

# ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นางสาวอารยา วรรณประเสริฐ



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย  
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-333-4

ลิขสิทธิ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# **THAILAND' S IMAGE AMONG FOREIGN TOURISTS**



**Miss Araya Wannapasirt**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication**

**Department of Public Relations**

**Faculty of Communication Arts**

**Chulalongkorn University**


**Academic Year 1999**

**ISBN 974-334-333-4**


หัวข้อวิทยานิพนธ์  
โดย  
ภาควิชา  
อาจารย์ที่ปรึกษา

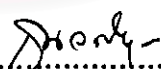
ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
นางสาวอารชา วรรณประเสริฐ  
การประชาสัมพันธ์  
รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญถือ


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาดมหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

  
..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประมวศ ณะเวทิน)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญถือ)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร. วิเชษฐ เกตุสิงห์)

อารยา วรณประเสริฐ : ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
(THAILAND'S IMAGE AMONG FOREIGN TOURISTS)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญถือ , 187 หน้า ISBN 974-334-333-4

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การเปิดรับข่าวสารฯ การรับรู้ข่าวสารฯ และความสามารถในการจูงใจนักท่องเที่ยวของสื่อประเภทต่างๆ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสารฯ การรับรู้ข่าวสารฯ และภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษตามสถานที่ต่างๆ ใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 403 คน ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS F/W สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, การแจกแจงความถี่, T-test, ONE - WAY ANOVA, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient และ Multiple Regression Analysis ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่เป็นชายมากกว่าหญิง มีอายุระหว่าง 25 -34 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีถึงปริญญาโท ประกอบอาชีพชั้นสูง มีอาชีพทางฝ่ายบริหารและจัดการ และนักเรียน/นักศึกษา มีถิ่นที่อยู่อาศัยในทวีปยุโรปมากที่สุด และสนใจจะเดินทางไปที่ท่องเที่ยวที่ประเทศ จีน ญี่ปุ่น และเวียดนาม มากที่สุด หากไม่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย
2. ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จัดเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกและมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในสายตา นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และ ทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน โดย ประชาชนเป็นมิตร และมีน้ำใจไมตรีดีมาก เป็นภาพลักษณ์ทางบวกในระดับสูงที่สุด และ ประเทศไทยเต็มไปด้วยมลพิษ เป็นภาพลักษณ์ที่เป็นกลางค่อนข้างลบมากที่สุด
3. นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในระดับต่ำมาก และมีการรับรู้ข่าวสารฯ ในระดับปานกลาง
4. สื่อเฉพาะกิจ สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้สูงที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน และ สื่อบุคคล ตามลำดับ
5. เพศ และ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อมวลชน, อายุ และ รายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อบุคคล ส่วนอายุ รายได้ และทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อเฉพาะกิจ
6. ระดับการศึกษา และ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารฯ
7. การเปิดรับข่าวสารฯ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารฯ
8. การรับรู้ข่าวสารฯ เป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยคือภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....  
 สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
 ปีการศึกษา.....2542.....

ลายมือชื่อผู้จัดทำ.....อารยา วรณประเสริฐ.....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....ธนวดี บุญถือ.....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม.....

## 418-51674-28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : THAILAND'S IMAGE / MEDIA EXPOSURE / PERCEPTION / MEDIA'S PERSUASIVE LEVEL

ARAYA WANNAPRASIRT : THAILAND'S IMAGE AMONG FOREIGN TOURISTS

THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph. D. 187 PP. ISBN 974-334-333-4

The purpose of this survey research was to identify Thailand's image among foreign tourists, media exposure, perception, persuasive appeal of the media and the relationships among the above mentioned variables. Questionnaires are used to collect data from 403 foreign tourists in Bangkok areas. Percentage, Mean, Frequency, T-test, ONE-WAY ANOVA, Pearson's Product Moment Correlation and Multiple Regression Analysis Techniques were used to analyze the data. The research revealed that :

1. Most tourists were male, aged between 25 to 34 years old. Most of them were Bachelor Degree and Master Degree graduates, in administrative and management career fields , or being college students. Most of them came from Europe. They were interested in travelling to China, Japan and Veitnam.
2. Thailand's image among foreign tourists was positive. Those tourists with different ages and living in different continents have different images of Thailand. The prominent positive image of Thailand are the friendliness and kindness of Thai people. The moderate image that is nearly negative is the pollution.
3. Tourists were very low in exposure to Thailand tourism information from mass media, interpersonal and specialized media. The tourists' perception toward tourism information of Thailand was moderate.
4. The decision to visit Thailand was tempted by specialized media, mass media and interpersonal contact respectively.
5. Gender and occupation were significantly correlated with mass media exposure. Age and income were significantly correlated with personal media exposure while age, income, and continent of residence were significantly correlated with specialized media exposure.
6. Education and occupation were significantly correlated to the tourists' perception toward tourism information of Thailand.
7. Exposure to mass media, personal media and specialized media were significantly correlated to the tourists' perception toward tourism information of Thailand.
8. The tourists' perception toward tourism information of Thailand was the only variable that could explain foreign tourists' image toward Thailand.

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา.....2542.....

ลายมือชื่อผู้จัดทำ.....อารยา.....วรรณประเสริฐ.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....Thanawadee B.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ปามาซึ่งความภาคภูมิใจในความสำเร็จทางด้านการศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่ง และวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร. ธนวิศ บุญเหลือ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำปรึกษาและข้อคิดเห็นต่างๆ ในการวิจัยและอื่นๆ ด้วยดีมาตลอด อีกทั้งตลอดเวลาช่วยตรวจแก้วิทยานิพนธ์ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์พร้อมในทุกๆ ช่วงจนกระทั่งสำเร็จเป็นรูปเล่ม จึงขอขอบพระคุณในทุกสิ่งที่ท่านมอบให้ด้วยความเคารพและนับถือ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ประมว ณะเวทิน ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร. วิเชษฐ์ เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งคอยให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการทำวิจัย การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ตลอดจนตลอดเวลาในการพิจารณาตรวจแก้ และทำการสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ บุคคล องค์กร และหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและเอกสารเพื่อใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ที่สำคัญคือให้ความเอื้อเฟื้อสถานที่ในการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถ้าไม่ได้รับความกรุณาดังกล่าวคงไม่เกิดขึ้นความสำเร็จขึ้นในวันนี้ และขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สิ่งที่จะลืมไม่ได้ คือ คำขอบคุณที่ตั้งใจมอบให้แก่เพื่อนๆ ที่น่ารักทั้ง 3 คน (แอนท์ ทราว และ เกด) สำหรับความช่วยเหลือ กำลังใจ และความห่วงใย ที่มีให้กันเสมอมา รวมถึงคำขอบคุณและขอร้องที่ข้าพเจ้าจะมอบให้แก่เพื่อนเก่า และเพื่อนร่วมรุ่นทุกคน ซึ่งช่วยเติมเต็มความสำเร็จในครั้งนี้

สำหรับแม่แก้วของความสำเร็จที่มีความสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด นั่นคือ พลังใจ ที่ข้าพเจ้าได้รับจากบุคคลทุกๆ คน ผู้ซึ่งข้าพเจ้าเคารพบูชา ผู้ซึ่งข้าพเจ้ารัก และผู้ซึ่งรักข้าพเจ้าอย่างแท้จริง.

อรชยา วรรณประเสริฐ  
(ผู้วิจัย)

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ฅ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	6
คำถามนำวิจัย .....	7
สมมติฐานการวิจัย .....	7
ขอบเขตการวิจัย .....	8
นิยามศัพท์ .....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	11
<b>2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>12</b>
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว .....	12
ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ .....	17
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ .....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร .....	30
แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร .....	32
แนวคิดเรื่องสื่อในการสื่อสาร .....	34
ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ .....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	48
<b>3 ระเบียบวิธีวิจัย .....</b>	<b>53</b>
ประชากร .....	53
กลุ่มตัวอย่าง .....	56
วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง .....	56
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย .....	58
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	60
การทดสอบเครื่องมือ .....	61

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	62
เกณฑ์การให้คะแนน .....	63
การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล .....	65
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	67
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ .....	69
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเบียดเบียนชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย การรับรู้ ชาวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และความ สามารถในการรูงใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อประเภทต่างๆ.....	79
ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย .....	96
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	142
สรุปผลการวิจัย .....	144
อภิปรายผล .....	149
ข้อเสนอแนะทั่วไป .....	163
ข้อเสนอแนะงานวิจัย .....	166
รายการอ้างอิง .....	169
ภาคผนวก .....	177
ประวัติผู้วิจัย .....	187



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาถึงประเทศไทย และรายได้จากการท่องเที่ยว ในช่วงปี.ศ. 1980 – 1998 .....	2
2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาถึงประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสากล กรุงเทพ (ดอนเมือง) จำแนกตามเชื้อชาติ.....	53
3	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ.....	69
4	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามอายุ.....	70
5	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	71
6	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามอาชีพ.....	72
7	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามรายได้.....	73
8	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัย และ ประเทศที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัย .....	74
9	แสดง จำนวน และ ค่าร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามประเทศในทวีปเอเชียที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจ .....	77
10	การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ....	79
11	จำนวน และ ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามระดับการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ....	81
12	การรับรู้เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ย ชาวต่างประเทศ.....	82
13	จำนวน และ ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามระดับการรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย .....	85
14	จำนวน และ ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามข่าวสารที่มีผลต่อการ เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย .....	86
15	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามรายการคำขอรับเรื่องการรับรู้ ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมา ท่องเที่ยวประเทศไทย.....	88
16	ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	90
17	จำนวน และ ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามระดับภาพลักษณ์ ประเทศไทยในสายตากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ .....	93
18	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ของความสามารถในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของสื่อ ประเภทต่างๆ.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	ผลการทดสอบความแตกต่างของภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่างเพศกัน.....	96
20	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน .....	97
21	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการศึกษาต่างระดับกัน .....	98
22	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน .....	99
23	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่างกัน .....	100
24	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกัน .....	101
25.1	ผลการทดสอบความแตกต่างของความสามารถในการจูงใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างสื่อมวลชน และ สื่อบุคคล .....	102
25.2	ผลการทดสอบความแตกต่างของความสามารถในการจูงใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างสื่อมวลชน และ สื่อเฉพาะกิจ .....	103
25.3	ผลการทดสอบความแตกต่างของความสามารถในการจูงใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างสื่อบุคคล และ สื่อเฉพาะกิจ.....	104
26.1	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่างเพศกัน.....	105
26.2	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่างเพศกัน .....	106
26.3	ผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจากสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่างเพศกัน. ....	107
27.1	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาว	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
	108
27.2	109
27.3	110
28.1	111
28.2	112
28.3	113
29.1	114
29.2	116
29.3	117
30.1	118
30.2	119



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
	ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ .....	132
38.2	คำสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจาก สื่อบุคคลซึ่งจำแนกเป็นรายชื่อ กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ .....	133
38.3	คำสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยจาก สื่อเฉพาะกิจซึ่งจำแนกเป็นรายชื่อ กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ .....	134
39	คำสหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กับการทัศนคติประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ .....	136
40	ผลการวิเคราะห์หัตถดอยพหุคูณ เมื่อใช้ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวประเทศไทยจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ และ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นค้ำพยากรณ์ และใช้ทัศนคติประเทศไทยในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นตัวแปรตาม.....	140

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย