

การสื่อสาร ความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

นายชนาธิป โสมะเกษตริน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-827-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THAI CONCEPTUALIZATION IN COMMUNICATION OF
THAI AIRWAYS INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED

Mr. Chanathip Somakettarin

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

Department of Public Relations

Graduate School

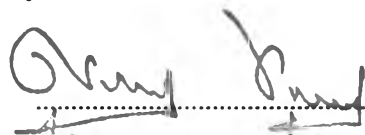
Chulalongkorn University

Academic Year 1998

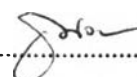
ISBN 974 – 331 – 827 - 5

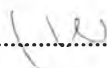
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
โดย นายชนาธิป โสมะเกษตริน
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล

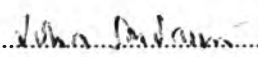
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนવી บุญลือ)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

ชนาธิป โสมะเกษตริน : การสื่อสารความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (THAI CONCEPTUALIZATION IN COMMUNICATION OF THAI AIRWAYS INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED) อ. ที่ปรึกษา : รศ.จาระไน แกล่โกศล, 214 หน้า.
ISBN 974-331-827-5

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของชาวต่างประเทศกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย และความรู้ รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยกับความรู้ และทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย

โดยศึกษาจากชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยใช้บริการของสายการบินไทย จำนวน 400 คน ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ การทดสอบความแตกต่าง t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

(1) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของชาวต่างประเทศกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย เฉพาะบางตัวแปรเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้แก่ เพศกับการเปิดรับหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว และตัวแปรในด้านอายุ การศึกษา อาชีพ สัญชาติ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ และสื่อระหว่างบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความรู้พบว่า ตัวแปรด้านสัญชาติ รายได้ มีความสัมพันธ์ กับความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสำหรับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับทัศนคติ พบว่า คุณสมบัตินิรายนละเอียดยของตัวแปรด้านสัญชาติ อายุ อาชีพ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการวิจัยยังพบว่า ชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยในระดับปานกลาง และมีทัศนคติเป็นบวกต่อความเป็นไทย

(2) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ทั่วไป มีความสัมพันธ์เป็นลบกับความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย แต่การเปิดรับสื่อ โดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจ และสื่อระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์เป็นบวกกับทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย อันได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด ฮอติเคย์ ชูคประจำชาติ ตราสัญลักษณ์การบินไทย และพนักงานการบินไทยเป็นต้น

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
สาขาวิชา
..... 2541
ปีการศึกษา

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

408 52244 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: THAI CONCEPTUALIZATION / COMMUNICATION / PUBLIC RELATION /
THAI AIRWAYS

CHANATHIP SOMAKETTARIN : THAI CONCEPTUALIZATION IN COMMUNICATION OF
THAI AIRWAYS INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED. THESIS ADVISOR :
ASSOC. PROF. JARANAI GLAEGOSO. 214 pp. ISBN. 974-331-827-5

The objectives of the research are to find (1) the correlation between foreign passangers of Thai Airways International Public Company Limited's demographic profile and exposure on Thai indentities from public relations media, and other knowledge and attitude (2) the correlation between the exposure on Thai identities from public relations media and other effect as knowledge and attitude.

The research is a survey with the aid of questionnaire collecting data from 400 foreign passangers travelling to Thailand by Thai Airways International Public Company Limited. The data was analyzed in term of percentage, t-test, one-way analyzed of variance (ANOVA), Pearson Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis.

The research points out as follows :

(1) Sex of the respondents significantly correlates with exposure to travel magazine. Various of sub-variables on education, age, occupation and nationality are more significantly correlated with public relations media exposure and personal media than mass media.

Passengers demographic characteristics and image on Thai identities varies among respondents nationality, whereas personal income significantly correlated with knowledge. Details variables on nationality, age, occupation and education significantly correlates with attitude.

In conclusion it could be notified that most of the foreign passangers respondents have medium level knowledge on Thai identities and have positive attitude on Thai identities.

(2) It is found that exposure on mass media negatively correlate with knowledge Thai identities where as vice versa exposure on public relation media and on personal media positively correlates with attitude on Thai identities namely Royal Orchid Holiday tour program, Thai national costume, Thai Airways International Logo and reflection of Thai identities from flight attendant and ground staff.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งของ รองศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัยมาด้วยดีตลอด ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ ที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้ง อาจารย์ ดร. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล กรรมการวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำอย่างดีจนกระทั่งวิทยานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งท่านได้ให้คำปรึกษาทางด้านระเบียบวิธีวิจัยแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณ อาจารย์ วนลดา ทองใบ คุณอินทรา มงคลกิจ คุณอรรณวิทย์ ทองพฤชา คุณณัฐภัสสร โรจน์วิลาวัลย์ และคุณบุญเที่ยง อุปการะ ที่คอยให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลืออย่างดีมาโดยตลอด

ท้ายที่สุดขอขอบคุณพระคุณก่าลังใจอันสำคัญของคุณพ่อและคุณแม่ เพื่อน ๆ พี่ ๆ และน้อง ๆ ทั้งที่ทำงานและที่คณะนิเทศศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ ในครั้งนี้

ชนาธิป โสมะเกษตริน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.3 ปัญหानำในการวิจัย.....	5
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.8 ข้อจำกัดการวิจัย.....	7
1.8 นิยามศัพท์.....	8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์.....	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ.....	28
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและความเป็นไทย.....	31
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้และการเลือกรับสาร.....	37
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	40
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	50
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	50
3.2 ประชากร.....	50
3.3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	50
3.4 การเลือกตัวอย่าง.....	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)	
3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	54
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	57
3.7 ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	59
3.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
3.9 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	62
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
4.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
4.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่าง.....	71
4.3 ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย.....	80
4.4 ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย.....	82
4.5 ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความเป็นไทย.....	86
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	150
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	150
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	150
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	171
5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	192
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	194
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการสื่อสารความเป็นไทย.....	196
รายการอ้างอิง.....	201
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก.....	206
ภาคผนวก ข.....	214
ประวัติผู้วิจัย.....	216

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	66
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	66
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	67
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ...	68
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้...	69
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	69
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติหรือภูมิลำเนา.....	70
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).....	71
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ.....	75
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความรู้ในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับความเป็นไทย.....	80
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลรวมของคะแนนการวัด.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยในประเด็นต่าง ๆ.....	82
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลรวมของคะแนนในการวัดทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย.....	86
ตารางที่ 4.14 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของชาวต่างประเทศจากสื่อของธุรกิจการบินไทย จำกัด (มหาชน).....	87
ตารางที่ 4.15 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของชาวต่างประเทศจากแหล่งอื่น ๆ.....	88
ตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน.....	90
ตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน.....	95
ตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).....	100
ตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาต่างกัน...	105

ตารางสารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน.....	110
ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน.....	117
ตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีสัญชาติ หรือภูมิลำเนาต่างกัน.....	123
ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีสัญชาติ หรือภูมิลำเนาต่างกัน.....	131
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่างกัน.....	137
ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่างกัน.....	142

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน.....	148
ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน...	152
ตารางที่ 4.28 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย.....	155
ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีอายุต่างกัน.....	156
ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีสัญชาติหรือภูมิลำเนาต่างกัน.....	157
ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีอาชีพต่างกัน.....	158
ตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	159

สารบัญตารางที่ (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีรายได้ต่างกัน.....	160
ตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน.....	161
ตารางที่ 4.35 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย.....	162
ตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีสัญชาติและภูมิลำเนาต่างกัน.....	163
ตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน.....	164
ตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน.....	165
ตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	167

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีรายได้อันต่างกัน.....	147
ตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน.....	168
ตารางที่ 4.42 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยกับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย.....	171
ตารางที่ 4.43 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความเป็นไทย.....	173
ตารางที่ 4.44 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเมื่อให้ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศเป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ.....	150