

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
กับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย
ในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542


นางสาววันทนา สุรชีวิน



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2541
ISBN 974-331-621-3
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF FOREIGN TOURISTS
REGARDING COMMENCING A TOUR TO THAILAND
IN THE AMAZING THAILAND YEAR
1998-1999**



Miss Wantana Suracheevin

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
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 974-331-621-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคณิศ ของนักท่องเที่ยวยาวต่างประเทศ
กับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542

โดย

นางสาววันทนา สุรชีวิน

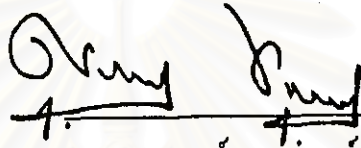
ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

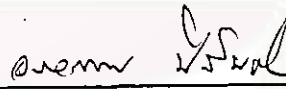
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญถิเื้อ)



อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยว
ประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE AND
ATTITUDE OF FOREIGN TOURISTS REGARDING COMMENCING A TOUR TO THAILAND
IN THE AMAZING THAILAND YEAR 1998-1999)

อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร. อรวรรณ ปีตินันท์โกวิท 1.78 หน้า ISBN 974-331-621-3

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากกลุ่มประเทศยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 จำนวน 400 คน และไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 จำนวน 212 คน การวิเคราะห์ใช้การคำนวณค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า t ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ประมวลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ส่วนมากมาจากกลุ่มประเทศยุโรป เป็นเพศหญิงและชาย ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน เป็นผู้ที่มีสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีอาชีพรับจ้างอิสระ และส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ก็มีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกัน เว้นแต่ว่า ไม่เคยมาท่องเที่ยวประเทศไทยเลย
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรทางด้านภูมิสำเนา ระดับการศึกษา และจำนวนครั้งการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศปีใดแตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนลักษณะทางประชากรอื่น ๆ เกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับปานกลางจากสื่อบุคคล คือ เพื่อนญาติ ผู้ร่วมงาน และเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว จากสื่อสิ่งพิมพ์ คือ วารสารการท่องเที่ยว ในขณะที่สื่ออื่น ๆ นั้น นักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำและต่ำมาก
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทย และค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
5. ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถร่วมกันอธิบายการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542 ได้ร้อยละ 23.19 โดยความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย สามารถอธิบายการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ดีที่สุด รองลงมา ได้แก่ ทัศนคติต่อประเทศไทย และการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามลำดับ

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
 สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
 ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อผู้จัดทำ วันทนา ศรีจันทร์
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา อรวรรณ ปีตินันท์
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาช่วย

C 852995 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD:

MEDIA EXPOSURE / KNOWLEDGE / ATTITUDE / COMMENCING A TOUR / AMAZING THAILAND
WANTANA SURACHEEVIN : MEDIA EXPOSURE , KNOWLEDGE AND ATTITUDE OF
FOREIGN TOURISTS REGARDING COMMENCING A TOUR TO THAILAND IN THE
AMAZING THAILAND YEAR 1998-1999 : ASSO. PROF. ORAWAN PILUNOWAD, Ph.D.

178 pp. ISBN 974 - 331 - 621 - 3

The purpose of this research was to identify demographic characteristics ,media exposure, knowledge and attitude of foreign tourists during the Amazing Thailand Year 1998-1999 and the relationship among the above-mentioned variables affecting the decision of foreign tourists regarding commencing a tour to Thailand in the Amazing Thailand Year 1998-1999. Questionnaires were used to collect data from 400 foreign tourists living in Europe, the Americas and Oceania ,who came to Thailand in 1999, and 212 foreign tourists who did not come to Thailand in 1999. Percentage, Mean, t-test, ANOVA and Multiple Regression statistical methods were used to analyze data through SPSS for Window programme. The results of the research are as follows :

1. Most of the foreign tourists coming to Thailand in 1999 were from Europe and there were male and female of the same portion. They were married with high school or equivalent level of education. worked as a freelance and came to Thailand for the first time. Most of the foreign tourists who did not come to Thailand in 1999 were found to have similar marital status ,level of education ,career life and they had never come to Thailand.
2. Those foreign tourists whose demographic variables regarding domicile ,educational levels and number of foreign countries,visits per year were different were found to be exposed to media on Thailand tourism at a statistically significant different level of .01. This was in accordance with the assumption. As for other demographic variables ,namely ,sex , age ,career ,income ,marital status and number of visits to Thailand, these were not found to be significantly related to media exposure on Thailand tourism which rejected the assumption.
3. The foreign tourists coming to Thailand in 1999 were exposed to media on Thailand tourism at a moderate level : from personal media (friend / relatives / colleagues and tour agencies) and from print media (travel magazine , journal). They were ,however, exposed to other media at a low and a very low level.
4. Those who came and did not come to Thailand in 1999 had .01 significantly different levels of media exposure ,knowledge and attitude.
5. From the multiple regression ,it was found that the three variables which most explained the foreign tourists' commencing a tour to Thailand in 1999 ranged from knowledge about Thailand, attitude towards Thailand and media exposure on Thailand tourism respectively.

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

ลายมือชื่อนิติ..... อ้นกมล ศรีวิ
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... ออ.อ. น. อ.วิ
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ล่วงหน้าได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคล หลายท่านดังรายนามที่ได้ปรากฏไว้ ณ ที่นี้

รองศาสตราจารย์ ดร.อรพรรณ ปิรันธนีโอวาท อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยอย่างเต็มที่ ตลอดจนตรวจและแก้ไขวิทยานิพนธ์เพื่อให้เสร็จสมบูรณ์

รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร. วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ช่วยตรวจสอบความถูกต้องของวิทยานิพนธ์ตลอดทั้งเล่มให้แก่ผู้วิจัย

คณะกรรมการและเจ้าหน้าที่ทุกท่านของบัณฑิตวิทยาลัยคณะนิเทศศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ตรวจสอบความถูกต้อง ตั้งแต่โครงร่างวิทยานิพนธ์จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์เป็นรูปเล่ม

เจ้าหน้าที่ห้องสมุด คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่าน

เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์อะเมซิงไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศไทย ทุกท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณเรืองชัย ไทยทวีวัฒนกุล ผู้ช่วยผู้อำนวยการกองแผนงาน และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำประเทศอังกฤษ อิตาลี เยอรมัน ฝรั่งเศส อเมริกา และออสเตรเลีย ทุกท่าน ที่ได้กรุณาเอื้อเฟื้อข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

ขอบคุณกำลังใจจากเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นนิเทศศาสตร์พัฒนาการทุกท่าน

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การศึกษาคที่ดีแก่ผู้วิจัยมาตลอดถึงทุกวันนี้

ท้ายนี้ขอขอบคุณ ดร. วัฒนา ล่วงลือ ผู้ซึ่งเป็นกำลังใจสำคัญตลอดระยะเวลาการศึกษาจนถึงวันแห่งความสำเร็จนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันทนา สุรชิวิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
1.3 ปัญหามาการวิจัย	9
1.4 สมมติฐานในการวิจัย	10
1.5 ขอบเขตการวิจัย	10
1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	13
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	22
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อและประสิทธิผลของสื่อ	25
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารและการเปิดรับข่าวสาร	32
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม	38
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภค	60
3 ระเบียบวิธีวิจัย	68
3.1 รูปแบบการวิจัย	68
3.2 ประชากร	68
3.3 กลุ่มตัวอย่าง	68

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	71
3.5 เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย	72
3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	74
3.7 การทดสอบเครื่องมือ	74
3.8 การรวบรวมข้อมูล	76
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล	76
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ...	80
4.2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้ เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยว ต่างประเศในปีท่องเที่ยวไทย 2541 – 2542	86
4.3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกาเปิดรับข่าวสาร การท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติ ต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กับการเดินทางมา ท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542	98
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	102
5.1 สรุปผลการวิจัย	103
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	106
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	112
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	115
รายการอ้างอิง	116
ภาคผนวก	123
ภาคผนวก ก	124
ภาคผนวก ข	171
ประวัติผู้วิจัย	178

สารบัญญัตราสาร

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยในปี 2539 - 2540 แบ่งตาม กลุ่มประเทศ	8
2 เทียบบินและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูล	70
3 ทำอากาศยานและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูล	71
4 ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยว ประเทศไทยในปี 2542	80
5 เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวที่มา ท่องเที่ยวประเทศไทยกับการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย	83
6 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542	86
7 การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่ไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542	88
8 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยว ประเทศไทยในปี 2542	90
9 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยว ประเทศไทยในปี 2542	91
10 ทศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยว ประเทศไทยในปี 2542	92
11 ทศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ไม่มาท่องเที่ยว ประเทศไทยในปี 2542	95
12 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542	98
13 เปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยระหว่างนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542	99
14 เปรียบเทียบความแตกต่างของทศนคติต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มาและไม่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในปี 2542	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15	
การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยใช้ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทย เป็นตัวพยากรณ์การตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	101



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และการแสดงเหตุผล	58
2	แสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	61
3	แสดงขั้นตอนของพฤติกรรมกาซื้อของผู้บริโภค	63
4	แสดงแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค	64



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย