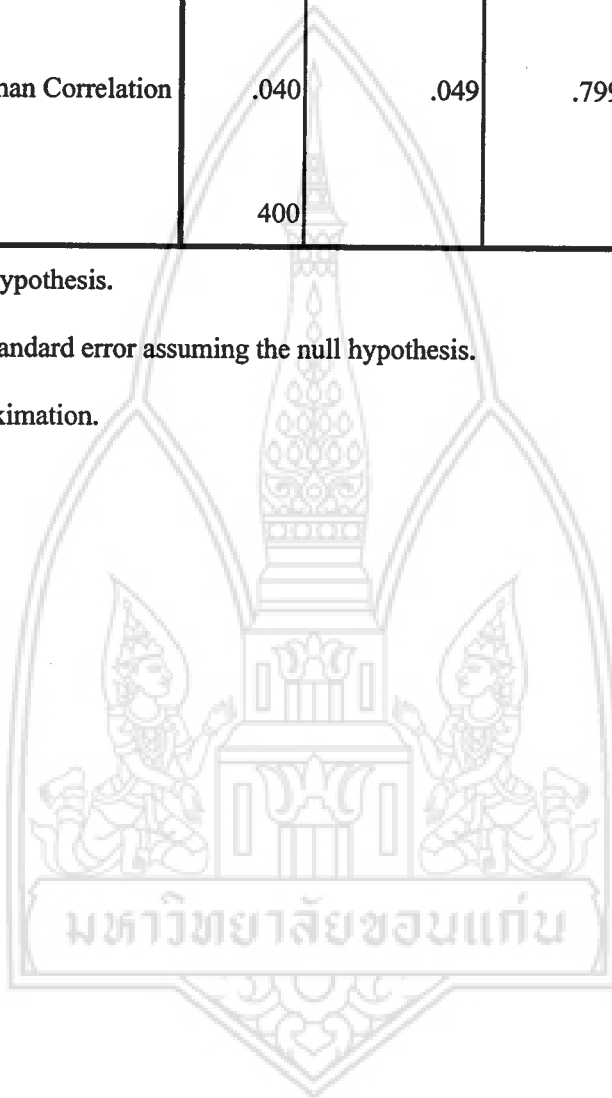
Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	.048	.045	.967	.334 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.040	.049	.799	.425 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.



ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์แก่ตัวเอง					Total
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น	ไม่ค้างคืน	0	6	7	61	20	94
	ค้าง 1 คืน	7	11	23	42	12	95
	ค้าง 2 คืน	10	10	28	74	14	136
	ค้าง 3 คืน	1	7	8	16	7	39
	ค้าง 4 คืน	0	1	6	10	1	18
	ค้าง 5 คืน	0	0	4	4	0	8
	มากกว่า 6 คืน	1	1	6	2	0	10
Total		19	36	82	209	54	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53.446 ^a	24	.001
Likelihood Ratio	59.929	24	.000
Linear-by-Linear Association	11.509	1	.001
N of Valid Cases	400		

a. 17 cells (48.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.170	.042	-3.438	.001 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.192	.047	-3.894	.000 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อได้ผจญภัยหรือพบเห็นสิ่งที่ท้าทาย					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
ระยะเวลาที่อยู่ใน จังหวัดขอนแก่น	ไม่ค้างคืน	2	16	68	8	0	94
	ค้าง 1 คืน	7	17	53	12	6	95
	ค้าง 2 คืน	1	23	79	17	16	136
	ค้าง 3 คืน	1	6	23	9	0	39
	ค้าง 4 คืน	1	2	12	3	0	18
	ค้าง 5 คืน	0	0	4	4	0	8
	มากกว่า 6 คืน	0	0	3	1	6	10
Total		12	64	242	54	28	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	85.924 ^a	24	.000
Likelihood Ratio	70.783	24	.000
Linear-by-Linear Association	19.647	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 18 cells (51.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.222	.050	4.540	.000 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.177	.046	3.580	.000 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น * การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

Crosstab

Count

		การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ					Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
ระยะเวลาที่อยู่ใน จังหวัดขอนแก่น	ไม่ค้างคืน	14	58	13	1	8	94
	ค้าง 1 คืน	22	37	18	5	13	95
	ค้าง 2 คืน	24	75	22	10	5	136
	ค้าง 3 คืน	4	22	8	2	3	39
	ค้าง 4 คืน	7	9	0	0	2	18
	ค้าง 5 คืน	2	6	0	0	0	8
	มากกว่า 6 คืน	0	8	1	1	0	10
Total		73	215	62	19	31	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	37.793 ^a	24	.036
Likelihood Ratio	46.156	24	.004
Linear-by-Linear Association	1.094	1	.296
N of Valid Cases	400		

a. 17 cells (48.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .38.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval	Pearson's R	-.052	.044	-1.046	.296 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.033	.047	-.652	.515 ^c
N of Valid Cases		400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

ระยะเวลาที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่น * ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว

Crosstab

Count

		ต้องการมาท่องเที่ยวมานานแล้ว				Total
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เห็นด้วย เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	
ระยะเวลาที่อยู่ใน จังหวัดขอนแก่น	ไม่ค้างคืน	78	12	2	2	94
	ค้าง 1 คืน	59	23	7	6	95
	ค้าง 2 คืน	101	27	1	7	136
	ค้าง 3 คืน	33	3	1	2	39
	ค้าง 4 คืน	10	5	1	2	18
	ค้าง 5 คืน	6	2	0	0	8
	มากกว่า 6 คืน	9	1	0	0	10
Total		296	73	12	19	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.910 ^a	18	.102
Likelihood Ratio	27.097	18	.077
Linear-by-Linear Association	.009	1	.925
N of Valid Cases	400		

a. 16 cells (57.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig. ^c
Interval by Interval Pearson's R	.005	.043	.094	.925 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.014	.047	.278	.781 ^c
N of Valid Cases	400			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประวัติผู้เขียน

นางสาวจรรววรรณ อุชาติ เกิดวันที่ 8 มีนาคม 2525 ณ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนมหาไถ่ศึกษาขอนแก่น จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์ขอนแก่น และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต จากคณะบริหารธุรกิจ เอกการจัดการ-การจัดการ อุดสาหกรรม เมื่อปีการศึกษา 2548 และเข้าศึกษาระดับบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ณ บัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีการศึกษา 2551

