

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ” เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ประเทศไทยและปัจจัยที่ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ฯ ในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธี การสำรวจแบบทำการวัดตัวแปรครั้งเดียว (One-Shot Study) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### ประชากร

ประชากรเป้าหมายสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ท่าอากาศยานสากลกรุงเทพ (Bangkok International Airport) ช่วงระหว่างเดือนมกราคม – เดือนสิงหาคม 2542 มีจำนวนทั้งสิ้น 4,062,101 คน รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาถึงประเทศไทย ณ ท่าอากาศยาน สากลกรุงเทพ (ดอนเมือง) จำแนกตามเชื้อชาติ

January – August 1999

Country of Nationality	Number
East Asia	2,228,871
ASEAN	352,204
Brunei	833
Indonesia	36,040
Laos	4,834
Malaysia	74,430
Philippines	43,612
Singapore	170,362

<b>Country of Nationality</b>	<b>Number</b>
<b>Veitnam</b>	<b>22,093</b>
<b>China</b>	<b>557,750</b>
<b>Hong Kong</b>	<b>155,860</b>
<b>Japan</b>	<b>604,995</b>
<b>Korea</b>	<b>192,569</b>
<b>Taiwan</b>	<b>269,663</b>
<b>Others</b>	<b>95,830</b>
<b>Europe</b>	<b>1,046,397</b>
<b>Austria</b>	<b>21,290</b>
<b>Belgium</b>	<b>24,003</b>
<b>Denmark</b>	<b>37,982</b>
<b>Finland</b>	<b>20,857</b>
<b>France</b>	<b>138,670</b>
<b>Germany</b>	<b>195,661</b>
<b>Italy</b>	<b>68,978</b>
<b>Natherland</b>	<b>61,899</b>
<b>Norway</b>	<b>25,085</b>
<b>Russia</b>	<b>16,518</b>
<b>Spain</b>	<b>17,964</b>
<b>Sweden</b>	<b>53,051</b>
<b>Switzerland</b>	<b>46,714</b>
<b>United Kingdom</b>	<b>242,986</b>
<b>East Europe</b>	<b>27,323</b>
<b>Others</b>	<b>47,416</b>
<b>The Americas</b>	<b>318,180</b>
<b>Argentina</b>	<b>3,555</b>
<b>Brazil</b>	<b>3,012</b>
<b>Canada</b>	<b>50,753</b>
<b>USA</b>	<b>251,079</b>
<b>Others</b>	<b>9,781</b>

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

Country of Nationality	Number
<b>South Asia</b>	<b>171,638</b>
Bangladesh	12,514
India	105,134
Nepal	9,076
Pakistan	23,753
Sri Lanka	16,219
Others	4,942
<b>Oceania</b>	<b>157,818</b>
Australia	132,241
New Zealand	24,471
Others	1,106
<b>Middle East</b>	<b>97,749</b>
Egypt	3,212
Israel	37,860
Kuwait	10,783
Saudi Arabia	3,271
U.A.E.	13,067
Others	29,556
<b>Africa</b>	<b>41,448</b>
S. Africa	16,944
Others	24,504
<b>Grand Total</b>	<b>4,062,101</b>

Source of Data : Immigration Bureau, Police Department.

Note : Tourist Arrivals excluded Overseas Thai

หมายเหตุ การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเฉพาะในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นที่ตั้งของท่าอากาศยานสากลกรุงเทพ (ท่าอากาศยานดอนเมือง) ซึ่งเป็นท่าอากาศยานแห่งชาติที่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการมากที่สุด จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาถึงประเทศไทยที่ท่าอากาศยานแห่งชาติทั้ง 5 แห่ง ช่วงระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนกรกฎาคม 2542

จำนวน 4,131,406 คน มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้บริการทำอากาศยานสากลกรุงเทพมหานครที่สุด จำนวน 3,576,136 คน ส่วนที่เหลือใช้บริการทำอากาศยานเชียงใหม่ จำนวน 77,193 คน ทำอากาศยานหาดใหญ่ จำนวน 52,317 คน ทำอากาศยานภูเก็ต จำนวน 413,198 คน และทำอากาศยานอุ้งตะเภา จำนวน 12,562 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองสถิติและวิจัย ,เอกสารแจก) กรุงเทพมหานครจึงเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 403 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน ได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541 : 24) ที่จำนวนประชากรมากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน (e)  $\pm 5\%$  และมีระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่างประมาณ 95.5%

## วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กระจัดกระจายอยู่ในกรุงเทพมหานคร จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นคอน (Multi - Stage Cluster Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนไม่ต่ำกว่า 400 คน ตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งกรุงเทพมหานครออกเป็นเขตต่างๆ ตามรายงาน “รายชื่อสถานพักแรมปี 2541 ภาคกลาง” หน้า 1 - 54 ของกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งเขตต่างๆ รวม 32 เขต คือ

- |                         |                   |                |
|-------------------------|-------------------|----------------|
| 1. เขตดินแดง            | 12. เขตธนบุรี     | 23. เขตพญาไท   |
| 2. เขตปทุมวัน           | 13. เขตบางซื่อ    | 24. เขตพระนคร  |
| 3. เขตบางขุนพรหม        | 14. เขตบางกะปิ    | 25. เขตพระโขนง |
| 4. เขตประเวศ            | 15. เขตบางกอกน้อย | 26. เขตสาทร    |
| 5. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | 16. เขตบางกอกใหญ่ | 27. เขตราชเทวี |

- |                 |                    |                 |
|-----------------|--------------------|-----------------|
| 6. เขตคลองเตย   | 17. เขตบางคอแหลม   | 28. เขตลาดพร้าว |
| 7. เขตคลองสาน   | 18. เขตบางพลัด     | 29. เขตลาดยาว   |
| 8. เขตจตุจักร   | 19. เขตบางนา       | 30. เขตยานนาวา  |
| 9. เขตดอนเมือง  | 20. เขตบางเขน      | 31. เขตวัฒนา    |
| 10. เขตดุสิต    | 21. เขตบางรัก      | 32. เขตสวนหลวง  |
| 11. เขตห้วยขวาง | 22. เขตสัมพันธวงศ์ |                 |

**ขั้นตอนที่ 2** เลือกเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากการจัดเป็นเขตที่มีสถานพักแรม ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮ้าส์ และอื่นๆ ตั้งอยู่มากที่สุด 10 อันดับแรก ร่วมกับการจัดเป็นเขตที่ได้ชื่อว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพักอาศัยอยู่มาก ได้เขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานครจำนวน 6 เขต คิดเป็นสัดส่วน 1 ต่อ 5 ของจำนวนเขตทั้งหมดที่มีสถานพักแรมจำนวน 32 เขต คือ

- |               |               |                |
|---------------|---------------|----------------|
| 1. เขตพระนคร  | 2. เขตคลองเตย | 3. เขตบางรัก   |
| 4. เขตราชเทวี | 5. เขตปทุมวัน | 6. เขตดอนเมือง |

[ หมายเหตุ จำนวนสถานพักแรมที่ตั้งอยู่ตามเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร นับจากรายงาน “รายชื่อสถานพักแรม ปี 2541 ภาคกลาง” หน้า 1 – 54 ของกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งนำเสนอรายชื่อสถานพักแรมจํานนตามเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร ]

**ขั้นตอนที่ 3** เลือกสถานที่ท่องเที่ยวและย่านการค้าที่สำคัญ ที่จัดว่าเป็นแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจากทั้ง 6 เขต แบบเฉพาะเจาะจง ได้สถานที่ที่ใช้คํานับการเก็บข้อมูลจำนวน 11 แห่ง คือ

1. เขตพระนคร จำนวน 4 แห่ง ได้แก่
  - วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว)
  - วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์)
  - ถนนข้าวสาร
  - ถนนพระอาทิตย์ – พระสุเมรุ
2. เขตคลองเตย จำนวน 3 แห่ง ได้แก่
  - ถนนอโศก

- ถนนสุขุมวิท
  - ซอยสนามา
3. เขตบางรัก จำนวน 1 แห่ง คือ
- ถนนสีลม
4. เขตราชเทวี จำนวน 1 แห่ง คือ
- ย่านประตูน้ำ
5. เขตปทุมวัน จำนวน 1 แห่ง คือ
- ย่านสยามสแควร์
6. เขตคอนเมือง จำนวน 1 แห่ง คือ
- ทำอากาศยานสากลกรุงเทพ (ทำอากาศยานคอนเมือง)  
บริเวณห้องรับรองผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ

**ขั้นตอนที่ 4**    ตุ่มกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสถานที่ต่างๆ ทั้ง 11 แห่ง จำนวนแห่งละประมาณ 36 – 37 คน จนครบจำนวน 403 คน

#### **ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย**

**ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มี 7 ตัวแปร คือ**

1. ตั๊กษณะทางประชากร
2. ประเภทของสื่อ
3. ความสามารถในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อ
4. การมีคิรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
5. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
6. ภาพตั๊กษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**สามารถแจกแจงตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม จากสมมติฐานการวิจัยแต่ละข้อ ได้ดังนี้**

- สมมติฐานข้อ 1**                      ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มี  
ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความแตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ**                      ลักษณะทางประชากร
- ตัวแปรตาม**                      ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- 
- สมมติฐานข้อ 2**                      สื่อต่างประเทศกันมีความสามารถในการรูงใจนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศแตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ**                      ประเภทของสื่อ
- ตัวแปรตาม**                      ความสามารถ ในการรูงใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อ
- 
- สมมติฐานข้อ 3**                      ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ  
การท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- ตัวแปรอิสระ**                      ลักษณะทางประชากร
- ตัวแปรตาม**                      การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศ
- 
- สมมติฐานข้อ 4**                      ลักษณะทางประชากร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ  
การท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- ตัวแปรอิสระ**                      ลักษณะทางประชากร
- ตัวแปรตาม**                      การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศ
- 
- สมมติฐานข้อ 5**                      การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว  
ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
- ตัวแปรอิสระ**                      การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศ
- ตัวแปรตาม**                      การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
ชาวต่างประเทศ

**สมมติฐานข้อ 6** การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**ตัวแปรอิสระ** การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**ตัวแปรตาม** ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**สมมติฐานข้อ 7** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**ตัวแปรอิสระ** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

**ตัวแปรตาม** ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามภาษาอังกฤษ 1 ฉบับ ลักษณะของคำถามแบ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) แบบมีตัวเลือกให้เลือกตอบ และแบบที่มีคำตอบในลักษณะมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) และคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความรู้สึกประทับใจและมีความต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย โดยจัดคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ และแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ

**ตอนที่ 2** การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 23 ข้อ

**ตอนที่ 3** ระดับการจูงใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อประเภทต่าง ๆ จำนวน 25 ข้อ

**ตอนที่ 4** การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 33 ข้อ



## ตอนที่ 5      ภาพลักษณ์ประเทศไทย จำนวน 28 ข้อ

### การทดสอบเครื่องมือ (การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ)

#### 1) การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Test of Validity)

เพื่อเป็นตัวตัดสินว่าเครื่องมือที่ใช้วัดนี้ใช้ได้หรือไม่ สามารถวัดค่าของตัวแปรได้อย่างถูกต้องตามที่ต้องการจะวัดหรือไม่ โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงขึ้นแล้วไปให้ผู้ ผู้มีประสบการณ์ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของการวัดค่าของตัวแปร (Construct Validity) และความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ว่าคำถามที่ใช้วัดตัวแปรมีความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาสาระหรือความหมายทั้งหมดของตัวแปรที่ต้องการวัดหรือไม่ สำหรับในส่วนของการใช้ภาษาและความเข้าใจภาษานั้นได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมในขั้นต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาอังกฤษ และทำการปรับแก้เพื่อความสมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปใช้จริงตามคำแนะนำของนักทอ่งที่ชาวต่างประเทศผู้ตอบแบบสอบถามในขั้นทดลองใช้เครื่องมือ นอกจากนี้ ยังให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการสร้างเครื่องมือช่วยตรวจสอบในเชิงเทคนิควิธีด้วย

#### 2) การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Test of Reliability)

หลังจากทำการทดสอบความเที่ยงตรงเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือเพื่อให้แน่ใจว่า หากผู้วิจัยทำการวัดด้วยวิธีการเดียวกัน เครื่องมือชุดเดียวกันหลาย ๆ ครั้งแล้ว ผลที่ได้จากการวัดแต่ละครั้งจะมีความคงที่แน่นอนหรือมีความสอดคล้องกัน โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ก่อนกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงมากที่สุด จำนวน 30 คน หากความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด คือ แบบสอบถามภาษาอังกฤษเฉพาะส่วนที่เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีของ Cronbach ค่าความเชื่อถือได้จากวิธีการนี้เรียกว่า Coefficient Alpha มีสูตรในการคำนวณ (วิชิษ เกตุสิงห์, 2541 : 192) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	$\alpha$	คือ ค่าความเชื่อถือได้
	$k$	คือ จำนวนข้อ
	$V_i$	คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	$V_t$	คือ ความแปรปรวนของคะแนนทุกข้อรวมกัน

การหาค่าความเชื่อถือได้ตามสูตรนี้ ต้องนำคะแนนแต่ละข้อมาหาความแปรปรวนและหาความแปรปรวนของคะแนนที่รวมทุกข้อเข้าด้วยกัน สามารถนำเสนอผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ได้ดังนี้

2.1 แบบสอบถามตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้เท่ากับ .91 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

2.2 แบบสอบถามตอนที่ 4 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้เท่ากับ .93 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

2.3 แบบสอบถามตอนที่ 5 ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้เท่ากับ .77 แต่หลังจากปรับปรุงแก้ไขและนำไปใช้จริง แล้วคำนวณค่าความเชื่อถือได้จากข้อมูลทั้งหมดอีกครั้ง ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้มีค่าเท่ากับ .85 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดี

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยซึ่งได้มีการชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล (แบบสอบถามภาษาอังกฤษ 1 ฉบับ) ก่อนออกเก็บข้อมูลจริง โดยเลือกผู้ช่วยวิจัยที่มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี ชุก พิง อำน และเข็ชนได้ รวมถึงสามารถสนทนากับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครที่กำหนดไว้ให้ช่วยสละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอ

รับคืนทันทีที่ทำแบบสอบถามเสร็จ พร้อมทั้งให้ของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่แสดงความเห็นไทยแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นการขอบคุณ และสร้างความรู้สึกที่ดีแก่กลุ่มตัวอย่าง

## เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากกว่า 12 ครั้งต่อปี	5	คะแนน
10-12 ครั้งต่อปี	4	คะแนน
7-9 ครั้งต่อปี	3	คะแนน
4-6 ครั้งต่อปี	2	คะแนน
1-3 ครั้งต่อปี	1	คะแนน
ไม่เคยเจอ	0	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระดับ	0.00 – 1.49	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50 – 2.49	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50 – 4.49	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารระดับสูง
คะแนนระดับ	4.50 – 5.00	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารระดับสูงมาก

2. ระดับการสนใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อประเภทต่าง ๆ มีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ถ้าตัวเลือกใดถูกเลือกเป็น	อันดับที่ 1 ให้	3	คะแนน
	อันดับที่ 2 ให้	2	คะแนน
	อันดับที่ 3 ให้	1	คะแนน
ตัวเลือกที่ไม่ถูกเลือก	ให้	0	คะแนนทุกตัวเลือก

หาค่าคะแนนเฉลี่ยของสื่อแต่ละชนิด (เช่น คะแนนเฉลี่ยของหนังสือพิมพ์, เคมปิตทีวี, วิทยุ, เพื่อนๆที่ร่วมงาน, ไปเตอร์ เป็นต้น ) แล้วนำค่าเฉลี่ยของสื่อแต่ละชนิดที่จัดเป็นสื่อ

ประเภทเดียวกัน มาหาค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละประเภทอีกครั้งหนึ่ง (คะแนนเฉลี่ยของแต่ละหมวดชน, คะแนนเฉลี่ยของแต่ละบุคคล และคะแนนเฉลี่ยของแต่ละอาชีพ) จากนั้นจึงหาค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละประเภท

3. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย มีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระดับ	1.00 – 1.49	หมายถึง	มีการรับรู้ข่าวสารระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ	1.50 – 2.49	หมายถึง	มีการรับรู้ข่าวสารระดับต่ำ
คะแนนระดับ	2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการรับรู้ข่าวสารระดับปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50 – 4.49	หมายถึง	มีการรับรู้ข่าวสารระดับสูง
คะแนนระดับ	4.50 – 5.00	หมายถึง	มีการรับรู้ข่าวสารระดับสูงมาก

4. ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีเกณฑ์การให้คะแนนแยกตามลักษณะข้อความที่ใช้วัดภาพลักษณ์

4.1 ข้อความเชิงบวกที่ใช้วัดภาพลักษณ์ในด้านดี

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

4.2 ข้อความเชิงลบที่ใช้วัดภาพลักษณ์ในด้านไม่ดี

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน

ไม่เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระดับ	1.00 – 1.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ประเทศไทยจึงดีมาก
คะแนนระดับ	1.50 – 2.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ประเทศไทยจึงดี
คะแนนระดับ	2.50 – 3.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นกลาง
คะแนนระดับ	3.50 – 4.49	หมายถึง	ภาพลักษณ์ประเทศไทยจึงไม่ดี
คะแนนระดับ	4.50 – 5.00	หมายถึง	ภาพลักษณ์ประเทศไทยจึงไม่ดีอย่างมาก

### การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล

นำข้อมูลที่กำหนดรหัสไว้แล้วมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS F/W

การวิจัยนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของตัวแปรที่ละตัวแปร โดยใช้การหาค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่(การแจกแจงจำนวน) และการหาค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคล, การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ, ระดับการดูใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อประเภทต่าง ๆ, การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ซึ่งเป็นวิธีการที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างและสามารถอ้างอิงไปถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ โดยใช้สถิติอ้างอิงเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้จำนวน 7 ข้อ คือ

- 2.1 ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวน คือ T-test และ ONE – WAY ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 - 4

- 2.2 ใช้ **Pearson's Product Moment Correlation Coefficient** เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5, 6
- 2.3 ใช้ **Multiple Regression Analysis** ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย