



ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 290 ตัวอย่าง สามารถนำมาสรุปผลการวิจัย ออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ

ตอนที่ 1 ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในรูปของตาราง ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากร อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สัญชาติ และประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงผลเป็นจำนวน และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงวิเคราะห์ตามสมมติฐานข้อ 1-4 ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรและปริมาณการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชนอันประกอบไปด้วยวิทยุ โทรทัศน์ ไซเบอร์ โปสเตอร์ แผ่นพับ การจัดนิทรรศการต่าง ๆ เกี่ยวกับเมืองไทย หรืองานแสดงสินค้าไทย หรืองานขายสินค้าไทย สื่อบุคคลอันประกอบไปด้วยญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงานหรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยด้านประชากร

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	164	56.6
หญิง	126	43.4
รวม	290	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นชายคิดเป็นร้อยละ 56.6 เป็นหญิงคิดเป็นร้อยละ 43.4

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 20 ปี	2	0.7
21 - 25 ปี	28	9.7
26 - 30 ปี	29	10.0
31 - 35 ปี	31	10.7
36 - 40 ปี	57	19.7
41 - 45 ปี	58	20.0
46 - 50 ปี	24	8.3
51 - 55 ปี	21	7.2
56 - 60 ปี	23	7.9
61 - 65 ปี	11	3.8
66 - 70 ปี	4	1.4
70 ปี ขึ้นไป	2	0.7
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41 - 45 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี มีจำนวนถึง 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และช่วงอายุระหว่าง 15 - 20 ปี และ 70 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำแนกตามระดับของการศึกษา

ระดับของการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	50	17.2
มัธยมปลาย	61	21.0
ปริญญาตรี	158	54.5
ปริญญาโท	17	5.9
สูงกว่าปริญญาโท	4	1.4
รวม	290	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้อยู่ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดถึง 158 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาโท มีจำนวนน้อยที่สุดคือมีเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ศูนย์วิทยพัชร์พยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามระดับของรายได้
(ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา) ต่อปี

รายได้ต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 เหรียญ	4	1.4
10,001 - 20,000 เหรียญ	40	13.8
20,001 - 30,000 เหรียญ	96	33.1
30,001 - 40,000 เหรียญ	106	36.6
40,001 - 50,000 เหรียญ	37	12.8
มากกว่า 50,000 เหรียญ	2	1.7
ไม่ระบุรายได้	2	0.7
รวม	290	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 เหรียญสหรัฐมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.6 ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.7

ศูนย์วิจัยและพัฒนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามกลุ่มสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกาและแคนาดา	66	22.75
ยุโรป	137	47.25
เอเชียและแปซิฟิก	87	30.00
รวม	290	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ที่มีสัญชาติจากประเทศในแถบยุโรป มีจำนวนมากที่สุด คือ 137 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือผู้ที่มีสัญชาติจากประเทศในแถบเอเชียและแปซิฟิก มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และผู้ที่มีสัญชาติจากประเทศในแถบอเมริกาและแคนาดามีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75. (รายละเอียดดูตาราง 94)

ศูนย์วิทยุทัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำแนกตามกลุ่มประเทศต้นที่อยู่อาศัย

ประเทศต้นที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
อเมริกาและแคนาดา	65	22.41
ยุโรป	136	46.90
เอเชียและแปซิฟิก	88	30.35
ไม่ระบุ	1	0.34
รวม	290	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ที่มาจากประเทศในแถบยุโรป มีจำนวนมากที่สุดคือ 136 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90 รองลงมาคือ ผู้ที่มาจากประเทศในแถบเอเชียและแปซิฟิกจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 30.35 และผู้ที่มาจากประเทศในแถบอเมริกาและแคนาดา 65 คน คิดเป็นร้อยละ 22.41 (รายละเอียดดูตาราง 95)

ศูนย์วิทยพัธพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำนวนคนตามปัจจัยด้านประชากรจากสื่อมวลชน

ปัจจัยด้านประชากร	โทรทัศน์		วิทยุ		หนังสือพิมพ์		วิทยุกระจายเสียง									
	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ								
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
เพศ																
ชาย	108	65.9	56	34.1	147	89.0	17	10.4	71	43.3	93	56.7	46	28.0	118	72.0
หญิง	92	73.0	34	27.0	112	88.9	14	11.1	73	57.9	53	42.1	44	34.9	82	65.1
รวม	200		90		259		31		144		146		90		200	
อายุ																
15-25 ปี	17	56.7	13	43.3	27	90.0	3	10.0	16	53.3	14	46.7	10	33.3	20	66.7
26-30 ปี	15	51.7	14	48.3	24	82.8	5	17.2	11	37.9	18	62.1	4	13.8	25	86.2
31-35 ปี	25	80.6	6	19.4	28	90.3	3	9.7	16	51.6	15	48.4	16	51.6	15	48.4
36-40 ปี	40	70.2	17	29.8	51	89.5	6	10.5	24	42.1	33	57.9	20	35.1	37	64.9
41-45 ปี	37	68.8	21	36.2	50	86.2	8	13.8	24	41.4	34	58.6	11	19.0	47	81.0
46-50 ปี	18	75.0	6	25.0	23	95.8	1	4.2	13	54.2	11	45.8	5	20.8	19	79.2
51-55 ปี	15	71.4	6	28.6	19	90.5	2	9.5	11	52.4	10	47.6	5	23.8	16	76.2
56-60 ปี	18	78.3	5	21.7	21	91.3	2	8.7	16	69.6	7	30.4	10	43.5	13	56.5
60 ปีขึ้นไป	15	88.2	2	11.8	16	94.1	1	5.9	13	76.5	4	23.5	9	52.9	8	47.1
รวม	200		90		259		31		144		146		90		200	

ตารางที่ 7 (ต่อ) จำนวน ร้อยละของการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำนวนคำถามวิจัยด้านประชากรจากสื่อมวลชน

ปัจจัยด้านประชากร	โทรทัศน์		วิทยุ				หนังสือพิมพ์				นิตยสาร					
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา																
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	40	80.0	10	20.0	47	94.0	3	6.0	33	66.0	17	34.0	22	44.0	28	56.0
มัธยมปลาย	41	67.2	20	32.8	57	93.4	4	6.6	38	62.3	23	37.7	25	41.0	36	59.0
ปริญญาตรี	107	67.7	51	32.3	137	86.7	21	13.3	67	42.4	91	57.6	39	24.7	119	75.3
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	12	57.1	9	42.9	18	85.7	3	14.3	6	28.6	15	71.4	4	19.0	17	81.1
รวม	200		90		259		31		144		146		90		200	
รายได้ต่อปี																
ต่ำกว่า 20,000 เหรียญ	31	70.5	13	29.5	40	90.0	4	9.1	20	45.5	24	54.5	14	31.8	30	68.2
20,001-30,000 เหรียญ	68	70.8	28	29.2	86	89.6	10	10.4	50	52.1	46	47.9	29	30.2	67	69.8
30,001-40,000 เหรียญ	73	68.9	33	31.1	94	88.7	12	11.3	55	51.9	51	48.1	34	32.1	72	67.9
มากกว่า 40,000 เหรียญ	27	64.3	15	35.7	37	88.1	5	11.9	19	45.2	23	54.8	13	31.0	29	69.0
รวม	199		89		257		31		144		144		90		198	

ตารางที่ 7 (ต่อ) จำนวน ร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรจากสื่อมวลชน

ปัจจัยด้านประชากร	โทรทัศน์				วิทยุ				หนังสือพิมพ์				นิตยสาร				
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
สัญชาติ																	
สหรัฐอเมริกาและแคนาดา	46	69.7	20	30.3	59	89.4	7	10.6	32	48.5	34	51.5	17	25.8	49	74.2	
ยุโรป	103	75.2	34	24.8	129	94.2	8	5.8	74	54.0	63	46.0	50	36.5	87	63.5	
เอเชีย และ แปซิฟิก	51	58.6	36	41.4	71	81.6	16	18.4	38	43.7	49	56.3	23	24.4	64	73.6	
รวม	200		90		259		31		144		146		90		200		
ประเทศที่พำนักอาศัย																	
สหรัฐอเมริกาและแคนาดา	46	70.8	19	29.2	58	89.2	7	10.8	32	49.2	33	50.8	17	26.2	48	73.8	
ยุโรป	102	75.0	34	25.0	128	94.1	8	5.9	73	53.7	63	46.3	49	36.0	87	64.0	
เอเชีย และ แปซิฟิก	51	58.0	37	42.0	72	81.8	16	18.2	38	43.2	50	56.8	23	26.1	65	73.9	
รวม	199		90		258		31		143		146		89		200		



จากตาราง แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งชายและหญิง เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อนิตยสารเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และเปิดรับน้อยที่สุดคือวิทยุ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวเพศชายจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากสื่อมวลชนมากกว่า นักท่องเที่ยวหญิง

ในเรื่องของอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 26-30 ปี จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อมวลชนทุกประเภทมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุในช่วงอื่น ๆ

ในเรื่องของระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาในชั้นปริญญาโท หรือสูงกว่าจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชนทุกประเภทมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาในชั้นอื่น

ในเรื่องของรายได้ (ต่อปี) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญต่อปี จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชนทุกประเภทมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับของรายได้ในช่วงอื่น

ในเรื่องของสัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติสหรัฐอเมริกาและแคนาดาจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากนิตยสารมากกว่านักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น

ในเรื่องของประเทศต้นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในแถบเอเชีย และแปซิฟิก จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อมวลชนทุกประเภทมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในแถบอื่น

ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรจากสื่อระหวาะกิจ

ปัจจัยด้านประชากร	วิดีโอ		สไลด์		โปสเตอร์		แผ่นพับ		การจัดบริหารการ											
									ไม่เปิดรับ		เปิดรับ									
	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	ไม่เปิดรับ	เปิดรับ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ						
เพศ																				
ชาย	108	65.9	56	34.1	155	94.5	9	5.5	134	81.7	30	18.3	132	80.5	32	19.5	126	76.8	38	23.2
หญิง	86	68.3	40	31.7	121	96.0	5	4.0	102	81.0	24	19.0	111	88.1	15	11.9	105	83.3	21	16.7
รวม	194		96		276		14		236		54		243		47		231		59	
อายุ																				
15-25 ปี	22	73.3	8	26.7	28	93.3	2	6.7	21	70.0	9	30.0	25	83.3	5	16.7	22	73.2	8	26.7
26-30 ปี	16	55.2	13	44.8	28	96.6	1	3.4	21	72.4	8	27.6	24	82.8	5	17.2	23	79.3	6	20.7
31-35 ปี	25	80.6	6	19.4	28	90.3	3	9.7	26	83.9	5	16.1	27	87.1	4	12.9	27	77.4	7	22.6
36-40 ปี	35	61.4	22	38.6	55	96.5	2	3.5	47	82.5	10	17.5	48	84.2	9	15.8	42	73.7	15	26.3
41-45 ปี	33	56.9	25	43.1	54	93.1	4	6.9	47	81.0	11	19.0	45	77.6	13	22.4	47	81.0	11	19.0
46-50 ปี	16	66.7	8	33.3	23	95.8	1	4.2	21	87.5	3	12.5	22	91.7	2	8.3	20	83.3	4	16.7
51-55 ปี	14	66.7	7	33.3	21	100.0	-	-	17	81.0	4	19.0	18	85.7	3	14.3	18	85.7	3	14.3
56-60 ปี	18	78.3	5	21.7	23	100.0	-	-	21	93.3	2	8.7	20	87.0	3	13.0	20	87.0	3	13.0
60 ปีขึ้นไป	15	88.2	2	11.8	16	94.1	1	5.9	15	88.2	2	11.8	14	82.4	3	17.6	15	88.2	2	11.8
รวม	194		96		276		14		236		54		243		47		231		59	

ตารางที่ 8 (ต่อ) จำนวนร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำนวนความพึงจัยด้านประชากรจากสื่อเฉพาะกิจ

ปัจจัยด้านประชากร	วิดีโอ		สไลด์		โปสเตอร์		แผ่นพับ		การจัดนิทรรศการ											
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ									
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
ระดับการศึกษา																				
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	38	76.0	12	24.0	47	94.0	3	6.0	43	86.0	7	14.0	45	90.0	5	10.0	44	88.0	6	12.0
มัธยมปลาย	48	78.7	58	36.7	59	96.7	2	3.3	49	80.3	12	19.7	51	83.6	10	16.4	60	82.0	11	18.0
ปริญญาตรี	100	63.3	58	36.7	154	97.5	4	2.5	135	85.4	23	14.6	137	86.7	21	13.3	127	80.4	31	19.6
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	8	38.1	13	61.9	16	76.2	5	23.8	9	42.9	12	57.1	10	47.6	11	52.4	10	47.6	11	52.4
รวม	194		96		276		14		236		54		243		47		231		59	
รายได้ต่อปี																				
ต่ำกว่า 20,000 เหรียญ	33	75.0	11	25.0	42	95.5	2	4.5	34	77.3	10	22.7	37	84.1	7	15.9	37	84.1	7	15.9
20,001-30,000 เหรียญ	71	74.0	25	26.0	93	98.9	3	3.1	84	87.5	12	12.5	86	89.6	10	10.4	76	79.2	20	20.8
30,001-40,000 เหรียญ	64	60.4	42	39.6	101	95.3	5	4.7	87	82.1	19	17.9	87	82.1	19	17.9	87	82.1	19	17.9
มากกว่า 40,000 เหรียญ	25	59.5	17	40.5	38	90.5	4	9.5	29	69.0	13	31.0	31	73.8	11	26.2	30	71.4	12	28.6
รวม	193		95		274		14		234		54		241		47		230		58	

ตารางที่ 8 (ต่อ) จำนวนร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรจากสื่อเฉพาะกิจ

ปัจจัยด้านประชากร	ทีวีไอ		สไลด์		โปสเตอร์		แผ่นพับ		การจัดนิทรรศการ											
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ									
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ								
สัญชาติ																				
สหรัฐอเมริกาและแคนาดา	46	89.7	20	30.3	65	98.5	1	1.5	54	81.8	12	16.2	54	81.8	12	81.2	51	77.3	15	22.7
ยุโรป	96	70.1	41	29.9	129	94.2	8	5.8	116	84.7	21	15.3	117	85.4	20	14.6	110	80.3	27	19.7
เอเชีย และ แปซิฟิก	52	59.8	35	40.2	82	94.3	5	5.7	66	75.9	21	24.1	72	82.8	15	17.2	70	80.3	27	19.7
รวม	194		96		276		14		236		54		243		47		231		59	
ประเทศต้นที่อยู่อาศัย																				
สหรัฐอเมริกาและแคนาดา	46	70.8	19	29.2	64	98.5	1	1.5	54	83.1	11	16.9	54	83.1	11	16.9	50	76.9	15	23.1
ยุโรป	95	69.9	41	30.1	128	94.1	8	5.9	115	84.6	21	15.4	116	85.3	20	14.7	109	80.1	27	19.9
เอเชีย และ แปซิฟิก	52	59.1	36	40.6	83	94.3	5	5.7	66	75.0	22	25.0	72	81.8	16	18.2	71	80.7	17	19.3
รวม	193		96		275		14		235		54		242		47		230		59	

จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่ จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากวิดีโอ และนักท่องเที่ยวเพศชายจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง

ในเรื่องของอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากวิดีโอส่วนใหญ่อายุระหว่าง 26-30 ปี จากสไลด์ อายุระหว่าง 31-35 ปี จากโปสเตอร์ อายุระหว่าง 15-25 ปี จากแผ่นพับอายุระหว่าง 41-45 ปี และจากการจัดนิทรรศการอายุระหว่าง 15-25 ปี

ในเรื่องของระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาในชั้นปริญญาโทหรือสูงกว่าจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาในชั้นอื่น

ในเรื่องของรายได้ (ต่อปี) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญต่อปี จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อเฉพาะกิจทุกประเภทมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ในช่วงอื่น

ในเรื่องของสัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ อเมริกาและแคนาดา จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อ แผ่นพับและการจัดนิทรรศการฯ เป็นส่วนใหญ่ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติ เอเชียและแปซิฟิก จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากวิดีโอ โปสเตอร์ เป็นส่วนใหญ่เช่นกัน

ในเรื่องของประเทศต้นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในแถบ เอเชียและแปซิฟิก จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อ วิดีโอ โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรป จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากสไลด์เป็นส่วนใหญ่ และนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและแคนาดา จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากการจัดนิทรรศการฯ

ตารางที่ 9 จำนวนร้อยละของการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรจากสื่อบุคคล

ปัจจัยด้านประชากร	ญาติพี่น้อง/เพื่อนร่วมงาน				เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท.				หน่วยงานภาคเอกชน					
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เพศ														
ชาย			26	15.2	139	84.8	125	76.2	39	23.8	75	45.7	89	54.3
หญิง			20	15.9	106	84.1	100	79.4	26	20.6	45	35.7	81	64.3
รวม			45		245		225		65		120		170	
อายุ														
15-25 ปี			2	6.7	28	93.3	2	6.7	28	93.3	15	50.0	15	50.0
26-30 ปี			4	13.8	25	86.2	4	13.8	25	86.2	12	41.4	17	58.6
31-35 ปี			5	16.1	26	83.9	5	16.1	26	83.9	11	35.5	20	64.5
36-40 ปี			12	12.1	45	78.9	12	21.1	45	78.9	23	40.4	34	59.6
41-45 ปี			10	17.2	48	82.8	10	17.2	48	82.8	23	39.7	35	60.3
46-50 ปี			3	12.5	21	87.5	3	12.5	21	87.5	12	50.0	12	50.0
51-55 ปี			1	4.8	20	95.2	1	4.8	20	95.2	7	33.3	14	67.7
56-60 ปี			3	13.0	20	87.0	3	13.0	20	87.0	8	34.8	15	65.2
60 ปีขึ้นไป			5	29.4	12	70.6	5	29.4	12	70.6	9	52.9	8	47.1
รวม			45		245		45		245		120		170	

ตารางที่ ๑ (ต่อ) จำนวนร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำนวนคำถามวิจัยด้านประชากรจากสื่อบุคคล

ปัจจัยด้านประชากร	ชาติที่น้อง/เพื่อนร่วมงาน				เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท.				หน่วยงานภาคเอกชน			
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา												
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	7	14.0	43	86.0	42	84.0	8	16.0	29	58.0	21	42.0
มัธยมปลาย	11	18.0	50	82.0	49	80.3	12	19.7	22	36.1	39	63.9
ปริญญาตรี	24	15.2	134	84.8	125	79.1	33	20.9	63	39.9	95	60.1
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3	14.3	18	85.7	9	42.9	12	57.1	6	28.6	15	71.4
รวม	45		245		225		65		120		170	
รายได้ต่อปี												
ต่ำกว่า 20,000 เหรียญ	6	13.6	38	86.4	36	81.8	8	18.2	22	50.0	22	50.0
20,001-30,000 เหรียญ	18	16.8	78	81.3	77	80.2	19	19.8	43	44.8	53	55.2
30,001-40,000 เหรียญ	16	15.1	90	84.9	84	79.2	22	20.8	36	34.0	70	66.0
มากกว่า 40,000 เหรียญ	5	11.9	37	88.1	26	61.9	16	38.1	19	45.2	23	54.8
รวม	45		243		223		65		120		168	

ตารางที่ 9 (ต่อ) จำนวนร้อยละของการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรจากปีก่อน

ปัจจัยด้านประชากร	ญาติพี่น้อง/เพื่อนร่วมงาน				เจ้าหน้าที่ ท.ท.ท.		หน่วยงานภาคเอกชน							
	ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ		ไม่เปิดรับ		เปิดรับ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สัญชาติ														
สหรัฐอเมริกาและแคนาดา			5	7.6	61	92.4	59	89.4	7	10.6	35	53.0	31	47.0
ยุโรป			27	19.7	110	80.3	109	79.6	28	20.4	63	46.0	74	54.0
เอเชีย และ แปซิฟิก			13	14.8	74	85.1	57	65.5	30	34.5	22	25.0	65	74.7
รวม			45		245		225		65		120		170	
ประเทศต้นที่อยู่อาศัย														
สหรัฐอเมริกาและแคนาดา			5	7.7	60	92.3	58	89.2	7	10.8	34	52.3	31	47.7
ยุโรป			27	19.9	109	80.1	108	79.4	28	20.6	63	46.3	73	53.7
เอเชีย และ แปซิฟิก			13	14.8	75	85.2	58	65.9	30	34.1	23	26.1	65	73.9
รวม			45		244		224		65		120		169	

จากตาราง แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนร่วมงาน และเช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวเพศชายจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง

ในเรื่องของอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชนทุกประเภท จะมีอายุระหว่าง 51-55 ปี

ในเรื่องของระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่ามัธยมปลายจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากญาติพี่น้อง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีระดับความรู้ในชั้นปริญญาโทหรือสูงกว่า จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองไทย เป็นส่วนใหญ่

ในเรื่องของรายได้ (ต่อปี) ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญ จะเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 เหรียญ จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากหน่วยงานภาคเอกชนฯ เป็นส่วนใหญ่

ในเรื่องของสัญชาติของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสัญชาติยุโรป จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวสัญชาติเอเชียและแปซิฟิกจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนฯ เป็นส่วนใหญ่

ในเรื่องของประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและแคนาดาจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากเอเชียและแปซิฟิกจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน เป็นส่วนใหญ่

สมมติฐานข้อ 1 บัณฑิตด้านประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สัญชาติ และประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่อง เที่ยว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทย

ตารางที่ 10 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างบัณฑิตด้านประชากรในเรื่องของ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สัญชาติ และประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่อง เที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยจากสื่อมวลชน

สื่อ	บัณฑิตด้านประชากร	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สัญชาติ	ประเทศถิ่นที่อยู่อาศัย
1. โทรทัศน์	1.38955	13.23346	4.41764	0.63144	6.84051	*	*
2. วิทยุ	0.00014	3.54568	3.64736	0.23140	8.78094	**	**
3. หนังสือพิมพ์	*	13.48801	16.29822	1.06220	2.32094	**	**
4. นิตยสาร	1.26745	**	**	0.09045	3.62746	**	**

จากตารางแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตด้านประชากรกับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน จะมีความแตกต่างกันทางการเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากสื่อหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวเพศชาย เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทย จากสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง

ในเรื่องอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันจะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยจากนิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากนิตยสารมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุอื่น ๆ

ในเรื่องของระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เมืองไทยจากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่มี การศึกษาในระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอื่น

ในเรื่องของสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจาก โทรทัศน์ และวิทยุอย่างมีนัยสำคัญซึ่งอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจากประเทศ ในแถบเอเชียและแปซิฟิก จะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากโทรทัศน์ และวิทยุ มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจากประเทศอื่น

ในเรื่องของประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศที่ต่างกันจะมีความแตกต่างกันในการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยจาก โทรทัศน์ และวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่มาจาก กลุ่มประเทศในแถบ เอเชียและแปซิฟิกจะ เปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากโทรทัศน์ และวิทยุ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศในแถบอื่น

ตารางที่ 11 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรในเรื่องของ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สัญชาติ และประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการเปิดรับ ข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อเฉพาะกิจ

สื่อ	ปัจจัยด้านประชากร	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สัญชาติ	ประเทศถิ่น ที่อยู่อาศัย
1. วีดีโอ		0.09284	13.24105	14.49506	6.54175	2.85313	3.39051
2. สไลด์		0.10373	6.89536	18.74955	2.61427	2.04154	1.99286
3. โปสเตอร์		0.00013	6.89536	23.03595	7.07083	2.73595	3.38441
4. แผ่นพับ		2.50223	3.27748	22.64424	5.65148	0.51907	0.50086
5. การจัดนิทรรศการต่างๆ เกี่ยวกับเมืองไทยหรือ งานแสดงสินค้าไทยหรือ งานขายสินค้าไทย		1.48033	4.36464	15.70028	2.69835	0.30020	0.37508

จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อเฉพาะกิจทุกประเภท อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอื่น

ตารางที่ 12 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรในเรื่องของเพศ อายุ การศึกษา รายได้ สัญชาติ และประเทศถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อบุคคล

สื่อ	ปัจจัยด้านประชากร	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้	สัญชาติ	ประเทศถิ่นที่อยู่อาศัย
1.	ญาติพี่น้อง/เพื่อนร่วมงาน	0.00000	7.96159	0.41946	1.30666	5.03247	5.00855
2.	เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง	0.24472	7.96159	16.22332	6.90160	12.88621	12.19801
3.	หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	2.54926	4.10445	7.97215	4.45194	14.17932	12.98452

จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอื่น

ในเรื่องของสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติต่างกัน จะมีความแตกต่างกันในด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจากประเทศไทยในแถบเอเชียและแปซิฟิกจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน มากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจากประเทศในแถบอื่น

ในเรื่องของประเทศต้นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศที่ต่างกันจะมีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอธิบายได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศในแถบเอเชียและแปซิฟิกจะเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจาก เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มประเทศในแถบอื่น (รายละเอียดแสดงค่าไคสแควร์ ระหว่างปัจจัยด้านประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สัญชาติ และประเทศต้นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ดูภาคผนวก ก.)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละของจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1	85	29.31
2 - 5	182	62.76
6 - 10	16	5.52
มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป	6	2.07
ไม่ระบุ	1	0.34
รวม	290	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเมืองไทย 2 - 5 ครั้ง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 62.76 รองลงมาคือ มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.31

สมมติฐานข้อ 2 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติด

ตารางที่ 14 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อมวลชนกับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย

สื่อมวลชน	ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร โดยทั่วไป		ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร ในช่วง 2 เดือนก่อนเดินทาง เข้ามาในประเทศไทย	
	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	ระดับ นัยสำคัญ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	ระดับ นัยสำคัญ
	1) โทรทัศน์	.0775	.186	.1049
2) วิทยุ	.0457	.438	.0605	.304
3) หนังสือพิมพ์	-.0090	.879	.0502	.394
4) นิตยสาร	-.0275	.642	-.0156	.792

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติด ๗ เมืองพัทยา จากสื่อมวลชนอันประกอบไปด้วย โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย ไม่ว่าจะ เป็นปริมาณการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปหรือปริมาณการเปิดรับข่าวสารในช่วง 2 เดือนก่อนเดินทางเข้ามาในประเทศไทย

สมมติฐานข้อ 3 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทย จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติด

ตารางที่ 15 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยจากสื่อ เฉพาะกิจกับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว เมืองไทย

สื่อ เฉพาะกิจ	ปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร โดยทั่วไป		ปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร ในช่วง 2 เดือนก่อน เดินทาง เข้ามาในประเทศไทย	
	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	ระดับ นัยสำคัญ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	ระดับ นัยสำคัญ
1) ทีวีโอ	-.0275	.642	-.0236	.689
2) ฟิล์ม	.1330 *	.024	.1042	.077
3) โปสเตอร์	.0298	.614	.0402	.495
4) แผ่นพับ	.0493	.403	.0245	.678
5) การจัดนิทรรศการ ต่าง ๆ เกี่ยวกับ เมืองไทยหรืองาน แสดงสินค้าไทยหรือ งานขายสินค้าไทย	.0264	.654	.1611 **	.006

* $P \leq .05$

** $P \leq .01$

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทย ในลักษณะของการ เปิดรับข่าวสาร โดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ๗ เมืองศึกษา จากฟิล์มมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว เมืองไทยในระดับนัยสำคัญที่ .024 ในขณะที่ปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว จากการจัดนิทรรศการต่าง ๆ เกี่ยวกับ เมืองไทยหรืองานแสดงสินค้าไทยหรืองานขายสินค้าไทย

มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว เมืองไทย ที่ระดับนัยสำคัญที่ .006 ในลักษณะของการ เปิดรับข่าวสารในช่วง 2 เดือน ก่อนเดินทาง เข้ามาในประเทศไทย

สมมติฐานข้อ 4 ปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยจาก สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ตารางที่ 16 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยจากสื่อบุคคล กับจำนวนครั้งของการมาท่องเที่ยว เมืองไทย

สื่อบุคคล	ปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร โดยทั่วไป		ปริมาณการ เปิดรับข่าวสาร ในช่วง 2 เดือนก่อน เดินทาง เข้ามาในประเทศไทย	
	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	ระดับ นัยสำคัญ	ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์	ระดับ นัยสำคัญ
	1) ญาติพี่น้องหรือ เพื่อน ร่วมงาน	-.1228 *	.037	-.1797 **
2) เจ้าหน้าที่ส่งเสริม การท่องเที่ยวของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือ เจ้าหน้าที่จากหน่วย งานของรัฐบาลที่ เกี่ยวข้อง	-.0489	.407	.0368	.533
3) หน่วยงานภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว	-.0414	.483	-.0947	.108

*P ≤ .05

**
P ≤ .01



จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการใช้ครีมน้ำส้วม เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
เมืองไทย จากสื่อบุคคล ในส่วนของญาติพี่น้องหรือเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์ทางลบกับจำนวน
ครั้งของการมาท่องเที่ยวเมืองไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ :

ตารางที่ 17 แสดงระดับความสำคัญของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย

สื่อ	ระดับความสำคัญ (คะแนนเต็ม 4)		อันดับ
	คะแนนเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1. โทรทัศน์	1.00	1.67	4
2. วิทยุ	0.05	0.19	12
3. หนังสือพิมพ์	0.97	1.45	5
4. นิตยสาร	2.31	1.98	3
5. วีดีโอ	0.90	1.60	6
6. สไลด์	0.04	0.32	
7. ไปสเคอร์	0.21	0.76	10
8. แผ่นพับ	0.14	0.57	11
9. การจัดนิทรรศการต่าง ๆ เกี่ยวกับเมืองไทย หรืองาน แสดงสินค้าไทย หรืองาน ขายสินค้าไทย	0.29	0.95	8
10. ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน	3.23	1.74	1
11. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานรัฐบาล ที่เกี่ยวข้อง	0.50	1.21	7
12. หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว	2.43	2.29	2

จากตารางแสดงให้เห็นว่าสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการเข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทย อันดับแรก คือ ญาติพี่น้อง และเพื่อนร่วมงาน โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.23 (จากคะแนนเต็ม 4) อันดับสอง ได้แก่ หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.43 และอันดับสาม ได้แก่ นิตยสาร โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.31 ส่วนสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการเข้ามาท่องเที่ยวเมืองไทย 3 อันดับ สุดท้ายได้แก่ ไปสเคอร์ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 0.21 แผ่นพับ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 0.14 และอันดับสุดท้ายได้แก่ วิทยุ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเพียง 0.05 เท่านั้น

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะมาพักอยู่ในเมืองไทย ในการมาท่องเที่ยวเมืองไทยครั้งนี้

จำนวนวัน	จำนวน	ร้อยละ
1 - 5	26	8.97
6 - 10	94	32.41
11 - 15	75	25.86
16 - 20	4	1.38
มากกว่า 20 วันขึ้นไป	91	31.38
รวม	290	100.00

จากตารางแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจจะมาพักอยู่ในเมืองไทยในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ 6- 10 วัน เป็นจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 32.41 รองลงมาคือ มากอยู่มากกว่า 20 วันขึ้นไป จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 31.38

ตารางที่ 19 แสดงระดับความสำคัญของข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
เมืองไทย ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ

ประเภทของข่าวสารข้อมูล	ระดับความสำคัญ (คะแนนเต็ม 4)		อันดับ
	คะแนนเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
1. โบราณสถาน, โบราณวัตถุ	2.88	1.95	1
2. ชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย	1.73	1.72	5
3. การแสดงศิลปพื้นเมือง	2.11	1.70	4
4. อาหาร	1.11	1.58	6
5. สถานเริงรมย์	0.70	1.54	7
6. ความมั่นคงปลอดภัย	0.39	1.04	10
7. แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	2.37	1.67	2
8. มิตรภาพของคนไทย	2.31	1.84	3
9. การจับจ่ายซื้อของ	0.70	1.43	7
10. อื่น ๆ	0.49	1.31	9

จากตารางแสดงให้เห็นว่าข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เมืองไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอันดับแรก คือ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ โบราณสถาน โบราณวัตถุ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.88 (จากคะแนนเต็ม 4) อันดับสองได้แก่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.37 และอันดับสามได้แก่ข่าวสารข้อมูลในเรื่องของมิตรภาพของคนไทย โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.31 ส่วนข่าวสารข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันดับสุดท้ายได้แก่ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัย โดยมีคะแนนเฉลี่ยเพียง 0.39 เท่านั้น

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละ ของข่าวสารข้อมูลที่มีผลเสียหรือผลในทางลบต่อการมา
ท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ประเภทของข่าวสารข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาการจราจรติดขัด	12	4.1
ปัญหาโสเภณี	46	15.9
การค้าแรงงานเด็ก	8	2.8
มลภาวะ	32	11.0
อาชญากรรม	96	33.1
ยาเสพติด	62	24.4
โรค "AIDS"	13	4.5
อื่น ๆ	21	7.2
รวม	290	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่าข่าวสารข้อมูลที่มีผลเสียหรือผลในทางลบต่อการมา
ท่องเที่ยว เมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันดับแรกได้แก่ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา
อาชญากรรมร้อยละ 33.1 อันดับสอง ได้แก่ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา ยาเสพติดร้อยละ 24.4
และอันดับสามได้แก่ ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาโสเภณี ร้อยละ 15.9 ส่วนข่าวสารข้อมูลที่มีผลเสีย
หรือผลในทางลบต่อการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันดับสุดท้ายได้แก่
ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการค้า แรงงานเด็ก ร้อยละ 2.8



ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะกลับมาท่องเที่ยว เมืองไทยอีก
ในอนาคต

ประเภทของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. คาดว่าจะไม่กลับมาท่องเที่ยวอีก	3	1.0
2. ไม่แน่ใจ	55	19.0
3. คาดว่ากลับมาอีกแน่นอน	235	80.0
รวม	290	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะกลับมา เมืองไทยอีกแน่นอนมีถึง
232 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ส่วนที่ไม่แน่ใจมีร้อยละ 19.0 ส่วนผู้ที่คาดหวังว่าจะไม่กลับมาอีก
มีเพียงร้อยละ 1.0

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย