

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว

จังหวัดนครพนม

Factors Affecting Tourists's Decision to Visit Nakhon Phanom Province.

นันทพร ศรีวิลัย (Nantapohn Sriwilai)*

ปิยกนิฐ์ โชติวนิช (Piyakanit Chotiwanid)**

จาทรงค์ ศรีวงษ์วรรณะ (Jaturong Sriwongwanna)***

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน อาชีพ และภูมิำเนา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในจังหวัดนครพนม จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 152,549 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการ และทดสอบค่า t และทดสอบค่า F ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในจังหวัดนครพนม มี 2 ตัวแปร คือ ด้านที่พัก และ ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ
2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

** รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

*** อาจารย์คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

อายุ รายได้รวมต่อเดือน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ต่างกัน เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวม รายด้านที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัย การท่องเที่ยว การเดินทาง

ABTRACT

The purpose of this article were to study and compare the factors affecting tourists' decision to visit Nakorn Phanom as classified by sex, age, educational level, monthly income, occupation and domicile.

The populations in the study were 152,549 tourists visiting Nakornphanom province. The sample population used in the research consisted of 400 tourists which were derived by a stratified random sampling. Questionnaire was used as a research tool. The data were analyzed by descriptive statistic using percentage, mean, standard deviation, t- test, and F-test.

The research findings were

1. The factors which affected a decision made by the tourists were two variables: accommodation and available of information.
2. The factors which affected decisions made by the tourists visiting Nakornphanom, it was found that the samples who were different in sex, age, a monthly income, educational level, and domicile did not hold a different view on the factors affecting the tourists' decision to visit the province. The samples with different occupations hold a different view on the factors affecting the tourists' decision with a statistical significance of .05.

Keywords: Factors, Tourism, Travelers

บทนำ

จากการที่รัฐบาลได้วางยุทธศาสตร์ในการผลักดันประเทศไทยให้เป็นประเทศศูนย์กลางการค้า การลงทุนและเมืองหลวงทางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย โดยมีนโยบายต่างๆ เพื่อดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ได้แก่ นโยบายกลางการบิน (Aviation Hub) โดยมีการเร่งผลักดันสนามบินเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินภาคเหนือ ดูแลเครือข่ายตลาดการค้าและการท่องเที่ยวภูมิภาคอินโดจีนและเอเชียใต้ อีกทั้งยังยกระดับสนามบินภูเก็ตให้เป็นศูนย์กลางการบินภาคใต้ พัฒนาเครือข่ายตลาดการค้าในสามเหลี่ยมไทย มาเลเซีย รวมถึงโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม จากตัวเลขนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2545 ที่สูงถึง 10.80 ล้านคน โดยมีรายได้จากตลาดต่างประเทศกว่า 323,484 ล้านบาท และจากตลาดภายในประเทศ 235,337 ล้านบาท ดังนั้นในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยจึงเพิ่มงบประมาณตลาดต่างประเทศในการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาตลาดกว่า 900 ล้านบาท ในขณะที่ทั้งการตลาดในประเทศมีเพียง 70 ล้านบาท จังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดชายแดนที่ตั้งติดกับแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับเมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นจังหวัดที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีความหลากหลายของวัฒนธรรม และได้รับการจัดอันดับให้เป็นจังหวัดที่มีความสุขมากที่สุดลำดับที่ 1 ของประเทศ (กรมสุขภาพจิต, 2554) จังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ เช่น พระธาตุพนมมรรุมหาวีหาร น้ำตกตาดขาว หาดทรายศรีโคตรบูรณ์ อุทยานภูลังกา หาดแห่ธาตุพนม ด่านสาวคอย หมู่บ้านมิตรภาพไทย-เวียตนาม ฯลฯ นักท่องเที่ยวจำนวนมากจะท่องเที่ยวตามสถานที่ที่สำคัญทำให้เกิดการกระจายตัวไม่ดีเท่าที่ควร (จังหวัดนครพนม, 2554) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางข้อมูลพื้นฐาน ก่อนที่จะตัดสินใจวางแผนและส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทยให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ทำให้ตลาดท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมเติบโตและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้รวมต่อเดือน อาชีพ และภูมิฐานะ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในจังหวัดนครพนม ระหว่างเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 152,549 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2553 : 5) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของตาราง Krejcie and Morgan (1970 : 607-610, อ้างถึงในทองใบ สุดชาติ 2551 : 129) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นต่อบริษัทที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ด้านความปลอดภัย และ ด้านที่พัก 3 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวที่จังหวัดนครพนม วัดด้วยมาตราวัด Rating scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก และระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม จำนวน 5 ด้าน คือ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ด้านความปลอดภัย และด้านที่พัก

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหา และภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำมาประเมินค่า IOC เพื่อประเมินหาข้อคำถามที่สอดคล้องภายในของเครื่องมือในการวิจัย และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวยที่ตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 50 ชุด และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีของ Cronbach เพื่อหาสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Alpha coefficient) ผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 และแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .93

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ 1) ให้ตัวแทนเก็บรวบรวมและส่งคืนผู้วิจัย และ 2) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t การทดสอบค่า F และค่า Multiple Regression โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลพฤติกรรมมารการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และความถี่ (Frequency) โดยกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเพื่อการแปลผล แบ่งเป็น 5 ระดับคือ ค่าคะแนน 1.00-1.50 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าคะแนน 1.51-2.50 หมายถึงเห็นด้วยน้อย ค่าคะแนน 2.51-3.50 หมายถึงเห็นด้วยปานกลาง ค่าคะแนน 3.51-4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก และค่าคะแนน 4.51-5.00 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุด

4.2 ข้อมูลวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความแตกต่าง และความแตกต่างรายคู่ (LSD) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม จำแนกตามข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อเดือน อาชีพ และภูมิฐานะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) การทดสอบหาค่าความแปรปรวน t-test และการทดสอบหาค่าความแปรปรวน F-test ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 2 และตารางที่ 3

5. ผลจากการศึกษาจากแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน ร้อยละ 56.80 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 107 คน ร้อยละ 26.80 มีรายได้รวมต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 137 คน ร้อยละ 34.30 มีระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี จำนวน 279 คน ร้อยละ 69.80 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 145 คน ร้อยละ 36.3 มีภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 124 คน

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากการสำรวจข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุด จำนวน 400 ฉบับ ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาเที่ยวในจังหวัดนครพนม พบว่า พฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตนเอง และการชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ มาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยใช้ยานพาหนะรถยนต์ส่วนตัว มีการค้นหาข้อมูลข่าวสารให้มีความเพียงพอ ด้วยการขอทราบข้อมูลข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/เจ้าหน้าที่ของบริษัท เพราะเห็นว่าเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ดี มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว คือ มาเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และเลือกใช้บริการจากที่พักราคา 2,001-3,000 บาท เป็นที่พักจากโรงแรมที่สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว และมีความประทับใจอย่างยิ่ง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

โดยภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ในภาพรวม ทั้งห้าด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่าด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคม ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และด้านสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตัวแปรพยากรณ์ที่ใช้ในการทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม มี 2 ตัวแปร เรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้ คือ ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และด้านที่พัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม และสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ได้ร้อยละ 55.70 ซึ่งสามารถสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

1. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ โดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า คนในท้องถิ่นสามารถแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว รองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยวมีข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ และมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดปัญหา ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพาหนะในการเดินทางมีรายละเอียดชัดเจน ตามลำดับ

2. ด้านที่พัก โดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แอร์ ที่วี เคเบิลทีวี รองลงมาคือ ที่พักสะอาด ง่ายและเพียงพอ และมีการให้บริการที่พักที่ได้มาตรฐาน มีร้านอาหารสะอาดและมีอาหารให้เลือกหลายประเภท ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ที่พักมีราคาเหมาะสมตามลำดับ

เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ รวมต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิภูมิลำเนา

1. จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พิก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน

2. จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พิก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน

3. จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมต่อเดือนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พิก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน

4. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พิก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน

5. จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่พิก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. จำแนกตามภูมิภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิภูมิลำเนาต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พิก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ซึ่งควรแก่การนำมาอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม

1.1 ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จากผลการวิจัย พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยพบว่า คนในท้องถิ่นสามารถแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวรองลงมาคือ บริษัทนำเที่ยวมีข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอ และมีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ให้บริการนักท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหา ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ข้อมูลเกี่ยวกับพาหนะในการเดินทางมีรายละเอียดชัดเจน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวมั่นใจได้ว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถทำให้เกิดความพอใจได้ โดยจะเห็นได้ว่า คนในท้องถิ่นเป็นบุคคลที่มีความสำคัญมากต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว บริษัทที่นำเที่ยวต้องมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ เพื่อจะสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ และนอกจากนี้การติดต่อขอรับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากศูนย์รวมข้อมูลการท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจ ที่จะมาท่องเที่ยว เพราะจะเห็นได้ว่า กรณีที่นำรถมาเองในการท่องเที่ยวจำเป็นอย่างยิ่งในการติดต่อขอรับข้อมูล เมื่อมีปัญหา เช่น การหลงทาง หรือการหาที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยวไม่เจอ การติดต่อขอรับข้อมูลจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพวงพะยอม แก้วมูล (2543) ได้ทำการศึกษา ทศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อนโยบาย Amazing Thailand (1998-1999) พบว่าด้านบทบาทหน้าที่และการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความชัดเจนในสายตาของนักท่องเที่ยวไทย และประสบความสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ นอกจากนี้ยังพบว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลดีต่อประเทศไทยในแง่ของการเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทขั้ววรรณถนอม (2544) ได้ทำการศึกษาและวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อต้องการพักผ่อนมากที่สุด และยังเห็นว่าประเทศไทยมีจุดเด่นในเรื่องของความหลากหลายของ

แหล่งท่องเที่ยว และสื่อที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศคือ สื่อทางโทรทัศน์

1.2 ด้านที่พัก จากผลการวิจัย พบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม อยู่ในลำดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย พบว่า มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น แอร์ ทีวี เคเบิลทีวี รองลงมาคือ ที่พักสะอาด หาง่ายและเพียงพอ และมีการให้บริการที่พักที่ได้มาตรฐานและมีร้านอาหารสะอาดและมีอาหารให้เลือกหลายประเภท ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ที่พักมีราคาเหมาะสม ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญต่อสถานที่พัก เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด ดังนั้น การให้ความสำคัญเกี่ยวกับสถานที่พักจึงเป็นเรื่องสำคัญ การท่องเที่ยวจำเป็นจะต้องมีที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น มีแอร์ ทีวี เคเบิลทีวี ที่พักมีความสะอาด หาง่าย เพียงพอต่อความต้องการ และนอกจากนี้ มีการให้บริการที่พักที่ได้มาตรฐานและมีร้านอาหารสะอาดและมีอาหารให้เลือกหลายประเภท จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องมีที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิษณุ วิทยุมณี (2542) ได้ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีการกำหนดเส้นทางอย่างเหมาะสม การจัดที่พักที่พอใจ และในด้านราคากับการกำหนดค่าบริการที่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวมีความเห็นด้วยอย่างยิ่งเช่นกัน ส่วนในด้านการให้ข้อมูลต่างๆ ที่รวดเร็ว และด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการสื่อโฆษณา และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นด้วยกับการที่บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกค้าได้

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้รวมต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิภูมิลำเนา พบว่า

2.1 จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ทั้งเพศหญิง และเพศชายต่างก็ให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ที่พัก และข้อมูลข่าวสาร เหมือนกัน เพราะจะเห็นได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยิงยศ ปัญญาโน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มาที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าปัจจัย ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความ คิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2.2 จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ทุกกลุ่ม อายุต่างก็มองว่า ปัจจัยด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เป็นปัจจัยที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม เหมือนกัน เพราะที่พัก และ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจำเป็นต่อการมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ยิงยศ ปัญญาโน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาที่ท่องเที่ยวจังหวัด อุบลราชธานี พบว่า เมื่อจำแนกตามเพศ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และเมื่อตำแหน่ง ตามอายุ ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่าง กันด้วย

2.3 จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้รวมต่อเดือนต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมต่อเดือน มากน้อยต่างกัน ก็ต่างมองว่าปัจจัยด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารเป็น ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ งามเลิศ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต การวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชม พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียงด้านเดียว คือ จุดสนใจในการท่องเที่ยว ส่วนอื่นๆ คือ วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเข้าชม การค้นหาและการเข้าร่วมกิจกรรม บุคคลที่ร่วมเดินทาง และแนวโน้มในการเดินทางมาท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

4. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ทุกกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่างเห็นว่าปัจจัยด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรินทร์ งามเลิศ (2549) ได้ศึกษาปัจจัยพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต การวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชม พระที่นั่งวิมานเมฆ พระราชวังดุสิต พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันทุกด้าน

5. จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่เป็น

เช่นนี้เพราะว่า แต่ละอาชีพ มองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านที่พักและด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพส่วนตัว มองปัจจัยด้านที่พัก และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ทั้งสองด้าน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า กลุ่มที่มีอาชีพประกอบอาชีพส่วนตัว เป็นกลุ่มที่มีอาชีพอิสระ อาจจะทำให้ความสำคัญต่อการเลือกที่พัก เป็นเรื่องที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน จำเป็นจะต้องมีที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกในทุกๆ อย่าง เช่น ที่พักสะอาด ปลอดภัย มีเครื่องอำนวยความสะดวกครบถ้วน เป็นต้น และการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ก็เป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะข่าวสารทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจว่าจะมาท่องเที่ยวหรือไม่มาได้ เป็นเรื่องที่มีอิทธิพลมาก เพราะจะเห็นได้ว่าการบอกปากต่อปาก ก็เป็นเรื่องสำคัญต่อการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของยิ่งยศ ปัญญาโน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า จำแนกตามปัจจัยด้านอาชีพในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ทั้งหมด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งในภาพรวมและรายด้านด้านที่พัก และด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน เห็นว่าปัจจัยด้านที่พัก ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเหมือนกันไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยิ่งยศ ปัญญาโน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า เมื่อทำการจำแนกความแตกต่างตามปัจจัยส่วนภูมิลำเนา

ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ในด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจากคนในท้องถิ่นและศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการรับข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน นับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งด้านที่พักยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก สามารถช่วยอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
2. ศึกษาความต้องการของลูกค้า เกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดความต้องการของลูกค้า
4. ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหการให้บริการท่องเที่ยว
5. กลยุทธ์การตลาดของบริษัทนำเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไปเที่ยวจังหวัดนครพนม

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2554). **คู่มือสร้างสุขระดับจังหวัด**. กรุงเทพฯ: บริษัท ศรีเอทีพี กรุ๊ป จำกัด.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). **นโยบายการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2550-2554**. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2553, จาก <http://www.thai.tourismthailand.org>.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ทองใบ สุดชาติ. (2551). **การวิจัยทางธุรกิจ**. อุบลราชธานี : คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ.
- พวงพะยอม แก้วมูล. (2543). **ทัศนคติของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อนโยบาย Amazing Thailand (1998-1999)**. แบบฝึกหัดการวิจัยวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิษณุ วิทยุฒิ. (2542). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พัชรินทร์ งามเลิศ. (2549). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา : พระที่นั่งวิมานเมฆพระราชวังดุสิต**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ยิ่งยศ ปัญญาโน. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- จังหวัดนครพนม. (2553). ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครพนม. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2553, จาก <http://www.nakhonphanom.go.th>.

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (ตัวแปรตาม) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (ตัวแปรอิสระ)

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
1.การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (Y)	-	.62**	.55**	.61**	.69**	.69**
2. ด้านการคมนาคม (X ₁)		-	.89**	.90**	.76**	.62**
3. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (X ₂)			-	.88**	.66**	.46**
4. ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (X ₃)				-	.70**	.51**
5. ด้านความปลอดภัย (X ₄)					-	.83**
6. ด้านที่พัก (X ₅)						-

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม เป็นตัวแปรตาม โดยวิธี Enter ($n = 400$)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p
	b	β		
ด้านการคมนาคม (X_1)	-.075	-.105	-1.042	.298
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (X_2)	.036	.049	.585	.559
ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (X_3)	.237	.351	4.095**	.000
ด้านความปลอดภัย (X_4)	.100	.119	1.604	.110
ด้านที่พัก (X_5)	.413	.447	7.131**	.000
Constant = .824 R = .750 R ² = .563 Adj R ² = .557 df = 394 F _{5,394} = 101.403				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม เป็นตัวแปรตาม โดยวิธี Stepwise ($n=400$)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p
	b	β		
ด้านที่พัก (X_5)	.463	.500	12.882**	.00
ด้านข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ (X_3)	.240	.355	9.140**	.00
Constant = .862 R = .748 R ² = .559 Adj R ² = .557 F _{2,397} = 251.517				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01