บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาเป็นการวัดผลเพียงครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study)

ประชากร

ประชากรที่ใช้การศึกษาในครั้งนี้ คือจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2551 โดยเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (http://www.nso.go.th) และทำการสืบค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2553 ซึ่งในประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตรวม 10,960,000 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา ได้แก่ประชากรที่เคยใช้บริการสื่อออนไลน์ครอบคลุมไปถึง Search Engine เว็บไซต์ (Website) Webboard Blog E-mail และ Social Network โดยคำนวณจากจำนวนผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย จำนวนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามสูตร ดังนี้คือ

สูตรของ Taro Yamane : $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

โดยที่ n = จำนวนตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า

N = จำนวนประชากรในการศึกษา

แทนค่าตามสูตร $= \frac{10,960,000}{1+ 10,960,000\ (0.05)^2}$

$= 399.99$ คน

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรที่ศึกษาเป็นผู้ที่เคยใช้บริการสื่อออนไลน์ในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว จึงมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ศึกษาส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เคยค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ และใช้วิธีการสุ่มแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) โดยให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ต่อไปเรื่อย ๆ และทำการปิดแบบสอบถามออนไลน์หลังจากได้แบบสอบถามครบจำนวน 400 ชุด

ตัวแปรที่ศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้จำแนกตัวแปรตามสมมติฐาน โดยแบ่งตัวแปรเป็น 2 ประเภท คือ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตัวแปรตาม คือ การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ใช้สถิติการทดสอบความสัมพันธ์ Chi-Square การแปลความหมายถ้าค่านัยสำคัญทางสถิต หรือ sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม คือ การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ใช้สถิติการทดสอบความสัมพันธ์ Chi-Square การแปลความหมายถ้าค่านัยสำคัญทางสถิต หรือ sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

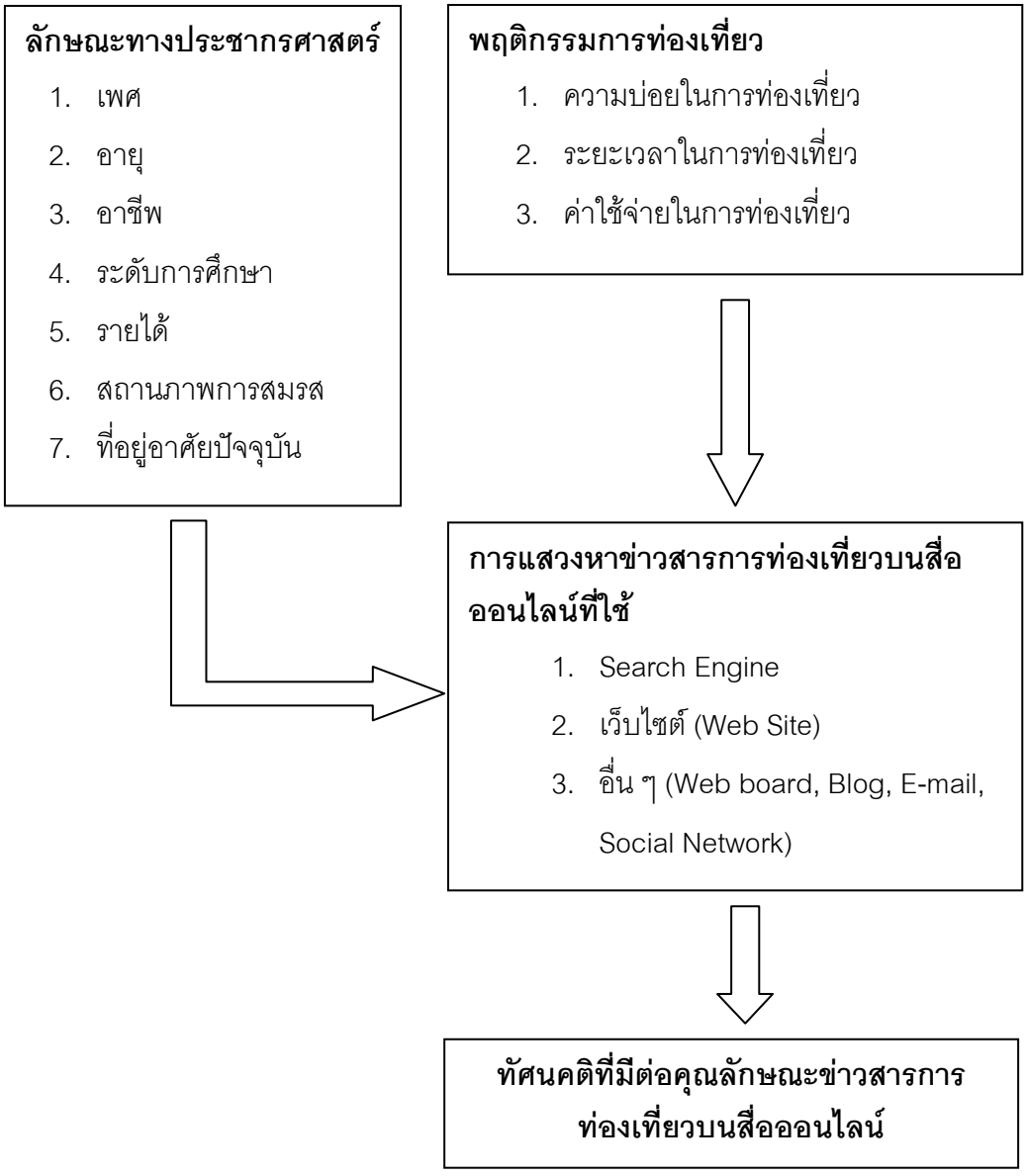
ตัวแปรอิสระ คือ การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างนัยสำคัญ LSD: least Significant Difference)

ภาพที่ 3.1

แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionaire) ซึ่งมีชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended questionnaire) คำถามปลายเปิด (0pen-Ended questionnaire) และคำถามแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบและเติมคำตอบลงในช่องว่าง โดยมีการวัดโดยใช้ข้อความ รวม 7 ข้อ ดังนี้

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่
    1. ชาย
    2. หญิง
2. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่
    1. 15 - 24 ปี
    2. 25 – 34 ปี
    3. 35 – 44 ปี
    4. 45 – 54 ปี
    5. 55 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มได้แก่
    1. ประถมศึกษา
    2. มัธยมศึกษาตอนต้น
    3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
    4. อนุปริญญา/ปวส.
    5. ปริญญาตรี
    6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มได้แก่
    1. นักเรียน นิสิต นักศึกษา
    2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ
    3. พนักงานบริษัทเอกชน
    4. รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างชั่วคราวในหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ
    5. อาชีพอิสระ /ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
    6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ
    7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มได้แก่
    1. ต่ำกว่า 5,000 บาท
    2. 5,000 – 15,000 บาท
    3. 15,001 – 25,000 บาท
    4. 25,001 – 35,000 บาท
    5. 35,001 – 45,000 บาท
    6. สูงกว่า 45,000 บาทขึ้นไป
6. สถานภาพสมรส แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่
    1. โสด
    2. สมรส
    3. หย่าร้าง/หม้าย
7. ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่
    1. กรุงเทพและปริมณฑล
    2. จังหวัดในภาคเหนือ
    3. จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันตก
    4. จังหวัดในภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
    5. จังหวัดในภาคใต้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความบ่อยในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รวม 3 ข้อ ดังนี้

8. ความบ่อยในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยภายในระยะเวลา 1 ปี แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. 1-2 ครั้ง
2. 3-4 ครั้ง
3. 5-6 ครั้ง
4. มากกว่า 6 ครั้ง

9. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. 1-2 วัน
2. 3-4 วัน
3. 5-6 วัน
4. มากกว่า 6 วัน

10. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. ต่ำกว่า 3,000 บาท
2. 3,000 – 5,000 บาท
3. 5,001-10,000 บาท
4. มากกว่า 10,000 บาท

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงลักษณะการเดินทางการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบ โดยจะนำเสนอข้อมูลในรูปความถี่และร้อยละโดยในส่วนนี้ผู้วิจัยจะไม่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน รวม 3 ข้อ ดังนี้

11. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. รถยนต์ส่วนตัว
2. รถโดยสารสาธารณะ (รถไฟ/รถทัวร์)
3. เครื่องบิน
4. บริษัททัวร์/รถเช่าเหมา

12. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ (ตอบได้มากกกว่า 1 ข้อ)

1. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
(โบราณสถาน/วัตถุ/สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์)
2. แหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม
(ความเป็นอยู่ของชุมชน/เทศกาล/งานประเพณี/พิธีกรรม)
3. แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่า ฯลฯ)
4. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

13. วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ
2. เพื่อวัตถุประสงค์ทางการทำงาน/ธุรกิจ
3. เพื่อความสนใจพิเศษ
(การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/สุขภาพ/ศิลปวัฒนธรรม/ชาติพันธุ์/การศึกษา)
4. อื่น ๆ โปรดระบุ .....

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

เป็นคำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ ได้แก่ ประเภทของสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยว ได้แก่ Search Engine เว็บไซต์ (Website) อื่น ๆ (Webboard, Blog, Email Address, Social Network) รวม 1 ข้อ ดังนี้

14. ความถี่ในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ พร้อมระบุแหล่งค้นหา (ทุกครั้ง, เป็นบางครั้ง, น้อย, ไม่เคย)

1. Search Engine
2. เว็บไซต์ (Website)
3. อื่น ๆ ได้แก่ Web board, Blog, Social Network, E-Mail Address

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงเหตุผลสำคัญในการใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการในสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบ โดยจะนำเสนอข้อมูลในรูปความถี่และร้อยละโดยในส่วนนี้ผู้วิจัยจะไม่นำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน รวม 3 ข้อ ดังนี้

15. เหตุผลสำคัญในการใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. รูปแบบในการนำเสนอมีความน่าสนใจ
2. ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์
3. มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจำนวนมาก
4. ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
5. ควบคุมข้อมูลที่ต้องการทราบสามารถดูซ้ำได้มากกว่าที่ต้องการ
6. มีข้อมูลการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์
7. มีข้อมูลที่มาจากข้อเท็จจริงจากประสบการณ์ส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
8. สื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว
9. เก็บข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวและเสียงไว้ได้ในลักษณะของไฟล์ข้อมูล
10. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

16. ความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สถานที่ท่องเที่ยว
2. สถานที่พักแรม
3. แผนที่/เส้นทางการเดินทาง
4. บริษัททัวร์
5. สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก
6. เทศกาล/งานประเพณี
7. เกร็ดความรู้ต่าง ๆ
8. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

17. ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการในสื่อออนไลน์

1. ข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว
2. กระดานข่าว/กระทู้จากนักท่องเที่ยว
3. สามารถ Download ข้อมูลได้
4. Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อข่าวสารการท่องเที่ยวของสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย

วัดระดับความโน้มเอียงคุณลักษณะของสื่อออนไลน์ในการตอบสนองความต้องการของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย โดยนำแนวคิดเรื่องการสื่อสารทางอินเตอร์เน็ต (Kerr and Hiltz,1982 อ้างถึงใน ต้องจิตต์ สุวรรณศร, 2543, น. 28-30) ที่มีศักยภาพในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารซึ่งแตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ ดังนี้

18. มีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์
19. มีหลากหลาย ชัดเจน เข้าใจง่าย
20. มีความน่าสนใจ
21. มีความน่าเชื่อถือ
22. นำไปใช้ประโยชน์ได้
23. ตอบสนองความต้องการ
24. แหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวที่ดี
25. มีความสอดคล้องระหว่างภาพประกอบกับเนื้อหา
26. มีภาพกราฟฟิคที่ใช้สำหรับการอธิบาย
27. มีเนื้อหาสาระมากกว่าในหนังสือท่องเที่ยว

การวัดทัศนคติต่อข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทยผู้วิจัยได้สร้างมาตรวัดแบบให้คะแนน (Rating Scale) ซึ่งกำหนดกรอบและแบ่งระดับของเกณฑ์ในการวัดเพื่อบอกให้ทราบว่า ผู้ที่ถูกวัดมีทัศนคติ ณ จุดใด โดยผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกให้คะแนน 1 – 5 ตามความรู้สึกของตนเองที่มีต่อข้อความที่แสดงถึงคุณลักษณะต่าง ๆ (Krech & Crutchfiled, 1948, อ้างถึงใน สุจิตรา บุญยรัตนพันธ์, 2534, น. 126) โดยที่ 1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ รู้สึกไม่ดีในระดับมากที่สุดต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น และ 5 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือรู้สึกดีในระดับมากที่สุดต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ยในระดับ 4.21 - 5.00 = เห็นด้วยในระดับมากที่สุด มีความหมายเท่ากับการมีความรู้สึกดีในระดับมากที่สุดต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น และเป็นความรู้สึกทางบวก

ค่าเฉลี่ยในระดับ 3.41 - 4.20 = เห็นด้วยในระดับมาก มีความหมายเท่ากับการมีความรู้สึกดีในระดับมากต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น และเป็นทัศนคติในเชิงบวก

ค่าเฉลี่ยในระดับ 2.61 - 3.40 = ไม่มีความคิดเห็น มีความหมายเท่ากับไม่มีความรู้สึกใด ๆ ต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น และมีทัศนคติเป็นกลาง

ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.81 - 2.60 = ไม่เห็นด้วยในระดับมาก มีความหมายเท่ากับการมีความรู้สึกไม่ดีในระดับมาก ต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น และเป็นทัศนคติในเชิงลบ

ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.00 - 1.80 = ไม่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด มีความหมายเท่ากับการมีความรู้สึกไม่ดีในระดับมากที่สุดต่อการนำเสนอข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ในข้อความนั้น และเป็นความรู้สึกทางลบ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาจัดทำแบบสอบถาม โดยให้ที่ปรึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลพิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเรียบร้อยแล้วไปเก็บข้อมูลจริง

2. การทดสอบสามน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาจะนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (pre test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้ศึกษาต้องการ และมีคำถามเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร หลังจากนั่นหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาท (Cronbach) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{n-1}\left\{\frac{1-\sum V_i^2}{V_t^2}\right\}$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

$\sum$ = ความแปรปรวนของคะแนนรวมของคำถามแต่ละข้อ

V_i^2 = ความแปรปรวนทั้งฉบับ

V_t^2 = ผลรวมค่าความแปรปรวนเป็นรายข้อ

ผลการทดสอบได้ผลลัพธ์เท่ากับ .818 ซึ่งหมายความว่าเครื่องมือนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม และปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลขหรือรหัสด้วยมือ แล้วบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์

2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

3. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้หลังจากการประมวลผล และนำมาจัดทำตารางแสดงผลร้อยละ และแสดงค่าสถิติ เพื่อทำรายงานการอธิบายสรุปผลการศึกษาต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ