

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การสื่อสารความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส รวมถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างประเทศตามแต่ละสัญชาติ

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย

ตอนที่ 4 ทักษะคิดของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความเป็นไทย

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน 6 ข้อคือ

1. ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยแตกต่างกัน

2. ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยแตกต่างกัน

3. ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีทัศนคติต่อความเป็นไทยแตกต่างกัน

4. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้อของชาวต่างประเทศ

5. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของชาวต่างประเทศ

6. สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยประเภทสื่อเฉพาะกิจ มีอิทธิพลต่อทัศนคติของชาวต่างประเทศมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 223 | 55.8 |
| หญิง | 177 | 44.3 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ทั้งหมด 400 คน ประกอบด้วย ชาวต่างประเทศเพศชายเป็นจำนวนที่มากกว่าเพศหญิง คือเป็นเพศชายจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 เพศหญิงจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| 13 – 20 ปี | 19 | 4.8 |
| 21 – 30 ปี | 178 | 44.5 |
| 31 – 40 ปี | 93 | 23.3 |
| 41 – 50 ปี | 49 | 12.3 |
| 51 – 60 ปี | 35 | 8.8 |
| 61 ปีขึ้นไป | 26 | 6.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือช่วงอายุระหว่าง 21 ปีถึง 30 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 ปีถึง

40 ปี และ 41 ปีถึง 50 ปี ซึ่งมีจำนวน 93 คน และ 49 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 12.3 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยคือช่วงอายุ 51 ปีถึง 60 ปี และ 61 ปีถึง 70 ปี ซึ่งมีจำนวน 35 คนและ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 6.5 ตามลำดับ และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ อายุไม่ถึง 21 ปี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 26.5 |
| ปริญญาตรี | 64 | 16.0 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 48.8 |
| อื่นๆ | 35 | 8.8 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนสูงสุดคือ 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และที่เหลืออีกร้อยละ 16.0 หรือ 64 คน เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้งนี้ มีผู้ที่ได้รับการศึกษา นอกเหนือจากที่ระบุไว้อีก 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|--------------|
| ผู้จัดการ / ผู้เชี่ยวชาญ / ระดับบริหาร | 130 | 32.5 |
| พนักงานทั่วไป / ให้บริการ / ช่าง | 50 | 12.5 |
| ข้าราชการ | 26 | 6.5 |
| เกษียณอายุ | 28 | 7.0 |
| แม่บ้าน หรือผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 22 | 5.5 |
| ลูกจ้างบริษัทเอกชน | 37 | 9.3 |
| อื่น ๆ เช่น นักเรียน, นักศึกษา | 107 | 26.8 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเป็น ผู้จัดการ หรือผู้เชี่ยวชาญ หรือระดับบริหาร มีจำนวนมากที่สุด ถึง 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาได้แก่ นักเรียน / นักศึกษา และพนักงานทั่วไป หรือให้บริการ หรือช่าง จำนวน 107 คน และ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และ 12.5 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผู้ที่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน, เกษียณอายุ รวมทั้งข้าราชการ มีเกี่ยวข้องน้อยคิดเป็นร้อยละ 9.3 หรือ 37 คน และร้อยละ 7.0 หรือ 28 คน และร้อยละ 6.5 หรือ 26 คน ตามลำดับ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5.5 หรือ 22 คน คือผู้ที่ประกอบอาชีพ แม่บ้านหรือไม่ได้ประกอบอาชีพ

ตารางที่ 4.5
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

| รายได้ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า US \$ 1,000 | 65 | 16.3 |
| US \$ 1,000 - \$ 2,000 | 121 | 30.3 |
| US \$ 2,001 - \$ 3,000 | 94 | 23.5 |
| US \$ 3,001 - \$ 4,000 | 40 | 10.0 |
| US \$ 4,001 - \$ 5,000 | 26 | 6.5 |
| มากกว่า US \$ 5,000 | 54 | 13.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ตั้งแต่ US \$ 1,000 ถึง US \$ 2,000 มีจำนวนมากที่สุด คือ 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง US \$ 2,001 ถึง US \$ 3,000 และต่ำกว่า US \$ 1,000 ซึ่งมีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ สำหรับผู้ที่มีรายได้มากกว่า US \$ 5,000 ขึ้นไป และระหว่าง US \$ 3,000 ถึง US \$ 4,000 มีจำนวนรองลงมาคือ 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 โดยผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ US \$ 4,001 ถึง US \$ 5,000 มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

| สถานภาพการสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|--------------|
| โสด | 182 | 47.0 |
| สมรส | 199 | 49.8 |
| หย่าร้าง | 7 | 1.8 |
| แยกกันอยู่ หรือเป็นหม้าย | 6 | 1.5 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ที่สมรสแล้วและยังโสด มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 และ 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ที่เหลืออีก ร้อยละ 1.8 หรือ 7 คน และร้อยละ 1.5 หรือ 6 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่หย่าร้าง และแยกกันอยู่ หรือเป็นหม้าย

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ หรือภูมิลำเนา

| ประเภทสัญชาติหรือภูมิลำเนา | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------------|
| เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ | 40 | 10.0 |
| เอเชีย | 150 | 37.5 |
| เอเชียใต้ | 10 | 2.5 |
| ตะวันออกกลาง | 6 | 1.5 |
| ยุโรป | 134 | 33.5 |
| อเมริกา | 32 | 8.0 |
| ออสเตรเลีย | 28 | 7.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย สัญชาติเอเชีย มีจำนวนมากที่สุด คือ 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ยุโรป จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 สำหรับสัญชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้, อเมริกา และออสเตรเลีย มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ สำหรับสัญชาติที่มีจำนวนน้อย คือ เอเชียใต้ ซึ่งมี 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และที่น้อยที่สุด คือ จากตะวันออกกลาง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| นิตยสารทั่วไป | ไม่ได้รับเลย | 21 | 5.3 | | |
| | น้อยมาก | 46 | 11.5 | | |
| | น้อย | 74 | 18.5 | | |
| | ปานกลาง | 135 | 33.8 | | |
| | บ่อย | 97 | 24.3 | | |
| | บ่อยมาก | 27 | 6.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.61 | ปานกลาง |
| หนังสือพิมพ์ | ไม่ได้รับเลย | 43 | 10.8 | | |
| | น้อยมาก | 50 | 12.5 | | |
| | น้อย | 107 | 26.8 | | |
| | ปานกลาง | 106 | 26.5 | | |
| | บ่อย | 78 | 19.5 | | |
| | บ่อยมาก | 16 | 4.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.44 | น้อย |
| โทรทัศน์ | ไม่ได้รับเลย | 33 | 8.3 | | |
| | น้อยมาก | 52 | 13.0 | | |
| | น้อย | 84 | 21.0 | | |
| | ปานกลาง | 133 | 33.3 | | |
| | บ่อย | 70 | 17.5 | | |
| | บ่อยมาก | 28 | 7.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.6 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-----------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| แผ่นพับ, โปสเตอร์ | ไม่ได้รับเลย | 56 | 14.0 | | |
| | น้อยมาก | 54 | 13.5 | | |
| | น้อย | 96 | 24.0 | | |
| | ปานกลาง | 106 | 26.5 | | |
| | บ่อย | 64 | 16.0 | | |
| | บ่อยมาก | 24 | 6.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.35 | น้อย |
| ป้ายโฆษณา | ไม่ได้รับเลย | 126 | 31.5 | | |
| | น้อยมาก | 94 | 23.5 | | |
| | น้อย | 102 | 25.5 | | |
| | ปานกลาง | 56 | 14.0 | | |
| | บ่อย | 17 | 4.3 | | |
| | บ่อยมาก | 5 | 1.3 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.40 | น้อยมาก |
| ซีดีรอม/ อินเทอร์เน็ต | ไม่ได้รับเลย | 189 | 47.3 | | |
| | น้อยมาก | 77 | 19.3 | | |
| | น้อย | 80 | 20.0 | | |
| | ปานกลาง | 26 | 6.5 | | |
| | บ่อย | 18 | 4.5 | | |
| | บ่อยมาก | 10 | 2.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.10 | น้อยมาก |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|------------------------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| เจ้าหน้าที่ / พนักงาน การบินไทย | ไม่เคยได้รับเลย | 14.7 | 36.8 | | |
| | น้อยมาก | 83 | 20.8 | | |
| | น้อย | 71 | 17.8 | | |
| | ปานกลาง | 44 | 11.0 | | |
| | น้อย | 44 | 11.0 | | |
| | น้อยมาก | 11 | 2.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.47 | น้อยมาก |
| พนักงานต้อนรับภาค พื้นดิน | ไม่เคยได้รับเลย | 130 | 32.5 | | |
| | น้อยมาก | 87 | 21.8 | | |
| | น้อย | 83 | 20.8 | | |
| | ปานกลาง | 76 | 19.0 | | |
| | น้อย | 9 | 2.3 | | |
| | น้อยมาก | 15 | 3.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.48 | น้อยมาก |
| พนักงานต้อนรับบน เครื่องบิน | ไม่เคยได้รับเลย | 105 | 26.3 | | |
| | น้อยมาก | 79 | 19.8 | | |
| | น้อย | 73 | 18.3 | | |
| | ปานกลาง | 87 | 21.8 | | |
| | น้อย | 36 | 9.0 | | |
| | น้อยมาก | 20 | 5.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.83 | น้อย |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|--|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| นิตยสาร สวัสดิ์ดี | ไม่เคยได้รับเลย | 120 | 30.0 | | |
| | น้อยมาก | 60 | 15.0 | | |
| | น้อย | 75 | 18.8 | | |
| | ปานกลาง | 57 | 14.3 | | |
| | น้อย | 72 | 18.0 | | |
| | น้อยมาก | 16 | 4.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.58 | น้อย |
| โปรแกรมการท่องเที่ยว- เที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอติเคย์ | ไม่เคยได้รับเลย | 130 | 32.5 | | |
| | น้อยมาก | 72 | 18.0 | | |
| | น้อย | 58 | 14.5 | | |
| | ปานกลาง | 85 | 21.3 | | |
| | น้อย | 32 | 8.0 | | |
| | น้อยมาก | 23 | 5.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.75 | น้อย |
| ตราสัญลักษณ์การบิน ไทย | ไม่เคยได้รับเลย | 42 | 10.5 | | |
| | น้อยมาก | 54 | 13.5 | | |
| | น้อย | 77 | 19.3 | | |
| | ปานกลาง | 67 | 16.8 | | |
| | น้อย | 90 | 22.5 | | |
| | น้อยมาก | 70 | 17.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.80 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|---|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| วิดิทัศน์บนเครื่องบิน | ไม่เคยได้รับเลย | 99 | 24.8 | | |
| | น้อยมาก | 85 | 21.3 | | |
| | น้อย | 76 | 19.0 | | |
| | ปานกลาง | 69 | 17.3 | | |
| | น้อย | 49 | 12.3 | | |
| | น้อยมาก | 22 | 5.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.88 | น้อย |
| ชุดแต่งกายประจำ- ชาติของพนักงาน ต้อนรับบนเครื่องบิน | ไม่เคยได้รับเลย | 41 | 10.3 | | |
| | น้อยมาก | 75 | 18.8 | | |
| | น้อย | 58 | 14.5 | | |
| | ปานกลาง | 83 | 20.8 | | |
| | น้อย | 79 | 19.8 | | |
| | น้อยมาก | 64 | 16.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.51 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ในบรรดาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) 14 ประเภท ค่าเฉลี่ยของปริมาณการเปิดรับสื่อตราสัญลักษณ์การบินไทย นิตยสารทั่วไป โทรทัศน์ ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับค่าเฉลี่ยของปริมาณการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แผ่นพับ / โปสเตอร์ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน วิดิทัศน์บนเครื่องบิน โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด พลัส นิตยสารสวัสดิ์ อยู่ในระดับน้อย ส่วนการเปิดรับสื่อ พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน เจ้าหน้าที่ / พนักงานการบินไทย ป้ายโฆษณา ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต จัดอยู่ในระดับน้อยมาก

ตารางที่ 4.9
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับสื่อ
ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| นิตยสารทั่วไป | ไม่เคยได้รับเลย | 12 | 3.0 | | |
| | น้อยมาก | 41 | 10.3 | | |
| | น้อย | 65 | 16.3 | | |
| | ปานกลาง | 165 | 40.5 | | |
| | น้อย | 94 | 23.5 | | |
| | น้อยมาก | 26 | 6.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.93 | ปานกลาง |
| หนังสือพิมพ์ | ไม่เคยได้รับเลย | 35 | 8.8 | | |
| | น้อยมาก | 47 | 11.8 | | |
| | น้อย | 101 | 25.3 | | |
| | ปานกลาง | 131 | 32.8 | | |
| | น้อย | 63 | 15.8 | | |
| | น้อยมาก | 23 | 5.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.53 | ปานกลาง |
| วิทยุ | ไม่เคยได้รับเลย | 121 | 30.3 | | |
| | น้อยมาก | 94 | 23.5 | | |
| | น้อย | 83 | 20.8 | | |
| | ปานกลาง | 75 | 18.8 | | |
| | น้อย | 18 | 4.5 | | |
| | น้อยมาก | 9 | 2.3 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.51 | น้อยมาก |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| โทรทัศน์ | ไม่เคยได้รับเลย | 42 | 10.5 | | |
| | น้อยมาก | 38 | 9.5 | | |
| | น้อย | 88 | 22.0 | | |
| | ปานกลาง | 147 | 36.8 | | |
| | น้อย | 66 | 16.5 | | |
| | น้อยมาก | 19 | 4.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.54 | ปานกลาง |
| แผ่นพับ, โปสเตอร์ | ไม่เคยได้รับเลย | 76 | 19.0 | | |
| | น้อยมาก | 68 | 17.0 | | |
| | น้อย | 98 | 24.5 | | |
| | ปานกลาง | 87 | 21.8 | | |
| | น้อย | 48 | 12.0 | | |
| | น้อยมาก | 23 | 5.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.08 | น้อย |
| ป้ายโฆษณา | ไม่เคยได้รับเลย | 121 | 30.3 | | |
| | น้อยมาก | 105 | 26.3 | | |
| | น้อย | 95 | 23.8 | | |
| | ปานกลาง | 49 | 12.3 | | |
| | น้อย | 28 | 7.0 | | |
| | น้อยมาก | 2 | 0.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.41 | น้อยมาก |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|------------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต | ไม่เคยได้รับเลย | 179 | 44.8 | | |
| | น้อยมาก | 86 | 21.5 | | |
| | น้อย | 66 | 16.5 | | |
| | ปานกลาง | 48 | 12.0 | | |
| | น้อย | 11 | 2.8 | | |
| | น้อยมาก | 10 | 2.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 1.14 | น้อยมาก |
| คนไทย | ไม่เคยได้รับเลย | 91 | 22.8 | | |
| | น้อยมาก | 74 | 18.5 | | |
| | น้อย | 71 | 17.8 | | |
| | ปานกลาง | 73 | 18.3 | | |
| | น้อย | 65 | 16.3 | | |
| | น้อยมาก | 26 | 6.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.07 | น้อย |
| เพื่อน,ญาติ,คนรู้จัก | ไม่เคยได้รับเลย | 27 | 6.8 | | |
| | น้อยมาก | 44 | 11.0 | | |
| | น้อย | 92 | 23.0 | | |
| | ปานกลาง | 114 | 28.5 | | |
| | น้อย | 78 | 19.5 | | |
| | น้อยมาก | 45 | 11.3 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.77 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| สื่อประชาสัมพันธ์ | ปริมาณการเปิดรับ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|-------------------------------|------------------|------------|------------|-------------|----------------|
| หนังสือแนะนำการ ท่องเที่ยว | ไม่เคยได้รับเลย | 20 | 5.0 | | |
| | น้อยมาก | 52 | 13.0 | | |
| | น้อย | 71 | 17.8 | | |
| | ปานกลาง | 105 | 26.3 | | |
| | น้อย | 100 | 25.0 | | |
| | น้อยมาก | 52 | 13.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.93 | ปานกลาง |
| บริษัทนำเที่ยว | ไม่เคยได้รับเลย | 33 | 8.3 | | |
| | น้อยมาก | 38 | 9.5 | | |
| | น้อย | 79 | 19.8 | | |
| | ปานกลาง | 114 | 28.5 | | |
| | น้อย | 72 | 18.0 | | |
| | น้อยมาก | 64 | 16.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.87 | ปานกลาง |
| สถานทูตไทย | ไม่เคยได้รับเลย | 196 | 49.0 | | |
| | น้อยมาก | 82 | 20.5 | | |
| | น้อย | 83 | 20.8 | | |
| | ปานกลาง | 31 | 7.8 | | |
| | น้อย | 6 | 1.5 | | |
| | น้อยมาก | 2 | 0.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.94 | น้อยมาก |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ในบรรดาสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ 12 ประเภทนั้น ค่าเฉลี่ยของปริมาณการเปิดรับสื่อ นิตยสารทั่วไป หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว บริษัทหรือตัวแทนนำเที่ยว เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้างบ่อบ สำหรับค่าเฉลี่ยปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ / โปสเตอร์ คนไทย อยู่ในระดับน้อย ส่วนมากเปิดรับสื่อวิทยุ ป้ายโฆษณา ซีดีรอม/ อินเทอร์เน็ต และสถานทูตไทย จัดอยู่ในระดับน้อยมาก

ตอนที่ 3 ระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความรู้ในประเด็นต่าง ๆ
เกี่ยวกับความเป็นไทย

| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | ระดับความรู้ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย \bar{X} |
|------------------------------|--------------|-------|--------|------------------------|
| อาหารไทย | รู้ | 326 | 81.5 | |
| | ไม่รู้ | 74 | 18.5 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.815 |
| ความหมายของคำว่า “ สวัสดิ์ ” | รู้ | 343 | 85.8 | |
| | ไม่รู้ | 57 | 14.3 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.858 |
| ศาสนาประจำชาติไทย | รู้ | 382 | 95.5 | |
| | ไม่รู้ | 18 | 4.5 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.955 |
| ลักษณะอักษรไทย | รู้ | 374 | 93.5 | |
| | ไม่รู้ | 26 | 6.5 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.935 |
| ผลไม้ของไทย | รู้ | 305 | 91.3 | |
| | ไม่รู้ | 35 | 8.2 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.913 |
| กีฬาการต่อสู้ประจำชาติ | รู้ | 377 | 94.3 | |
| | ไม่รู้ | 23 | 5.7 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.943 |

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | ระดับความรู้ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) |
|---|--------------|-------|--------|----------------------------|
| คุณลักษณะเด่นที่แสดงถึงความเป็นไทยในเรื่อง อาหาร, หัตถกรรม, สถานที่ท่องเที่ยว และศิลปกรรม | รู้ | 387 | 76.8 | |
| | ไม่รู้ | 13 | 3.2 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.968 |
| คุณลักษณะเด่นของความเป็นไทยในเรื่องสถานที่ตั้งของเมืองสำคัญ | รู้ | 385 | 96.3 | |
| | ไม่รู้ | 15 | 3.7 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.963 |
| ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมไทย | รู้ | 374 | 93.5 | |
| | ไม่รู้ | 26 | 6.5 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.935 |
| ศิลปวัฒนธรรมไทย | รู้ | 365 | 91.3 | |
| | ไม่รู้ | 35 | 8.2 | |
| รวม | | 400 | 100 | 0.913 |

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลรวมของคะแนนใน
หมวดการวัดความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย

| ระดับความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | S.D. |
|----------------------------------|-------|--------|----------------------------|------|
| ต่ำ | 75 | 18.8 | | |
| ปานกลาง | 325 | 81.3 | | |
| สูง | - | - | | |
| รวม | 400 | 100 | 9.19 | 1.23 |

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ประโยคสอบถามทัศนคติ | ระดับของทัศนคติ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย — (X) | ความ หมาย |
|--|----------------------|------------|------------|-------------------------|-----------------|
| หากเปรียบเทียบกับชาติอื่น ๆ ในเอเชียด้วยกัน ท่านจัดอัน ดับประเทศไทยในอันดับที่ ค่อนข้างต่ำ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 23 | 5.8 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 94 | 23.5 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 177 | 44.3 | | |
| | เห็นด้วย | 77 | 19.3 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 29 | 7.3 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 2.99 | เป็นกลาง |
| ประเทศไทยมีศักยภาพทาง ด้านธุรกิจการท่องเที่ยวที่สูง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | - | - | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 4 | 1.0 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 60 | 15.0 | | |
| | เห็นด้วย | 177 | 44.3 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 159 | 39.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 4.23 | เป็นบวก |
| ท่านยังมีความกังวลเกี่ยวกับ สวัสดิภาพและทรัพย์สินของ ตัวท่าน เมื่อตัดสินใจเดินทาง มาประเทศไทย | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 12 | 3.0 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 91 | 22.8 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 116 | 29.0 | | |
| | เห็นด้วย | 124 | 31.0 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 57 | 14.3 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.31 | เป็นกลาง |
| ตราสัญลักษณ์ของการบินไทย สะท้อนถึงคุณลักษณะความ เป็นไทยทั้งศิลปกรรมและ วัฒนธรรม | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 7 | 1.8 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 24 | 6.0 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 166 | 41.5 | | |
| | เห็นด้วย | 136 | 34.0 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 67 | 16.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.58 | เป็นบวก |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ประเด็นทัศนคติ | ระดับของทัศนคติ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย (X) | ความ หมาย |
|--|----------------------|------------|------------|--------------------|-----------------|
| พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สามารถเป็นตัวแทนในการ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับคน ไทย | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | - | - | | |
| | ไม่เห็นด้วย | - | - | | |
| | ไม่แน่ใจ | 84 | 21.0 | | |
| | เห็นด้วย | 194 | 48.5 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 122 | 30.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 4.09 | เป็นบวก |
| ถ้าท่านมีโอกาสที่จะลงทุนทำ ธุรกิจในภูมิภาคเอเชีย ประเทศ ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ท่านให้ ความสนใจ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 8 | 2.0 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 35 | 8.8 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 180 | 45.0 | | |
| | เห็นด้วย | 129 | 32.3 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 48 | 12.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.43 | เป็นกลาง |
| ท่านประทับใจในบริการ อาหารบนเครื่องของการบิน ไทย | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 5 | 1.3 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 28 | 7.0 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 208 | 52.0 | | |
| | เห็นด้วย | 122 | 30.5 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 37 | 9.3 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.40 | เป็นกลาง |
| ชายหาดและทะเลในเมืองไทย ไม่ได้สวยงามโดดเด่นไปกว่า ชาติอื่น ๆ ในเอเชีย แต่ท่าน เดินทางมาเมืองไทยเป็นเพราะ ท่านคิดว่าสามารถประหยัด ค่าใช้จ่ายได้มากกว่าไป ประเทศอื่น ๆ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 3 | 0.8 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 60 | 15.0 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 148 | 37.0 | | |
| | เห็นด้วย | 125 | 31.3 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 64 | 16.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.47 | เป็นบวก |

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

| ประเด็นทัศนคติ | ระดับของทัศนคติ | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความ หมาย |
|--|----------------------|------------|------------|----------------------------|----------------|
| ท่านเดินทางมาเมืองไทยเป็น เพราะท่านสนใจในประเพณี และวัฒนธรรมของไทยที่สืบ ทอดกันมาช้านาน | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 6 | 1.5 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 15 | 3.8 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 85 | 21.3 | | |
| | เห็นด้วย | 234 | 58.5 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 60 | 15.0 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.82 | เป็นบวก |
| “ การไหว้ ” เป็นกริยาแสดง ถึงบุคลิกภาพที่อ่อนน้อมและ สุภาพของคนไทย | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 11 | 2.8 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 6 | 1.5 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 182 | 45.5 | | |
| | เห็นด้วย | 114 | 28.5 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 87 | 21.8 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.65 | เป็นบวก |
| เกาะภูเก็ตติดอันดับ 1 ใน 5 ของเกาะที่มีความสวยงามที่ สุดในโลก | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 5 | 1.3 | | |
| | ไม่เห็นด้วย | 23 | 5.8 | | |
| | ไม่แน่ใจ | 143 | 35.8 | | |
| | เห็นด้วย | 139 | 34.8 | | |
| | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 90 | 22.5 | | |
| รวม | | 400 | 100 | 3.71 | เป็นบวก |

ตารางที่ 4.13
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลรวมของคะแนนใน
หมวดการวัดทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย

| ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย | จำนวน | ร้อยละ | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | S.D. | ความหมาย |
|----------------------------|-------|--------|----------------------------|------|----------|
| เป็นลบมาก | - | - | | | |
| เป็นลบ | - | - | | | |
| เป็นกลาง | 132 | 33.0 | | | |
| เป็นบวก | 262 | 65.5 | | | |
| เป็นบวกมาก | 6 | 1.5 | | | |
| รวม | 400 | 100 | 3.69 | .35 | เป็นบวก |

จากตารางที่ 4.12 และ 4.13 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย ชาวต่างประเทศที่มีทัศนคติเชิงบวก ต่อความเป็นไทยเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมา คือมีทัศนคติเป็นกลาง ร้อยละ 33.0 และเชิงบวกมาก มีจำนวนน้อย คือ ร้อยละ 1.5 สำหรับทัศนคติที่เป็นเชิงลบและลบมาก ไม่มีในกลุ่มตัวอย่างนี้

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14
 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของ
 ชาวต่างประเทศจากหนังสือของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

| การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความเบี่ยง เบนมาตรฐาน | t | P |
|--|------|-------|----------------------------|--------------------------|-------|------|
| นิตยสารทั่วไป | ชาย | 223 | 2.79 | 1.29 | -0.20 | 0.84 |
| | หญิง | 177 | 2.82 | 1.23 | | |
| หนังสือพิมพ์ | ชาย | 223 | 2.53 | 1.26 | 1.59 | 0.11 |
| | หญิง | 177 | 2.31 | 1.41 | | |
| โทรทัศน์ | ชาย | 223 | 2.57 | 1.38 | -0.47 | 0.64 |
| | หญิง | 177 | 2.63 | 1.27 | | |
| แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ | ชาย | 223 | 2.31 | 1.38 | -0.64 | 0.52 |
| | หญิง | 177 | 2.40 | 1.48 | | |
| ป้ายโฆษณา | ชาย | 223 | 1.42 | 1.16 | 0.43 | 0.67 |
| | หญิง | 177 | 1.37 | 1.36 | | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์เน็ต | ชาย | 223 | 1.19 | 1.39 | 1.79 | 0.07 |
| | หญิง | 177 | 0.96 | 1.21 | | |
| เจ้าหน้าที่/พนักงานการบิน- ไทย | ชาย | 223 | 1.42 | 1.47 | -0.80 | 0.42 |
| | หญิง | 177 | 1.54 | 1.49 | | |
| พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน | ชาย | 223 | 1.56 | 1.42 | 1.25 | 0.21 |
| | หญิง | 177 | 1.38 | 1.29 | | |
| พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | ชาย | 223 | 1.85 | 1.45 | 0.40 | 0.69 |
| | หญิง | 177 | 1.79 | 1.56 | | |
| นิตยสารสวัสดิ์ | ชาย | 223 | 1.94 | 1.63 | 0.91 | 0.37 |
| | หญิง | 177 | 1.79 | 1.57 | | |
| โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยับ ออร์คิด ฮอลิเดย์ | ชาย | 223 | 1.75 | 1.61 | 0.48 | 0.63 |
| | หญิง | 177 | 1.67 | 1.52 | | |
| ตราสัญลักษณ์การบินไทย | ชาย | 223 | 2.89 | 1.59 | 1.27 | 0.21 |
| | หญิง | 177 | 2.68 | 1.61 | | |

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยง เบนมาตรฐาน | t | P |
|--|------|-------|--------------------|--------------------------|-------|------|
| วิทัศน์บนเครื่องบิน | ชาย | 223 | 1.96 | 1.49 | 1.31 | 0.19 |
| | หญิง | 177 | 1.76 | 1.59 | | |
| ชุดแต่งกายประจำชาติของ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | ชาย | 223 | 2.68 | 1.60 | -0.12 | 0.91 |
| | หญิง | 177 | 2.70 | 1.61 | | |

ตารางที่ 4.15

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของ
ชาวต่างประเทศจากแหล่งอื่น ๆ

| การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยง เบนมาตรฐาน | t | P |
|-----------------------------|------|-------|--------------------|--------------------------|-------|-------|
| นิตยสารทั่วไป | ชาย | 223 | 2.91 | 1.18 | 0.14 | 0.89 |
| | หญิง | 177 | 2.89 | 1.12 | | |
| หนังสือพิมพ์ | ชาย | 223 | 2.53 | 1.28 | 0.19 | 0.85 |
| | หญิง | 177 | 2.51 | 1.31 | | |
| วิทยุ | ชาย | 223 | 1.56 | 1.29 | 0.94 | 0.335 |
| | หญิง | 177 | 1.44 | 1.38 | | |
| โทรทัศน์ | ชาย | 223 | 2.43 | 1.26 | -1.88 | 0.06 |
| | หญิง | 177 | 2.67 | 1.34 | | |
| แผ่นพับ, โปสเตอร์ | ชาย | 223 | 2.00 | 1.44 | -1.23 | 0.22 |
| | หญิง | 177 | 2.18 | 1.49 | | |
| ป้ายโฆษณา | ชาย | 223 | 1.45 | 1.23 | 0.77 | 0.44 |
| | หญิง | 177 | 1.36 | 1.29 | | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์เน็ต | ชาย | 223 | 1.21 | 1.32 | 1.13 | 0.26 |
| | หญิง | 17 | 1.06 | 1.30 | | |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยง เบนมาตรฐาน | t | P |
|-----------------------------|------|-------|--------------------|--------------------------|-------|------|
| คนไทย | ชาย | 223 | 2.02 | 1.56 | -0.63 | 0.53 |
| | หญิง | 177 | 2.12 | 1.62 | | |
| เพื่อน,ญาติ,คนรู้จัก | ชาย | 223 | 2.72 | 1.38 | -0.82 | 0.41 |
| | หญิง | 177 | 2.83 | 1.34 | | |
| หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว | ชาย | 223 | 2.79 | 1.38 | -2.17 | 0.03 |
| | หญิง | 177 | 3.09 | 1.37 | | |
| บริษัทนำเที่ยว | ชาย | 223 | 2.84 | 1.46 | -0.34 | 0.74 |
| | หญิง | 177 | 2.89 | 1.46 | | |
| สถานทูตไทย | ชาย | 223 | 1.018 | 1.14 | 1.64 | 0.10 |
| | หญิง | 177 | 0.83 | 1.06 | | |

* P ≤ .05 * ≤ .01

จากตารางที่ 4.14 และ 4.15 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง เพศชายและเพศหญิง มีเพียง การเปิดรับสื่อที่เป็นหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อดังกล่าวมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ซึ่งเป็นเพียงสื่อเดียวที่พบจากการวิจัยครั้งนี้

สำหรับการเปิดรับสื่อที่เหลือแต่ละประเภทนอกเหนือจากนี้ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่า ความเป็นเพศชายและเพศหญิง ไม่มีผลต่อการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 4.16

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศ
 ที่มีอายุต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.16 | 1.34 | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.85 | 1.30 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.96 | 1.08 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.88 | 1.23 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.65 | 1.32 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.46 | 1.36 | | | |
| รวม | | 400 | 2.81 | 1.26 | 1.88 | 0.096 | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.73 | 1.28 | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.40 | 1.21 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.56 | 1.40 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.96 | 1.35 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.37 | 1.33 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 1.88 | 1.56 | | | |
| รวม | | 400 | 2.44 | 1.33 | 3.52** | 0.004 | ไม่พบ |
| โทรทัศน์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.94 | 1.08 | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.66 | 1.28 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.62 | 1.34 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.55 | 1.37 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.40 | 1.47 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.15 | 1.46 | | | |
| รวม | | 400 | 2.59 | 1.33 | 1.10 | 0.36 | |

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|--|
| แผ่นพับ/ใบปลิว/ โปสเตอร์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.42 | 1.01 | | | 2) > 6) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.53 | 1.45 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.42 | 1.33 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.31 | 1.35 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.91 | 1.27 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 1.50 | 1.77 | | | |
| รวม | | 400 | 2.35 | 1.42 | 3.22** | 0.007 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.26 | 0.99 | | | 2) > 5) 2) > 6) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.63 | 1.27 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.41 | 1.25 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.45 | 0.96 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.77 | 1.14 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.58 | 1.30 | | | |
| รวม | | 400 | 1.39 | 1.25 | 5.60** | 0.0001 | |
| ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 0.95 | 1.17 | | | 3) > 6) 4) > 6) 2) > 6) 2) > 5) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.37 | 1.41 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.09 | 1.23 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.20 | 1.31 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.29 | 0.89 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.15 | 0.36 | | | |
| รวม | | 400 | 1.09 | 1.32 | 7.55** | 0.000 | |

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-------------------------------|
| เจ้าหน้าที่ / พนักงานการบริษั ไทย | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.42 | 1.42 | | | 2) > 5) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.77 | 1.52 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.59 | 1.42 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.08 | 1.22 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.68 | 1.28 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.81 | 1.60 | | | |
| รวม | | 400 | 1.47 | 1.48 | 5.5** | 0.001 | |
| พนักงานต้อนรับ ภาคพื้นดิน | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.36 | 1.16 | | | 3) > 6) 2) > 6) 2) > 5) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.83 | 1.44 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.54 | 1.26 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.20 | 1.18 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.71 | 1.10 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.50 | 0.90 | | | |
| รวม | | 400 | 1.48 | 1.37 | 8.31** | .000 | |
| พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.68 | 1.00 | | | 2) > 5) 2) > 4) 2) > 3) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.29 | 1.47 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.59 | 1.43 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.40 | 1.27 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.03 | 1.54 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 1.38 | 1.67 | | | |
| รวม | | 400 | 1.83 | 1.50 | 7.81** | .000 | |

ตารางที่ 4.1 6 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| นิตยสารสวัสดี | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.74 | 1.24 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.04 | 1.67 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.95 | 1.60 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.82 | 1.38 | | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.49 | 1.67 | | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 1.15 | 1.43 | | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.60 | 1.97 | 0.081 | | |
| โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด ซอติเคย์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.15 | 1.46 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.00 | 1.52 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.95 | 1.54 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.37 | 1.52 | | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.14 | 1.53 | | | | 3) > 6) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.73 | 1.45 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.71 | 1.57 | 5.91** | 0.000 | | |
| ตราสัญลักษณ์การ บินไทย | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.63 | 1.38 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.94 | 1.59 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 3.11 | 1.39 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.83 | 1.59 | | | | 4) > 6) |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.17 | 1.72 | | | | 2) > 6) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 20 | 1.53 | 1.65 | | | | 3) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.79 | 1.60 | 5.68** | 0.000 | | |

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------|-------|-----------------------|
| วิดิทัศน์บนเครื่อง- บิน | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.21 | 1.23 | 6.37** | 0.000 | 3) > 6) 2) > 6) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.13 | 1.47 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.07 | 1.45 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.55 | 1.57 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.80 | 1.76 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.62 | 1.23 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.53 | | | |
| ชุดแต่งกายประจำ ชาติของพนักงาน ต้อนรับบนเครื่อง- บิน | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.84 | 1.50 | 1.16 | 0.32 | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.78 | 1.50 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.71 | 1.59 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.41 | 1.78 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.25 | 1.73 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 3.00 | 1.77 | | | |
| รวม | | 400 | 2.69 | 1.60 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อ แผ่นพับ, โบปลิว, โปสเตอร์, ป้ายโฆษณา, ซีดีรอม/อินเตอร์เน็ต, เจ้าหน้าที่พนักงานการบินไทย, พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, โปรแกรมการท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์, ตราสัญลักษณ์การการบินไทย และวิดิทัศน์บนเครื่องบิน ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มอายุ 21 – 30 ปี มีการเปิดรับสื่อดังกล่าวข้างต้นมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป ตามลำดับซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่า

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ตารางที่ 4.1

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|----------------|------------|----------------------------|--------------------------|--------|--------|--------------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.00 | 1.33 | 4.14** | 0.0011 | 2) > 1) 3) > 1) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 3.16 | 1.05 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 3.11 | 1.00 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.78 | 1.23 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.57 | 1.42 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.81 | 1.26 | | | |
| รวม | | 400 | 2.90 | 1.15 | | | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.10 | 1.52 | 1.45 | 0.20 | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.54 | 1.23 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.70 | 1.20 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.63 | 1.34 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.22 | 1.39 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.23 | 1.53 | | | |
| รวม | | 400 | 2.52 | 1.29 | | | |
| วิทยุ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.47 | 1.22 | 1.37 | 0.23 | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.57 | 1.32 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.67 | 1.45 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.42 | 1.22 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.11 | 1.20 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 1.15 | 1.32 | | | |
| รวม | | 400 | 1.50 | 1.33 | | | |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง | |
|---------------------------------|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|----------------|---------|
| โทรทัศน์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.37 | 1.06 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.58 | 1.29 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.64 | 1.29 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.51 | 1.17 | | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.28 | 1.42 | | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.34 | 1.57 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.53 | 1.29 | 0.60 | 0.69 | | |
| แผ่นพับ/โปสเตอร์ | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.00 | 1.37 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.40 | 1.44 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.11 | 1.36 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.95 | 1.29 | | | | 3) > 5) |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.14 | 1.28 | | | | 2) > 5) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 1.31 | 1.76 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.08 | 1.46 | 6.57** | 0.000 | | |
| ป้ายโฆษณา | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.26 | 0.99 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.66 | 1.33 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.61 | 1.25 | | | | 3) > 5) |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.24 | 0.90 | | | | 3) > 5) |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.60 | 0.88 | | | | 2) > 6) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.46 | 0.98 | | | | 2) > 5) |
| รวม | | 400 | 1.41 | 1.25 | 8.82** | 0.000 | | |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|----------------|
| ซีดีรอม/อินเตอร์- เน็ต | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 1.36 | 1.46 | | | 4) > 6) |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.33 | 1.32 | | | 2) > 6) |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.34 | 1.35 | | | 2) > 5) |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.08 | 1.27 | | | 3) > 6) |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.43 | 0.97 | | | 3) > 5) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.000 | 0.000 | | | 1) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.14 | 1.31 | 7.95** | 0.000 | |
| คนไทย | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.10 | 1.28 | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.14 | 1.61 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.20 | 1.57 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 1.76 | 1.40 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 1.57 | 1.58 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.23 | 1.96 | | | |
| รวม | | 400 | 2.06 | 1.58 | 1.34 | 0.24 | |
| เพื่อน,ญาติ,คนรู้ จัก | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.47 | 1.46 | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 2.99 | 1.31 | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.48 | 1.33 | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.49 | 1.42 | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.74 | 1.48 | | | |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 3.04 | 1.40 | | | |
| รวม | | 400 | 2.76 | 1.37 | 2.56* | 0.02 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อายุ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|----------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยว | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.32 | 1.41 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 3.32 | 1.33 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.61 | 1.25 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.41 | 1.26 | | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.69 | 1.47 | | | | 2) > 4) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 3.03 | 1.56 | | | | 2) > 3) |
| รวม | | 400 | 2.92 | 1.38 | 6.63** | 0.000 | | |
| บริษัทนำเที่ยว | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 2.74 | 1.52 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 3.16 | 1.35 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 2.86 | 1.26 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 2.67 | 1.43 | | | | |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 2.02 | 1.58 | | | | 2) > 5) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 2.46 | 2.06 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.86 | 1.45 | 4.52** | 0.0005 | | |
| สถานทูตไทย | 1) ต่ำกว่า 20 | 19 | 0.68 | 0.67 | | | | |
| | 2) 21 – 30 ปี | 178 | 1.21 | 1.14 | | | | |
| | 3) 31 – 40 ปี | 93 | 1.02 | 1.11 | | | | |
| | 4) 41 – 50 ปี | 49 | 0.65 | 0.99 | | | | 3) > 6) |
| | 5) 51 – 60 ปี | 35 | 0.40 | 0.88 | | | | 2) > 6) |
| | 6) 61 ปีขึ้นไป | 26 | 0.19 | 0.80 | | | | 2) > 5) |
| รวม | | 400 | 0.93 | 1.10 | 7.80** | 0.000 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.17 พบว่าค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อที่สอดคล้องไปในแนวทางเดียวกับตารางใน 4.15 เช่นกัน ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 21 – 30 ปี รองลงมา กลุ่มอายุ 31 – 40 ปี กลุ่มอายุ 41 – 50 ปี กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป ตามลำดับเช่นกัน

ตารางที่ 4.18

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|-----------------------------|---------------------|------------|-------------------------|----------------------|---------------|--------------|---------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 2.77 | 1.13 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.27 | 1.42 | | | |
| | 3) สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 3.05 | 1.18 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.54 | 1.44 | | | |
| รวม | | 400 | 2.81 | 1.26 | 7.09** | .0001 | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 2.62 | 1.37 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.20 | 1.34 | | | |
| | 3) สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 2.48 | 1.26 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.04 | 1.50 | | | |
| รวม | | 400 | 2.44 | 1.33 | 2.54' | .0500 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| โทรทัศน์ | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.48 | 1.33 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.25 | 1.31 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.78 | 1.28 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.54 | 1.58 | | | |
| รวม | | 400 | 2.60 | 1.33 | 3.08* | .300 | |
| ใบปลิว/แผ่นพับ โปสเตอร์ | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.32 | 1.42 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.34 | 1.12 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.45 | 1.52 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.06 | 1.32 | | | |
| รวม | | 400 | 2.35 | 1.42 | 1.01 | .38 | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 0.87 | 1.32 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.14 | 1.23 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.29 | 1.34 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.54 | 1.01 | | | |
| รวม | | 400 | 1.09 | 1.31 | 4.79** | 0.002 | |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------------|-------------------------|-------|--------------------------------|------------------------------|---|---|--|
| เจ้าหน้าที่/ พนักงานการบิน- ไทย | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.41 | 1.54 | | | 3) > 4) |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.31 | 1.39 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.66 | 1.49 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.86 | 1.24 | | | |
| | รวม | | 400 | 1.47 | | | |
| พนักงานต้อนรับ ภาคพื้นดิน | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.31 | 1.31 | | | 3) > 4) 2) > 4) |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.84 | 1.49 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.56 | 1.36 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.83 | 0.98 | | | |
| | รวม | | 400 | 1.48 | | | |
| พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.41 | 1.35 | | | 3) > 4) 3) > 1) 2) > 4) 2) > 1) |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.29 | 1.50 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.01 | 1.51 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.14 | 1.33 | | | |
| | รวม | | 400 | 1.82 | | | |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---|-------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| นิตยสารสวัสดี | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.52 | 1.48 | | | 2) > 1) |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.42 | 1.56 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.83 | 1.59 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.14 | 1.75 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.60 | 4.82** | 0.002 | |
| โปรแกรมการ ท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์ | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.50 | 1.57 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.36 | 1.38 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.90 | 1.51 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.97 | 1.96 | | | |
| รวม | | 400 | 1.71 | 1.56 | 3.05** | 0.028 | ไม่พบ |
| ตราสัญลักษณ์ การบินไทย | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.49 | 1.55 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.47 | 1.54 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 3.02 | 1.62 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 3.06 | 1.49 | | | |
| รวม | | 400 | 2.79 | 1.60 | 3.90** | 0.009 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|--|-------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------------|--------------|----------------|
| วิดีโอทัศน์บน เครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.58 | 1.50 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.78 | 0.99 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.06 | 1.63 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.88 | 1.78 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.53 | 2.33 | 0.073 | |
| ชุดแต่งกาย ประจำชาติของ พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.50 | 1.55 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 3.21 | 1.32 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.67 | 1.65 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.34 | 1.74 | | | 2) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.69 | 1.60 | 3.38* | 0.018 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.42 | 1.31 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.44 | 1.18 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.46 | 1.28 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.89 | 0.87 | | | |
| รวม | | 400 | 1.39 | 1.25 | 2.19 | .09 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.19

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย จากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|-----------------------------|---------------------|------------|-------------------------|----------------------|---------------|---------------|---------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 2.82 | 1.24 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 3.18 | 0.96 | | | |
| | 3) สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 2.97 | 1.11 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.28 | 1.22 | | | |
| รวม | | 400 | 2.90 | 1.15 | 5.21** | 0.0015 | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 2.83 | 1.41 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.19 | 1.18 | | | |
| | 3) สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 2.59 | 1.18 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.80 | 1.37 | | | |
| รวม | | 400 | 2.52 | 1.29 | 7.63** | 0.0001 | |
| วิทยุ | 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 1.64 | 1.39 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.29 | 1.21 | | | |
| | 3) สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 1.62 | 1.33 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.80 | 1.07 | | | |
| รวม | | 400 | 1.51 | 1.33 | 4.82** | 0.0026 | |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|--------------------------------|-------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------------------|--------------|----------------|
| โทรทัศน์ | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.45 | 1.45 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.31 | 1.39 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.61 | 1.17 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.74 | 1.29 | | | |
| รวม | | 400 | 2.53 | 1.29 | 1.32 | 0.26 | |
| ใบปลิว/แผ่นพับ โปสเตอร์ | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.86 | 1.44 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.40 | 1.39 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.13 | 1.46 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.82 | 1.59 | | | |
| รวม | | 400 | 2.08 | 1.46 | 2.25 | 0.08 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.25 | 1.28 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.39 | 1.32 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.58 | 1.25 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.88 | 0.86 | | | 3) > 4) |
| รวม | | 400 | 1.41 | 1.25 | 3.65^{***} | 0.012 | |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 1.00 | 1.31 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.12 | 1.25 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.30 | 1.36 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.62 | 0.97 | | | |
| รวม | | 400 | 1.14 | 1.31 | 3.23** | 0.022 | |
| คนไทย | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.04 | 1.53 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.15 | 1.49 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.10 | 1.61 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.71 | 1.74 | | | |
| รวม | | 400 | 2.06 | 1.58 | 0.68 | 0.56 | |
| เพื่อน /ญาติ/ คนรู้จัก | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.59 | 1.34 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 2.73 | 1.22 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.83 | 1.39 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.97 | 1.54 | | | |
| รวม | | 400 | 2.76 | 1.36 | 0.99 | 0.39 | |

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|--------------------------------|-------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-------------------------------|
| หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยว | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.78 | 1.23 | | | |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 3.15 | 1.35 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 3.00 | 1.41 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 2.48 | 1.61 | | | |
| รวม | | 400 | 2.92 | 1.38 | 2.35 | 0.071 | |
| บริษัท / ตัวแทน นำเที่ยว | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 2.80 | 1.40 | | | 1) > 4) 3) > 4) 2) > 4) |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 3.20 | 1.38 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 2.99 | 1.44 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 1.71 | 1.29 | | | |
| รวม | | 400 | 2.86 | 1.45 | 9.57** | 0.000 | |
| สถานทูตไทย | 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 106 | 0.70 | 0.97 | | | 3) > 4) 2) > 4) 2) > 1) |
| | 2) ปริญญาตรี | 64 | 1.23 | 1.06 | | | |
| | 3) สูงกว่า ปริญญาตรี | 195 | 1.04 | 1.16 | | | |
| | 4) อื่น ๆ | 35 | 0.48 | 0.95 | | | |
| รวม | | 400 | 0.94 | 1.10 | 5.85** | 0.006 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.18 และ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ในสื่อประชาสัมพันธ์ของการบินไทย คือ นิตยสารทั่วไป หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต พนักงานการบินไทย นิตยสารสวัสดิ์ โปรแกรมการท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์ ตราสัญลักษณ์การบินไทย ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รวมทั้งในสื่อประชาสัมพันธ์จากแหล่งอื่น ๆ คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารทั่วไป ป้ายโฆษณา ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต บริษัท/ตัวแทนนำเที่ยว และสถานทูตไทย และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันทีละคู่แล้ว ผลปรากฏว่าพบคู่ต่างกัน ถ้าระบุไว้ท้ายช่องรายการแต่ละประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สำหรับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการบินไทย ประเภท ใบปลิว/แผ่นพับ หรือโปสเตอร์ วิทยุทัศน์บนเครื่องบิน ป้ายโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์จากแหล่งอื่น ๆ คือ โทรทัศน์ ใบปลิว/แผ่นพับ หรือโปสเตอร์ คนไทย เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก และหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งถือว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

หมายเหตุ ระดับการศึกษาประเภทอื่น ๆ ได้แก่ ผู้ที่ได้รับการศึกษาในอาชีพเฉพาะทาง อาทิ เช่น ครู, ช่างไฟฟ้า, เทคนิคคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ตารางที่ 4.20

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
 ของชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|----------------------------|--------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.71 | 1.19 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 3.12 | 1.41 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.38 | 1.10 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.32 | 1.39 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 3.04 | 0.99 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.35 | 0.72 | | | | |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.52 | 1.35 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.81 | 1.26 | 4.66** | .0001 | | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.27 | 1.36 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.30 | 1.18 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.46 | 0.98 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 1.82 | 1.39 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 3.00 | 1.48 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.19 | 0.97 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.48 | 1.37 | | | | 6) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.44 | 1.33 | 4.26** | .0004 | | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่อที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------|--------------|------------------------|---------|
| โทรทัศน์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.50 | 1.39 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.22 | 1.15 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.92 | 1.23 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.07 | 1.27 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.86 | 1.39 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.30 | 1.10 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.65 | 1.33 | | | | 6) > 2) |
| รวม | | 400 | 2.60 | 1.33 | 3.82^{**} | .0010 | | |
| ใบปลิว/แผ่นพับ โปสเตอร์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.08 | 1.36 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.80 | 1.64 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.69 | 1.01 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 1.75 | 1.60 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.18 | 1.47 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.03 | 1.44 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.35 | 1.27 | | | | 6) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.35 | 1.42 | 4.33^{**} | .0003 | | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------|-------|-----------------------|
| ป้ายโฆษณา | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.08 | 1.14 | 7.89 [*] | .0000 | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.48 | 1.33 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 1.65 | 0.94 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.57 | 1.26 | | | 7) > 4) |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.09 | 0.92 | | | 7) > 1) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.16 | 1.09 | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.69 | 1.28 | | | 6) > 1) |
| รวม | | 400 | 1.40 | 1.25 | | | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.11 | 1.41 | 6.59 ^{**} | .0000 | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 0.88 | 1.12 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 1.69 | 1.09 | | | 1) > 4) |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.11 | 0.32 | | | 3) > 4) |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.09 | 1.48 | | | 6) > 4) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 1.86 | 1.39 | | | 6) > 2) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.01 | 1.24 | | | 6) > 7) |
| รวม | | 400 | 1.09 | 1.32 | | | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|--------------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| เจ้าหน้าที่/ พนักงานการบิน ไทย | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.20 | 1.32 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.76 | 1.66 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.00 | 1.26 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.93 | 1.68 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.77 | 1.63 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.30 | 1.24 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.33 | 1.48 | | | | 6) > 1) |
| รวม | | 400 | 1.47 | 1.48 | 4.70** | .0001 | | |
| พนักงานต้อนรับ ภาคพื้นดิน | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.61 | 1.20 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.58 | 1.23 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 1.65 | 1.26 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.61 | 1.10 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.86 | 1.75 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 1.97 | 0.98 | | | | 7) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.76 | 1.56 | | | | 6) > 4) |
| รวม | | 400 | 1.48 | 1.37 | 5.34** | .0000 | | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.40 | 1.40 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.82 | 1.17 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 1.54 | 1.53 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 1.39 | 1.73 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.32 | 1.70 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.14 | 1.27 | | | 7) > 1) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.28 | 1.52 | | | 3) > 1) |
| รวม | | 400 | 1.83 | 1.50 | 5.83** | .0000 | |
| นิตยสารสวัสดี | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.86 | 1.59 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.36 | 1.52 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.227 | 1.46 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.93 | 1.36 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.23 | 1.38 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.30 | 1.20 | | | |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.26 | 1.72 | | | 7) > 4) |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.60 | 5.13** | .0000 | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| โปรแกรมการ ท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด สอติเคย์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.70 | 1.49 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.72 | 1.44 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.50 | 1.33 | | | | 1) > 4) |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.43 | 1.07 | | | | 2) > 4) |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.64 | 1.62 | | | | 7) > 4) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.05 | 1.33 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.78 | 1.76 | | | | 3) > 4) |
| รวม | | 400 | 1.72 | 1.57 | 4.82** | .0001 | | |
| ตราสัญลักษณ์ การบินไทย | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.58 | 1.52 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 3.40 | 1.55 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.26 | 1.34 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 1.61 | 1.57 | | | | 3) > 4) |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.41 | 1.47 | | | | 2) > 4) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.73 | 1.48 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.74 | 1.58 | | | | 6) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.80 | 1.60 | 7.54** | .0000 | | |

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|--|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| วิดีโอทัศน์บน เครื่องบิน | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.81 | 1.41 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.72 | 1.44 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.92 | 1.38 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.96 | 1.43 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.73 | 1.80 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.48 | 1.45 | | | | 6) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.83 | 1.58 | | | | 3) > 4) |
| รวม | | 400 | 1.88 | 1.53 | 5.13** | .0000 | | |
| ชุดแต่งงาน ประจำชาติของ พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.40 | 1.59 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.06 | 1.27 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.81 | 1.10 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.96 | 1.79 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.36 | 1.62 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.43 | 1.56 | | | | 7) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 3.05 | 1.66 | | | | 6) > 2) |
| รวม | | 400 | 2.69 | 1.60 | 4.78** | .0001 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.21

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับ
สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย จากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------|-------------|----------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.70 | 1.16 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 3.10 | 1.04 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.46 | 0.99 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.79 | 1.40 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.77 | 1.27 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.11 | 0.77 | | | |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.93 | 1.21 | | | |
| รวม | | 400 | 2.91 | 1.15 | 2.27[*] | .036 | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.28 | 1.32 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.70 | 1.11 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.27 | 1.08 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.32 | 1.44 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.59 | 1.37 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.81 | 0.97 | | | |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.50 | 1.36 | | | |
| รวม | | 400 | 2.52 | 1.29 | 2.89^{**} | .008 | |

ตำแหน่งที่ 4.21 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|-------------|-----------------------|---------|
| วิทยุ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.25 | 1.22 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.46 | 1.16 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.31 | 1.44 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 1.29 | 1.33 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.32 | 1.49 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.14 | 1.23 | | | | 6) > 1) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.52 | 1.40 | | | | 3) > 1) |
| รวม | | 400 | 1.51 | 1.33 | 4.17** | .004 | | |
| โทรทัศน์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.33 | 1.27 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.76 | 1.17 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.85 | 1.12 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.18 | 1.31 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.86 | 1.67 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.76 | 0.68 | | | | |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.55 | 1.48 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.54 | 1.30 | 1.82 | .093 | | |

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|----------------|--------------|--------------------|
| ใบปลิว/แผ่นพับ โปสเตอร์ | 1) ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้บริหาร | 130 | 1.86 | 1.30 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.46 | 1.72 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.51 | 1.03 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 1.25 | 1.58 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.68 | 1.81 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 1.84 | 1.17 | | | 7) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.44 | 1.45 | | | 2) > 4) |
| รวม | | 400 | 2.08 | 1.46 | 4.73** | .0001 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้บริหาร | 130 | 1.15 | 1.02 | | | 7) > 4) |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.72 | 1.33 | | | 6) > 4) |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.77 | 1.53 | | | 2) > 4) |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.43 | 0.92 | | | 3) > 4) |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.14 | 1.13 | | | 3) > 5) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 1.62 | 0.83 | | | 3) > 1) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.49 | 1.26 | | | 3) > 7) |
| รวม | | 400 | 1.41 | 1.26 | 11.26** | .0000 | 3) > 6) 3) > 2) |

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.09 | 1.31 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.08 | 1.26 | | | 1) > 4) |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.12 | 1.31 | | | 7) > 4) |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.04 | 0.19 | | | 6) > 4) |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 0.59 | 0.80 | | | 3) > 4) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 1.51 | 1.26 | | | 3) > 5) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.26 | 1.38 | | | 3) > 1) |
| รวม | | 400 | 1.14 | 1.31 | 7.74** | .0000 | |
| คนไทย | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 1.77 | 1.50 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.70 | 1.43 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.08 | 1.38 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.39 | 1.79 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 1.27 | 1.61 | | | 3) > 5) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.27 | 1.17 | | | 3) > 2) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.35 | 1.68 | | | 3) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.06 | 1.59 | 5.02** | .0001 | |

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง | |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------|--------------|----------------|---------|
| เพื่อน / ญาติ / คนรู้จัก | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.55 | 1.30 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 2.88 | 1.49 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.19 | 1.13 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.86 | 1.48 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.09 | 1.34 | | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 2.84 | 1.21 | | | | |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 2.92 | 1.41 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.77 | 1.37 | 2.42[*] | .03 | | |
| หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยว | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.4 | 1.27 | | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 3.50 | 1.42 | | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 3.46 | 1.03 | | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 3.07 | 1.51 | | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.36 | 1.46 | | | | 7) > 1) |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.05 | 0.85 | | | | 3) > 1) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 3.18 | 1.45 | | | | 2) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.92 | 1.38 | 6.99^{**} | .0000 | | |

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | อาชีพ | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|--------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| บริษัท / ตัวแทน นำเที่ยว | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 2.52 | 1.20 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 3.58 | 1.40 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 2.23 | 0.99 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 2.21 | 2.09 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 2.45 | 1.59 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.18 | 1.29 | | | 2) > 4) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 3.00 | 1.51 | | | 2) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.87 | 1.46 | 5.58** | .0000 | |
| สถานทูตไทย | 1) ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 0.72 | 1.01 | | | |
| | 2) บริการ / ช่าง | 50 | 1.26 | 1.17 | | | |
| | 3) ข้าราชการ | 26 | 1.58 | 1.333 | | | |
| | 4) เกษียณอายุ | 28 | 0.07 | 0.26 | | | |
| | 5) แม่บ้าน | 22 | 0.55 | 1.22 | | | |
| | 6) ลูกจ้างเอกชน | 37 | 1.43 | 0.96 | | | 6) > 1) |
| | 7) อื่น ๆ | 107 | 1.03 | 1.07 | | | 3) > 1) |
| รวม | | 400 | 0.94 | 1.11 | 8.52** | .0000 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

หมายเหตุ อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา

จากตารางที่ 4.20 และ 4.21 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน แทบทุกประเภทของสื่อล้วนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นการเปิดรับนิตยสารทั่วไปจากแหล่งอื่น ๆ ของกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัมนั้นมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัันทีละคู่แล้ว ผลปรากฏว่าพบคู่ต่างกััน ดังระบุไว้ท้ายช่องรายการแต่ละประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สำหรับการเปิดรับโทรทัศน์จากแหล่งอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกััน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 4.22

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศที่มีสัญชาติหรือภูมิลำเนาต่างกััน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ/ ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|-----------------------|-------|--------------------------------|------------------------------|--------|-------|-----------------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) อาเซียน | 40 | 3.20 | 1.07 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 3.01 | 1.23 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.80 | 1.32 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.17 | 1.17 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.59 | 1.29 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.47 | 1.37 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.50 | 1.20 | | | |
| รวม | | 400 | 2.81 | 1.26 | 3.12** | 0.005 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| หนังสือพิมพ์ | 1) อาเซียน | 40 | 2.78 | 1.14 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.53 | 1.22 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.30 | 1.57 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.17 | 1.60 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.49 | 1.38 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.78 | 1.21 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.00 | 1.66 | | | |
| รวม | | 400 | 2.43 | 1.333 | 2.51** | 0.021 | ไม่พบ |
| โทรทัศน์ | 1) อาเซียน | 40 | 2.60 | 1.15 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.77 | 1.20 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 3.70 | 1.42 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.00 | 1.41 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.37 | 1.42 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.25 | 1.50 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.89 | 1.19 | | | |
| รวม | | 400 | 2.59 | 1.33 | 3.07** | 0.006 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ | 1) อาเซียน | 40 | 2.60 | 1.35 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.54 | 1.35 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.10 | 1.19 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.83 | 1.60 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.16 | 1.55 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.87 | 1.36 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.60 | 1.16 | | | |
| รวม | | 400 | 2.35 | 1.42 | 1.99 | 0.005 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) อาเซียน | 40 | 1.62 | 1.17 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.69 | 1.18 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 0.90 | 0.87 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.17 | 1.17 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.21 | 1.36 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 0.78 | 0.87 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.36 | 1.28 | | | |
| รวม | | 400 | 1.39 | 1.24 | 3.83** | 0.001 | 2) > 6) |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ | สัญชาติ/ ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|--------------------------------------|-----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต | 1) อาเซียน | 40 | 0.95 | 1.26 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.33 | 1.31 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.50 | 1.58 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.33 | 1.21 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 0.89 | 1.31 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.18 | 1.42 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 0.68 | 1.02 | | | |
| รวม | | 400 | 1.09 | 1.32 | 2.08 | 0.054 | |
| เจ้าหน้าที่/ พนักงานการบิน ไทย | 1) อาเซียน | 40 | 1.33 | 1.40 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.81 | 1.35 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.00 | 2.05 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.17 | 0.98 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.19 | 1.58 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.41 | 1.32 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.11 | 1.57 | | | |
| รวม | | 400 | 1.47 | 1.48 | 2.79** | 0.011 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิภาค | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง | |
|---------------------------------|----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------|-------|----------------|---------|
| พนักงานต้อนรับ ภาคพื้นดิน | 1) อาเซียน | 40 | 1.30 | 1.26 | 10.09** | 0.000 | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.07 | 1.27 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.00 | 1.94 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.17 | 1.60 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 0.95 | 1.26 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.38 | 1.04 | | | | 2) > 5) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.10 | 1.39 | | | | 2) > 7) |
| รวม | | 400 | 1.48 | 1.37 | | | | |
| พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) อาเซียน | 40 | 1.53 | 1.30 | 5.11** | 0.000 | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.27 | 1.30 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.10 | 1.96 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.67 | 1.32 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.39 | 1.64 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.09 | 1.25 | | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.64 | 1.52 | | | | 2) > 5) |
| รวม | | 400 | 1.83 | 1.50 | | | | |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิภาค | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง | |
|---|----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|----------------|--------------|----------------|---------|
| นิตยสารสวัสดิ์ | 1) อาเซียน | 40 | 1.95 | 1.41 | | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.20 | 1.49 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.90 | 1.73 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.83 | 1.60 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.34 | 1.59 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.71 | 1.65 | | | | 2) > 5) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.61 | 1.62 | | | | 6) > 5) |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.600 | 5.54** | 0.000 | | |
| โปรแกรมการ ท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์ | 1) อาเซียน | 40 | 1.97 | 1.34 | | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.23 | 1.42 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.30 | 1.57 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 3.17 | 0.75 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 0.95 | 1.45 | | | | 1) > 5) |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.12 | 1.74 | | | | 6) > 5) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.60 | 1.57 | | | | 2) > 5) |
| รวม | | 400 | 1.71 | 1.57 | 11.10** | 0.000 | 4) > 5) | |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิภาค | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| ตราสัญลักษณ์ การบินไทย | 1) อาเซียน | 40 | 3.02 | 1.29 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 3.17 | 1.61 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.30 | 1.77 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.33 | 1.37 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.25 | 1.56 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.91 | 1.53 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 3.21 | 1.57 | | | |
| รวม | | 400 | 2.79 | 1.60 | 4.94** | 0.0001 | |
| วิดิทัศน์บน เครื่องบิน | 1) อาเซียน | 40 | 1.65 | 1.33 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.32 | 1.38 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.80 | 1.39 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.00 | 1.41 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.38 | 1.57 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.28 | 1.74 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.64 | 1.54 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.53 | 5.39** | 0.000 | |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ | สัญชาติ/ ภูมิภาค | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่อี ที่ แตก ต่าง |
|--|---------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|-------------|-------------|-----------------------------|
| ชุดแต่งกาย ประจำชาติของ พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) เอเชีย | 40 | 2.27 | 1.53 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 3.00 | 1.46 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.10 | 1.79 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.33 | 1.36 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.57 | 1.70 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.50 | 1.76 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.71 | 1.54 | | | |
| รวม | | 400 | 2.69 | 1.60 | 1.89 | 0.08 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.23

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีสัญชาติหรือภูมิลำเนาต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------|-------|----------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) อาเซียน | 40 | 2.87 | 0.96 | 3.05** | 0.006 | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 3.18 | 0.82 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.90 | 1.10 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.67 | 0.52 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.81 | 1.32 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.53 | 1.52 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.42 | 1.26 | | | |
| รวม | | 400 | 2.90 | 1.15 | | | ไม่พบ |
| หนังสือพิมพ์ | 1) อาเซียน | 40 | 2.68 | 1.07 | 3.18** | 0.004 | 2) > 6) |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.69 | 1.17 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.40 | 1.17 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.67 | 0.81 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.58 | 1.38 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.78 | 1.41 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.00 | 1.44 | | | |
| รวม | | 400 | 2.52 | 1.29 | | | |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิภาค | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| วิทยุ | 1) เอเชีย | 40 | 1.12 | 1.09 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.76 | 1.33 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.30 | 1.64 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.17 | 0.98 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.46 | 1.40 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 0.97 | 0.97 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.28 | 1.27 | | | |
| รวม | | 400 | 1.50 | 1.33 | 3.23** | 0.004 | ไม่พบ |
| โทรทัศน์ | 1) เอเชีย | 40 | 2.45 | 1.06 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.58 | 1.25 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.60 | 1.51 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.00 | 1.67 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.53 | 1.34 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.44 | 1.50 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.61 | 1.34 | | | |
| รวม | | 400 | 2.54 | 1.29 | 0.28 | 0.94 | |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธุ์ | สัญชาติ / ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|----------------------------------|------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------|-------|-----------------------|---------|
| แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ | 1) อาเซียน | 40 | 2.05 | 1.41 | 3.47** | 0.002 | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.45 | 1.31 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.40 | 1.26 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.67 | 1.63 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.87 | 1.57 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.50 | 1.48 | | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.17 | 1.42 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.08 | 1.46 | | | ไม่พบ | |
| ป้ายโฆษณา | 1) อาเซียน | 40 | 1.35 | 1.07 | 5.09** | 0.000 | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.81 | 1.14 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.30 | 0.94 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.50 | 1.51 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.10 | 1.31 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 0.91 | 1.06 | | | | 2) > 6) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 1.39 | 1.47 | | | | 2) > 5) |
| รวม | | 400 | 1.41 | 1.25 | | | | |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|------------------------|-------|--------------------------------|------------------------------|---|---|-----------------------|-------------|
| ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต | 1) อาเซียน | 40 | 0.67 | 0.97 | | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.57 | 1.21 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.30 | 1.70 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 1.33 | 1.21 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 0.94 | 1.43 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 0.84 | 1.27 | | | | 2) > 1) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 0.71 | 1.01 | | | | 2) > 5) |
| | รวม | | 400 | 1.14 | | | | 1.31 |
| คนไทย | 1) อาเซียน | 40 | 2.06 | 1.58 | | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.21 | 1.50 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.60 | 1.58 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.67 | 1.51 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 1.97 | 1.60 | | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.69 | 1.75 | | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.25 | 1.75 | | | | |
| | รวม | | 400 | 2.06 | | | | 1.58 |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ / ภูมิภาค | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| เพื่อน,ญาติ, คนรู้จัก | 1) เอเชีย | 40 | 3.10 | 1.29 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 2.78 | 1.19 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 2.80 | 1.55 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 4.00 | 1.26 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.47 | 1.37 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 3.25 | 1.63 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.78 | 1.66 | | | |
| รวม | | 400 | 2.77 | 1.37 | 2.95** | 0.007 | ไม่พบ |
| หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยว | 1) เอเชีย | 40 | 2.65 | 1.46 | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 3.17 | 1.25 | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.80 | 2.23 | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.33 | 1.97 | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 3.08 | 1.29 | | | |
| | 6) อเมริกา | 32 | 2.43 | 1.74 | | | |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 2.28 | 1.32 | | | |
| รวม | | 400 | 2.92 | 1.38 | 4.52** | 0.0002 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สัญชาติ/ ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|-----------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|----------------|--------------|-----------------------|---------|
| บริษัทนำเที่ยว | 1) อาเซียน | 40 | 2.92 | 1.25 | | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 3.30 | 1.17 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.90 | 1.52 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 3.50 | 1.38 | | | | 5) > 6) |
| | 5) ยุโรป | 134 | 2.65 | 1.55 | | | | 1) > 6) |
| | 6) อเมริกา | 32 | 1.62 | 1.60 | | | | 7) > 6) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 3.10 | 1.42 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.86 | 1.45 | 8.48** | 0.00 | | |
| สถานทูตไทย | 1) อาเซียน | 40 | 0.90 | 1.19 | | | | |
| | 2) เอเชีย | 150 | 1.43 | 0.98 | | | | |
| | 3) เอเชียใต้ | 10 | 1.00 | 1.41 | | | | |
| | 4) ตะวันออก กลาง | 6 | 2.00 | 1.41 | | | | |
| | 5) ยุโรป | 134 | 0.57 | 0.98 | | | | 2) > 6) |
| | 6) อเมริกา | 32 | 0.22 | 0.61 | | | | 2) > 5) |
| | 7) ออสเตรเลีย | 28 | 0.67 | 1.22 | | | | 4) > 6) |
| รวม | | 400 | 0.94 | 1.11 | 12.63** | 0.000 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.22 และ 4.23 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติและภูมิลำเนาต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คือ นิตยสารทั่วไป หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา เจ้าหน้าที่ / พนักงานการบินไทย พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน นิตยสารสวัสดี โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด ฮอติเคย์ ตราสัญลักษณ์การบินไทย วิทยุทัศนบนเครื่องบิน ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สื่อประชาสัมพันธ์จากแหล่งอื่น ๆ คือ นิตยสารทั่วไป หนังสือพิมพ์ วิทยุ แผ่นพับ / ใบปลิว หรือโปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต เพื่อน /ญาติ หรือคนรู้จัก หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว สถานทูตไทย และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีสัญชาติและภูมิลำเนาต่างกันทีละคู่แล้ว ผลปรากฏว่าพบคู่ที่ต่างกัน ดังระบุไว้ท้ายช่องรายการแต่ละประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สำหรับการเปิดรับสื่อ แผ่นพับ / ใบปลิว / โปสเตอร์ ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งสื่อประชาสัมพันธ์จากแหล่งอื่น ๆ คือ โทรทัศน์ คนไทย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งถือว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 4.24

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศ ที่มีรายได้ต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|---------------------------|-------|--------------------------------|------------------------------|--------|-------|-----------------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.49 | 1.32 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 3.07 | 1.38 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.74 | 1.04 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.40 | 1.10 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 3.23 | 0.91 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.79 | 1.39 | | | |
| รวม | | 400 | 2.80 | 1.26 | 3.38** | 0.005 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------|-------|-----------------------|
| หนังสือพิมพ์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.31 | 1.27 | 3.74** | 0.002 | 5) > 6 |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.59 | 1.16 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.60 | 1.30 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.15 | 1.33 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.96 | 1.07 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.91 | 1.69 | | | |
| รวม | | 400 | 2.43 | 1.33 | | | |
| โทรทัศน์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.84 | 1.19 | 1.53 | 0.17 | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.65 | 1.41 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.62 | 1.14 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.42 | 1.28 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.69 | 1.49 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.22 | 1.53 | | | |
| รวม | | 400 | 2.59 | 1.33 | | | |
| แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.17 | 1.24 | 6.10** | 0.000 | 2) > 6) 2) > 4) |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.84 | 1.38 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.39 | 1.56 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.97 | 1.14 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.19 | 1.29 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.74 | 1.36 | | | |
| รวม | | 400 | 2.35 | 1.42 | | | |

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|--------------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|----------------|--------------|-----------------------|---------|
| ป้ายโฆษณา | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.52 | 1.30 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.69 | 1.23 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.47 | 1.31 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.07 | 1.05 | | | | 3) > 6) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.31 | 1.19 | | | | 1) > 6) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.76 | 0.99 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.39 | 1.24 | 5.11** | 0.001 | | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.23 | 1.27 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.18 | 1.21 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.20 | 1.45 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 0.40 | 0.67 | | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.38 | 1.38 | | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.91 | 1.53 | | | | |
| รวม | | 400 | 1.09 | 1.31 | 3.15** | 0.008 | ไม่พบ | |
| เจ้าหน้าที่/ พนักงานการบิน ไทย | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.80 | 1.42 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.09 | 1.58 | | | | 1) > 6) |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.24 | 1.39 | | | | 2) > 6) |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.15 | 1.29 | | | | 2) > 5) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 0.76 | 1.17 | | | | 2) > 4) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.64 | 1.01 | | | | 2) > 3) |
| รวม | | 400 | 1.47 | 1.48 | 11.50** | 0.000 | | |

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| พนักงานต้อนรับ ภาคพื้นดิน | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.66 | 1.18 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.82 | 1.39 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.59 | 1.53 | | | | 3) > 5) |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.10 | 1.17 | | | | 1) > 5) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 0.54 | 0.76 | | | | 2) > 5) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.05 | 1.23 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.48 | 1.36 | 6.34** | 0.000 | | |
| พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.05 | 1.30 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.29 | 1.39 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.91 | 1.68 | | | | 3) > 6) |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.42 | 1.52 | | | | 1) > 6) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.00 | 1.20 | | | | 2) > 5) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.03 | 1.23 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.82 | 1.500 | 8.62** | 0.000 | | |
| นิตยสารสวัสดี | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.15 | 1.45 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.81 | 1.56 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.86 | 1.69 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.20 | 1.83 | | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.61 | 1.68 | | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.56 | 1.46 | | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.60 | 1.32 | 0.25 | | |

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|-------------|--------------|-----------------------|
| โปรแกรมการ ท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด สอติเคย์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.83 | 1.49 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.88 | 1.51 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.59 | 1.63 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.52 | 1.68 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.07 | 1.67 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.85 | 1.47 | | | |
| รวม | | 400 | 1.71 | 1.57 | 1.53 | 0.18 | |
| ตราสัญลักษณ์ การบินไทย | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.83 | 1.55 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 3.11 | 1.64 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.81 | 1.54 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.62 | 1.64 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.30 | 1.71 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.41 | 1.51 | | | |
| รวม | | 400 | 2.79 | 1.60 | 2.16 | 0.057 | |
| วิถีทัศน์บน เครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.80 | 1.53 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.19 | 1.44 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.82 | 1.53 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.70 | 1.72 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.61 | 1.55 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.59 | 1.51 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.53 | 1.76 | 0.11 | |

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|--|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| ชุดแต่งกาย ประจำชาติของ พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.89 | 1.69 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.86 | 1.52 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.84 | 1.54 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.88 | 1.58 | | | 3) > 6) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.19 | 1.74 | | | 2) > 6) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.91 | 1.49 | | | 1) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.69 | 1.60 | 3.97** | 0.0016 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.25

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.61 | 1.19 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 3.23 | 0.93 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 3.06 | 1.13 | | | 3) > 4) |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.35 | 1.14 | | | 2) > 4) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 3.07 | 1.09 | | | 2) > 6) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.59 | 1.35 | | | 2) > 1) |
| รวม | | 400 | 2.90 | 1.15 | 6.25** | 0.000 | |

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------|
| หนังสือพิมพ์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.41 | 1.27 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.58 | 1.17 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.98 | 1.21 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.05 | 1.34 | | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.76 | 1.07 | | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.01 | 1.51 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.52 | 1.29 | 5.22** | 0.001 | ไม่พบ | |
| วิทยุ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.90 | 1.25 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.81 | 1.33 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.42 | 1.38 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.07 | 1.18 | | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.30 | 1.31 | | | | 2) > 6) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.89 | 1.11 | | | | 1) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.50 | 1.33 | 6.15** | 0.000 | | |
| โทรทัศน์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.58 | 1.13 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.72 | 1.16 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.48 | 1.34 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.55 | 1.33 | | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.92 | 1.16 | | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.96 | 1.58 | | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.53 | 1.29 | 3.18** | 0.0079 | | |

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.12 | 1.47 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.26 | 1.41 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.29 | 1.52 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.97 | 1.44 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.07 | 1.12 | | | 2) > 6) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.33 | 1.44 | | | 3) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.08 | 1.46 | 3.74** | 0.002 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.51 | 1.31 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.67 | 1.29 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.51 | 1.23 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.05 | 0.98 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.31 | 1.31 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.85 | 1.07 | | | 2) > 6) |
| รวม | | 400 | 1.41 | 1.25 | 4.22** | 0.0009 | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.29 | 1.23 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.26 | 1.29 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.24 | 1.45 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 0.75 | 1.10 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.50 | 1.45 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.61 | 1.11 | | | |
| รวม | | 400 | 1.14 | 1.31 | 3.46** | 0.004 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|---------------|-----------------------|
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.26 | 1.23 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.26 | 1.29 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 1.24 | 1.45 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 0.75 | 1.10 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.50 | 1.45 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.61 | 1.11 | | | |
| รวม | | 400 | 1.14 | 1.31 | 3.46** | 0.004 | ไม่พบ |
| คนไทย | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.50 | 1.59 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 2.17 | 1.51 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.29 | 1.55 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 1.50 | 1.43 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 1.73 | 1.63 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.44 | 1.62 | | | 1) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.06 | 1.58 | 4.63** | 0.0004 | |
| เพื่อน,ญาติ, คนรู้จัก | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.76 | 1.49 | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 3.06 | 1.08 | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.68 | 1.37 | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.32 | 1.40 | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.84 | 1.51 | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.53 | 1.57 | | | |
| รวม | | 400 | 2.76 | 1.37 | 2.42* | 0.03 | ไม่พบ |

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | รายได้ (หน่วย : US \$) | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง | |
|---------------------------------|---------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|---------|
| หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยว | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 3.32 | 1.42 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 3.26 | 1.21 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.88 | 1.19 | | | | 3) > 6) |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.62 | 1.58 | | | | 5) > 6) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 3.00 | 1.35 | | | | 2) > 6) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 1.92 | 1.37 | | | | 1) > 6) |
| รวม | | 400 | 2.92 | 1.38 | 9.47** | 0.000 | | |
| บริษัทนำเที่ยว | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 2.78 | 1.59 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 3.23 | 1.27 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 2.96 | 1.41 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 2.40 | 1.66 | | | | |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 2.40 | 1.65 | | | | |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 2.50 | 1.31 | | | | |
| รวม | | 400 | 2.86 | 1.45 | 3.66** | 0.003 | ไม่พบ | |
| สถานทูตไทย | 1) ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 1.03 | 1.03 | | | | |
| | 2) 1,000 – 2,000 | 121 | 1.39 | 1.19 | | | | |
| | 3) 2,001 – 3,000 | 94 | 0.74 | 1.00 | | | | |
| | 4) 3,001 – 4,000 | 40 | 0.73 | 1.10 | | | | 2) > 6) |
| | 5) 4,001 – 5,000 | 26 | 0.65 | 1.09 | | | | 2) > 4) |
| | 6) มากกว่า 5,000 | 54 | 0.42 | 0.74 | | | | 2) > 3) |
| รวม | | 400 | 0.93 | 1.10 | 8.52** | 0.000 | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.24 และ 4.25 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) คือ นิตยสารทั่วไป หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ / ใบปลิว / โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต เจ้าหน้าที่ / พนักงานการบินไทย พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รวมทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ที่มาจากแหล่งอื่น ๆ คือ นิตยสารทั่วไป หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ / ใบปลิว / โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต คนไทย เพื่อน /ญาติ /คนรู้จัก หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว บริษัท / ตัวแทนนำเที่ยว และสถานทูตไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีรายได้ต่างกันทีละคู่แล้ว ผลปรากฏว่าพบคู่ที่ต่างกันตั้งระบุไว้ท้ายช่องรายการแต่ละประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์นั้น ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยประเภท เพื่อน / ญาติ หรือคนรู้จัก ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ นิตยสารสวัสดิ์ โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด ฮอติเคย์ ตราสัญลักษณ์การบินไทย และวิดิทัศน์บนเครื่องบิน ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งถือว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1

ตารางที่ 4.26

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
 ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ของชาวต่างประเทศ
 ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|------|------|-----------------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) โสด | 188 | 2.79 | 1.36 | 0.01 | 0.98 | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.81 | 1.13 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.84 | 1.57 | | | |
| | รวม | 400 | 2.80 | 1.26 | | | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) โสด | 188 | 2.32 | 1.31 | 1.13 | 0.32 | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.52 | 1.33 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.61 | 1.56 | | | |
| | รวม | 400 | 2.43 | 1.33 | | | |
| โทรทัศน์ | 1) โสด | 188 | 2.48 | 1.26 | 3.23 | 0.04 | ไม่พบ |
| | 2) สมรส | 199 | 2.74 | 1.37 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.00 | 1.53 | | | |
| | รวม | 400 | 2.59 | 1.33 | | | |
| แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ | 1) โสด | 188 | 2.35 | 1.51 | 0.42 | 0.05 | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.37 | 1.34 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.00 | 1.41 | | | |
| | รวม | 400 | 2.35 | 1.42 | | | |

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|--------------------------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---------------|-------------|-----------------------|
| ป้ายโฆษณา | 1) โสด | 188 | 1.50 | 1.19 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.30 | 1.28 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.31 | 1.31 | | | |
| รวม | | 400 | 1.39 | 1.24 | 1.32 | 0.26 | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) โสด | 188 | 1.29 | 1.45 | | | 1) > 2) |
| | 2) สมรส | 199 | 0.90 | 1.17 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.07 | 0.95 | | | |
| รวม | | 400 | 1.09 | 1.31 | 4.27** | 0.01 | |
| เจ้าหน้าที่/ พนักงานการบิน ไทย | 1) โสด | 188 | 1.61 | 1.57 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.36 | 1.40 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.15 | 1.14 | | | |
| รวม | | 400 | 1.47 | 1.48 | 1.62 | 0.19 | |
| พนักงานต้อนรับ ภาคพื้นดิน | 1) โสด | 188 | 1.68 | 1.45 | | | 1) > 2) |
| | 2) สมรส | 199 | 1.28 | 1.27 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.38 | 1.12 | | | |
| รวม | | 400 | 1.48 | 1.36 | 4.57** | 0.01 | |

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|--|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|--------------|--------------|-----------------------|
| พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) โสด | 188 | 2.07 | 1.45 | | | 1) > 2) |
| | 2) สมรส | 199 | 1.61 | 1.53 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.61 | 1.32 | | | |
| รวม | | 400 | 1.82 | 1.50 | 4.78* | 0.008 | |
| นิตยสารสวัสดี | 1) โสด | 188 | 1.92 | 1.64 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.83 | 1.53 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.53 | 2.02 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.60 | 0.38 | 0.68 | |
| โปรแกรมการ ท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด โซลิดี | 1) โสด | 188 | 1.76 | 1.54 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.67 | 1.56 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.69 | 1.97 | | | |
| รวม | | 400 | 1.71 | 1.56 | 0.15 | 0.80 | |
| ตราสัญลักษณ์ การบินไทย | 1) โสด | 188 | 2.94 | 1.64 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.71 | 1.56 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.00 | 1.47 | | | |
| รวม | | 400 | 2.79 | 1.60 | 2.66 | 0.07 | |

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่อี แตก ต่าง |
|--|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|-------------|-------------|----------------------|
| วิดีโอทัศน์บน เครื่องบิน | 1) โสด | 188 | 1.81 | 1.44 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.94 | 1.60 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.69 | 1.84 | | | |
| รวม | | 400 | 1.87 | 1.53 | 0.39 | 0.67 | |
| ชุดแต่งกาย ประจำชาติของ พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน | 1) โสด | 188 | 2.83 | 1.52 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.58 | 1.67 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.30 | 1.49 | | | |
| รวม | | 400 | 2.69 | 1.60 | 1.53 | 0.21 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.27

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับสื่อ
ประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยจากแหล่งอื่น ๆ ของชาวต่างประเทศที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|---|---|----------------|
| นิตยสารทั่วไป | 1) โสด | 188 | 2.94 | 1.18 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 22.88 | 1.10 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.76 | 1.48 | | | |
| | รวม | 400 | 2.90 | 1.15 | | | |
| หนังสือพิมพ์ | 1) โสด | 188 | 2.42 | 1.34 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.60 | 1.21 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.61 | 1.61 | | | |
| | รวม | 400 | 2.52 | 1.29 | | | |
| วิทยุ | 1) โสด | 188 | 1.32 | 1.22 | | | 2) > 1) |
| | 2) สมรส | 199 | 1.68 | 1.40 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.38 | 1.44 | | | |
| | รวม | 400 | 1.52 | 1.33 | | | |
| โทรทัศน์ | 1) โสด | 188 | 2.34 | 1.28 | | | 2) > 1) |
| | 2) สมรส | 199 | 2.70 | 1.26 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.69 | 1.70 | | | |
| | รวม | 400 | 2.53 | 1.29 | | | |

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------------------------|-------------|-------------|----------------|
| แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ | 1) โสด | 188 | 2.15 | 1.50 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.03 | 1.43 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.61 | 1.32 | | | |
| | รวม | 400 | 2.08 | 1.46 | 1.02 | 0.35 | |
| ป้ายโฆษณา | 1) โสด | 188 | 1.51 | 1.20 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.34 | 1.31 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.08 | 1.04 | | | |
| | รวม | 400 | 1.41 | 1.25 | 1.40 | 0.24 | |
| ซีดีรอม/อินเตอร์ เน็ต | 1) โสด | 188 | 1.26 | 1.38 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 1.03 | 1.26 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 1.00 | 1.00 | | | |
| | รวม | 400 | 1.14 | 1.31 | 1.50 | 0.22 | |
| คนไทย | 1) โสด | 188 | 2.09 | 1.56 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.01 | 1.61 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.30 | 1.54 | | | |
| | รวม | 400 | 2.06 | 1.58 | 0.28 | 0.75 | |

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

| การเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------------|------------|----------------------------|------------------------------|--------------|--------------|-----------------------|
| เพื่อน,ญาติ, คนรู้จัก | 1) โสด | 188 | 2.82 | 1.32 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.71 | 1.37 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.92 | 1.93 | | | |
| รวม | | 400 | 2.76 | 1.37 | 0.40 | 0.66 | |
| หนังสือแนะนำ การท่องเที่ยว | 1) โสด | 188 | 3.06 | 1.36 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.79 | 1.42 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 3.00 | 1.00 | | | |
| รวม | | 400 | 2.92 | 1.38 | 1.86 | 0.15 | |
| บริษัทนำเที่ยว | 1) โสด | 188 | 3.09 | 1.45 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 2.66 | 1.47 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 2.69 | 0.85 | | | 1) > 2) |
| รวม | | 400 | 2.86 | 1.45 | 4.31* | 0.014 | |
| สถานชูดไทย | 1) โสด | 188 | 1.07 | 1.12 | | | |
| | 2) สมรส | 199 | 0.81 | 1.08 | | | |
| | 3) แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 0.77 | 0.92 | | | |
| รวม | | 400 | 0.93 | 1.10 | 2.76 | 0.064 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.26 และ 4.27 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ โทรทัศน์ จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และจากแหล่งอื่น ๆ คือ วิทยุ โทรทัศน์ ตัวแทนนำเที่ยว และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ของกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน ที่ละคู่แล้ว ผลปรากฏว่าพบคู่ที่ต่างกัน ดังระบุไว้ท้ายช่องรายการแต่ละประเภทของสื่อ

นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ซีดีรอม/ อินเทอร์เน็ต พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของการบินไทย โดยเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสต่างกันที่ละคู่แล้ว ผลปรากฏว่าพบคู่ที่ต่างกัน ดังระบุไว้ท้ายช่องรายการแต่ละประเภทของสื่อ ซึ่งถือว่าเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สำหรับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งถือว่าเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐานที่ 2 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะของประชากรต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย

| ความรู้ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน | T | P |
|-----------------------------|------|-------|-----------|--------------------------|-------|------|
| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | ชาย | 223 | 9.16 | 1.35 | (.63) | .528 |
| | หญิง | 177 | 9.23 | 1.06 | | |

จากตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง กับความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่

2

ตารางที่ 4.29

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้
ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีอายุต่างกัน

| ความรู้ | อายุ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|-----------------------------|---------------|-------|---------------|----------------------|------|-----|---------------|
| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | ต่ำกว่า 20 ปี | 19 | 8.84 | 1.46 | | | |
| | 21 – 30 ปี | 178 | 9.16 | 1.36 | | | |
| | 31 – 40 ปี | 93 | 9.29 | 1.24 | | | |
| | 41 – 50 ปี | 49 | 9.43 | 0.68 | | | |
| | 51 – 60 ปี | 35 | 8.89 | 1.05 | | | |
| | 61 ปีขึ้นไป | 26 | 9.15 | 1.01 | | | |
| รวม | | 400 | 9.20 | 1.23 | 1.24 | .29 | |

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่าง ๆ กัน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ตารางที่ 4.30

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้
ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีสัญชาติ / ภูมิลำเนาต่างกัน

| ความรู้ | สัญชาติ / ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย (X) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|------------------------|------------|------------------------|------------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| ความรู้เกี่ยวกับ ความเป็นไทย | อาเซียน | 40 | 9.75 | 0.44 | | | |
| | เอเชีย | 150 | 9.21 | 1.31 | | | |
| | เอเชียใต้ | 10 | 8.20 | 1.87 | | | |
| | ตะวันออกกลาง | 6 | 7.50 | 2.42 | | | |
| | ยุโรป | 134 | 9.17 | 1.14 | | | 1) > 4) |
| | อเมริกา | 32 | 9.09 | 1.06 | | | 1) > 3) |
| | ออสเตรเลีย | 28 | 9.21 | 0.96 | | | |
| รวม | | 400 | 9.20 | 1.23 | 4.65** | 0.001 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.30 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติและภูมิลำเนาต่างกัน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอาเซียนมีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยมากกว่ากลุ่มตะวันออกกลาง และเอเชียใต้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2

ตารางที่ 4.31

แสดงความผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของ
ชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีอาชีพต่างกัน

| ความรู้ | อาชีพ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|-----------------------------|------------------------|------------|---------------|----------------------|-------------|-------------|---------------|
| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้บริหาร | 130 | 9.31 | 1.20 | | | |
| | บริการ/ช่าง | 50 | 9.24 | 1.30 | | | |
| | ข้าราชการ | 26 | 8.96 | 1.15 | | | |
| | เกษียณอายุ | 28 | 9.00 | 1.05 | | | |
| | แม่บ้าน | 22 | 9.54 | 0.67 | | | |
| | ลูกจ้างเอกชน | 37 | 9.05 | 1.47 | | | |
| | อื่นๆ | 100 | 9.12 | 1.25 | | | |
| รวม | | 400 | 9.20 | 1.23 | 0.91 | 0.48 | |

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน
ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ตารางที่ 4.32

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของ
ชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

| ความรู้ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|-----------------------------|------------------|-------|---------------|----------------------|------|------|---------------|
| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 8.98 | 1.45 | | | |
| | ปริญญาตรี | 64 | 9.33 | 1.14 | | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 9.29 | 1.08 | | | |
| | อื่น ๆ | 35 | 9.06 | 1.30 | | | |
| รวม | | 400 | 9.20 | 1.23 | 1.89 | 0.13 | |

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ตารางที่ 4.33

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของ
ชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีรายได้ต่างกัน

| ความรู้ | รายได้ หน่วย : US \$ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---------------------------------|-------------------------|------------|--------------------|--------------------------|---------------|--------------|-----------------------|
| ความรู้เกี่ยวกับ ความเป็นไทย | ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 8.72 | 1.67 | | | 3) > 1) |
| | 1,001 – 2,000 | 121 | 9.16 | 1.18 | | | |
| | 2,001 – 3,000 | 94 | 9.46 | 0.81 | | | |
| | 3,001 – 4,000 | 40 | 9.35 | 0.92 | | | |
| | 4,001 – 5,000 | 26 | 9.38 | 1.09 | | | |
| | มากกว่า 5,000 | 54 | 9.16 | 1.42 | | | |
| รวม | | 400 | 9.20 | 1.23 | 3.13** | 0.008 | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.33 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 กลุ่มที่มีระดับรายได้ US \$ 2,000 – 3,000 มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 1,000 US \$ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2

ตารางที่ 4.34

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ของ
ชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

| ความรู้ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|-----------------------------|-------------------------|-------|---------------|----------------------|------|------|---------------|
| ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย | โสด | 188 | 9.34 | 1.19 | | | |
| | สมรส | 199 | 9.06 | 1.26 | | | |
| | แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 9.15 | 0.99 | | | |
| รวม | | 400 | 9.20 | 1.23 | 2.36 | 0.95 | |

จากตารางที่ 4.34 แสดงให้เห็นว่าความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่

สมมติฐานที่ 3 ชาวต่างประเทศ ที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีทัศนคติต่อความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย

| ทัศนคติ | เพศ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P |
|--|------|-------|---------------|----------------------|-------|------|
| ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ | ชาย | 223 | 3.69 | 0.35 | | |
| | หญิง | 177 | 3.69 | 0.35 | | |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | -0.07 | 0.95 |

จากตารางที่ 4.35 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติต่อความเป็นไทยที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 4.36

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติของ
ชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทยที่มีสัญชาติและภูมิลำเนาต่างกัน

| ทัศนคติ | สัญชาติ/ ภูมิลำเนา | จำนวน | ค่า เฉลี่ย — (X) | ความ เบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---|-----------------------|-------|-----------------------------|------------------------------|--------|--------|-----------------------|
| ทัศนคติต่อความ เป็นไทยของชาว ต่างประเทศ | เอเชีย | 40 | 3.69 | 0.25 | | | 6) > 7) |
| | เอเชีย | 150 | 3.67 | 0.31 | | | |
| | เอเชียใต้ | 10 | 3.52 | 0.39 | | | |
| | ตะวันออกกลาง | 6 | 3.86 | 0.34 | | | |
| | ยุโรป | 134 | 3.72 | 0.38 | | | |
| | อเมริกา | 32 | 3.91 | 0.44 | | | |
| | ออสเตรเลีย | 28 | 3.57 | 0.38 | | | |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | 3.76** | 0.0012 | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.36 พบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติ / ภูมิลำเนาต่างกันมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างสถิติระดับ .01 โดยที่กลุ่มตัวอย่างจากอเมริกันมีทัศนคติต่อความเป็นไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากออสเตรเลีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3

ตารางที่ 4.37
แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ
ที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีอายุต่างกัน

| ทัศนคติ | อายุ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|---------------------------------------|---------------|------------|---------------|----------------------|---------------|--------------|---------------|
| ทัศนคติต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ | ต่ำกว่า 20 ปี | 19 | 3.59 | 0.33 | | | |
| | 21 – 30 ปี | 178 | 3.64 | 0.33 | | | |
| | 31 – 40 ปี | 93 | 3.64 | 0.35 | | | |
| | 41 – 50 ปี | 49 | 3.79 | 0.35 | | | |
| | 51 – 60 ปี | 35 | 3.87 | 0.41 | | | |
| | 61 ปีขึ้นไป | 26 | 3.84 | 0.36 | | | 5) > 2) |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | 4.96** | 0.002 | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.37 พบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุ 51 – 60 ปี มีทัศนคติต่อความเป็นไทยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุ 21 – 30 ปี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3

ตารางที่ 4.38
แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มี
ต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีอาชีพต่างกัน

| ทัศนคติ | อาชีพ | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|------------------------------------|--------------------------|-------|---------------|----------------------|--------|-------|---------------|
| ทัศนคติต่อความเป็นไทยชาวต่างประเทศ | ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร | 130 | 3.58 | 0.37 | | | |
| | บริการ / ช่าง | 50 | 3.63 | 0.32 | | | |
| | ข้าราชการ | 26 | 3.77 | 0.28 | | | |
| | เกษียณอายุ | 28 | 3.88 | 0.29 | | | 4) > 1) |
| | แม่บ้าน | 22 | 3.78 | 0.27 | | | 6) > 1) |
| | ลูกจ้างเอกชน | 37 | 3.93 | 0.36 | | | 6) > 2) |
| | อื่นๆ | 107 | 3.69 | 0.32 | | | 6) > 7) |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | 7.83** | 0.000 | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.38 พบว่าทัศนคติกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มอาชีพลูกจ้างเอกชนมีทัศนคติต่อความเป็นไทยมากที่สุด รองลงมา กลุ่มเกษียณอายุ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มอื่นๆ กลุ่มบริการ / ช่าง และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ / ผู้บริหาร ตามลำดับ

ตารางที่ 4.39
แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติ
ของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย

| ทัศนคติ | ระดับการศึกษา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|---------------------------------------|------------------|------------|---------------|----------------------|---------------|--------------|--------------------|
| ทัศนคติต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 106 | 3.65 | 0.31 | | | 4) > 2) 4) > 1) |
| | ปริญญาตรี | 64 | 3.59 | 0.24 | | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 195 | 3.71 | 0.38 | | | |
| | อื่น ๆ | 35 | 3.88 | 0.44 | | | |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | 5.97** | 0.005 | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3.39 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ มีทัศนคติต่อความเป็นไทยมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มปริญญาตรี ตามลำดับ

หมายเหตุ ระดับการศึกษาอื่น ๆ หมายถึง เป็นผู้ที่ได้รับการศึกษาในสาขาอาชีพเฉพาะทาง เช่น ครู ช่างไฟฟ้า เทคนิคคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

ตารางที่ 4.40
แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ
ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่างกัน

| ทัศนคติ | รายได้ (หน่วยละ : US\$) | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบน มาตรฐาน | F | P | คู่ที่ แตก ต่าง |
|---|----------------------------|-------|--------------------|--------------------------|--------------------|------|-----------------------|
| ทัศนคติต่อความ เป็นไทยของชาว ต่างประเทศ | ต่ำกว่า 1,000 | 65 | 3.60 | 0.30 | | | |
| | 1,001 – 2,000 | 121 | 3.71 | 0.34 | | | |
| | 2,001 – 3,000 | 94 | 3.69 | 0.31 | | | |
| | 3,001 – 4,000 | 40 | 3.76 | 0.39 | | | |
| | 4,001 – 5,000 | 26 | 3.83 | 0.51 | | | |
| | มากกว่า 5,000 | 54 | 3.65 | 0.37 | | | |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | 2.24 ^{**} | .049 | ไม่พบ |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.40 แสดงให้เห็นว่าทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 4.41

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อ
ความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

| ทัศนคติ | สถานภาพสมรส | จำนวน | ค่าเฉลี่ย (X) | ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน | F | P | คู่ที่แตกต่าง |
|---------------------------------------|-------------------------|-------|-----------------|----------------------|--------|-------|---------------|
| ทัศนคติต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ | โสด | 188 | 3.64 | 0.35 | | | 2) > 1) |
| | สมรส | 199 | 3.74 | 0.34 | | | |
| | แยกกันอยู่, หย่า, หม้าย | 13 | 3.83 | 0.52 | | | |
| รวม | | 400 | 3.69 | 0.35 | 4.69** | 0.009 | |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.41 พบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสมีทัศนคติต่อความเป็นไทยมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มสถานภาพแยกกันอยู่ / หย่า / หม้าย และกลุ่มสถานภาพเป็นโสด เป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 3

สมมติฐานข้อ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยมีความสัมพันธ์กับความรู้
ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย

ตารางที่ 4.42

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ซึ่งจำแนกออกเป็นสื่อประชาสัมพันธ์จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และจาก
แหล่งอื่น ๆ กับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย

| ตัวแปร : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความเป็นไทย | ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ ความเป็นไทย |
|---|---|
| จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) | |
| นิตยสารทั่วไป | -0.0255 |
| หนังสือพิมพ์ | -0.0520 |
| โทรทัศน์ | -0.0915 |
| ใบปลิว / แผ่นพับ / โปสเตอร์ | .0039 |
| ป้ายโฆษณา | -0.0295 |
| ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต | -0.0919 |
| เจ้าหน้าที่ / พนักงานการบินไทย | -0.870 |
| พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน | -0.0455 |
| พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | .0295 |
| นิตยสารสวัสดี | .0420 |
| โปรแกรมท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์ | -0.0571 |
| ตราสัญลักษณ์การบินไทย | .0189 |
| วิดีโอทัศน์บนเครื่องบิน | -0.0630 |
| ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับฯ | .0130 |
| จากแหล่งอื่น ๆ | |
| นิตยสารทั่วไป | .0322 |
| หนังสือพิมพ์ | -0.1164 |

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

| ตัวแปร : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความเป็นไทย | ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ ความเป็นไทย |
|---|---|
| วิทยุ | -.1907** |
| โทรทัศน์ | -.1018* |
| ใบปลิว / แผ่นพับ / โปสเตอร์ | .0443 |
| ป้ายโฆษณา | -.0341 |
| ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต | -.0279 |
| คนไทย | .0501 |
| เพื่อน / ญาติ / คนรู้จัก | -.0356 |
| ตัวแทนนำเที่ยว | .0119 |
| หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว | .0806 |
| สถานทูต | .0109 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.42 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ จากแหล่งอื่น ๆ ที่ไม่ใช่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก อธิบายได้ว่า ชาวต่างประเทศที่มีการเปิดรับสื่อดังกล่าวสูง จะมีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยมาก ส่วนชาวต่างประเทศที่มีการเปิดรับสื่อดังกล่าวต่ำ จะมีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยน้อย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 4 อย่างไรก็ตาม เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมากลักษณะดังกล่าว จึงเกิดขึ้นเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

ส่วนการเปิดรับสื่อประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้นไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากการเปิดรับสื่อดังกล่าว กับความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนการเปิดรับสื่อประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้นไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากการเปิดรับสื่อดังกล่าว กับความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อ 5 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นคนไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย

ตารางที่ 4.43

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งจำแนกออกเป็นสื่อประชาสัมพันธ์จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และจากแหล่งอื่น ๆ กับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความเป็นไทย

| ตัวแปร : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความเป็นไทย | ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ ความเป็นไทย |
|---|--|
| จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) | |
| นิตยสารทั่วไป | .0589 |
| หนังสือพิมพ์ | .1286** |
| โทรทัศน์ | .1424** |
| ใบปลิว / แผ่นพับ / โปสเตอร์ | .1329** |
| ป้ายโฆษณา | .0744 |
| ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต | .0302 |
| เจ้าหน้าที่ / พนักงานการบินไทย | .1611*** |
| พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน | .1187* |
| พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน | .1637*** |
| นิตยสารสวัสดี | .2516*** |
| โปรแกรมท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ซอดี | .2567*** |
| ตราสัญลักษณ์การบินไทย | .2537*** |
| วีดิทัศน์บนเครื่องบิน | .2484*** |
| ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับฯ | .2659*** |

ตารางที่ 4.43 (ต่อ)

| ตัวแปร : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความเป็นไทย | ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ ความเป็นไทย |
|---|--|
| <u>จากแหล่งอื่นๆ</u> | |
| นิตยสารทั่วไป | .0521 |
| หนังสือพิมพ์ | -.0302 |
| วิทยุ | .0832 |
| โทรทัศน์ | .1158 [*] |
| ใบปลิว / แผ่นพับ / โปสเตอร์ | .0969 |
| ป้ายโฆษณา | .0199 |
| ซีดีรอม / อินเทอร์เน็ต | .0700 |
| คนไทย | .1900 ^{***} |
| เพื่อน /ญาติ / คนรู้จัก | .1980 ^{***} |
| ตัวแทนนำเที่ยว | .1520 ^{**} |
| หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว | .1219 [*] |
| สถานทูต | .0839 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 4.43 แสดงให้เห็นว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยของชาวต่างประเทศจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โปรแกรมการท่องเที่ยวรอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์ ตราสัญลักษณ์การบินไทย นิตยสารสวัสดี วิทยุทัศน์บนเครื่องบิน เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก คนไทย พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เจ้าหน้าที่/พนักงานการบินไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001 โดยมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ สำหรับบริษัท / ตัวแทนนำเที่ยว โทรทัศน์ และใบปลิว/แผ่นพับ/

โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำที่นัยสำคัญทางสถิติ .01 นอกจากนี้คือ หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน และโทรทัศน์จากแหล่งอื่น ๆ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำที่นัยสำคัญทางสถิติ .05 อธิบายได้ว่า ชาวต่างประเทศที่มีการเปิดรับสื่อดังกล่าวสูงจะมีทัศนคติในเชิงบวกสูงต่อความเป็นไทย ส่วนชาวต่างประเทศที่มีการเปิดรับสื่อดังกล่าวต่ำ จะมีทัศนคติในเชิงบวกต่ำต่อความเป็นไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

ส่วนการเปิดรับสื่อ นิตยสารทั่วไป ป้ายโฆษณา ซีดีรอม/อินเทอร์เน็ต สถานที่ จากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และแหล่งอื่นๆ รวมทั้ง ใบปลิว/แผ่นพับ/โปสเตอร์ จากแหล่งอื่นๆ ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากการเปิดรับสื่อดังกล่าวกับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 6 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศมากที่สุด

ตารางที่ 4.44

แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย
กับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย

| ตัวแปร : สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย | R | R Square | R ² ที่เพิ่ม | สัมประสิทธิ์ถดถอย | | t | P |
|---------------------------------------|--------|----------|-------------------------|-------------------|----------|----------|------|
| | | | | B | BETA | | |
| ชุดแต่งกายประจำชาติ | .26592 | .07072 | .07072 | .037077 | .169272 | 3.138*** | .001 |
| โปรแกรมการท่องเที่ยว ROH | .32566 | .10605 | 0.03533 | .038327 | .167394 | 3.202*** | .001 |
| เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก | .34900 | .12180 | .01575 | .033126 | -.132101 | 2.625** | .009 |
| ป้ายโฆษณา | .36326 | .13196 | .01016 | -.037332 | .127796 | -2.586** | .010 |
| ตราสัญลักษณ์การบินไทย | .37512 | .14071 | .00875 | .026251 | .118579 | 2.004* | .045 |

F = 12.90379 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 4.44 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต้นคือสื่อประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว รอยัล ออร์คิด ฮอลิเดย์ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001 กับทัศนคติของชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทยกล่าวคือ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย .038327 และสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในระดับรองลงมา คือ ชุดแต่งกายประจำชาติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001 คือมีค่า .037077 สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ของชาวต่างประเทศ คือ เพื่อน /ญาติ /คนรู้จัก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 รองลงมาคือ ตราสัญลักษณ์การบินไทย และ ป้ายโฆษณา ซึ่งถือว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้