

บทที่ 4

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอการวิเคราะห์ และ ผลการศึกษา “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย” ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 การแสวงหาข่าวสารด้านการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	147	36.8
หญิง	253	63.2
รวม	400	100.0
อายุ		
15 - 24 ปี	3	0.8
25 - 34 ปี	313	78.2
35 - 44 ปี	56	14.0
45 - 54 ปี	21	5.3
55 ปีขึ้นไป	7	1.7
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15	3.7
อนุปริญญา/ปวส.	12	3.0
ปริญญาตรี	229	57.3
สูงกว่าปริญญาตรี	143	35.7
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	47	11.7
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	119	29.3
พนักงานบริษัทเอกชน	140	35.0
รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างชั่วคราวในหน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ	47	11.7
อาชีพอิสระ /ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	46	11.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	3	0.8
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ส่วนตัวต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12	3.0
5,000 – 15,000 บาท	145	36.2
15,001 – 25,000 บาท	129	32.3
25,001 – 35,000 บาท	49	12.3
35,001 – 45,000 บาท	30	7.5
สูงกว่า 45,000 บาทขึ้นไป	35	8.7
รวม	400	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	325	81.3
สมรส	72	18.0
หย่าร้าง / หม้าย	3	0.7
รวม	400	100.0
ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน		
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	281	70.2
จังหวัดในภาคเหนือ	16	4.0
จังหวัดในภาคกลาง	18	4.5
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	30	7.5
จังหวัดในภาคตะวันออก	9	2.2
จังหวัดในภาคใต้	43	10.8
จังหวัดในภาคตะวันตก	1	0.3
จังหวัดในภาคตะวันออก	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ มีเพศหญิงจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 เพศชายจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 36.8 มีอายุ 25-34 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมาได้แก่กลุ่มอายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 14 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-24 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8 สำหรับระดับการศึกษาสูงสุด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

สำหรับรายได้ส่วนต่อเดือนมีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา มีรายได้ส่วนต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ส่วนต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0 มีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมา มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 0.7

สำหรับที่อยู่อาศัยปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีจำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมา มีที่อยู่อาศัยปัจจุบันในเขตภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 10.8 ส่วนที่อยู่ในเขตจังหวัดในภาคตะวันออกและเขตตะวันตก มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 0.5 และ 0.3

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ความบ่อยในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ยต่อปี

การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ยต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	175	43.8
3-4 ครั้ง	135	33.8
5-6 ครั้ง	45	11.2
มากกว่า 6 ครั้ง	45	11.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเฉลี่ย 5-6 ครั้งต่อปี และมากกว่า 6 ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.2

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ยต่อครั้ง

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-2 วัน	150	37.5
3-4 วัน	225	56.3
5-6 วัน	22	5.5
มากกว่า 6 วัน	3	0.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ย 3-4 วันต่อครั้ง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมามีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ย 1-2 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ยมากกว่า 6 วัน ต่อครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	53	13.2
3,000 – 5,000 บาท	177	44.3
5,001-10,000 บาท	131	32.7
มากกว่า 10,000 บาท	39	9.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 3,000 – 5,000 บาท ต่อครั้ง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 5,001-10,000 บาท ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยมากกว่า 10,000 บาท ต่อครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.8

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

วิธีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	230	57.5
รถโดยสารสาธารณะ (รถไฟ/รถทัวร์)	109	27.3
เครื่องบิน	21	5.2
บริษัททัวร์/รถเช่าเหมา	40	10.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา ใช้รถโดยสารสาธารณะ (รถไฟ/รถทัวร์) ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 27.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องบินในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.2

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (โบราณสถาน/วัตถุ/สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์)	116	20.4
แหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม (ความเป็นอยู่ของชุมชน/เทศกาล/งานประเพณี/พิธีกรรม)	111	19.5
แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่า ฯลฯ)	343	60.1
รวม	570	100.0

* กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.1 รองลงมาสนใจประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 20.4 และร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ	335	83.8
เพื่อวัตถุประสงค์ทางการทำงาน/ธุรกิจ	13	3.2
เพื่อความสนใจพิเศษ (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/สุขภาพ/ศิลปวัฒนธรรม/ชาติพันธุ์/การศึกษา)	52	13.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจจำนวน 335 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 รองลงมาเพื่อความสนใจพิเศษ (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/สุขภาพ/ศิลปวัฒนธรรม/ชาติพันธุ์/การศึกษา) คิดเป็นร้อยละ 13.0 สำหรับวัตถุประสงค์ทางการทำงาน/ธุรกิจ มีเพียงร้อยละ 3.2

ส่วนที่ 3 การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ข้อมูลเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ ประเภทของสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยว ได้แก่ การค้นหาผ่าน Search Engine เว็บไซต์ (Website) และประเภทอื่นๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network) เหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ประเภทของข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาจากสื่อออนไลน์

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของการเคยใช้และไม่เคยใช้สื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ

สื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ	การค้นหาข่าวสารบนสื่อออนไลน์		รวม
	เคยค้นหา	ไม่เคยค้นหา	
1. ค้นหาผ่าน Search Engine	371 (92.8)	29 (7.3)	400 (100.0)
2. เว็บไซต์ (Website)	389 (97.3)	11 (2.8)	400 (100.0)
3. อื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address)	354 (88.5)	46 (11.5)	400 (100.0)

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine มีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยค้นหา โดยผู้ที่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว มีจำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8

กลุ่มตัวอย่างเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website) มีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยค้นหา โดยผู้ที่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว มีจำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3

สำหรับกลุ่มตัวอย่างเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address) มีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยค้นหา โดยผู้ที่เคยค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวมีจำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5

ตารางที่ 4.9
แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
ผ่าน Search Engine

ความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine	จำนวน	ร้อยละ
ทุกครั้ง	275	74.1
เป็นบางครั้ง	73	19.7
น้อย	23	6.2
รวม	371	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine ทุกครั้ง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 ค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นบางครั้ง ร้อยละ 19.7 และค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่าน Search Engine น้อย คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4.10
แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
จากสื่อออนไลน์ประเภท Website

ความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ประเภท Website	จำนวน	ร้อยละ
ทุกครั้ง	197	50.6
เป็นบางครั้ง	169	43.5
น้อย	23	5.9
รวม	389	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจาก สื่อออนไลน์ประเภท Website ทุกครั้ง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ค้นหาข้อมูลข่าวสาร เป็นบางครั้งร้อยละ 43.5 และค้นหาข้อมูลข่าวสารประเภท Website น้อย คิดเป็นร้อยละ 5.9

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์
ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address)

ความถี่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ ประเภทอื่น ๆ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกครั้ง	16	4.5
เป็นบางครั้ง	135	38.1
น้อย	203	57.4
รวม	354	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยค้นหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อออนไลน์ประเภท อื่น ๆ (Webboard, Blog, Social Network, E-Mail Address) ทุกครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ค้นหาข้อมูลข่าวสารเป็นบางครั้งร้อยละ 38.1 และค้นหาข้อมูลข่าวสารประเภท อื่น ๆ น้อย มีมากกว่าครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 57.4

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว

เหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล การท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบในการนำเสนอมีความน่าสนใจ	118	7.8
ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	224	14.8
มีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการจากข้อมูล จำนวนมาก	205	13.5
ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงข้อมูล สามารถใช้บริการได้ ตลอด 24 ชั่วโมง	234	15.4
สามารถควบคุมข้อมูลที่ต้องการทราบและสามารถดูซ้ำได้มากกว่า ที่ต้องการ	142	9.4
มีข้อมูลการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์	145	9.6
มีข้อมูลที่มาจากข้อเท็จจริงจากประสบการณ์ส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยว	157	10.4
สามารถสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพ เสียง และภาพเคลื่อนไหว	157	10.4
สามารถเก็บข้อความ รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวและเสียงไว้ใน ลักษณะของไฟล์ข้อมูล	134	8.8
รวม	1,516	100.0

* กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

** ความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ 1,516 คำตอบมีค่าเท่ากับ ร้อยละ 100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า เหตุผลสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงข้อมูล สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ข้อมูลการท่องเที่ยวมีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และมีความสะดวกในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการจากข้อมูลจำนวนมาก มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 15.4 ร้อยละ 14.8 และ ร้อยละ 13.5 ตามลำดับ สำหรับเหตุผลในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในเรื่องรูปแบบในการนำเสนอมีความน่าสนใจมีเพียงร้อยละ 7.8

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวนและร้อยละของความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยว	343	26.4
สถานที่พักผ่อน	308	23.7
แผนที่/เส้นทางการเดินทาง	289	22.2
บริษัททัวร์	60	4.6
สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก	46	3.5
เทศกาล/งานประเพณี	116	9.0
เกร็ดความรู้ต่าง ๆ	138	10.6
รวม	1,300	100.0

*กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

** ความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ 1,300 คำตอบมีค่าเท่ากับ ร้อยละ 100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ สถานที่พักผ่อนและแผนที่/เส้นทางการเดินทาง ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 23.7 และ ร้อยละ 22.2 ตามลำดับ ส่วนความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ประเภทบริษัททัวร์ และสินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึกมีเพียงร้อยละ 4.6 และ ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการในสื่อออนไลน์

ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว	283	70.8
กระดานข่าว/กระทู้จากนักท่องเที่ยว	50	12.5
สามารถ Download ข้อมูลได้	42	10.5
Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการในสื่อออนไลน์มากที่สุดคือ ข้อมูลที่มีรายละเอียดการท่องเที่ยว มีจำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือ กระดานข่าว/กระทู้จากนักท่องเที่ยวและ สามารถ Download ข้อมูลได้ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 12.5 และ ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

เกณฑ์การแบ่งคุณลักษณะจากค่าเฉลี่ยรายข้อ 5 ระดับ

ค่าเฉลี่ยในระดับ 4.21 - 5.00 = เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยในระดับ 3.41 - 4.20 = เห็นด้วยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยในระดับ 2.61 - 3.40 = ไม่มีความคิดเห็น

ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.81 - 2.60 = ไม่เห็นด้วยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยในระดับ 1.00 - 1.80 = ไม่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารการท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.03) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีความรวดเร็ว ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ (4.33) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ (4.30) มีหลากหลาย ชัดเจน เข้าใจง่าย และ มีความน่าสนใจ (4.26) ตอบสนองความต้องการ (4.24) ส่วนทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะของข่าวสารที่อยู่ในระดับมากคือ เป็นแหล่งข่าวสารการท่องเที่ยวที่ดี (3.99) มีความสอดคล้องระหว่างภาพประกอบกับเนื้อหา (3.91) มีภาพกราฟิกที่ใช้สำหรับการอธิบาย (3.83) มีความน่าเชื่อถือ (3.64) และมีเนื้อหาสาระมากกว่าในหนังสือท่องเที่ยว (3.53)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยว การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยว และ ทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย” ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine มีสมมติฐานย่อย 7 สมมติฐานดังนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.16
แสดงความสัมพันธ์ของเพศกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

เพศ	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ชาย	8 5.6%	25 17.4%	111 77.1%	144 100.0%
หญิง	15 6.6%	48 21.1%	164 72.2%	227 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 1.077, df = 2. Sig. = 0.584

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.584 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.17

แสดงความสัมพันธ์ของอายุกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

อายุ	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ผ่าน Search Engine			Total
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
15-24 ปี	0 .0%	0 .0%	3 100.0%	3 100.0%
25-34 ปี	17 5.8%	53 18.2%	222 76.0%	292 100.0%
35-44 ปี	3 6.0%	12 24.0%	35 70.0%	50 100.0%
45-54ปี	3 15.8%	6 31.6%	10 52.6%	19 100.0%
55 ปีขึ้นไป	0 .0%	2 28.6%	5 71.4%	7 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 8.288, df = 8, Sig = 0.406

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.406 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.18

แสดงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษาสูงสุดกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
มัธยมศึกษาตอนต้น	0 .0%	0 .0%	1 100.0%	1 100.0%
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0 .0%	3 20.0%	12 80.0%	15 100.0%
อนุปริญญา/ปวส.	2 22.2%	2 22.2%	5 55.6%	9 100.0%
ปริญญาตรี	14 6.7%	42 20.2%	152 73.1%	208 100.0%
สูงกว่าปริญญาตรี	7 5.1%	26 18.8%	105 76.1%	138 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 6.082, df = 8, Sig = 0.638

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.638 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.19

แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

อาชีพ	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ผ่าน Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	2 4.4%	8 17.8%	35 77.8%	45 100.0%
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	7 6.5%	31 28.7%	70 64.8%	108 100.0%
พนักงานบริษัทเอกชน	5 3.9%	21 16.4%	102 79.7%	128 100.0%
รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างชั่วคราวในหน่วยงาน ของรัฐและรัฐวิสาหกิจ	4 8.9%	8 17.8%	33 73.3%	45 100.0%
อาชีพอิสระ /ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	5 11.9%	5 11.9%	32 76.2%	42 100.0%
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	0 .0%	0 .0%	3 100.0%	3 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 13.630, df = 10, Sig = 0.191

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ 0.191 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : รายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.20

แสดงความสัมพันธ์ของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0 .0%	4 33.3%	8 66.7%	12 100.0%
5,000 - 15,000 บาท	9 6.8%	29 21.8%	95 71.4%	133 100.0%
15,001 - 25,000 บาท	9 7.6%	17 14.4%	92 78.0%	118 100.0%
25,001 - 35,000 บาท	2 4.3%	13 28.3%	31 67.4%	46 100.0%
35,001 - 45,000 บาท	0 .0%	7 25.0%	21 75.0%	28 100.0%
สูงกว่า 45,000 บาทขึ้นไป	3 8.8%	3 8.8%	28 82.4%	34 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 11.889, df= 10, Sig = .293

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .293 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.6 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.21

แสดงความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ประเภท Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
โสด	16 5.3%	54 17.9%	232 76.8%	302 100.0%
สมรส	6 9.1%	18 27.3%	42 63.6%	66 100.0%
หย่าร้าง/หม้าย	1 33.3%	1 33.3%	1 33.3%	3 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 9.513, df = 4, Sig = .049

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1.7 ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : ที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.22

แสดงความสัมพันธ์ของที่อยู่อาศัยปัจจุบันกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ผ่าน Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
กรุงเทพและปริมณฑล	11 4.2%	53 20.2%	199 75.7%	263 100.0%
จังหวัดในภาคเหนือ	2 13.3%	3 20.0%	10 66.7%	15 100.0%
จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันตก	1 5.9%	2 11.8%	14 82.4%	17 100.0%
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออก	5 13.2%	3 7.9%	30 78.9%	38 100.0%
จังหวัดในภาคใต้	4 10.5%	12 31.6%	22 57.9%	38 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 14.886, df = 8, Sig = .061

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .061 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.1 เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.23

แสดงความสัมพันธ์ของเพศกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

เพศ	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ชาย	11 7.8%	73 51.8%	57 40.4%	141 100.0%
หญิง	12 4.8%	96 38.7%	140 56.5%	248 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 9.424, df = 2, Sig = .009

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.24

แสดงความสัมพันธ์ของอายุกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

อายุ	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
15-24 ปี	0 .0%	2 66.7%	1 33.3%	3 100.0%
25-34 ปี	19 6.3%	119 39.1%	166 54.6%	304 100.0%
35-44 ปี	3 5.6%	31 57.4%	20 37.0%	54 100.0%
45-54ปี	1 4.8%	14 66.7%	6 28.6%	21 100.0%
55 ปีขึ้นไป	0 .0%	3 42.9%	4 57.1%	7 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 12.577, df = 8, Sig = .127

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ.127 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.25

แสดงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษาสูงสุดกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
มัธยมศึกษาตอนต้น	0 .0%	0 .0%	1 100.0%	1 100.0%
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	0 .0%	7 50.0%	7 50.0%	14 100.0%
อนุปริญญา/ปวส.	1 8.3%	2 16.7%	9 75.0%	12 100.0%
ปริญญาตรี	17 7.6%	94 42.2%	112 50.2%	223 100.0%
สูงกว่าปริญญาตรี	5 3.6%	66 47.5%	68 48.9%	139 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 8.508, df = 8, Sig = .385

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .385 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.26

แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

อาชีพ	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	2 4.5%	18 40.9%	24 54.5%	44 100.0%
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/ เจ้าหน้าที่ของรัฐ	7 6.1%	59 51.3%	49 42.6%	115 100.0%
พนักงานบริษัทเอกชน	9 6.6%	54 39.7%	73 53.7%	136 100.0%
รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างชั่วคราวในหน่วยงานของ รัฐและรัฐวิสาหกิจ	2 4.4%	19 42.2%	24 53.3%	45 100.0%
อาชีพอิสระ /ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3 6.5%	18 39.1%	25 54.3%	46 100.0%
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	0 .0%	1 33.3%	2 66.7%	3 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 5.237, df = 10, Sig = .875

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .875 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : รายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.27

แสดงความสัมพันธ์ของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0 .0%	3 27.3%	8 72.7%	11 100.0%
5,000 - 15,000 บาท	8 5.7%	63 44.7%	70 49.6%	141 100.0%
15,001 - 25,000 บาท	7 5.6%	51 40.8%	67 53.6%	125 100.0%
25,001 - 35,000 บาท	5 10.4%	20 41.7%	23 47.9%	48 100.0%
35,001 - 45,000 บาท	1 3.4%	17 58.6%	11 37.9%	29 100.0%
สูงกว่า 45,000 บาทขึ้นไป	2 5.7%	15 42.9%	18 51.4%	35 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 7.423, df = 10, Sig = .685

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .685 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.6 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.28

แสดงความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
โสด	21 6.6%	126 39.9%	169 53.5%	316 100.0%
สมรส	2 2.9%	42 60.0%	26 37.1%	70 100.0%
หย่าร้าง/หม้าย	0 .0%	1 33.3%	2 66.7%	3 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 10.158, df = 4, Sig = .038

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2.7 ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : ที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_1 : ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.29

แสดงความสัมพันธ์ของที่อยู่อาศัยปัจจุบันกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
กรุงเทพและปริมณฑล	16 5.9%	128 47.1%	128 47.1%	272 100.0%
จังหวัดในภาคเหนือ	0 .0%	6 37.5%	10 62.5%	16 100.0%
จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันตก	0 .0%	5 23.8%	16 76.2%	21 100.0%
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออก	2 5.1%	16 41.0%	21 53.8%	39 100.0%
จังหวัดในภาคใต้	5 12.2%	14 34.1%	22 53.7%	41 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 12.639, df = 8, Sig = .125

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .125 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.1 เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.30

แสดงความสัมพันธ์ของเพศกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

เพศ	ความถี่ในการค้นหาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ชาย	86	39	5	130
	66.2%	30.0%	3.8%	100.0%
หญิง	117	96	11	224
	52.2%	42.9%	4.9%	100.0%
รวม	203	135	16	354
	57.3%	38.1%	4.5%	100.0%

Chi – Square = 6.552, df = 2, Sig = .038

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .038 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.2 อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.31

แสดงความสัมพันธ์ของอายุกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

อายุ	ความถี่ในการค้นหาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
15-24 ปี	1 33.3%	2 66.7%	0 .0%	3 100.0%
25-34 ปี	157 55.5%	112 39.6%	14 4.9%	283 100.0%
35-44 ปี	32 65.3%	16 32.7%	1 2.0%	49 100.0%
45-54ปี	9 60.0%	5 33.3%	1 6.7%	15 100.0%
55 ปีขึ้นไป	4 100.0%	0 .0%	0 .0%	4 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 6.349, df = 8, Sig = .608

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .608 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.3 ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.32

แสดงความสัมพันธ์ของระดับการศึกษาสูงสุดกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	9 69.2%	3 23.1%	1 7.7%	13 100.0%
อนุปริญญา/ปวส.	5 62.5%	2 25.0%	1 12.5%	8 100.0%
ปริญญาตรี	115 55.6%	82 39.6%	10 4.8%	207 100.0%
สูงกว่าปริญญาตรี	74 58.7%	48 38.1%	4 3.2%	126 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 3.734, df = 6, Sig = .713

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .713 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.33

แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

อาชีพ	ความถี่ในการค้นหาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	24 54.5%	17 38.6%	3 6.8%	44 100.0%
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงาน/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	60 63.8%	29 30.9%	5 5.3%	94 100.0%
พนักงานบริษัทเอกชน	70 54.3%	53 41.1%	6 4.7%	129 100.0%
รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้างชั่วคราวใน หน่วยงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจ	25 55.6%	20 44.4%	0 .0%	45 100.0%
อาชีพอิสระ / ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	21 53.8%	16 41.0%	2 5.1%	39 100.0%
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	3 100.0%	0 .0%	0 .0%	3 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 8.181, df = 10, Sig = .611

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .611 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : รายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : รายได้ส่วนตัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.34

แสดงความสัมพันธ์ของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	ความถี่ในการค้นหาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	6 60.0%	3 30.0%	1 10.0%	10 100.0%
5,000 - 15,000 บาท	77 58.8%	50 38.2%	4 3.1%	131 100.0%
15,001 - 25,000 บาท	60 52.6%	49 43.0%	5 4.4%	114 100.0%
25,001 - 35,000 บาท	25 59.5%	14 33.3%	3 7.1%	42 100.0%
35,001 - 45,000 บาท	12 52.2%	10 43.5%	1 4.3%	23 100.0%
สูงกว่า 45,000 บาท ขึ้นไป	23 67.6%	9 26.5%	2 5.9%	34 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 5.860, df = 10, Sig = .827

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .827 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รายได้ส่วนตัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.6 สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.35

แสดงความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการค้นหาจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
โสด	163 55.4%	118 40.1%	13 4.4%	294 100.0%
สมรส	40 69.0%	15 25.9%	3 5.2%	58 100.0%
หย่าร้าง/หม้าย	0 .0%	2 100.0%	0 .0%	2 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 7.456, df = 4, Sig = .114

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .114 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3.7 ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : ที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : ที่อยู่อาศัยปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.36

แสดงความสัมพันธ์ของที่อยู่อาศัยปัจจุบันกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
กรุงเทพและปริมณฑล	132 52.8%	107 42.8%	11 4.4%	250 100.0%
จังหวัดในภาคเหนือ	13 86.7%	2 13.3%	0 .0%	15 100.0%
จังหวัดในภาคกลางและภาคตะวันตก	12 63.2%	6 31.6%	1 5.3%	19 100.0%
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก	23 63.9%	10 27.8%	3 8.3%	36 100.0%
จังหวัดในภาคใต้	23 67.6%	10 29.4%	1 2.9%	34 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 11.966, df = 8, Sig = .153

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .153 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ที่อยู่อาศัยปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารการ ท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการ
ค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการ
ค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : ความบ่อยในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน
Search Engine

H_1 : ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน
Search Engine

ตารางที่ 4.37

แสดงความสัมพันธ์ของความบ่อยในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ความบ่อยในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาผ่าน Search Engine			Total
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
1-2 ครั้ง	13 8.0%	36 22.1%	114 69.9%	163 100.0%
3-4 ครั้ง	6 4.8%	25 19.8%	95 75.4%	126 100.0%
5-6 ครั้ง	3 7.3%	5 12.2%	33 80.5%	41 100.0%
มากกว่า 6 ครั้ง	1 2.4%	7 17.1%	33 80.5%	41 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 4.918, df = 6, Sig = .554

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .554 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่
0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความบ่อยในการท่องเที่ยวไม่
มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.38

แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
1-2 วัน	12 8.6%	27 19.4%	100 71.9%	139 100.0%
3-4 วัน	9 4.3%	41 19.8%	157 75.8%	207 100.0%
5-6 วัน	2 9.1%	5 22.7%	15 68.2%	22 100.0%
มากกว่า 6 วัน	0 .0%	0 .0%	3 100.0%	3 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 4.204, df = 6, Sig = .649

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .649 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_0 : ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

H_1 : ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ตารางที่ 4.39

แสดงความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine			Total
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ต่ำกว่า 30,000 บาท	6 12.0%	13 26.0%	31 62.0%	50 100.0%
3,000 - 5,000 บาท	8 5.0%	29 18.1%	123 76.9%	160 100.0%
5,001 - 10,000 บาท	7 5.7%	24 19.5%	92 74.8%	123 100.0%
มากกว่า 10,000 บาท	2 5.3%	7 18.4%	29 76.3%	38 100.0%
รวม	23 6.2%	73 19.7%	275 74.1%	371 100.0%

Chi – Square = 5.621, df = 6, Sig = .467

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .467 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.1 ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : ความบ่อยในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

H_1 : ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.40

แสดงความสัมพันธ์ของความบ่อยในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ความบ่อยในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
1-2 ครั้ง	15 8.8%	76 44.7%	79 46.5%	170 100.0%
3-4 ครั้ง	7 5.3%	57 43.5%	67 51.1%	131 100.0%
5-6 ครั้ง	1 2.3%	14 31.8%	29 65.9%	44 100.0%
มากกว่า 6 ครั้ง	0 .0%	22 50.0%	22 50.0%	44 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 10.582, df = 6, Sig = .102

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .102 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความบ่อยในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.41

แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			Total
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
1-2 วัน	10 6.8%	66 44.9%	71 48.3%	147 100.0%
3-4 วัน	12 5.5%	92 42.2%	114 52.3%	218 100.0%
5-6 วัน	1 4.8%	9 42.9%	11 52.4%	21 100.0%
มากกว่า 6 วัน	0 .0%	2 66.7%	1 33.3%	3 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 1.473, df = 6, Sig = .961

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .961 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

H_0 : ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

H_1 : ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

ตารางที่ 4.42

แสดงความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ต่ำกว่า 30,000 บาท	7 14.3%	23 46.9%	19 38.8%	49 100.0%
3,000 - 5,000 บาท	12 7.0%	67 39.0%	93 54.1%	172 100.0%
5,001 - 10,000 บาท	4 3.1%	57 44.2%	68 52.7%	129 100.0%
มากกว่า 10,000 บาท	0 .0%	22 56.4%	17 43.6%	39 100.0%
รวม	23 5.9%	169 43.4%	197 50.6%	389 100.0%

Chi – Square = 14.886, df = 6, Sig = .021

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .021 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.1 ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : ความบ่อยในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.43

แสดงความสัมพันธ์ของความบ่อยในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ความบ่อยในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
1-2 ครั้ง	101 66.4%	47 30.9%	4 2.6%	152 100.0%
3-4 ครั้ง	69 57.0%	46 38.0%	6 5.0%	121 100.0%
5-6 ครั้ง	15 36.6%	22 53.7%	4 9.8%	41 100.0%
มากกว่า 6 ครั้ง	18 45.0%	20 50.0%	2 5.0%	40 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 16.243, df = 6, Sig = .013

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความบ่อยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.44

แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
1-2 วัน	73 55.7%	48 36.6%	10 7.6%	131 100.0%
3-4 วัน	116 58.0%	78 39.0%	6 3.0%	200 100.0%
5-6 วัน	11 55.0%	9 45.0%	0 .0%	20 100.0%
มากกว่า 6 วัน	3 100.0%	0 .0%	0 .0%	3 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 7.425, df = 6, Sig = .283

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .283 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3.3 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network)

H_0 : ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

H_1 : ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ตารางที่ 4.45

แสดงความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ			รวม
	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง	
ต่ำกว่า 30,000 บาท	30 63.8%	16 34.0%	1 2.1%	47 100.0%
3,000 - 5,000 บาท	83 53.5%	65 41.9%	7 4.5%	155 100.0%
5,001 - 10,000 บาท	71 59.7%	41 34.5%	7 5.9%	119 100.0%
มากกว่า 10,000 บาท	19 57.6%	13 39.4%	1 3.0%	33 100.0%
รวม	203 57.3%	135 38.1%	16 4.5%	354 100.0%

Chi – Square = 3.322, df = 6, Sig = .767

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ค่า sig. เท่ากับ .767 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานที่ 3 การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 การแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine
กับทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยง มาตรฐาน	F	Sig.
น้อย	23	42.6087	8.30520		
เป็นบางครั้ง	73	42.7397	6.76598	4.171	.016
ทุกครั้ง	275	44.9782	6.44286		
รวม	371	44.3908	6.68890		

จากตารางที่ 4.46 พบว่าค่า P-Value = 0.016 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันจำแนกตามความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine เป็นรายคู่ นั่น ผู้ศึกษาได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.47

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine

ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ค่าเฉลี่ย	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง
		42.6087	42.7397	44.9782
น้อย	42.6087		-.13103	-2.36949
เป็นบางครั้ง	42.7397			-2.23846*
ทุกครั้ง	44.9782			

จากตารางที่ 4.47 พบว่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์จำแนกตามความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจากความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine ทุกครั้ง มีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์มากกว่าความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine เป็นบางครั้ง สำหรับคู่อื่น ๆ ไม่พบความสัมพันธ์ใด ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) กับทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website)	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงมาตรฐาน	F	Sig.
น้อย	23	40.7826	6.28820		
เป็นบางครั้ง	169	43.2485	6.94003	9.972	.000
ทุกครั้ง	197	45.6853	6.17289		
รวม	389	44.3368	6.67332		

จากตารางที่ 4.48 พบว่าค่า P-Value = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่แตกต่างกันจำแนกตามความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website) เป็นรายคู่ นั่น ผู้ศึกษาได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.49

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์กับความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website)

ความถี่ในการค้นหาข่าวสารผ่าน Search Engine	ค่าเฉลี่ย	น้อย	เป็นบางครั้ง	ทุกครั้ง
		40.7826	43.2485	45.6853
น้อย	40.7826		-2.46591	-4.90267
เป็นบางครั้ง	43.2485			-2.43676
ทุกครั้ง	45.6853			

จากตารางที่ 4.49 พบว่าการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์จำแนกตามความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจากความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทเว็บไซต์ (Website) ทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์มากกว่าความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภท เว็บไซต์ (Website) เป็นบางครั้ง สำหรับคู่อื่น ๆ ไม่พบความสัมพันธ์ใด ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ (Webboard, Blog, E-mail, Social Network) ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

H_0 : ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50

แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ กับทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์

ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงมาตรฐาน	F	Sig.
น้อย	203	43.6995	7.30139		
เป็นบางครั้ง	135	45.0074	5.94062	1.566	.210
ทุกครั้ง	16	44.8125	6.53420		
รวม	354	44.2486	6.79154		

จากตารางที่ 4.50 พบว่าค่า P-Value = 0.210 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการค้นหาข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อคุณลักษณะข่าวสารการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน