

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยว
ในจังหวัดหนองคาย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการ
สื่อสารที่ตรงกันผู้ศึกษาได้กำหนด ขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Mdn	แทน	ค่าที่อยู่ตรงตำแหน่งกลางในการแจกแจงข้อมูล (มีพื้นฐาน : Median)
Mo	แทน	ค่ากลางของข้อมูลที่มีความถี่สูงสุดในชุดข้อมูลนั้น (ฐานนิยม : Mode)
<i>t</i>	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน <i>t</i> -distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
<i>F</i> -Ratio	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน <i>F</i> -distribution
<i>F</i> , Sig, <i>p</i>	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ <i>i</i> และ <i>j</i>
<i>r</i>	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำเสนอขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยการหาค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. วิเคราะห์ระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ชนิดที่เป็นแบบสอบถามรายการ (Check list) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
4. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกเป็น ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson's Product Moment Correlation)
5. การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ดังนี้
 - 5.1 จำแนกตาม เพศ การศึกษา และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยใช้ สถิติ Independent Sample *t*-test
 - 5.2 จำแนกตาม สถานภาพ อาชีพ ภูมิภาค อายุ รายได้ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง จำนวนครั้งที่มาไทย กับ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA Analysis : *F*-test) หากพบความแตกต่างจะต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้การทดสอบตามวิธี Least Significant Difference (L.S.D.)
6. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในข้อที่ 4 โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปของตารางพร้อมกับสรุปผลได้ตาราง ดังนี้

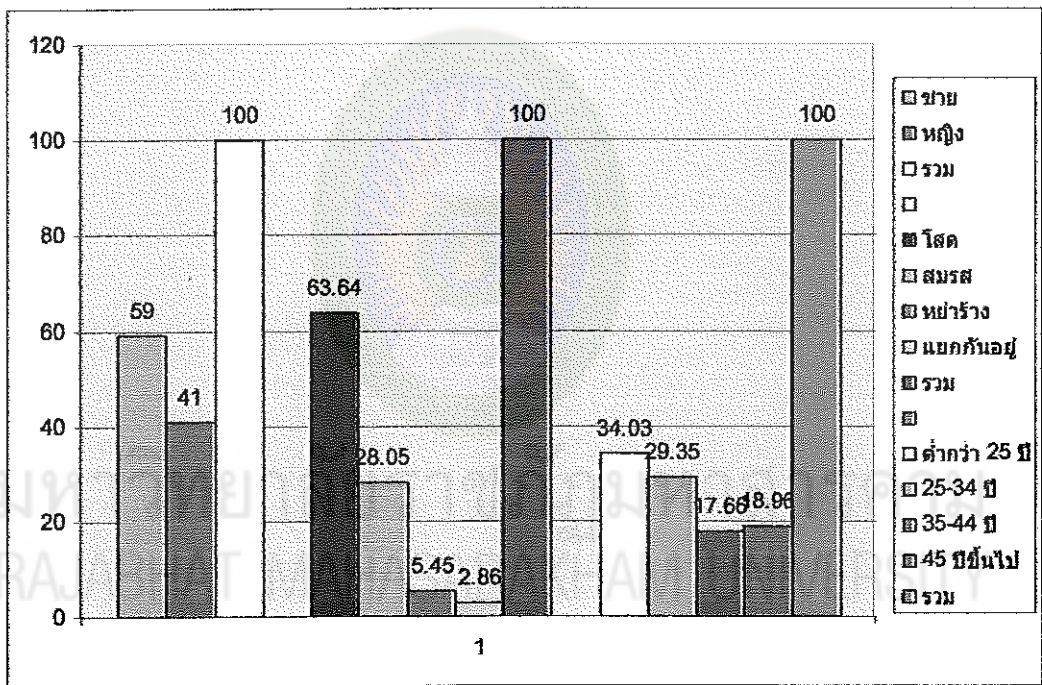
ตารางที่ 4 แสดงคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

	คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	227	59.00
	หญิง	158	41.00
	รวม	385	100.00
สถานภาพ	โสด	245	63.64
	สมรส	108	28.05
	หย่าร้าง	21	5.45
	แยกกันอยู่	11	2.86
	รวม	385	100.00
	อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	131
25-34 ปี		113	29.35
35-44 ปี		68	17.66
45 ปีขึ้นไป		73	18.96
รวม		385	100.00
อาชีพ	นักศึกษา	83	21.56
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	52	13.51
	พนักงานบริษัท	73	18.96
	ธุรกิจส่วนตัว	67	17.40

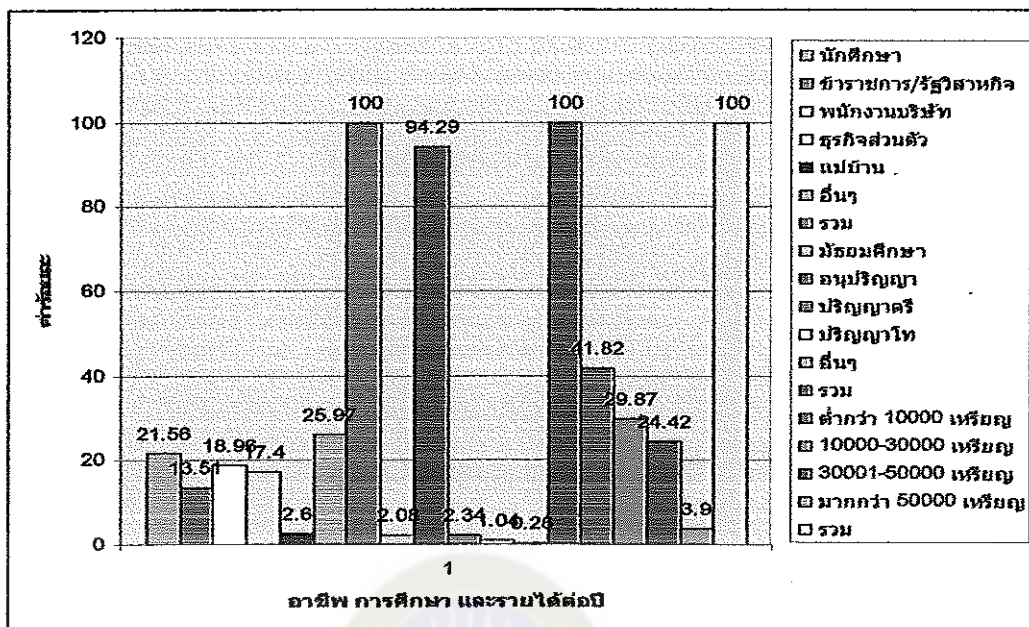
คุณลักษณะ		จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา	แม่บ้าน	10	2.60
	อื่นๆ	100	25.97
	รวม	385	100.00
	มัธยมศึกษา	8	2.08
	อนุปริญญา	363	94.29
	ปริญญาตรี	9	2.34
	ปริญญาโท	4	1.04
	อื่นๆ	1	0.26
	รวม	385	100.00
	รายได้ต่อปี	ต่ำกว่า 10000 เหยียญ	161
10000-30000 เหยียญ		115	29.87
30001-50000 เหยียญ		94	24.42
มากกว่า 50000 เหยียญ		15	3.90
รวม		385	100.00
ประเทศ	Japan	30	7.79
	Laos	28	7.27
	China	28	7.27
	Taiwan	18	4.68
	Malaysia	7	1.82
	Hongkong	6	1.56
	Singapore	2	0.52
	India	1	0.26
	England	43	11.17
	Netherland	24	6.24
France	24	6.23	

	คุณลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
	Ireland	19	4.94
	Italy	13	3.38
	Germany	12	3.12
	Switzerland	7	1.82
	Sweden	2	0.52
	U.S.A.	62	16.10
	Canada	20	5.19
	Australia	34	8.83
	New Zealand	5	1.30
	รวม	385	100.00
	ทวีป	เอเชีย	120
ยุโรป		144	37.40
อเมริกาเหนือ		82	21.30
ออสเตรเลีย		39	10.10
รวม		385	100.00
จำนวนครั้งที่มาเที่ยว	ครั้งแรก	164	42.60
	2-4 ครั้ง	138	35.84
	5-10 ครั้ง	51	13.25
	มากกว่า 10 ครั้ง	32	8.31
	รวม	385	100.00
ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง	ไม่เกิน 500 เหรียญ(US.)	108	28.05
	501-1000 เหรียญ(US.)	74	19.22
	1001-1500 เหรียญ(US.)	21	5.45
	1501-2000 เหรียญ(US.)	33	8.57
	มากกว่า 2000 (US.)	53	13.77

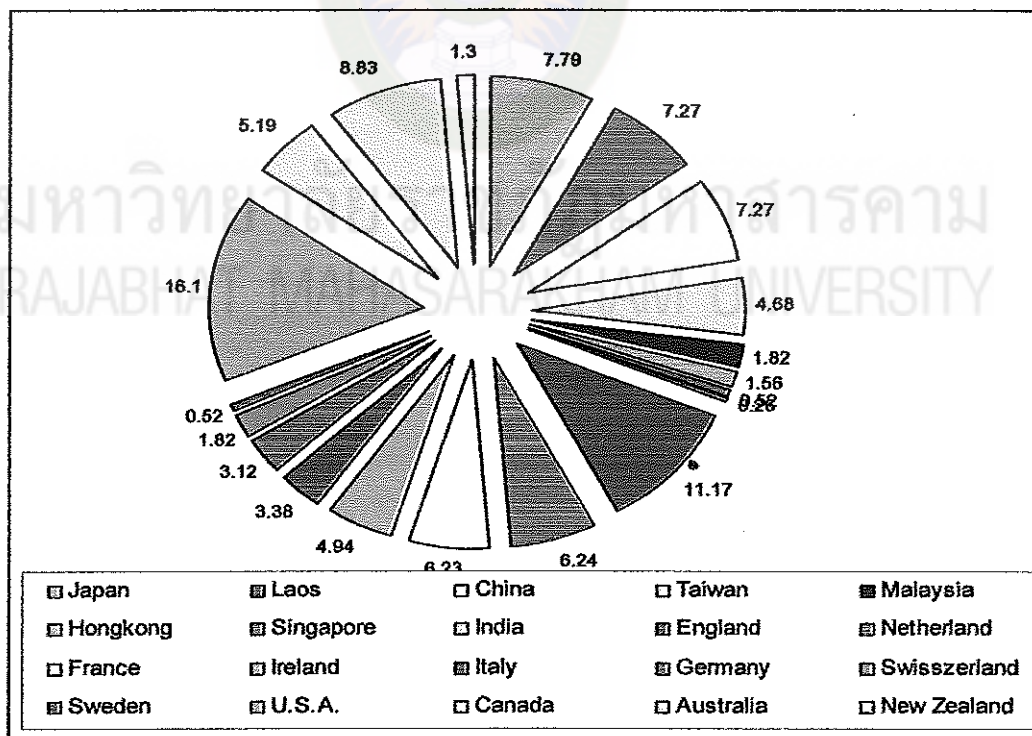
คุณลักษณะ		จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการท่องเที่ยว	ไม่แน่นอน	91	23.64
	ไม่ตอบ	5	1.30
	$\bar{X}=1681.66$ SD=3191.65	Min=80	Max=30000
	รวม	385	100.00
	โดยส่วนตัว	325	84.42
	รูปแบบบริษัททัวร์	60	15.58
	รวม	385	100.00



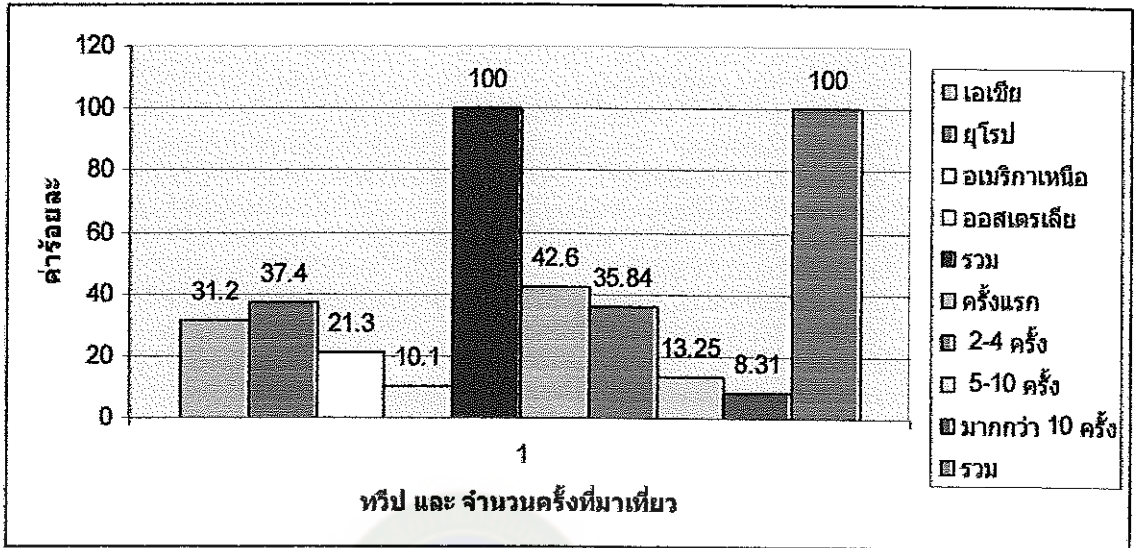
ภาพที่ 1 แสดงค่าร้อยละของคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ สถานะ อายุ



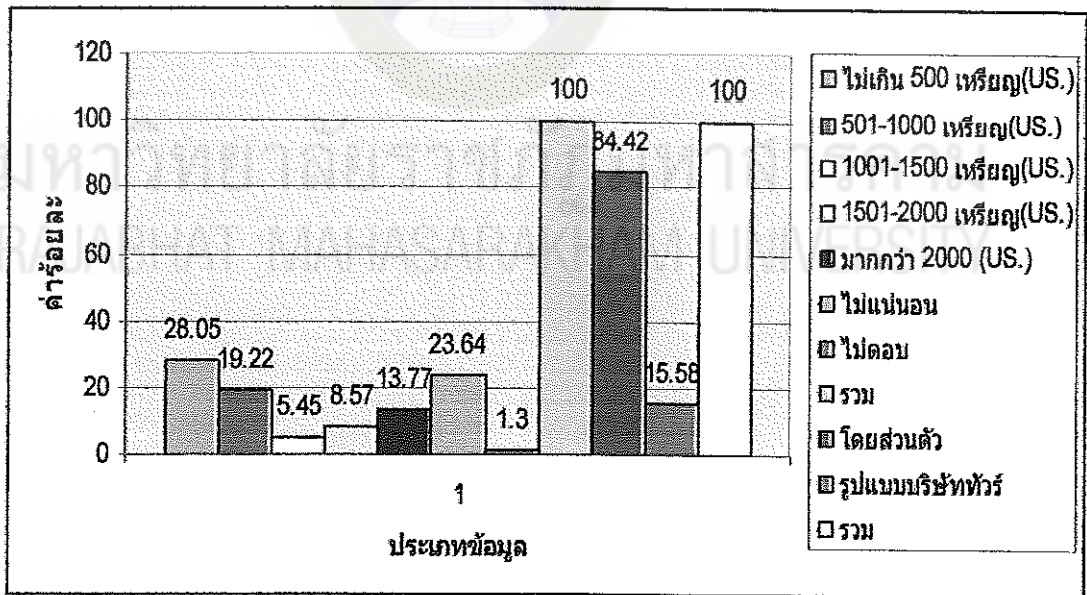
ภาพที่ 2 แสดงค่าร้อยละของคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ การศึกษา และ รายได้ต่อปี



ภาพที่ 3 แสดงค่าร้อยละของคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเทศ



ภาพที่ 4 แสดงค่าร้อยละของคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ทวีป และจำนวนครั้งที่มาเที่ยว



ภาพที่ 5 แสดงค่าร้อยละของคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง รูปแบบการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4 และ กราฟที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณลักษณะทั่วไป เป็นดังนี้

1. จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และ เป็นหญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

2. จำแนกตามสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมา สมรส จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.05 หย่าร้าง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และ แยกกันอยู่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

3. จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 รองลงมา อายุ 25-34 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 29.35 อายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.96 และ อายุ 35-44 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.66

4. จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ระบุอาชีพ (อื่นๆ) จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.97 รองลงมา นักศึกษา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 พนักงานบริษัท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.96 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.51 และ แม่บ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60

5. จำแนกตามการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 363 คน คิดเป็นร้อยละ 94.29 รองลงมา ปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.34 มัธยมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 ปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04 และ ไม่ระบุ (อื่นๆ) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26

6. จำแนกตาม รายได้ต่อปี พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 10000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 รองลงมา มีรายได้ 10000-30000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 มีรายได้ 30001-50000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42 และมีรายได้มากกว่า 50000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

7. จำแนกตามประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา (U.S.A.) จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 รองลงมา England จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 Australia จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.83 Japan จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 China จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27 Laos จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27 France จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.23 Netherland จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.24 Canada จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.19 Ireland จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.94 Taiwan จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.68 Italy จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.38 Germany จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12 Switzerland จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82 Malaysia จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

Hongkong จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56 New Zealand จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 Sweden จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 Singapore จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 และ India จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26

8. จำแนกตามภูมิภาค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มาจากภูมิภาค ยุโรป จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมา เอเชีย จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 อเมริกาเหนือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ ออสเตรเลีย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1

9. จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว พบว่า มาเป็นครั้งแรก จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมา 2-4 ครั้ง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84 5-10 ครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และ มากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31

10. จำแนกตามค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้จ่าย ไม่เกิน 500 เหรียญ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.05 รองลงมา ใช้จ่าย ไม่น้อยกว่า 500 เหรียญ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.64 อยู่ระหว่าง 501-1000 เหรียญ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.22 มากกว่า 2000 เหรียญ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 อยู่ระหว่าง 1501-2000 เหรียญ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 อยู่ระหว่าง 1001-1500 เหรียญ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และไม่ตอบจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

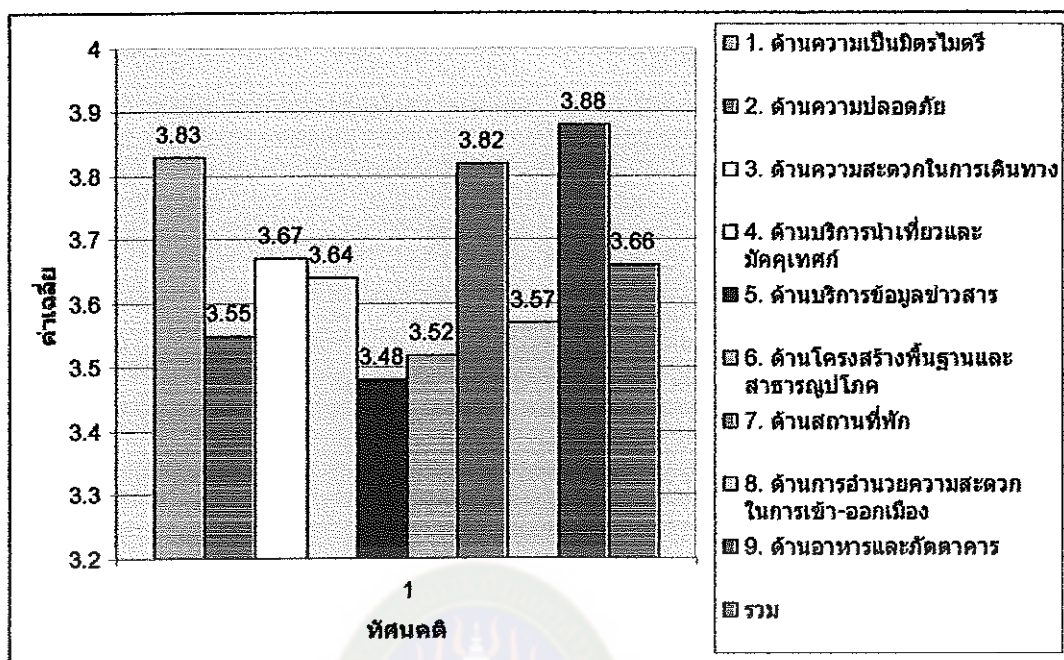
11. จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า เดินทางท่องเที่ยว โดยส่วนตัว จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 84.42 และ ในรูปแบบบริษัททัวร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58

2. วิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

การวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยการหาค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยรวมและรายด้าน

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านความเป็นมิตรไมตรี	4.00	4.00	3.83	0.56	ดี
2. ด้านความปลอดภัย	3.67	4.00	3.55	0.63	ดี
3. ด้านความสะดวกในการเดินทาง	3.67	4.00	3.67	0.59	ดี
4. ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	3.67	4.00	3.64	0.59	ดี
5. ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร	3.33	3.00	3.48	0.64	ดี
6. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค	3.67	4.00	3.52	0.62	ดี
7. ด้านสถานที่พัก	4.00	4.00	3.82	0.55	ดี
8. ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า- ออกเมือง	3.67	4.00	3.57	0.63	ดี
9. ด้านอาหารและภัตตาคาร	4.00	4.00	3.88	0.55	ดี
รวม	3.67	4.00	3.66	0.43	ดี



ภาพที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยรวมและรายด้าน

จากตารางที่ 5 และ กราฟที่ 6 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยรวม อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับดีทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 5 ด้าน ดังนี้ ด้านอาหารและภัตตาคาร ($\bar{X}=3.88$) ด้านความเป็นมิตรไมตรี ($\bar{X}=3.83$) ด้านสถานที่พัก ($\bar{X}=3.82$) ด้านความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=3.67$) และ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ($\bar{X}=3.64$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านความเป็นมิตรไมตรี

ด้านความเป็นมิตรไมตรี	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความมีน้ำใจ และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	4.00	4.00	3.98	0.66	ดี
2. การต้อนรับดี สุภาพ และ พูดยาไพเราะ	4.00	4.00	3.82	0.68	ดี
3. ความซื่อสัตย์ของผู้คน	4.00	4.00	3.68	0.70	ดี
รวม	4.00	4.00	3.83	0.56	ดี

จากตารางที่ 6 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านความเป็นมิตรไมตรี โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความมีน้ำใจ และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ($\bar{X}=3.98$) การต้อนรับดี สุภาพ และ พูดยาไพเราะ ($\bar{X}=3.82$) และ ความซื่อสัตย์ของผู้คน ($\bar{X}=3.68$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การจัดบริการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น จัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในจุดบริเวณท่องเที่ยว	4.00	4.00	3.65	0.66	ดี
2. อัยการเจ้าหน้าที่บริการในจุดท่องเที่ยว เช่น ตำรวจการท่องเที่ยว	4.00	4.00	3.58	0.72	ดี
3. มาตรการดูแลนักท่องเที่ยวป้องกันการเอารัดเอาเปรียบ การรีดไถ การโกง การฉ้อฉล หลอกลวง นักท่องเที่ยว	3.00	4.00	3.43	0.83	ดี
รวม	3.67	4.00	3.55	0.63	ดี

จากตารางที่ 7 พบว่า ทักษะคนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ การจัดการบริการให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น จัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในจุดบริเวณท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.65$) อธิบายเจ้าหน้าที่บริการในจุดท่องเที่ยว เช่น ดำรงการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.58$) และ มาตรการดูแลนักท่องเที่ยวป้องกันการเอารัดเอาเปรียบ การรีดไถ การโกง การฉ้อฉล หลอกหลวง นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.43$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านความสะดวกในการเดินทาง

ด้านความสะดวกในการเดินทาง	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวกในการใช้บริการระบบขนส่ง เช่น รถประจำทาง หรือ บริการรถเช่า ฯลฯ	4.00	4.00	3.74	0.71	ดี
2. ความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.00	4.00	3.68	0.69	ดี
3. จุดบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	4.00	4.00	3.60	0.76	ดี
รวม	3.67	4.00	3.67	0.59	ดี

จากตารางที่ 8 พบว่า ทักษะคนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านความสะดวกในการเดินทาง โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความสะดวกในการใช้บริการระบบขนส่ง เช่น รถประจำทาง หรือ บริการรถเช่า ฯลฯ ($\bar{X}=3.74$) ความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.68$) และ จุดบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวกต่อการจองทัวร์และ มัคคุเทศก์	4.00	4.00	3.75	0.66	ดี
2. ความสัมพันธ์ของโปรแกรมการ ท่องเที่ยวแต่ละจุด	4.00	4.00	3.61	0.69	ดี
3. ความรู้ความสามารถ การเอาใจใส่ และ การพูดภาษาต่างประเทศของของมัคคุเทศก์	4.00	4.00	3.57	0.73	ดี
รวม	3.67	4.00	3.64	0.59	ดี

จากตารางที่ 9 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการ ท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับ ความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้ ความสะดวกต่อการจองทัวร์และมัคคุเทศก์ ($\bar{X}=3.75$) ความสัมพันธ์ของโปรแกรมการท่องเที่ยวแต่ละจุด ($\bar{X}=3.61$) และ ความรู้ ความสามารถ การเอาใจใส่ และการพูดภาษาต่างประเทศของของมัคคุเทศก์ ($\bar{X}=3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร

ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความพอเพียงในด้านแผนที่แนะนำ เส้นทางท่องเที่ยว	4.00	4.00	3.52	0.77	ดี
2. ความเหมาะสมด้านตารางเวลาการ บริหารขนส่งมวลชน	3.00	3.00	3.51	0.71	ดี
3. จุดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.00	3.00	3.41	0.78	ดี
รวม	3.33	3.00	3.48	0.64	ดี

จากตารางที่ 10 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ย จากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้ ความพอเพียงในด้านแผนที่แนะนำเส้นทางท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.52$) ความเหมาะสมด้านตารางเวลาการบริหารขนส่งมวลชน ($\bar{X}=3.51$) และ จุดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.41$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค

ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เครื่องหมาย/สัญลักษณ์บอกข้อมูลการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว	4.00	4.00	3.62	0.66	ดี
2. ความสะดวกสาย และความสะอาดของระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ สาธารณะ ที่จอดรถ คลินิก เป็นต้น	4.00	4.00	3.42	0.84	ดี
3. การให้บริการด้านโทรคมนาคม เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์สาธารณะ ฯลฯ	4.00	4.00	3.51	0.81	ดี
รวม	3.67	4.00	3.52	0.62	ดี

จากตารางที่ 11 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับ ความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้ เครื่องหมาย/สัญลักษณ์บอกข้อมูลการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.62$) การให้บริการด้านโทรคมนาคม เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์สาธารณะ ฯลฯ ($\bar{X}=3.51$) และ ความสะดวกสายและความสะอาดของระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ที่จอดรถ คลินิก เป็นต้น ($\bar{X}=3.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย คำนวณจากที่พัก

ค่านสถานที่พัก	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความสะดวก ความสะอาด ความ เพียงพอ พร้อม และความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของที่พัก	4.00	4.00	3.70	0.73	ดี
2. ความหลากหลายของราคาที่พักที่ให้เลือก	4.00	4.00	3.80	0.65	ดี
3. มิตรภาพไมตรีจิตของพนักงานบริการ	4.00	4.00	3.96	0.61	ดี
รวม	4.00	4.00	3.82	0.55	ดี

จากตารางที่ 12 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการ ท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย คำนวณจากที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมาก ไปน้อย ได้ดังนี้ มิตรภาพไมตรีจิตของพนักงานบริการ ($\bar{X}=3.96$) ความหลากหลายของราคาที่พักที่ให้เลือก ($\bar{X}=3.80$) และ ความสะดวก ความสะอาด ความเพียงพอ พร้อม และความ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของที่พัก ($\bar{X}=3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง

ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า- ออกเมือง	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การพุดจาและความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	4.00	4.00	3.61	0.73	ดี
2. ความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการ	4.00	4.00	3.51	0.71	ดี
3. ความสะดวกในสนามบินของจุดบริการ ตรวจคนเข้าเมือง	4.00	4.00	3.58	0.71	ดี
รวม	3.67	4.00	3.57	0.63	ดี

จากตารางที่ 13 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการ ท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง โดยรวม อยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถ เรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ การพุดจาและความเป็นมิตรของ เจ้าหน้าที่ ($\bar{X}=3.61$) ความสะดวกในสนามบินของจุดบริการตรวจคนเข้าเมือง ($\bar{X}=3.58$) และ ความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพที่เจ้าหน้าที่ให้บริการ ($\bar{X}=3.51$) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่ามัธยฐาน (Median) ฐานนิยม (Mode) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านอาหารและภัตตาคาร

ด้านอาหารและภัตตาคาร	ระดับทัศนคติ				
	Mdn	Mo	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความหลากหลาย และ คุณภาพของร้านอาหารตามที่แตกต่างกัน	4.00	4.00	3.81	0.73	ดี
2. อนามัยทางโภชนาการ	4.00	4.00	3.67	0.74	ดี
3. ราคาของอาหาร	4.00	4.00	4.09	0.68	ดี
4. มิตรภาพและรวดเร็วของการบริการ	4.00	4.00	3.96	0.70	ดี
รวม	4.00	4.00	3.88	0.55	ดี

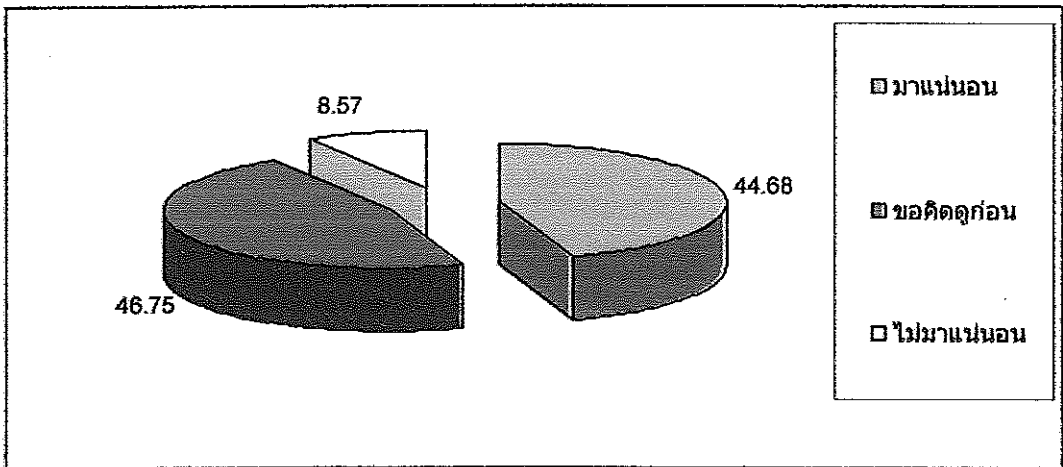
จากตารางที่ 14 พบว่า ทัศนคตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ด้านอาหารและภัตตาคาร โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับดีทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ราคาของอาหาร ($\bar{X}=4.09$) มิตรภาพและรวดเร็วของการบริการ ($\bar{X}=3.96$) ความหลากหลาย และ คุณภาพของร้านอาหารตามที่แตกต่างกัน ($\bar{X}=3.81$) และ อนามัยทางโภชนาการ ($\bar{X}=3.67$) ตามลำดับ

3. วิเคราะห์ระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

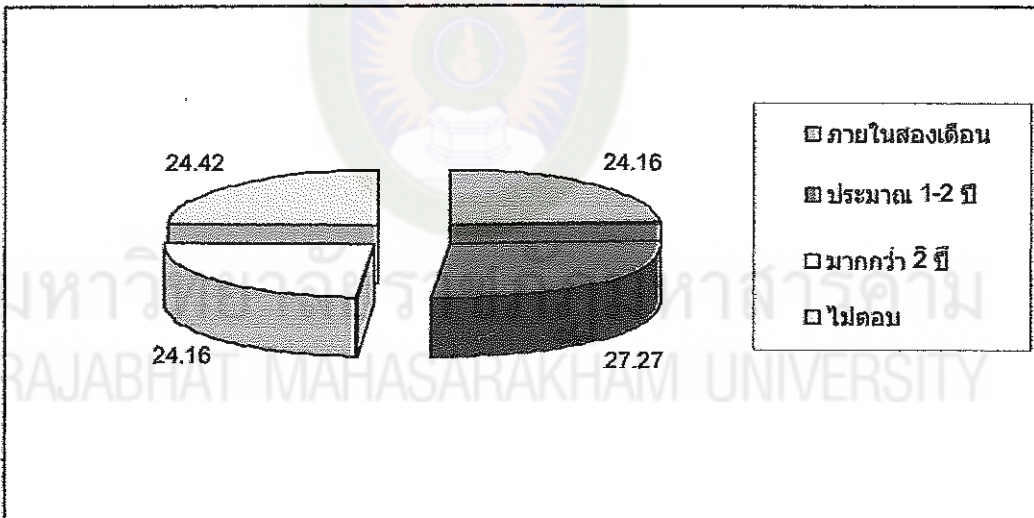
การวิเคราะห์ระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมกับนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจง ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

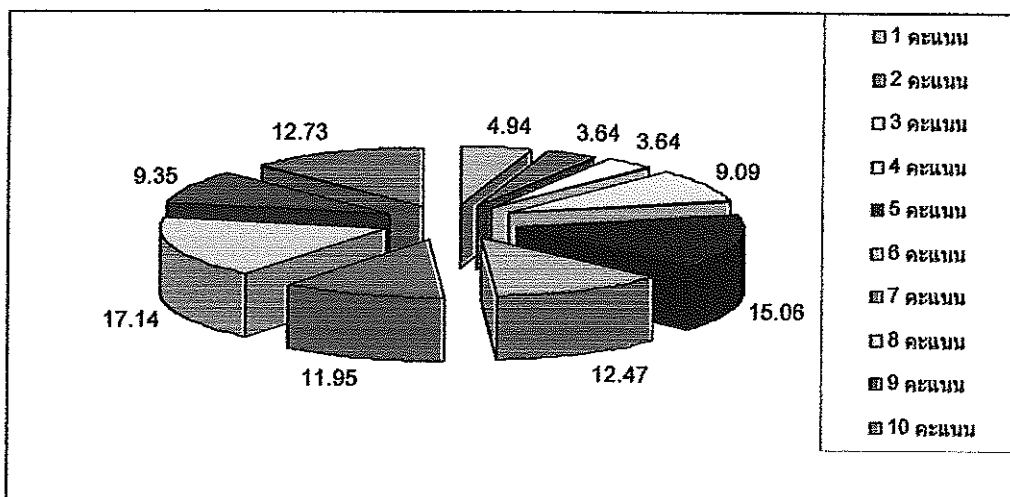
แนวโน้มการตัดสินใจกลับมา		จำนวน	ร้อยละ	
แนวโน้มการตัดสินใจกลับมา	มาแน่นอน	172	44.68	
	ขอก็คูก่อน	180	46.75	
	ไม่มาแน่นอน	33	8.57	
	รวม	385	100.00	
ระยะเวลาที่จะกลับคืนมา	ภายในสองเดือน	93	24.16	
	ประมาณ 1-2 ปี	105	27.27	
	มากกว่า 2 ปี	93	24.16	
	ไม่ตอบ	94	24.42	
	รวม	385	100.00	
คะแนนแนวโน้มการตัดสินใจ	1 คะแนน	19	4.94	
	2 คะแนน	14	3.64	
	3 คะแนน	14	3.64	
	4 คะแนน	35	9.09	
	5 คะแนน	58	15.06	
	6 คะแนน	48	12.47	
	7 คะแนน	46	11.95	
	8 คะแนน	66	17.14	
	9 คะแนน	36	9.35	
	10 คะแนน	49	12.73	
		รวม	385	100.00
	$\bar{X}=6.42$	SD= 2.49	Min= 1	Max= 10



ภาพที่ 7 แสดงแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 8 แสดงระยะเวลาที่จะกลับคืนมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 9 แสดงคะแนนแนวโน้มการตัดสินใจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

จากตารางที่ 15 และ กราฟที่ 7-9 พบว่า ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย พบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะพิจารณาก่อนการตัดสินใจ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75% รองลงมา คือ มาแน่นอน จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.68% และ ไม่มาแน่นอน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57%

โดยนักท่องเที่ยวคิดว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้งภายในประมาณ 1-2 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27% รองลงมา คือ ไม่แสดงความเห็น จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42% และจะกลับมาภายในสองเดือน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.16% และจะตัดสินใจกลับมาประมาณมากกว่า 2 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.16% และเมื่อวัดคะแนนการตัดสินใจการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยของการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}=6.42$) เรียงลำดับคะแนนจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ส่วนมากให้คะแนนตัดสินใจอยู่ที่ 8 คะแนน (17.14%) รองลงมา คือ 5 คะแนน (15.06%) 10 คะแนน (12.73%) และ 6 คะแนน (12.47%)

4. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกเป็น ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนักท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยว

4.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

สำหรับคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ภูมิภาค จำนวนครั้งที่มาเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ดังนี้

ตารางที่ 16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

รายการ	Pearson's R	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
เพศ	.087	.048	1.710	.088
สถานภาพ	.143	.045	2.833	.005*
อายุ	.158	.047	3.129	.002*
อาชีพ	.017	.049	.336	.737
การศึกษา	.078	.046	1.522	.129
รายได้	.033	.049	.648	.517
ภูมิภาค	.021	.051	.402	.688
จำนวนครั้งที่มาเที่ยว	.309	.042	6.364	.000*
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	.232	.028	4.046	.000*
รูปแบบการท่องเที่ยว	.080	.052	1.580	.115

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสถานภาพ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับ ค่ำมาก
2. ปัจจัยด้านอายุ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับ ค่ำมาก
3. ปัจจัยด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับ ค่ำ
4. ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับ ค่ำ

ส่วนปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ เพศ อาชีพ การศึกษา รายได้ ภูมิภาค และรูปแบบการท่องเที่ยว

4.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านความเป็นมิตรไมตรี ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค ด้านสถานที่พัก ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง และด้านอาหารและภัตตาคาร ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์โดยการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดย Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยว กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

รายการ	Pearson's R	Asymp. Std. Error	Approx. T	Approx. Sig.
1. ด้านความเป็นมิตรไมตรี	.334	.046	6.945	.000*
2. ด้านความปลอดภัย	.391	.047	8.310	.000*
3. ด้านความสะดวกในการเดินทาง	.278	.045	5.665	.000*
4. ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	.279	.044	5.689	.000*
5. ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร	.333	.043	6.918	.000*
6. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค	.255	.044	5.157	.000*
7. ด้านสถานที่พัก	.291	.042	5.951	.000*
8. ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง	.229	.040	4.613	.000*
9. ด้านอาหารและภัตตาคาร	.182	.044	3.631	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ($p < .05$) ได้แก่ ความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค สถานที่พัก การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง และอาหารและภัตตาคาร

เมื่อพิจารณาทิศทางของความสัมพันธ์ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยวสูงขึ้น มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งสูงขึ้น และ มีความเข้มของความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

5. การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว และทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

ในการนี้ผู้ศึกษาขอทำความเข้าใจเบื้องต้นว่าเนื่องจากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น พบว่า ตัวแปรบางตัวจำเป็นต้องปรับจัดกระทำใหม่เพื่อสอดคล้องกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อพิสูจน์สมมติฐาน ทั้งนี้ ตัวแปรที่ยังถือว่าเป็นตัวแปรได้ เมื่อจำแนกกลุ่มแล้วได้สัดส่วนที่ถือว่าน้อยที่สุดจะอยู่ที่ 8 : 2 (แปดต่อสอง) หากสัดส่วนสูงไปกว่านี้จะถือว่า เข้าใกล้ตัวคงที่ (ไม่ใช่ตัวแปร) (พิจิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2549 :15-30) หากเข้าใกล้ตัวคงที่จนเกินไปก็ไม่มีเหตุผลควรที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ตัวแปรที่ได้จัดกระทำใหม่ ได้แก่

1. ตัวแปรด้านสถานภาพ เดิมแบ่งออกเป็น สถานภาพโสด (63.64%) รองลงมาสมรสแล้ว (28.05%) หย่าร้างแล้ว (5.45%) และ แยกกันอยู่ (2.86%) กลุ่มใหม่ที่จัดได้แก่ สถานภาพโสด(63.64%) สถานภาพสมรส(28.05%) และ สถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ (8.31%)

2. ตัวแปรด้านการศึกษา เดิมแบ่งเป็น อนุปริญญา(94.29%) มัธยมศึกษา (2.08%) ปริญญาตรี (2.34%) ปริญญาโท (1.04%) และไม่ระบุ (อื่นๆ) (0.26%) กลุ่มใหม่ที่จัดได้แก่ ระดับอนุปริญญา(94.29%) และ ระดับอื่นๆ (มัธยมศึกษา, ปริญญาตรี, ปริญญาโท และอื่นๆ) (5.71%)

3. ตัวแปรด้านภูมิภาค ผู้ศึกษาจัดกลุ่มใหม่จากตัวแปรประเทศ/สัญชาติ โดยจำแนกออกเป็นภูมิภาค ได้แก่ เอเชีย (31.2%) ยุโรป (37.4%)อเมริกาเหนือ(21.3%) และ ออสเตรเลีย(10.1%) ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

5.1 ผลการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย โดยตัวแปรที่จำแนกตาม เพศ การศึกษา และรูปแบบการท่องเที่ยว

ผู้ศึกษาใช้สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ Independent Sample t-test ส่วนตัวแปรที่จำแนกตาม สถานภาพ อาชีพ ภูมิภาค อายุ รายได้ จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแค่ครั้ง และ จำนวนครั้งที่มาไทย โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA Analysis : F-test) หากพบความแตกต่างจะต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้การทดสอบตามวิธี Least Significant Difference (L.S.D.) ซึ่งปรากฏรายละเอียดไว้ในตารางที่ 18-32 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม เพศ

รายการ	เพศ	N	\bar{X}	SD	t	df	p
คะแนนแนวโน้มการตัดสินใจ	ชาย	227	6.24	2.70	-1.78	377.032	.075
	หญิง	158	6.68	2.13			

จากตารางที่ 18 พบว่า นักท่องเที่ยวชายกับนักท่องเที่ยวหญิง มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวใน จังหวัดหนองคาย จำแนกตาม ระดับการศึกษา

รายการ	การศึกษา	N	\bar{X}	SD	t	df	p
คะแนนแนวโน้มการตัดสินใจ	ระดับอื่นๆ	22	5.64	2.26	-1.522	383	.129
	อนุปริญญา	363	6.47	2.49			

จากตารางที่ 19 พบว่า นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา กับ นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับอื่นๆ มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม รูปแบบการท่องเที่ยว

รายการ	รูปแบบการ ท่องเที่ยว	N	\bar{X}	SD	t	df	p
คะแนนแนวโน้ม การตัดสินใจ	โดยส่วนตัว	325	6.33	2.46	-1.580	383	.115
	รูปแบบบริษัททัวร์	60	6.88	2.58			

จากตารางที่ 20 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโดยส่วนตัวกับนักท่องเที่ยวที่มา
เที่ยวโดยรูปแบบบริษัททัวร์ มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย
แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม สถานภาพ

สถานภาพ	N	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
โสด	245	ระหว่างกลุ่ม	51.244	2	25.622	4.214	.015*
สมรส	108	ภายในกลุ่ม	2322.429	382	6.080		
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	32	รวม	2373.673	384			
รวม	385						

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 21 พบว่า สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีแนวโน้มการ
ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม สถานภาพ

สถานภาพ แนวโน้มการตัดสินใจ	\bar{X}	โสด	สมรส	หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด	6.15	-	.016*	.042*
สมรส	6.83			.600
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	7.09			-

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 22 พบว่า เมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม อายุ

อายุ	N	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ต่ำกว่า 25 ปี	131	ระหว่างกลุ่ม	81.607	3	27.202	4.522	.004*
25-34 ปี	113	ภายในกลุ่ม	2292.066	381	6.016		
35-44 ปี	68	รวม	2373.673	384			
45 ปีขึ้นไป	73						
รวม	385						

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 23 พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวยุคที่ต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม อายุ

อายุ		ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45 ปีขึ้นไป
แนวโน้มการตัดสินใจ	\bar{X}	5.91	6.62	6.28	7.16
ต่ำกว่า 25 ปี	5.91	-	.023*	.302	.000*
25-34 ปี	6.62			.367	.140
35-44 ปี	6.28				.033*
45 ปีขึ้นไป	7.16				-

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 24 การเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตาม อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีแนวโน้มการตัดสินใจต่ำกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25-34 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อายุ 35-44 ปี มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยว 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	N	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
นักศึกษา	83	ระหว่างกลุ่ม	57.88	5	11.575	1.894	.094
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	52	ภายในกลุ่ม	2315.80	379	6.110		
พนักงานบริษัท	73	รวม	2373.67	384			
ธุรกิจส่วนตัว	67						
แม่บ้าน	10						
อื่นๆ	100						
รวม	385						

จากตารางที่ 25 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ อาชีพของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม รายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี	N	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ต่ำกว่า 10000 เหรียญ	161	ระหว่างกลุ่ม	28.554	3	9.518	1.546	.202
10000-30000 เหรียญ	115	ภายในกลุ่ม	2345.119	381	6.155		
30001-50000 เหรียญ	94	รวม	2373.673	384			
มากกว่า 50001 เหรียญ	15						
รวม	385						

จากตารางที่ 26 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อปีต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ รายได้ของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม ภูมิภาค

ภูมิภาค	N	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
เอเชีย	120	ระหว่างกลุ่ม	61.001	3	20.334	3.350	.019*
ยุโรป	144	ภายในกลุ่ม	2312.672	381	6.070		
อเมริกาเหนือ	82	รวม	2373.673	384			
ออสเตรเลีย	39						
รวม	385						

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 27 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม ภูมิภาค

ภูมิภาค	เอเชีย	ยุโรป	อเมริกาเหนือ	ออสเตรเลีย	
แนวโน้มการตัดสินใจ	\bar{X}	6.43	6.81	6.13	5.51
เอเชีย	6.43	-	.214	.397	.043*
ยุโรป	6.81		.047*	.004*	
อเมริกาเหนือ	6.13			.196	
ออสเตรเลีย	5.51				-

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 28 เปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตาม ภูมิภาค พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากเอเชีย มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากออสเตรเลีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากยุโรป มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากอเมริกาเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากยุโรป มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากออสเตรเลีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาไทย

จำนวนครั้งที่มาไทย	N	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ครั้งแรก	164	ระหว่างกลุ่ม	232.294	3	77.431	13.777	.000*
2-4 ครั้ง	138	ภายในกลุ่ม	2141.378	381	5.620		
5-10 ครั้ง	51	รวม	2373.673	384			
มากกว่า 10 ครั้ง	32						
รวม	385						

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 29 พบว่า จำนวนครั้งที่มาไทยของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาไทย

จำนวนครั้งที่มาไทย		ครั้งแรก	2-4 ครั้ง	5-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง
แนวโน้มการตัดสินใจ	\bar{X}	5.68	6.52	7.59	7.91
ครั้งแรก	5.68	-	.002*	.000*	.000*
2-4 ครั้ง	6.52			.006*	.003*
5-10 ครั้ง	7.59				.552
มากกว่า 10 ครั้ง	7.91				-

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 30 เปรียบเทียบรายกลุ่มแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาไทย พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 2-4 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 5-10 ครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 10 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 2-4 ครั้ง มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 5-10 ครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากกว่า 10 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง

จำนวนเงินที่ใช้จ่าย แต่ละครั้ง	N	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ไม่เกิน 500 เหยียญ	108	ระหว่างกลุ่ม	161.045	4	40.261	7.375	.000*
501-1000 เหยียญ	74	ภายในกลุ่ม	1550.491	284	5.459		
1001-1500 เหยียญ	21	รวม	1711.536	288			
1501-2000 เหยียญ	33						
มากกว่า 2000	53						
รวม	289						

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 31 พบว่า จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคาย จำแนกตาม จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง

จำนวนเงินที่ใช้จ่าย (เหรียญ US ดอลลาร์) แนวโน้มการตัดสินใจ	\bar{X}	ไม่เกิน 500	501-1000	1001- 1500	1501- 2000	มากกว่า 2000
ไม่เกิน 500	5.90	-	.019*	.011*	.001*	.000*
501-1000	6.73			.297	.176	.009*
1001-1500	7.33				.926	.410
1501-2000	7.39					-
มากกว่า 2000	7.83					

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 32 เปรียบเทียบรายคู่แนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด
หนองคายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตาม จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง พบว่า
นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
จำนวน 5 คู่ ได้แก่

คู่ที่ 1 นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 ดอลลาร์ มีแนวโน้มการ
ตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้จ่าย ระหว่าง 501-1000 ดอลลาร์
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 2 นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 ดอลลาร์ มีแนวโน้มการ
ตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้จ่าย ระหว่าง 1001-1500 ดอลลาร์
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 3 นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 ดอลลาร์ มีแนวโน้มการ
ตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้จ่าย ระหว่าง 1501-2000 ดอลลาร์
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คู่ที่ 4 นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 ดอลลาร์ มีแนวโน้มการ
ตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้จ่าย ระหว่าง มากกว่า 2000 ดอลลาร์
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง 501-1000 ดอลลาร์ มีแนวโน้มการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่ใช้จ่าย ระหว่าง มากกว่า 2000 ดอลลาร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ผลการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด

หนองคาย จำแนกตามทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

ผู้ศึกษาได้จำแนกทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับดีมาก ระดับดี และระดับพอใช้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA Analysis : F-test) หากพบความแตกต่างจะต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้การทดสอบตามวิธี Least Significant Difference (L.S.D.)

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัด

หนองคาย จำแนกตามทัศนคติต่อการท่องเที่ยว

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว	N	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
พอใช้	98	ระหว่างกลุ่ม	349.012	2	174.506	32.834	.000*
ดี	245	ภายในกลุ่ม	2019.631	380	5.315		
ดีมาก	40	รวม	2368.642	382			
รวม	383						

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 33 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อการจัดการท่องเที่ยวต่างกัน มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ ดังตารางต่อไป

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบรายกลุ่มแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จำแนกตาม ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยว

ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยว		พอใช้	ดี	ดีมาก
แนวโน้มการตัดสินใจ	\bar{X}	5.08	6.60	8.45
พอใช้	5.08	-	.000*	.000*
ดี	6.60			.000*
ดีมาก	8.45			-

* The mean difference is significant at the .05 level.

จากตารางที่ 34 การเปรียบเทียบรายกลุ่มแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตาม ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวในระดับพอใช้ มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีทักษะคิดระดับดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวในระดับพอใช้ มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่มีทักษะคิดระดับดีมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

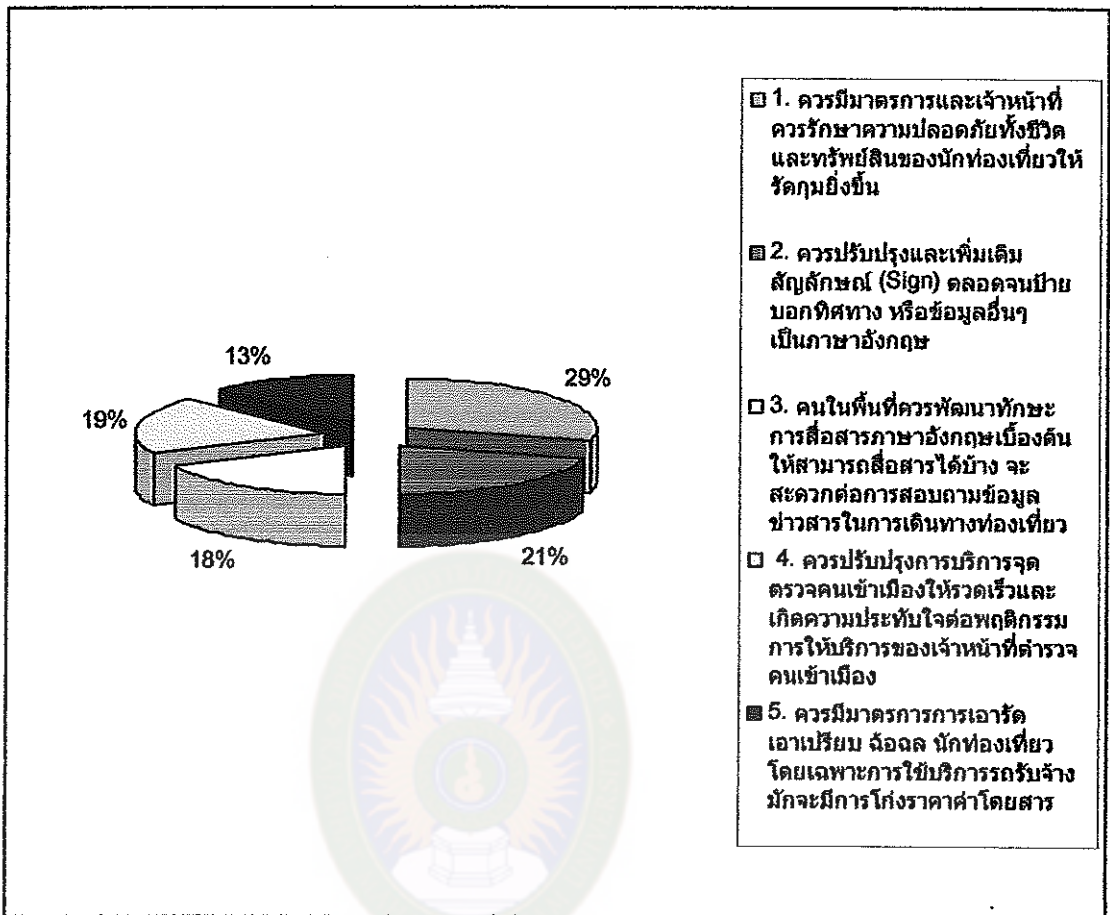
กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มีทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวในระดับดี มีแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ต่ำกว่าจากนักท่องเที่ยวที่มีทักษะคิดระดับดีมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามชนิด ปลายเปิดมาจำนวน 72 คำตอบ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอเชิงพรรณนาในรูปของตารางค่าความถี่ ดังนี้

ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการท่องเที่ยวใน จังหวัดหนองคาย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน คำตอบ
1. ควรมีมาตรการและเจ้าหน้าที่ที่ควรรักษาความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวให้รัดกุมยิ่งขึ้น	21
2. ควรปรับปรุงและเพิ่มเติมสัญลักษณ์ (Sign) ตลอดจนป้ายบอกทิศทาง หรือ ข้อมูลอื่นๆ เป็นภาษาอังกฤษ	15
3. คนในพื้นที่ควรพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้นให้สามารถสื่อสาร ได้บ้าง จะสะดวกต่อการสอบถามข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว	13
4. ควรปรับปรุงการบริการจุดตรวจคนเข้าเมืองให้รวดเร็วและเกิดความ ประทับใจต่อพฤติกรรมบริการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจคนเข้าเมือง	14
5. ควรมีมาตรการการเอาใจเขามาใส่ใจเราเปรียบ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการใช้ บริการรถรับจ้างมักจะมีกร โกงราคาค่าโดยสาร	9
รวม	72



ภาพที่ 10 แสดงผลคำร้อยละของข้อเสนอแนะต่อการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

จากตารางที่ 35 และ กราฟที่ 10 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะต่อการ ให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย เรียงลำดับจากความสำคัญก่อนไปหาหลัง ดังนี้

1. ควรมีมาตรการและเจ้าหน้าที่ควบคุมรักษาความปลอดภัยทั้งชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวให้รัดกุมยิ่งขึ้น
2. ควรปรับปรุงและเพิ่มเติมสัญลักษณ์ (Sign) ตลอดจนป้ายบอกรหัสทาง หรือ ข้อมูลอื่นๆ เป็นภาษาอังกฤษ
3. คนในพื้นที่ควรพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้นให้สามารถ สื่อสารได้บ้าง จะสะดวกต่อการสอบถามข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว
4. ควรปรับปรุงการบริการจุดตรวจคนเข้าเมืองให้รวดเร็วและเกิดความ ประทับใจต่อพฤติกรรมบริการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจคนเข้าเมือง
5. ควรมีมาตรการการเออาร์ดีเอเอเปริยม วัลลล นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการใช้ บริการรถรับจ้างมักจะมีการโกงราคาค่าโดยสาร