

การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2554
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร
กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง เรื่อง “การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชน
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวไทย” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตตติวัฒน์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2554

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์ ที่ปรึกษา และคณะกรรมการทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษา ค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร. ปรีดี โชติช่วง อธิการบดี ปลัดกระทรวงการทองเที่ยวและกีฬา ที่ให้โอกาสและสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกๆ ท่าน ที่ประสิทธิ์ ประสาทความรู้ ให้คำแนะนำ และแนวทางในการศึกษาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

ท้ายสุดนี้ ขอขอบคุณ คุณอุดม โขษฐิ์ยมพราย คุณกุลรัศมี นาคเพ่งพิศ คุณอนัญญา แก่นแก้ว และเพื่อนอันเป็นที่รักทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้ศึกษามาโดยตลอด และสำคัญเหนือสิ่งอื่นใด ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่สังัด เขียวบางยาง ที่ให้ความรัก และการอบรมเลี้ยงดู ให้กำลังใจและสนับสนุนการศึกษาครั้งนี้ จนประสบความสำเร็จด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มี พระคุณทุกท่าน และมหาวิทยาลัยนเรศวร สถาบันการศึกษานันทวงเกียรติยิ่ง

อภิศักดิ์ เขียวบางยาง

ชื่อเรื่อง	การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
ผู้ศึกษาค้นคว้า	อภิศักดิ์ เชื้อวบางยาง
ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
คำสำคัญ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับทุน และพฤติกรรมในการขอรับการสนับสนุนกองทุนฯ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการในสังกัดองค์กรภาคเอกชน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวม 400 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) หลังจากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทางสังคมศาสตร์ โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation) หาค่าไคส์แควร์ (Chi-square) ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ (LSD) และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว เป็นตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 256 คน รองลงมา เป็นระดับผู้บริหาร จำนวน 88 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน และเพศชาย จำนวน 168 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 166 คน รองลงมา ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 148 คน การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 290 คน รองลงมา ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 92 คน

การรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนฯ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือการรับรู้บทบาทของกองทุนฯ จากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนฯ จากโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้งด้านการตั้งใจรับข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนฯ จากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนฯ จากสื่อกลางแจ้ง ด้านความเข้าใจในข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนฯ จากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีความเข้าใจบทบาทของกองทุนฯ หลังจากได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่อแพรภาพและกระจายเสียง ด้านการเก็บรักษาข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การจดจำบทบาทของกองทุนฯ เมื่อได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจดจำบทบาทของกองทุนฯ เมื่อได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่อแพรภาพและกระจายเสียง

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภายนอก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ วิกฤตการณ์การท่องเที่ยว และปัจจัยภายใน ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ช่องทางในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว ในส่วนของพฤติกรรมขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของงานวิจัย	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
แผนการดำเนินการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
ปัญหาวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2552 - 2553.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	18
ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	35
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม....	36
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนใน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตอบบทบาท ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	40
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการ สนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	48
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจาก กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	50
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	51
5 บทสรุป.....	130
สรุปผลการวิจัย.....	130
อภิปรายผลการวิจัย.....	136
ข้อเสนอแนะ.....	140
บรรณานุกรม.....	142
ภาคผนวก.....	145
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	153

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงแผนการดำเนินการวิจัย.....	9
2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามองค์กรที่สังกัด.....	36
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการ.....	37
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง.....	38
5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	39
6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	39
7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด.....	40
8	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม.....	41
9	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเปิดรับข้อมูล.....	42
10	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล.....	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
11	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ของ องค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านความเข้าใจใน ข้อมูล.....	45
12	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ของ องค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเก็บรักษา ข้อมูล.....	46
13	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลใน ต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณาในภาพรวม.....	48
14	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลใน ต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณาปัจจัยภายนอก.....	49
15	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลใน ต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณาปัจจัยภายใน.....	50
16	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรรมการขอรับการสนับสนุนจาก กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	51
17	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามองค์กรที่สังกัด.....	53
18	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนก ตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	61
20	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนก ตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	67
21	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนก ตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	73
22	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนก ตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	78
23	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามประเภทกิจการ.....	83
24	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	86
25	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนก ตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	90
26	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนก ตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	94
27	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนก ตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	103
29	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามตำแหน่ง.....	107
30	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	108
31	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	108
32	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	109
33	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	110
34	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	110
35	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามเพศ.....	111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามอายุ.....	112
37	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	113
38	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา.....	114
39	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	115
40	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	116
41	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	117
42	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	118
43	แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD.....	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
44	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	121
45	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	126
46	แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.....	128



สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบตามแนวคิด.....	6
2	ความหมายของการรับรู้.....	23
3	กระบวนการของการรับรู้.....	24



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นแหล่งรายได้นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค แต่ที่ผ่านมามีเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างรุนแรง และยิ่งถูกซ้ำเติมด้วยโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ที่แพร่ระบาดในหลายประเทศ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจทุกประเภท โดยมีแนวโน้มว่า การฟื้นตัวของเศรษฐกิจจะใช้ระยะเวลานานพอสมควร ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่ออัตราการลดลงของอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ค่าใช้จ่ายสูงแล้วยังส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยงอีกด้วย

ผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปี พ.ศ. 2552 ที่ผ่านมามีทำให้ขีดความสามารถในการบริโภคของประชาชนลดต่ำลง และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคโดยต่างหันมาทำการออมใช้จ่ายอย่างประหยัดขึ้นซึ่งหมายถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเช่นกัน ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบจากการหดตัวของความต้องการในภาพรวมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในหลายประเทศ จากการประมาณการผลกระทบที่เกิดขึ้น พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวจะต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 14 ล้านคน และ 505,000 ล้านบาท โดยพิจารณาจากสถิตินักท่องเที่ยวในปี 2552 ตัวเลขของเดือนพฤษภาคม (-21.19%) เดือนมิถุนายน (-17.34%) เดือนกรกฎาคม (-14.18%) เดือนสิงหาคม (-5.42%) เดือนกันยายน (+16.88%) เดือนตุลาคม (+10.51%) เดือนพฤศจิกายน (+26.34%) และล่าสุดเดือนธันวาคม (+41.09%) ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปีนี้นับถึงเดือนธันวาคม 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 14,094,631 คน เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว มีจำนวน 14,584,220 คน พบว่าลดลงร้อยละ 3.36 ทำให้มีรายได้ลดลงประมาณ 7,878 - 21,515 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

ผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้ประกอบการภาคเอกชน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม และที่พักได้รับผลกระทบมากที่สุด (สูญเสียรายได้ 2.3 - 6.2 พันล้านบาท) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า และของที่ระลึก (สูญเสียรายได้ 1.9 - 5.1 พันล้านบาท) และธุรกิจร้านอาหาร และเครื่องดื่ม (สูญเสียรายได้ 1.4 - 3.9 พันล้านบาท) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

ต่อเนื่องในช่วงต้นปี พ.ศ. 2553 กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) หรือมีอบเสื่อแดงปิดแฉกราชประสงค์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญ อย่างแท้จริงหลายส่วน ไม่ว่าจะเป็นอาคารสำนักงานของบริษัทข้ามชาติ และบริษัทไทยขนาดใหญ่ โรงแรมระดับ 5 ดาว ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของประเทศ ผลกระทบจากการชุมนุมที่เปลี่ยนสนามการค้าเป็นสนามรบในครั้งนี้นับลงไปมากกว่าจะประเมินผลกระทบเพียงแคความสูญเสียรายได้ของศูนย์การค้าย่านราชประสงค์เพียงเท่านั้น แต่ยังกระทบไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมในย่านราชประสงค์ และใกล้เคียงที่ต้องสูญเสียรายได้วันละ 174 ล้านบาท หรือผลกระทบกับรายได้ความเป็นอยู่ของพนักงานห้างและโรงแรม รวม 24,000 คน จนต้องออกมาขอให้ภาครัฐเยียวยาทั้งเงินช่วยเหลือและเงินกู้ให้กับภาคผู้ประกอบการ คิดเป็นเงินเกือบ 6,000 ล้านบาท ผลกระทบจากการที่ต้องสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นหลักหมื่นล้านบาท จากการที่นักท่องเที่ยวไม่เดินทางเข้าประเทศไทย

กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 กำหนดให้จัดตั้งกองทุนขึ้นในสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยให้โอนเงินทรัพย์สินและหนี้สินของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ตามระเบียบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ว่าด้วยการจัดการเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2548 มาเป็นเงินของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามพระราชบัญญัตินี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกองทุนหมุนเวียนในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะด้านการบริหาร การตลาด หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 มาตรา 25 กำหนดให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยบริหารงานโดยคณะกรรมการบริหารกองทุน ประกอบด้วย

1. ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นประธานกรรมการ
2. อธิบดีกรมบัญชีกลาง เป็นกรรมการ
3. ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกรรมการ
4. อธิบดีกรมส่งเสริม

การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นกรรมการ 5. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกรรมการ 6. ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกรรมการ 7. ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง จำนวนไม่เกิน 7 คน ที่แต่งตั้งจากผู้มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ การเงิน การคลัง หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมการ ให้ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแต่งตั้งข้าราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นเลขานุการ และผู้ช่วยเลขานุการ โดยหน่วยงานของรัฐสามารถขอรับการสนับสนุนจากกองทุนได้ในลักษณะเงินอุดหนุนให้กู้ยืมที่ดำเนินการตามนโยบายหรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมทั้งแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถขอรับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมหรือสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารกองทุนอาจกำหนดให้หน่วยงานหรือองค์กรที่ขอรับการสนับสนุนสมทบเงินแรงงานหรือทรัพย์สินในสัดส่วนที่คณะกรรมการเห็นสมควร (กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย, 2552)

ดังนั้น ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ และปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว ซึ่งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง เกิดปัญหาการจ้างงาน ผู้ประกอบการขาดสภาพคล่องในการบริหารงานและขาดเงินทุนหมุนเวียนในระบบ การช่วยเหลือของภาครัฐในการสนับสนุนเงินทุนจึงเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเหลือให้องค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถฟื้นฝ่าอุปสรรคนี้ไปได้ แต่ปัญหาที่ผ่านมานหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่รู้จักรองทุนเพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยวอย่างดีพอ และไม่รู้จักบทบาทที่แท้จริง ทำให้กองทุนฯ เปรียบเสมือนหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นให้มีตามกฎหมายเท่านั้น ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์บทบาทและภารกิจให้ทราบอย่างทั่วถึงทำให้ภาคส่วนต่างๆ อาจเสียประโยชน์ในส่วนนี้ หรืออาจต้องปิดตัวลงเพราะไม่สามารถหาเงินทุนมาบริหารกิจการต่อได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การสร้างการรับรู้ให้กับองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทราบถึงบทบาทของกองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย อย่างชัดเจน กว้างขวาง และต่อเนื่องนั้น จะเป็นการช่วยผลักดันให้ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกิดความเข้มแข็งและยังเป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น

จากข้อมูลสถิติขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงวันที่ 19 มีนาคม 2553 จะเห็นว่า มีหน่วยงานจากภาคส่วนต่างๆ เข้ามาขอรับการสนับสนุนเพียง 11 โครงการ และได้รับอนุมัติเงินงบประมาณให้ดำเนินโครงการเพียง 2 โครงการ งบประมาณรวมเพียง 304,000 บาท (สามแสนสี่พันบาทถ้วน) ซึ่งเห็นว่า หน่วยงานต่างๆ ได้รับการสนับสนุนในช่วงวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวในช่วงปีที่ผ่านมา น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ขอรับการสนับสนุนและงบประมาณที่ขอ (กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย, 2552)

ปัญหาดังกล่าว อาจเกิดจากการรับรู้ของหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และโดยเฉพาะองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ต่อบทบาท วัตถุประสงค์ หลักการและแนวทางการสนับสนุนของกองทุนฯ ที่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร รวมไปถึงช่องทางการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่เข้าถึงเป้าหมายทุกกลุ่ม จึงทำให้มีหน่วยงานมาขอรับการสนับสนุนจำนวนน้อยและยังไม่ได้รับการอนุมัติ ซึ่งหน่วยงานอาจไม่ทราบถึงรายละเอียดในการจัดทำโครงการและรายละเอียดประกอบการพิจารณาอนุมัติจากกองทุนฯ เท่าที่ควรจะเป็น

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การสร้างการรับรู้ให้กับองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ทราบถึงบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยอย่างชัดเจน กว้างขวางและต่อเนื่องนั้น จะเป็นการช่วยผลักดันให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาทักษะด้านการบริหารการตลาด การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน การดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น การแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม การพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การศึกษาการค้นคว้า การวิจัยเชิงประยุกต์ การฝึกอบรม การประชุม การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้แก่ชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาและฟื้นฟู เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น การลงทุนและการประกอบกิจการในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่องยังยั้งเกิดความพร้อมในการแข่งขันกับตลาดท่องเที่ยวโลกได้อย่างแท้จริง

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

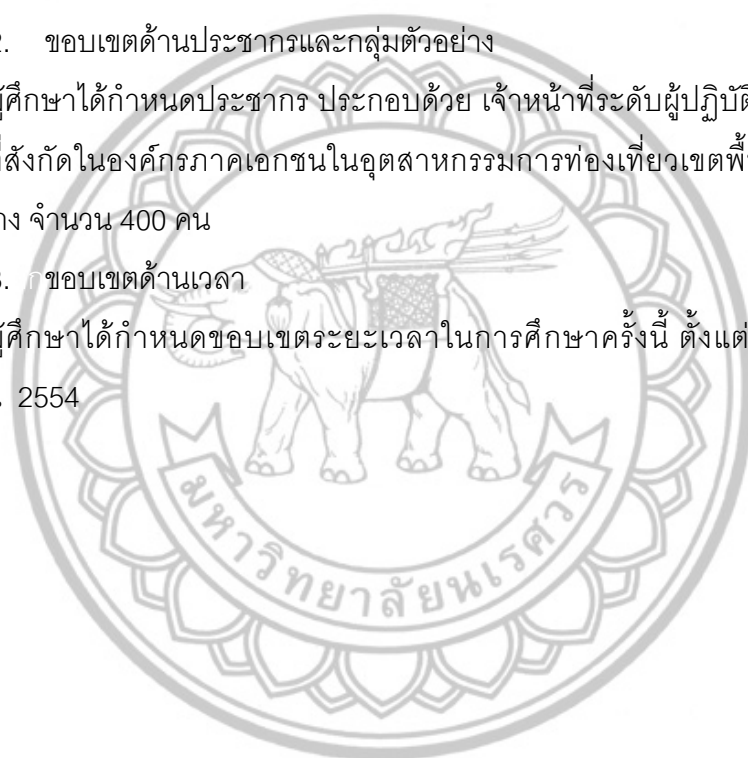
ผู้ศึกษาทำการศึกษาจากองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

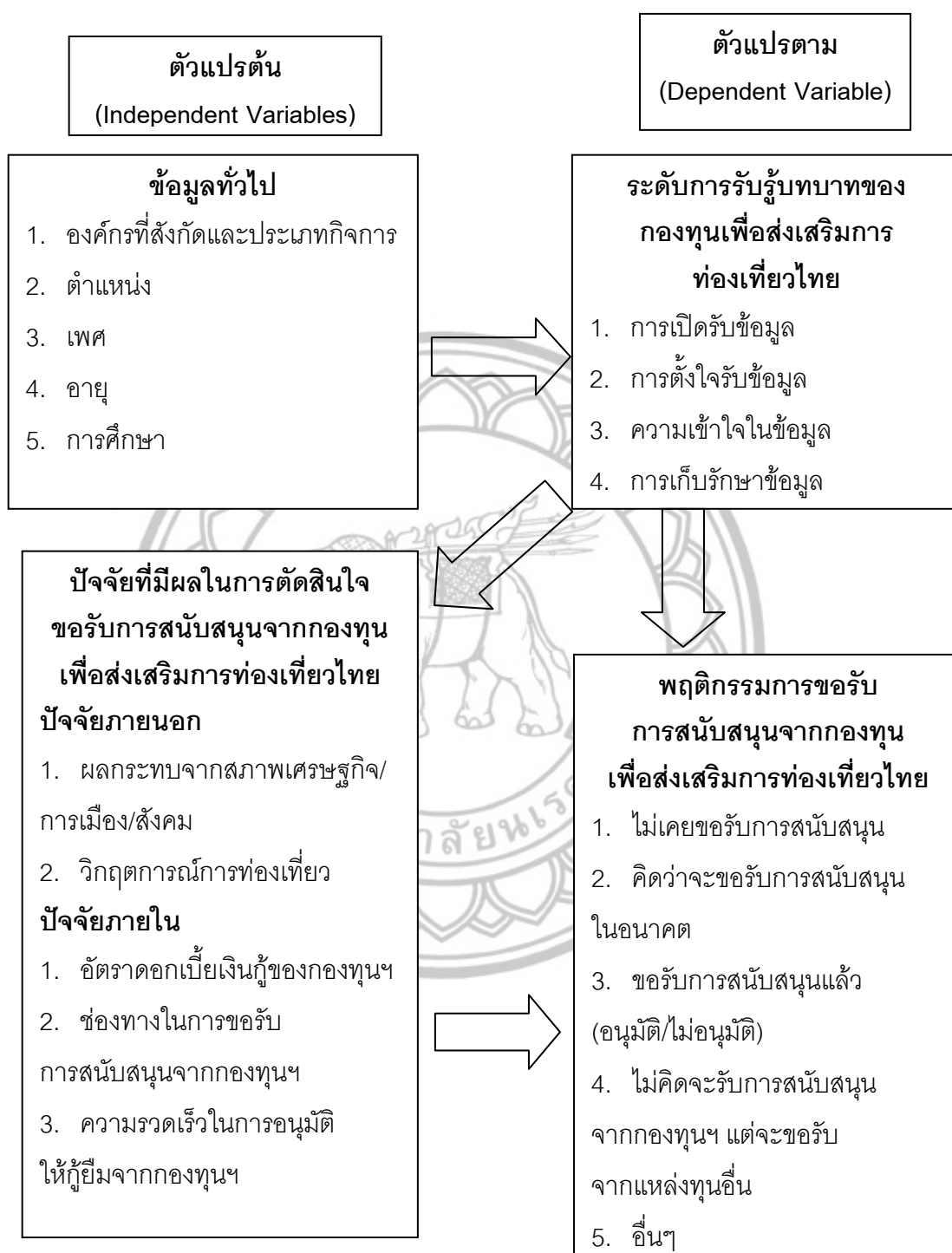
ผู้ศึกษาได้กำหนดประชากร ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ระดับผู้ปฏิบัติและเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร ที่สังกัดในองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 ถึงเมษายน 2554



กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบตามแนวคิด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยแตกต่างกัน
2. ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
3. ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
4. ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว หมายความว่า การจัดสร้างและพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาบริการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การสร้างและเผยแพร่ องค์ความรู้ทางการท่องเที่ยว การสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว หรือการอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม อันเป็นการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายความว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายความว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกฎหมายว่าด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยว หมายความว่า รวมถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีการจัดสร้างขึ้น

หน่วยงานของรัฐ หมายความว่า กระทรวง ทบวง กรม หรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นและมีฐานะเป็นกรม จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐที่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยว

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายความว่า องค์กรบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์กรบริหารส่วนตำบล กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้ง

องค์กรภาคเอกชน หมายความว่ารวมถึง สมาคม ชุมชน สหกรณ์ กลุ่ม บริษัท ที่จัดตั้งขึ้น จากภาคประชาชน โดยมุ่งแสวงหากำไรหรือไม่แล้วแต่วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

จังหวัด หมายความว่ารวมถึง กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา

กองทุน หมายความว่า กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

คณะกรรมการ หมายความว่า คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

คณะกรรมการบริหารกองทุน หมายความว่า คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย

ประชาชน หมายความว่า บุคคลชาวไทยที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป สามารถสื่อสารโดยพูดฟัง หรือเขียนภาษาไทยได้ อาศัยในเขตเมืองของทุกจังหวัดและทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ระดับนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

ก) 1.1 กำหนดนโยบาย แผนงานและแนวทางการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม ความรู้เกี่ยวกับบทบาท หลักการและแนวทางการสนับสนุนของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทยให้แก่ หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.2 ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย

1.3 ประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของหลักการและแนวทาง การสนับสนุนกองทุน การขอรับการสนับสนุน ขั้นตอนการพิจารณาและการสนับสนุนโครงการ การดำเนินงานโครงการ และการติดตามและประเมินผลหลังได้รับเงินทุน

1.4 ปรับปรุงแผนการดำเนินงานและยกระดับเกณฑ์ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน ตามแนวทางการดำเนินงานของกองทุนให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับวิธีการดำเนินการและมี มาตรฐานเพิ่มสูงขึ้น

2. ระดับปฏิบัติ

ผู้ปฏิบัติที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการจัดโครงการและกิจกรรม รวมถึงช่องทางในการส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความรู้เกี่ยวกับบทบาท หลักการและแนวทางการสนับสนุนกองทุน

การขอรับการสนับสนุน ขั้นตอนการพิจารณาและการสนับสนุนโครงการ การดำเนินงานโครงการ และการติดตามและประเมินผลหลังได้รับเงินทุน

แผนการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย 7 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2553 – เมษายน 2554

ตาราง 1 แสดงแผนการดำเนินการวิจัย

รายละเอียดกิจกรรม	2553				2554		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
1. ตรวจสอบโครงร่าง	↔						
2. ตรวจสอบสอบถาม	↔						
3. แจกแบบสอบถาม รวบรวมข้อมูล			↔				
4. วิเคราะห์ข้อมูล				↔			
5. สรุปผลงานวิจัย					↔		
6. ทำรูปเล่มบทที่ 1 – 5						↔	
7. ส่งรูปเล่มบทที่ 1 – 5 เพื่อตรวจ รูปแบบ เตรียมเสนอผลงาน							↔
8. เสนอผลงานการศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเอง							↔
9. ส่งรูปเล่มฉบับสมบูรณ์							↔

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการวิจัยเรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร และตำราที่เกี่ยวข้อง โดยมีหัวข้อ ดังนี้

1. ปัญหาวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2552 - 2553
2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัญหาวิกฤตการณ์การท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2552 - 2553

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นแหล่งรายได้นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค แต่ที่ผ่านมามีเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างรุนแรง และยิ่งถูกซ้ำเติมด้วยโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ที่แพร่ระบาดในหลายประเทศ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจทุกประเภท โดยมีแนวโน้มว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจะใช้ระยะเวลานานพอสมควร ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่ออัตราการลดลงของอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ค่อนข้างสูงแล้วยังส่งผลกระทบต่อการทำงานของภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยงอีกด้วย

ผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปี พ.ศ. 2552 ที่ผ่านมามีทำให้ขีดความสามารถในการบริโภคของประชาชนลดต่ำลง และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคโดยต่างหันมาทำการออมใช้จ่ายอย่างประหยัดขึ้น ซึ่งหมายถึง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเช่นกัน ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบจากการหดตัวของความต้องการในภาพรวมต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในหลายประเทศ จากการประมาณการผลกระทบที่เกิดขึ้น พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวจะต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่ 14 ล้านคน และ 505,000 ล้านบาท โดยพิจารณาจากสถิตินักท่องเที่ยวในปี 2552 ตัวเลขของเดือนพฤษภาคม

(-21.19%) เดือนมิถุนายน (-17.34%) เดือนกรกฎาคม (-14.18%) เดือนสิงหาคม (-5.42%) เดือนกันยายน (+16.88%) เดือนตุลาคม (+10.51%) เดือนพฤศจิกายน (+26.34%) และล่าสุดเดือนธันวาคม (+41.09%) ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปีนั้นนับถึงเดือนธันวาคม 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 14,094,631 คน เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว มีจำนวน 14,584,220 คน พบว่า ลดลงร้อยละ 3.36 ทำให้มีรายได้ลดลงประมาณ 7,878 - 21,515 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

ผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้ประกอบการภาคเอกชน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม และที่พักได้รับผลกระทบมากที่สุด (สูญเสียรายได้ 2.3 - 6.2 พันล้านบาท) รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า และของที่ระลึก (สูญเสียรายได้ 1.9 - 5.1 พันล้านบาท) และธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (สูญเสียรายได้ 1.4 - 3.9 พันล้านบาท) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

ต่อเนื่องในช่วงต้นปี พ.ศ. 2553 กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) หรือมีอบเลื่อแดงปิดแยกราชประสงค์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างแท้จริงหลายส่วน ไม่ว่าจะเป็นอาคารสำนักงานของบริษัทข้ามชาติ และบริษัทไทยขนาดใหญ่ โรงแรมระดับ 5 ดาว ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของประเทศ ผลกระทบจากการชุมนุมที่เปลี่ยนสนามการค้าเป็นสนามรบในครั้งนี้นับลึกลงไปกว่าจะประเมินผลกระทบเพียงแค่ความสูญเสียรายได้ของศูนย์การค้าแยกราชประสงค์เพียงเท่านั้น แต่ยังกระทบไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมในย่านราชประสงค์ และใกล้เคียงที่ต้องสูญเสียรายได้วันละ 174 ล้านบาท หรือผลกระทบกับรายได้ความเป็นอยู่ของพนักงานห้างและโรงแรม รวม 24,000 คน จนต้องออกมาขอให้ภาครัฐเยียวยาทั้งเงินช่วยเหลือและเงินกู้ให้กับภาคผู้ประกอบการคิดเป็นเงินเกือบ 6,000 ล้านบาท ผลกระทบจากการที่ต้องสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นหลักหมื่นล้านบาทจากการที่นักท่องเที่ยวไม่เดินทางเข้าประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ในการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีเนื้อหาที่จะกล่าวถึงประกอบด้วย 1. ความเป็นมา 2. วัตถุประสงค์ของกองทุน 3. การบริหารงานกองทุน 4. หลักการและแนวทางการสนับสนุนของกองทุน 5. การขอรับการสนับสนุน 6. ขั้นตอนการพิจารณาและสนับสนุนโครงการ 7. การดำเนินงานโครงการ 8. การติดตามและประเมินผล และ 9. ช่องทางการประชาสัมพันธ์กองทุน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ความเป็นมา

กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 กำหนดให้จัดตั้งกองทุนขึ้นในสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยให้โอนเงินทรัพย์สินและหนี้สินของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามระเบียบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยว่าด้วยการจัดการเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2548 มาเป็นเงินของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามพระราชบัญญัตินี้

วัตถุประสงค์ของกองทุน

กองทุนมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะด้านการบริหาร การตลาด หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น

การบริหารงานของกองทุน

ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 มาตรา 25 กำหนดให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย บริหารงานโดยคณะกรรมการบริหารกองทุน ประกอบด้วย

1. ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นประธานกรรมการ
2. อธิบดีกรมบัญชีกลาง เป็นกรรมการ
3. ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นกรรมการ
4. อธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นกรรมการ
5. ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกรรมการ
6. ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นกรรมการ

7. ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้ง จำนวนไม่เกิน 7 คน ที่แต่งตั้งจากผู้มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ การเงิน การคลัง หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมการ ให้ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแต่งตั้งข้าราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นเลขานุการและผู้ช่วยเลขานุการ

หลักการและแนวทางการสนับสนุนของกองทุน

1. ขอบเขตการใช้จ่ายของกองทุน

1.1 เป็นเงินอุดหนุนหรือเงินให้กู้ยืมแก่หน่วยงานของรัฐเพื่อนำไปใช้ดำเนินงานตามนโยบาย หรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมทั้งแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

1.2 เป็นค่าใช้จ่ายในการช่วยเหลือหรือสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมทั้งเพื่อสนับสนุนการศึกษา การค้นคว้า การวิจัย การฝึกอบรม การประชุม การประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่ข้อมูล

1.3 เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารกองทุน

2. คุณสมบัติผู้มีสิทธิขอรับการสนับสนุน

2.1 หน่วยงานหรือองค์กรที่มีสิทธิจะขอรับการสนับสนุนจากกองทุนได้ในลักษณะต่อไปนี้

2.2 หน่วยงานของรัฐ สามารถขอรับการสนับสนุนจากกองทุนได้ทั้งในลักษณะเงินอุดหนุนหรือเงินให้กู้ยืมที่ดำเนินการตามนโยบายหรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ รวมทั้งแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.3 หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถขอรับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมหรือสนับสนุนการท่องเที่ยว ทั้งนี้ คณะกรรมการบริหารกองทุนอาจกำหนดให้หน่วยงานหรือองค์กรที่ขอรับการสนับสนุนสมทบเงิน แรงงานหรือทรัพย์สินในสัดส่วนที่คณะกรรมการเห็นสมควร

กรณีเป็นชุมชนต้องมีเอกสารที่แสดงความเป็นชุมชน (ตามระเบียบคณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยว่าด้วยหลักเกณฑ์ วิธีการ และลำดับความสำคัญ ในการใช้จ่ายเงินกองทุนฯ พ.ศ. 2552 ข้อ 4) โดยมีระเบียบหรือเอกสารที่ชัดเจนและมีเอกสารรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. ลักษณะของโครงการที่ขอรับการสนับสนุน

โครงการหรือกิจกรรมที่จะได้รับการสนับสนุนจากกองทุนในลักษณะเงินอุดหนุน หรือเงินให้กู้ยืมต้องเป็นโครงการหรือกิจกรรมในลักษณะดังต่อไปนี้

3.1 การแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม

3.2 การพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

3.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่

3.4 การศึกษา การค้นคว้า การวิจัยเชิงประยุกต์ การฝึกอบรม การประชุม การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูล

3.5 การเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.6 การสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว

3.7 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

3.8 การดำเนินโครงการหรือกิจกรรมใดๆ เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่คณะกรรมการบริหารกองทุนเห็นสมควรสนับสนุนในลักษณะเงินอุดหนุนหรือเงินให้กู้ยืม

4. โครงการที่อยู่ในข่ายที่จะได้รับการสนับสนุน

4.1 เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ว่าด้วย หลักเกณฑ์ วิธีการ และลำดับความสำคัญในการใช้จ่ายเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2552

4.2 สอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติและหรือแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว และหรือยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดและหรือยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

4.3 เป็นโครงการนำร่อง และขยายผลไปสู่พื้นที่อื่นต่อไปได้

5. ลำดับความสำคัญในการสนับสนุนของกองทุน

คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจะกำหนดลำดับความสำคัญในการสนับสนุนโครงการการพิจารณาเงินอุดหนุนหรือเงินให้กู้ยืมให้สอดคล้องกับนโยบายและหรือสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

6. วงเงินที่ให้การสนับสนุน

คณะกรรมการบริหารกองทุนเป็นผู้พิจารณาตามความจำเป็นและเหมาะสมของโครงการหรือกิจกรรม โดยคณะกรรมการอาจจัดสรรอนุมัติให้ในรูปแบบเงินอุดหนุนหรือเงินให้กู้ยืมทั้งโครงการหรือบางส่วน หรือเป็นการสมทบบางส่วนแก่หน่วยงานหรือองค์กรที่ขอรับการสนับสนุนตามความเหมาะสมก็ได้

7. อัตราดอกเบี้ยและการชำระคืนเงินกู้

7.1 อัตราดอกเบี้ย

- ปีที่ 1 - 2 คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ MLR - 3 ต่อปี
- ปีที่ 3 - 5 คิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ MLR - 1 ต่อปี

7.2 ระยะเวลาการชำระคืนเงินกู้ ไม่เกิน 5 ปี โดยชำระเป็นรายปี หรือตามที่คณะกรรมการพิจารณาเห็นชอบ

7.3 โครงการที่ขอรับเงินกู้ยืมทุกโครงการ ต้องแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดรายได้หรือผลตอบแทนที่สามารถชำระคืนได้

การขอรับการสนับสนุน

หน่วยงานหรือองค์กรที่มีความประสงค์และขอรับการสนับสนุนจะต้องจัดทำโครงการหรือกิจกรรม และรายละเอียดตามระเบียบกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยว่าด้วย หลักเกณฑ์

วิธีการ เงื่อนไข และลำดับความสำคัญในการใช้จ่ายเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2552 และแบบขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งขอรับแบบขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนได้จาก

1. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เลขที่ 4 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100 โทรศัพท์ 0 2283 1500 ต่อ 1618 หรือ 0 2356 0738 โทรสาร 0 2356 0738

2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดทั่วประเทศ

3. ดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา www.mots.go.th

หน่วยงานหรือองค์กรที่มีความประสงค์จะขอรับการสนับสนุนจากกองทุนจะต้องจัดส่งแบบขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จัดส่งได้ด้วยตนเอง หรือทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

ประธานคณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

เลขที่ 4 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100

ขั้นตอนการพิจารณาและการสนับสนุนโครงการ

เมื่อกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รับแบบขอรับการสนับสนุนงบประมาณของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากหน่วยงานหรือองค์กรที่ขอรับการสนับสนุนแล้ว มีขั้นตอนการพิจารณา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความครบถ้วนของเอกสาร เช่น รายละเอียดตามแบบขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย วงเงินและประเภทโครงการที่ขอรับการสนับสนุน แบบสรุปรายการก่อสร้าง ปริมาณงานและประมาณการค่าใช้จ่าย การได้รับความยินยอมหรือความเห็นชอบให้ใช้พื้นที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจตามกฎหมาย (ถ้ามี) แผนการใช้จ่ายเงินและแผนการบริหารจัดการโครงการในระยะต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 คณะอนุกรรมการกลั่นกรองโครงการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณาความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ และความเหมาะสมของแบบขอรับการสนับสนุนกับวัตถุประสงค์ นโยบาย และหลักเกณฑ์การสนับสนุนของกองทุน ความสามารถในการชำระคืนเงินให้กู้ยืม และพิจารณาเนื้อหาความเหมาะสมของโครงการตามเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการบริหารกองทุนพิจารณา

ขั้นตอนที่ 3 คณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยพิจารณาอนุมัติสนับสนุนงบประมาณ ซึ่งผลการพิจารณาของคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ ถือเป็นขั้นสิ้นสุด

ผู้ขอรับการสนับสนุนจะได้รับการแจ้งผลการอนุมัติ และโอนงบประมาณตามแผนการใช้จ่ายเงินตามแบบขอรับการสนับสนุนงบประมาณของกองทุนที่เสนอมา

การดำเนินงานโครงการ

ให้องค์กรหรือหน่วยงานที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนต้องรับผิดชอบและใช้จ่ายเงินดังกล่าวให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารกองทุนเท่านั้น โดยต้องถือปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการบริหารกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยว่าด้วย หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และลำดับความสำคัญในการใช้จ่ายเงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2552 และดำเนินการตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย การพัสดุ โดยอนุโลม

การติดตามและประเมินผล

1. การติดตาม

ให้หน่วยงานหรือองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนจะต้องมีการติดตามและนิเทศงานอย่างต่อเนื่อง และรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการ ตามแบบรายงานที่กำหนดและต้องมีการประเมินผลการดำเนินโครงการตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีขั้นตอนการรายงาน ดังนี้

ก 1.1 ให้หน่วยงานหรือองค์กรที่ได้รับการสนับสนุน จัดส่งรายงานผล การดำเนินงานให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยทุกไตรมาสจนกว่าจะเสร็จสิ้นโครงการและจะต้องรายงานการใช้จ่ายงบประมาณ เมื่อเสร็จสิ้นโครงการหรือกิจกรรมแล้ว ภายใน 30 วัน โดย

ก 1.1.1 ไตรมาสที่ 1 จัดส่งรายงานผลการดำเนินงานภายในวันที่ 15 มกราคม

ก 1.1.2 ไตรมาสที่ 2 จัดส่งรายงานผลการดำเนินงานภายในวันที่ 15 เมษายน

ก 1.1.3 ไตรมาสที่ 3 จัดส่งรายงานผลการดำเนินงานภายในวันที่ 15 กรกฎาคม

ก 1.1.4 ไตรมาสที่ 4 จัดส่งรายงานผลการดำเนินงานภายในวันที่ 15 ตุลาคม

ก 1.2 การติดตามการดำเนินงานโครงการโดยการนิเทศงานเพื่อให้เห็นผลการดำเนินงาน และให้คำแนะนำในการดำเนินโครงการให้สามารถดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนงานและเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการติดตามผลโดยการนิเทศงานแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

ก 1.2.1 การนิเทศงานโดยผู้บริหารหน่วยงานหรือองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเพื่อควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนงานอย่างถูกต้องและสมบูรณ์ ซึ่งต้องมีการนิเทศงานอย่างต่อเนื่อง และให้มีการรายงานผล การนิเทศงานพร้อมกับรายงานผลการติดตามทุกไตรมาส

ก 1.2.2 การนิเทศงานโดยคณะอนุกรรมการติดตามฯ เป็นการนิเทศโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งจะพิจารณาจากโครงการที่มี

ขนาดใหญ่ หรือเป็นโครงการที่มีลักษณะพิเศษ หรือเป็นโครงการที่พบปัญหาในการดำเนินงาน ทั้งนี้ จะมีแผนการนิเทศงานฯ อย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง

1.2.3 การนิเทศโดยคณะกรรมการบริหารกองทุนฯ เป็นการนิเทศโครงการที่มีขนาดใหญ่ หรือโครงการที่คาดว่าจะเกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจน หรือเป็นโครงการที่มีลักษณะพิเศษ หรือเป็นโครงการที่พบปัญหาในการดำเนินงาน ทั้งนี้ จะมีแผนการนิเทศงานฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

2. การประเมินผล

เป็นการประเมินเพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ ประสิทธิภาพ และผลกระทบของการดำเนินโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยอาจกำหนดให้หน่วยงานหรือองค์กรที่ได้รับการสนับสนุน จัดให้มีการประเมินผลโครงการเฉพาะโครงการสำคัญ บางโครงการ ในส่วนของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จะจัดให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของโครงการต่างๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อเป็นข้อมูลในการปรับทิศทางการดำเนินงานและแนวทางการให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานหรือองค์กรที่ขอรับการสนับสนุนจากกองทุน

ช่องทางการประชาสัมพันธ์กองทุน

1. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในพื้นที่ 4 ภาค
 - ครั้งที่ 1 ภาคกลาง วันพฤหัสบดี 30 กรกฎาคม 2552 เวลา 14.00 น. ณ ห้องบอลรูม 2 ชั้น 3 โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร
 - ครั้งที่ 2 ภาคเหนือ วันจันทร์ที่ 10 สิงหาคม 2552 เวลา 09.30 น. ณ ห้องจ่าปาลาว โรงแรมโพธิ์หวดรีสอร์ท แอนด์ สปา ตำบลริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
 - ครั้งที่ 3 ภาคใต้ วันจันทร์ที่ 17 สิงหาคม 2552 เวลา 09.30 น. ณ ห้องจามจุรี 1 โรงแรมภูเก็ตเมอร์ลิน จังหวัดภูเก็ต
 - ครั้งที่ 4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วันจันทร์ที่ 31 สิงหาคม 2552 เวลา 09.30 น. ณ ห้องอรพิม โรงแรมสีมาธานี จังหวัดนครราชสีมา

ทั้งนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมในแต่ละครั้งประกอบด้วยผู้บริหารกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เจ้าหน้าที่กองทุน ผู้แทนจากส่วนราชการต่างๆ ในพื้นที่ ผู้แทนจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ สื่อมวลชน และผู้แทนจากองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

2. เว็บไซต์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา www.mots.go.th

3. เอกสารคู่มือกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซีดีรอม แผ่นพับ ป้ายไวนิล และโปสเตอร์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดความสำคัญของปัญหาในการวิจัย

และเพื่อชี้ให้เห็นถึงช่องทาง และกฎระเบียบในการขอรับการสนับสนุน รวมทั้งช่องทาง การประชาสัมพันธ์บทบาทของกองทุนที่ผ่านมา เนื่องจากระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทยจะส่งผลต่อพฤติกรรมของการขอรับการสนับสนุนจากกองทุน

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

ในการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ มีเนื้อหาที่จะกล่าวถึง ประกอบด้วย 1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์ และ 2. การวางแผนประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานไปยังกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประสามติที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานด้วย ความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540, หน้า 120) และเป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เช่น ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชน ต่างๆ อันจะมีส่วนก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน (วิรัช อภิวรรณกุล, 2540, หน้า 21) และการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน เจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการนั้น (เสกสรร สายสีเสด, 2540, หน้า 2) เพื่อส่งเสริมความเข้าใจ อันถูกต้องต่อกัน การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการบริหารหรือการจัดการที่ หน่วยงาน สถาบัน องค์กร บุคคล หรือกลุ่มบุคคลควรจัดให้มีขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจความนิยม และการสนับสนุนจากประชาชน (อัศวฤทธิ์ นัยรัตน์, 2540, หน้า 18) รวมถึงเป็นการสร้างสัมพันธ์ อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและ ความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อกัน ตลอดจนการยอมรับและสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน (จารุวรรณ อรุณฤกษ์, 2540, หน้า 9)

สรุป การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้อง โดยการติดต่อสื่อสารและจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านั้น มีพฤติกรรม ไปในทิศทางที่ส่งเสริมความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ

2. การวางแผนประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการวางแผน หมายถึง การกำหนด การตัดสินใจและการดำเนินการอย่างมี ระเบียบ มีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การวางแผนมิใช่แต่เพียงเป็นการกำหนด การปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการแสวงหาเหตุผลของอุปสรรค และปัญหา ตลอดจน เป็นการเตรียมการแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น

- 2.1 เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธุ์
- 2.1.1 ความเจริญก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- 2.1.2 จำนวนการเพิ่มของประชากร
- 2.1.3 การขยายตัวและการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ซึ่งรวมทั้งเวลาการว่าจ้างแรงงาน วัตถุประสงค์ การแข่งขันด้านการตลาด
- 2.1.4 การขยายตัวของธุรกิจจากเขตเมืองไปสู่ชนบทและการอพยพของประชาชนจากถิ่นหนึ่งไปสู่อีกถิ่นหนึ่ง
- 2.1.5 ความจำเป็นทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงของนโยบายของรัฐบาลชุดต่างๆ
- 2.1.6 การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจการเมืองของโลกอันมีผลต่อเสถียรภาพและความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ
- 2.1.7 ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อองค์การในฐานะที่องค์การเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
- 2.1.8 ความรับผิดชอบขององค์การต่อสังคมในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
- 2.1.9 เพื่อเป็นการเตรียมการขอความร่วมมือ และประสานงานจากฝ่ายต่างๆ ในการปฏิบัติการ
- 2.1.10 การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตและทัศนคติของประชาชนในสังคม
- 2.2 ปรัชญาของการประชาสัมพันธุ์ ประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้
- 2.2.1 การประชาสัมพันธุ์ เป็นการดำเนินงานที่ฝ่ายบริหารหรือการจัดการจะต้องให้ความเอาใจใส่ดูแลต่อความสนใจของประชาชนเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเรื่องใดที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับองค์การ อันได้แก่ ความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค
- 2.2.2 การประชาสัมพันธุ์เป็นการแสดงออกของการตัดสินใจในนโยบายขององค์การ เนื่องจากทุกองค์การสถาบันต่างมีนโยบายโดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้กำหนดออกมา เพื่อให้ฝ่ายจัดการใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติหรือแก้ไขปัญหาอันอาจเกิดขึ้น นโยบายนี้ได้ครอบคลุมหน้าที่และการทำงานไว้อย่างกว้างๆ ในการที่จะให้การประชาสัมพันธุ์ประสบ

ความสำเร็จได้นั้น นโยบายการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดเรื่องหนึ่งของการตัดสินใจ กำหนดนโยบายขององค์กร

2.2.3 การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำซึ่งแสดงออกถึงการมีนโยบายที่ดี การที่มีผู้บริหารได้มีการตัดสินใจในนโยบายขององค์กร เพื่อที่จะให้องค์กรสถาบันได้บรรลุ เป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้นั้นจะต้องมีการบอกกล่าวและมีการกระทำอันแสดงถึง เจตนาขององค์กรเพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจ กล่าวคือ เป็นการเอานโยบายมาแปลง เป็นการปฏิบัติ จากนโยบายซึ่งเป็นนามธรรมมีการปฏิบัติเป็นโครงการและแผนงานซึ่งเป็นรูปธรรม ให้ประชาชนได้เห็นได้ทราบหรือได้สัมผัสด้วยตนเอง เพื่อให้เข้าใจได้ชัดเจนขึ้น

2.2.4 การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารเป็นการติดต่อ 2 ทาง ระหว่างองค์กร คือ ผู้บริหารกับสาธารณชน โดยที่ผู้บริหารได้มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ความมั่นใจต่างๆ จากประชาชน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะทำให้สามารถสืบ ทราบข้อบกพร่องของการติดต่อสื่อสาร จะช่วยให้ฝ่ายบริหารได้ทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย อธิบายหรือสนับสนุนส่งเสริมนโยบายขององค์กรให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและเข้าใจสิ่งที่ สำคัญที่สุดในการทำ คือ การบริหารงานบุคคลซึ่งจำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธีและจิตวิทยาการสร้าง มนุษย์สัมพันธ์ และขวัญกำลังใจที่ดีของพนักงานในองค์กร สร้างบรรยากาศในการทำงาน สร้างความรู้สึกให้ทุกคน ได้ตระหนักถึงความสำคัญของตัวเองและการมีส่วนร่วม ตลอดจน ความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรู้สึกสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบ สิ่งเหล่านี้จะเป็นไปได้ จำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธี ในการสื่อสารกับกลุ่มประชาชนกลุ่มต่างๆ ให้ถูกต้องตามกาลเทศะ และโอกาส สภาพแวดล้อม

2.3 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 2 วิธี คือ

2.3.1 การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

2.3.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร

2.4 ตัวอย่างวัตถุประสงค์ของแผนการประชาสัมพันธ์

2.4.1 ทำเพื่อความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงนโยบายขององค์กร

2.4.2 เพื่อแก้การเข้าใจผิดของประชาชนที่มีผลกระทบต่อองค์กร

2.4.3 เพื่อให้ประชาชนได้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ในความก้าวหน้าของ โครงการและการทำงานขององค์กร

2.4.4 พัฒนาความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือสิ่ง ใหม่ๆ ในองค์กร

2.4.5 เพื่อแก้ความกินแหนงแคลงใจหรืออคติที่เกิดจากความไม่เข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการกระทำขององค์กร อันมีผลกระทบต่อความสนใจในท้องถิ่นนั้นๆ

2.4.6 เพื่อเป็นการสนับสนุน และดึงดูดใจ หาผู้ที่มีความสามารถร่วมงาน

2.4.7 เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้ส่งให้กระชับขึ้น

2.4.8 เพื่อให้ทราบถึงเจตนารมณ์ขององค์กรในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ

ของสังคมและชุมชนในสังคม อันแสดงถึงความรู้สึกรักในความรับผิดชอบต่อสังคม

2.5 วิธีการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับรายงานว่าได้ผล พอจะประมวลได้ ดังนี้

2.5.1 จัดประชุมชี้แจงและรายงานผลโครงการ

2.5.2 จัดรายการวิทยุเพื่อการประชาสัมพันธ์

2.5.3 จัดทำ spot วิทยุและโทรทัศน์รายการต่างๆ

2.5.4 การประชาสัมพันธ์โดยหน่วยโสตทัศนศึกษา

2.5.5 จัดแถลงข่าว

2.5.6 จัดประกวดเขียนคำขวัญ ร้องเพลง และการเขียนภาพที่เกี่ยวกับเนื้อหาของการรณรงค์

2.5.7 มอบรางวัลแก่ผู้ปฏิบัติงาน อาสาสมัคร และผู้เรียนดีเด่น

2.5.8 จัดทำสติ๊กเกอร์ คำขวัญเชิญชวน

2.5.9 จัดทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.5.10 จัดนิทรรศการในการประชุมสัมมนา

2.5.11 อาศัยสื่อบุคคลเชิญชวน

2.6 สื่อและการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การที่หน่วยงาน สถาบัน องค์กรจะสร้างความเข้าใจหรือศรัทธาให้แก่ประชาชนได้นั้น มีความจำเป็นต้องมีสื่อ เป็นตัวกลางหรือตัวนำสิ่งที่ต้องการบอกกล่าวไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (ระเด่น ทักษณา, 2543, หน้า 49) และ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีความเห็นสอดคล้องกัน สรุปการแบ่งสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ประเภท ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540, หน้า 99)

2.6.1 สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร แผ่นพับ และเอกสารสิ่งพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น

2.6.2 สื่อประเภทพูด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เครื่องขยายเสียง แถบเสียง แผ่นเสียง

2.6.3 สื่อประเภทภาพและเสียง ได้แก่ โทรทัศน์ วีดีทัศน์ และภาพยนตร์

2.6.4 สื่อประเภทภาพสัญลักษณ์ ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบปปลิว

2.6.5 สื่อเบ็ดเตล็ดอื่นๆ ได้แก่ การบรรยาย การอบรม การสนทนา การประชุม การตอบปัญหา การแข่งขัน การจัดนิทรรศการ การแสดงการเยี่ยมชม การประกวดประเภทต่างๆ การส่งจดหมายตรงไปยังผู้รับ ตลอดจนการทำปฏิทินและของชำร่วย

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เช่น ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนต่างๆ อันจะมีส่วนก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน โดยก่อนการที่ประชาชนผู้บริโภคจะตัดสินใจเชื่อหรือกระทำการสิ่งใดการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับรู้ รับฟังข้อมูลของสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยการวิจัยนี้จะทำการศึกษาการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งจะทำให้ทราบแนวทางการสร้างการรับรู้ต่อบทบาท วัตถุประสงค์ หลักการ และแนวทางการสนับสนุนของกองทุนฯ และนำไปพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและประชาสัมพันธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ก็เป็นกระบวนการหนึ่งของการรับรู้และมีผลต่อการตัดสินใจเช่นเดียวกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้ในส่วนของการวางแผนประชาสัมพันธ์และการเลือกใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเครื่องมือการวัดระดับการรับรู้จากช่องทางการประชาสัมพันธ์บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้จัดทำขึ้นว่า มีประสิทธิภาพเพียงใด

ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ในการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ มีเนื้อหาที่จะกล่าวถึงประกอบด้วย 1. ความหมายของการรับรู้ 2. กระบวนการของการรับรู้ 3. ขั้นตอนของการรับรู้ 4. ระดับของการรับรู้ และ 5. ประเภทของการรับรู้ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

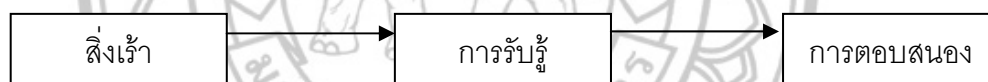
ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการของการที่เราได้สัมผัสได้ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หมายถึง การแปลหรือตีความหมายการรับรู้ ความรู้สึกที่ได้ออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายหรือที่เราได้รู้ถึงที่เราเข้าใจ (ประนอม สโรธมาน, 2520, หน้า 52) และเป็นอาการสัมผัสที่มีความหมายและการรับรู้เป็นการแปลหรือตีความแห่งการรับสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย อันเป็นสิ่งที่

รู้จัก และเข้าใจกันในการแปลหรือตีความหมายของการสัมผัสนั้นจำเป็นที่อินทรีย์จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมหรือความชัดเจนมาแต่หนหลัง (สมัย จิตหมวด, 2520, หน้า 100) นอกจากนี้ การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางสมองในการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมผัสทำให้ทราบว่า สิ่งเร้าที่เราสัมผัสนั้น เป็นอะไรมีลักษณะอย่างไรและมีความหมายอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์เดิมช่วยในการแปลความหมายออกมา (วารินทร์ สายโอบเอื้อ และสุนีย์ ธีรดากร, 2522, หน้า 37) และยังหมายถึง กระบวนการตีความสิ่งเร้าจากการสัมผัสของอวัยวะต่างๆ ทั้งนี้ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิมหรือการเรียนรู้หรือการคิดอีกด้วย (ไพบุลย์ เทวรักษ์, 2523, หน้า 22)

สุรางค์ จันทรเอม ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้เป็นข้อๆ ดังนี้ (สุรางค์ จันทรเอม, 2524, หน้า 107)

1. การรับรู้ คือ การจัดระบบการรวบรวมและตีความหมายจากการสัมผัส
2. การรับรู้ คือ กระบวนการที่สิ่งมีชีวิตรับเอาเรื่องราวต่างๆ โดยอาศัยอวัยวะรับสัมผัส เป็นสื่อกลาง
3. การรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองของสิ่งเร้า ดังนี้



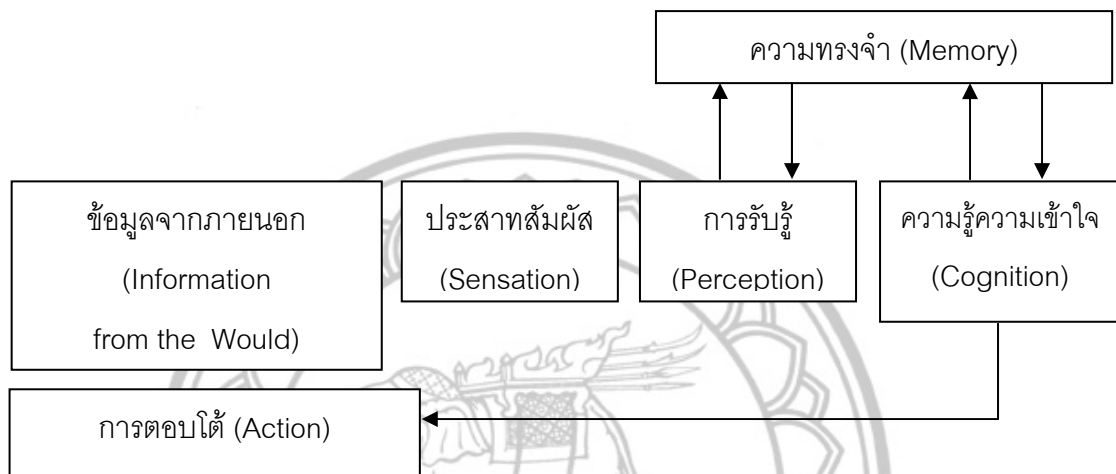
ภาพ 2 แสดงความหมายของการรับรู้

การรับรู้ว่าเป็น การตีความหมายของการรับรู้สัมผัสออกเป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความหมาย ซึ่งการตีความหมายนั้น จะต้องอาศัยประสบการณ์และการเรียนรู้ (วัชรี ทรัพย์มณี, 2526, หน้า 42) และเป็นกระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อมโดยผ่านทางประสาทสัมผัส เริ่มจากใช้อวัยวะสัมผัสสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมองแล้วจึงแปลความหมาย ในขั้นแปลความหมายนี้ จะใช้อุปกรณ์เก่าเป็นพื้นฐานการแปลความหมาย (สิทธิโชค สรานุสันติกุล, 2530, หน้า 70) และเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายเป็นภาพรวมขึ้นมา ชิฟแมน แอนด์ คาร์นุก (Schiffman and Kanuk, 1994, p. 162) รวมถึงกระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมาย และมีความกลมกลืน (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 17)

โดยสรุป การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์ได้รับสิ่งกระตุ้นจากสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว และประมวลผลออกมาโดยใช้ประสบการณ์ของตนเองร่วมด้วย

กระบวนการของการรับรู้

การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการที่อวัยวะตอบรับความรู้สึกหรือตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Danal McBumer and Virginiaia B. Collings, 1984, p. 366)



ภาพ 3 แสดงกระบวนการของการรับรู้

จำเนียร ช่วงโชติ ได้กล่าวว่า กระบวนการของการรับรู้ต้องประกอบด้วย (จำเนียร ช่วงโชติ, 2515, หน้า 3)

1. การสัมผัส หมายถึง อากาศที่อวัยวะรับสัมผัส รับสิ่งเร้าหรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามากระทบกับอวัยวะสัมผัสต่างๆ เพื่อให้บุคคลรับรู้ภาวะแวดล้อมรอบตัว
2. การแปลความหมายจากอาการสัมผัส คือ ส่วนที่สำคัญที่จะช่วยให้การแปลความนั้นถูกต้องเพียงใด ซึ่งต้องอาศัยสติปัญญา ความเฉลียวฉลาด การสังเกต การตั้งใจ สนใจ และคุณภาพจิตของบุคคลในขณะนั้น
3. การใช้ความรู้เดิม หรือประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อช่วยแปลความหมาย ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการทำหน้าที่ได้เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้ว โดยอดีตความรู้เดิมและประสบการณ์เดิม มีความสำคัญมากในการแปลความหมายและในการแปลความหมายได้ดีต้องมีคุณลักษณะดังนี้ คือ เป็นความรู้ที่แน่นอนถูกต้อง ชัดเจนและต้องมีปริมาณมาก หมายถึง มีความรู้หลายๆ อย่าง จึงจะช่วยแปลความหมายได้สะดวก

สติติ วงศ์สุวรรณค์ ได้กล่าวถึงลำดับขั้นตอนของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นไปตามขั้นตอน ดังนี้ (สติติ วงศ์สุวรรณค์, 2525, หน้า 77)

1. สิ่งเร้ามากระทบสัมผัสอินทรีย์
2. กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังประสาทส่วนกลาง ซึ่งศูนย์กลางอยู่ที่สมอง
3. สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจโดยอาศัยความรู้เดิมความจำ ประสบการณ์เดิม เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เซาว์ปัญญา

ขั้นตอนของการรับรู้ (Perception Process) สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (เสวี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 88)

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตัวเอง เช่น การชมโฆษณาโดยไม่เปลี่ยนไปชมช่องอื่น เป็นต้น
2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) แม้ว่าผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) แม้ว่าผู้บริโภคจะตั้งใจรับข่าวสาร แต่มิได้หมายความว่า ข่าวสารนั้นถูกต้องไปในทางที่ถูกต้อง ในขั้นนี้จึงเป็นการตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเข้ามาว่า มีความเข้าใจตามที่นักการตลาดกำหนดไว้หรือไม่ ถ้าเข้าใจก็จะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป การตีความขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อมั่น และประสบการณ์
4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับเลือกสรร (Selective Retention) หมายถึงการที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่ได้เห็น ได้ยิน หลีกจากเปิดการเปิดรับข้อมูลและเกิดความเข้าใจแล้ว

ระดับของการรับรู้ (Perception Stages) ครอบพล์ เทเลอร์ ได้กำหนดลำดับขั้นของการรับรู้ต่างๆ ที่ซับซ้อนขึ้นตามระดับของการรับรู้ไว้ ดังต่อไปนี้ (Kraupl Taylor, 1996, p. 162)

1. Field of Sensations คือ ในการเกิดการรับรู้ขึ้นแต่ละครั้งจะมีการรับรู้ข้อมูลเข้ามา มากกว่า 1 อย่าง เช่น ในขณะที่ฟังการบรรยาย เราจะเห็นทั้งผู้บรรยาย ได้ยินเสียงของผู้บรรยาย และเห็นโสตทัศนูปกรณ์ไปพร้อมกันในคราวเดียว
2. Sensory Percept คือ ขั้นตอนที่มีการรับรู้ข้อมูลเพียงรูปร่างลักษณะเท่านั้นโดยยังไม่มีการเทียบเคียงกับสิ่งที่จดจำได้ (Recognition) เป็นขั้นตอนที่ยังไม่สามารถตีความหมาย เช่น เห็นวัตถุ สิ่งหนึ่ง แล้วทราบแต่เพียงว่าเป็นวัตถุแต่ไม่ทราบว่าเป็นอะไร
3. Meaningful Percept คือ ขั้นตอนที่มีการรับรู้ความหมายของสิ่งเร้าซึ่งขั้นตอนนี้ อาศัยการเทียบเคียงกับสิ่งที่จดจำได้ (Recognition) ที่อยู่ในความทรงจำ (Memory) เช่น เมื่อผ้า เป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่เป็นแถบสี 5 แถบ โดยมีแถบสีน้ำเงินใหญ่อยู่ตรงกลาง ถูกประกอบด้วย

แถบสีขาวและแถบสีแดงตามลำดับ ให้ลักษณะที่เป็นริ้วแฉกนูน ก็สามารถรับรู้ได้ว่า เป็นธงชาติไทย

ประเภทของการรับรู้

กมลรัตน์ หล้าสูงวงศ์ ได้กล่าวว่า การรับรู้แบ่งออกเป็น 4 ประการ ได้แก่ (กมลรัตน์ หล้าสูงวงศ์, 2527, หน้า 228 - 239)

1. การรับรู้ทางอารมณ์ หมายถึง การรับรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ
2. การรับรู้ลักษณะของบุคคลต้องอาศัยข้อมูลประกอบกัน
3. การรับรู้ลักษณะทางกายภาพ พฤติกรรม และคำบอกเล่า
4. การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล หมายถึง มโนภาพหรือมโนคติของสิ่งต่างๆ ตามที่บุคคลรับรู้เป็นภาพที่อยู่ในความคิดหรือจินตนาการของบุคคลและบุคคลสามารถบอกลักษณะภาพเหล่านั้นให้ผู้อื่นทราบได้ด้วย

การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นการตีความหรือแปลความหมายสิ่งต่างๆ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ตามความเชื่อตนเอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้ การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม ขึ้นอยู่กับสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ระดับการรับรู้ หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ เชาวิน ปัญญา หรือความเฉลียวฉลาดแตกต่างกัน
2. การเปลี่ยนการรับรู้ คือ ถ้าผู้มีการรับรู้ต่ำได้มีโอกาสสนทนาหรืออภิปรายกับผู้ที่มีระดับการรับรู้สูง ก็อาจจะถูกผู้ที่มีระดับการรับรู้สูงเปลี่ยนแนวคิดหรือแนวการรับรู้ได้

เสาวลักษณ์ ทรงสงวน ได้อธิบายว่า การรับรู้ของบุคคลนั้น มีทั้งการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง การรับรู้บุคคลอื่น การรับรู้สังคมโดยสังคมเป็นตัวเร้าในลักษณะที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ ซึ่งเป็นการทำงานของระบบประสาทสัมผัสและมีภาพการจูงใจประสบการณ์มีทั้งที่เป็นความรู้สึก ความรู้สึกนี้ จะบรรยายเป็นคำพูดไม่ได้หรือประสบการณ์ที่อธิบายเป็นคำพูดได้และสามารถถ่ายทอดเป็นคำพูดได้และถ่ายทอดให้ผู้อื่นฟังได้หรือในลักษณะของประสบการณ์ที่เป็นนามธรรม เป็นประสบการณ์ที่อธิบายเป็นคำพูดได้ยาก แต่สามารถที่จะอธิบายลักษณะของพฤติกรรมที่แสดงถึงพฤติกรรมนี้ได้ (เสาวลักษณ์ ทรงสงวน, 2540, หน้า 17 - 18)

โดยสรุป การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์ตอบสนองสิ่งเร้าที่มากกระตุ้น และประมวลผลรวมกับประสบการณ์ที่ตนเองมี โดยก่อนการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการนั้นๆ การรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยการวิจัยนี้จะทำการศึกษารับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตอบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งจะทำให้ทราบแนวทางการสร้างการรับรู้ต่อทบาท

วัตถุประสงค์ หลักการ และแนวทางการสนับสนุนของกองทุนฯ และนำไปพัฒนามาตรการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้มาประยุกต์ใช้ในส่วนของการกำหนด ขั้นตอนของการรับรู้ในเครื่องมือ ซึ่งได้แก่ 1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร 2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร 3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร และ 4. การเก็บข้อมูลที่ได้รับเลือกสรร เพื่อเป็นแนวทางในการวัดระดับการรับรู้และการจดจำขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีเนื้อหาที่จะกล่าวซึ่งคล้ายคลึงกับแนวทางการสร้าง การรับรู้และการพัฒนาบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ดังนี้

วลัยพร พัชรนฤมล (2548) ได้ศึกษา ความเป็นไปได้ของแหล่งเงินต่างๆ ตามมาตรา 39 ในพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 : ในทัศนะของผู้สันทัดกรณี พบว่า แหล่งการเงินของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ในขณะนี้มาจากการจัดทำคำขอจากเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีของรัฐบาล โดยเลือกใช้การจัดทำงบประมาณปลายปิดด้วยอัตรา เหม่าจ่ายรายหัวคูณกับจำนวนประชากรที่ขึ้นทะเบียน และพบว่ากระบวนการนี้ต้องลงทุนลงแรง ในการจัดทำอย่างมาก โดยที่ไม่มีหลักประกันใดๆ ว่า จะได้รับอนุมัติงบประมาณอย่างเพียงพอ ตามอัตราเหมาจ่ายที่เหมาะสมกับต้นทุนและอัตราการใช้บริการในแต่ละปี สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติและประชาชนควรจัดให้มีกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติขึ้น ตามพระราชบัญญัติ หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 โดยมีแหล่งเงินหลักที่ไม่ผูกขาดอยู่กับเงินงบประมาณ ประจำปีของรัฐบาลเพียงแหล่งเดียวอย่างเช่นที่เป็นอยู่

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยเรื่อง ความเป็นไปได้ของแหล่งเงินต่างๆ ตามมาตรา 39 ในพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 : ในทัศนะของผู้สันทัดกรณี มาประยุกต์ใช้ เป็นแนวคิดในการศึกษาถึงปัจจัยและประเด็นสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือก แหล่งเงินทุนและปัจจัยในเรื่องความยั่งยืนของแหล่งเงินทุน ความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ มาเป็น แนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยและพฤติกรรมในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย

เจริญ เจริญธรรม (2548) ได้ศึกษา การรับรู้และความเข้าใจกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) ของข้าราชการสังกัด สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 2 พบว่า สำนักงานกองทุน บำเหน็จบำนาญข้าราชการควรปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพในเรื่องของการส่งเสริมความรู้

และความเข้าใจ ด้านสิทธิประโยชน์และด้านการบริหารงานการให้ความรู้ของ กบข. ซึ่งกองทุนบำเหน็จบำนาญ (กบข.) ควรมีการรณรงค์เผยแพร่ และเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจด้านดังกล่าว ในระยะยาวและต่อเนื่อง ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม มีการแจ้งข่าวสารการเคลื่อนไหวของกองทุน มีการออกคู่มือแจ้งให้สมาชิกทราบถึงขั้นตอนในการใช้บริการในด้านต่างๆ ว่า มีกระบวนการและขั้นตอนที่สมาชิกต้องปฏิบัติอย่างไร รวมทั้งเพิ่มความถี่ในการจัดทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นอย่างทั่วถึง และควรมีแผนหรือแนวทางในการจัดให้มีการฝึกอบรมเพิ่มความรู้ต่างๆ ให้แก่สมาชิก โดยเฉพาะในเรื่องของสิทธิประโยชน์และสวัสดิการที่ได้รับจากกองทุน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยเรื่องการรับรู้และความเข้าใจกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) ของข้าราชการสังกัด สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 2 มาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาถึงการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และปัจจัยพร้อมพฤติกรรมของผู้รับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพราะเห็นว่าเป็นการศึกษา เรื่องการรับรู้เกี่ยวกับกองทุนเช่นเดียวกันแต่ต่างกันเพียงวัตถุประสงค์ของกองทุนเท่านั้น ซึ่งจะทำให้เห็นถึง แนวทางการศึกษาที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กรวรรณ บุญทา และคณะ (2551) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อผลการดำเนินงานกองทุนหลักประกันสุขภาพ ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลแสนตอ อำเภอน้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ความพึงพอใจต่อผลการดำเนินงานกองทุนหลักประกันสุขภาพในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลแสนตอ อำเภอ น้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจในด้านบุคลากร เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านทิศทางการดำเนินงานของกองทุน และลำดับสุดท้าย คือ ความรู้ความเข้าใจ และประชาชน ได้มีข้อเสนอแนะให้กองทุนหลักประกันสุขภาพฯ ควรจ่ายเงินสงเคราะห์เบี้ยยังชีพแก่คนชรา คนพิการ และผู้ป่วยเอดส์ให้ครบทุกราย และควรมีตัวแทนของประชาชนทุกหมู่บ้านเป็นคณะกรรมการกองทุนฯ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ควรอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง และเผยแพร่ข้อมูล การดำเนินงานกองทุนหลักประกันสุขภาพฯ ให้ประชาชนทราบเป็นระยะๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อผลการดำเนินงานกองทุนหลักประกันสุขภาพ ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลแสนตอ อำเภอ น้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์ มาประยุกต์ใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาถึงระดับการรับรู้ที่จะส่งผลไปถึงระดับความพึงพอใจ ในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และ

ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ในการสร้างการรับรู้กิจกรรมของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้ประชาชนได้รับทราบอยู่เสมอ

บุญกลาง เพ็ญมูล (2551) ได้ศึกษา บทบาทของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร ต่อการจัดการหนี้สินของสมาชิกองค์กรเกษตรกร พบว่า บทบาทของกองทุนและพัฒนาเกษตรกร ต่อการจัดการหนี้สินของสมาชิกองค์กรเกษตรกร สาขาอุดรธานี ได้แก่ การรับขึ้นทะเบียนหนี้ การตรวจสอบและจำแนกประเภทหนี้ การชำระหนี้แทนสมาชิกองค์กรเกษตรกร การจัดทำแผน และโครงการปรับโครงสร้างหนี้หลังจากการชำระหนี้แทนสมาชิกองค์กรเกษตรกร และการติดตาม และประเมินผลการจัดการหนี้สินของสมาชิกองค์กรเกษตรกร ในส่วนสภาพปัญหาการปฏิบัติตาม บทบาทของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกรต่อการจัดการหนี้สินของสมาชิกองค์กรเกษตรกร สาขาอุดรธานี พบว่า เจ้าหน้าที่กองทุน และคณะกรรมการมีความเห็นว่าสภาพปัญหาการรับขึ้น ทะเบียนหนี้เป็นปัญหาในระดับมาก ส่วนสมาชิกองค์กรเกษตรกร และคณะกรรมการองค์กร เกษตรกร มีความเห็นว่า การรับขึ้นทะเบียนหนี้เป็นปัญหาในระดับปานกลาง ในส่วน แนวทางการพัฒนาบทบาทของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกรต่อการจัดการหนี้สินของสมาชิก องค์กรเกษตรกร สาขาอุดรธานี พบว่า เจ้าหน้าที่กองทุน และคณะกรรมการมีความต้องการ พัฒนาแนวทางการรับขึ้นทะเบียนหนี้ ในระดับมาก ส่วนสมาชิก และคณะกรรมการองค์กร เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาแนวทางการรับขึ้นทะเบียนหนี้ ในระดับปานกลาง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยเรื่อง บทบาทของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกร ต่อการจัดการหนี้สินของสมาชิกองค์กรเกษตรกร มาประยุกต์ใช้เป็น แนวทางในการพัฒนาบทบาท ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เพราะเห็นว่า การจัดตั้งกองทุนและลักษณะโครงสร้าง ของทั้ง 2 กองทุน มีความใกล้เคียงกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือประชาชนเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างกันในเรื่องลักษณะงานเท่านั้น และเนื่องจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการจัดตั้งขึ้นได้ไม่นาน จึงต้องมีการสร้างการรับรู้และพัฒนาบทบาทให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือได้รับทราบ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อศึกษาระดับการรับรู้และพฤติกรรมขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์กรภาคเอกชนฯ โดยมีแนวทางการศึกษา ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เจ้าหน้าที่ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหาร ตามวิธีของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน .05 ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหารของแต่ละองค์กรมีจำนวนไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหารและปฏิบัติในสังกัดองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จดทะเบียนหรือประกอบกิจการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และนำเครื่องมือไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือด้วยการนำไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน ที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ

ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.973 ซึ่งแบ่งเนื้อหาของเครื่องมือออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวกับองค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยใช้ทฤษฎีการรับรู้ในการตั้งคำถาม โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (Rating Scales) ที่ให้ผู้ประเมินค่าเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนแต่ละตัวเลือกตามวิธี Arbitrary Weighting Method คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ถ้าผู้ตอบตอบว่า	มากที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5
ถ้าผู้ตอบตอบว่า	มาก	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ถ้าผู้ตอบตอบว่า	ปานกลาง	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3
ถ้าผู้ตอบตอบว่า	น้อย	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2
ถ้าผู้ตอบตอบว่า	น้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1

เกณฑ์การแปลผลคะแนนที่ได้ ใช้สูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

1.00 – 1.80	พบว่า	ระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	พบว่า	ระดับน้อย
2.61 – 3.40	พบว่า	ระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	พบว่า	ระดับมาก
4.21 – 5.00	พบว่า	ระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยใช้ทฤษฎีทางการประชาสัมพันธ์ในการตั้งคำถาม ประกอบด้วย ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ/การเมือง/สังคม และ

วิกฤตการณ์การท่องเที่ยว ปัจจัยภายใน ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของกองทุนฯ ช่องทางการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ ความรวดเร็วในการอนุมัติให้กู้ยืมจากกองทุน

ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ Likert (Rating Scales) ที่ให้ผู้ประเมินค่าเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนแต่ละตัวเลือกตามวิธี Arbitrary Weighting Method เช่นเดียวกับตอนที่ 2

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยอิสระเกี่ยวกับการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และแนวทางการพัฒนาการรับรู้อุปสรรคของกองทุนฯ อย่างทั่วถึง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากแบบสอบถามที่ได้สอบถามเจ้าหน้าที่ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2553 ถึงมกราคม 2554 จำนวน 400 ชุด ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่ออุปสรรคของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และ การศึกษาวิเคราะห์โดยการกระจายความถี่ และการกระจายค่าร้อยละ
2. ระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่ออุปสรรคของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย วิเคราะห์โดยการกระจายความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินค่า (Rating Scale)
3. ปัจจัยที่มีผลในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยวัดจากปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน วิเคราะห์โดยการกระจายความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินค่า (Rating Scale) เหมือนข้อที่ 2

4. พฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยซึ่งประกอบด้วย พฤติกรรม ดังนี้ 1. ไม่เคยขอรับการสนับสนุน 2. คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคต 3. ขอรับการสนับสนุนแล้ว (อนุมัติ/ไม่อนุมัติ) 4. ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น วิเคราะห์โดยกระจายความถี่ และการกระจายค่าร้อยละ

5. ข้อมูลที่เป็นารแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

6. พิสูจน์สมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยกำหนดการแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไว้ 3 ระดับ ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์	0.67 – 1.00	ความสัมพันธ์สูง
ค่าสหสัมพันธ์	0.34 – 0.66	ความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์	0.00 – 0.33	ความสัมพันธ์ต่ำ

และใช้วิธีการหาค่าไคส์แควร์ (Chi-square) ค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) โดยการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ (LSD) ซึ่งระดับในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานคือ 0.05

ขั้นตอนการดำเนินการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาเป็นข้อมูลในการหาแนวทางเพื่อศึกษาระดับการรับรู้ พฤติกรรม และปัจจัยในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย รวมทั้งองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ปัจจัยและพฤติกรรมในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยทั้งหมด

2.2 ประสานงานและติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปขออนุญาตเจ้าของพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะทำการวิจัย

2.3 ดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ศึกษาโดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง
เป้าหมายตามที่ระบุไว้ข้างต้น

2.4 เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมทั้งเพื่อศึกษาพฤติกรรมขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยผลการวิจัยสามารถนำเสนอข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

χ^2 แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าไค-สแควร์ (Chi-square)

t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าที (t-test)

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova)

r แทน ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

P แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางที่แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางของผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการในสังกัดองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร งามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามองค์กรที่สังกัด

องค์กรที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
สมาคมเรือไทย	22	5.5
สมาคมโรงแรมไทย	22	5.5
มูลนิธิใบไม้เขียว	22	5.5
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	22	5.5
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	22	5.5
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	22	5.5
สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย	22	5.5
สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว	22	5.5
สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	22	5.5
สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย)	22	5.5
สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	22	5.5
สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการ	22	5.5
สมาคมรถเช่าไทย	22	5.5
สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	22	5.5

ตาราง 2 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ	22	5.5
สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน	22	5.5
สมาคมภัตตาคารไทย	22	5.5
มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และสมาคมเรือไทย สมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เรือบริการท่องเที่ยว	22	5.5
โรงแรม	22	5.5
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	22	5.5
บริการท่องเที่ยว	66	16.5
บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	22	5.5
ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว	44	11.0
ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	22	5.5

ตาราง 3 (ต่อ)

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ	22	5.5
มัคคุเทศก์อาชีพ	22	5.5
ผู้ประกอบการวิสาหกิจ	22	5.5
บริการรถเช่า	22	5.5
บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ	22	5.5
ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน	22	5.5
ภัตตาคาร	22	5.5
พิกษีสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นองค์กรประเภทการท่องเที่ยว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมา ได้แก่ ประเภทส่งเสริมบริการท่องเที่ยว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ประเภทพิกษีสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และประเภทเรือบริการท่องเที่ยว โรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับปฏิบัติการ	256	64.0
ระดับผู้บริหาร	88	22.0
อื่นๆ	56	14.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา ได้แก่ ระดับผู้บริหาร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอื่นๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	168	42.0
หญิง	232	58.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	166	41.5
31-40 ปี	148	37.0
41-50 ปี	74	18.5
51-60 ปี	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช.	6	1.5
อนุปริญญา/ปวส.	12	3.0
ปริญญาตรี	290	72.5
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	92	23.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย แบ่งเป็นรายด้าน คือ ด้านการเปิดรับข้อมูล ด้านการตั้งใจรับข้อมูล ด้านความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	แปลความว่า	ระดับน้อยที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	แปลความว่า	ระดับน้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	แปลความว่า	ระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	แปลความว่า	ระดับมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	แปลความว่า	ระดับมากที่สุด

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม

การรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ การรับรู้
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ด้านการเปิดรับข้อมูล	24 (6.0)	118 (29.5)	174 (43.5)	84 (21.0)	0 (0.0)	2.80	0.84	ปานกลาง
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	22 (5.5)	110 (27.5)	148 (37.0)	116 (29.0)	4 (1.0)	2.93	0.91	ปานกลาง
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	24 (6.0)	116 (29.0)	188 (47.0)	70 (17.5)	2 (0.5)	2.78	0.82	ปานกลาง
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	22 (5.5)	114 (28.5)	190 (47.5)	72 (18.0)	2 (0.5)	2.80	0.82	ปานกลาง
รวม						2.83	0.85	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตั้งใจรับข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 2.93) รองลงมา ได้แก่ ด้านการเก็บรักษาข้อมูล และด้านการเปิดรับข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย = 2.80) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเข้าใจในข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 2.78) ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเปิดรับข้อมูล

ด้านการเปิดรับข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี	74 (18.5)	96 (24.0)	108 (27.0)	114 (28.5)	8 (2.0)	2.72	1.13	ปานกลาง
2. โฆษณาผ่านสื่อแพรรูปภาพ และกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	102 (25.5)	100 (25.0)	114 (28.5)	70 (17.5)	14 (3.5)	2.49	1.15	น้อย
3. โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ ต่างๆ	104 (26.0)	108 (27.0)	126 (31.5)	58 (14.5)	4 (1.0)	2.38	1.05	น้อยที่สุด
4. โฆษณาผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ ของกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (www.mots.go.th)	18 (4.5)	66 (16.5)	166 (41.5)	134 (33.5)	16 (4.0)	3.16	0.90	ปานกลาง
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	50 (12.5)	90 (22.5)	154 (38.5)	102 (25.5)	4 (1.0)	2.80	0.99	ปานกลาง
6. สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ ในกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา	32 (8.0)	80 (20.0)	190 (47.5)	94 (23.5)	4 (1.0)	2.90	0.89	ปานกลาง
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรวม คู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา	22 (5.5)	56 (14.0)	182 (45.5)	136 (34.0)	4 (1.0)	3.11	0.85	ปานกลาง
8. การประชุมชี้แจงและ เปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ด. รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ	126 (31.5)	50 (12.5)	116 (29.0)	96 (24.0)	12 (3.0)	2.55	1.24	น้อย
รวม						2.80	0.84	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) (ค่าเฉลี่ย = 3.15) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทยจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.11) ลำดับต่อมา คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากสื่อแผ่นพับ ไปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 2.90) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 2.38) ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล

ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี	78 (19.5)	80 (20.0)	100 (25.0)	136 (34.0)	6 (1.5)	2.78	1.16	ปานกลาง
2. สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	104 (26.0)	88 (22.0)	90 (22.5)	108 (27.0)	10 (2.5)	2.58	1.21	ปานกลาง
3. สื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ	104 (26.0)	90 (22.5)	104 (26.0)	102 (25.5)	0 (0.0)	2.51	1.13	ปานกลาง
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th)	18 (4.5)	54 (13.5)	144 (36.0)	166 (41.5)	18 (4.5)	3.28	0.91	ปานกลาง
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	48 (12.0)	76 (19.0)	128 (32.0)	132 (33.0)	16 (4.0)	2.98	1.08	ปานกลาง

ตาราง 10 (ต่อ)

ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
6. สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	38 (9.5)	46 (11.5)	170 (42.5)	144 (36.0)	2 (0.5)	3.07	0.93	ปานกลาง
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	22 (5.5)	44 (11.0)	158 (39.5)	162 (40.5)	14 (3.5)	3.26	0.90	ปานกลาง
8. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ด.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ	112 (28.0)	50 (12.5)	94 (23.5)	122 (30.5)	22 (5.5)	2.73	1.30	ปานกลาง
รวม						2.93	0.91	ปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) (ค่าเฉลี่ย = 3.28) รองลงมา ได้แก่ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.26) ลำดับต่อมา คือ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากสื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.07) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย = 2.51) ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านความเข้าใจในข้อมูล

ด้านความเข้าใจในข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี	76 (19.0)	86 (21.5)	140 (35.0)	88 (22.0)	10 (2.5)	2.68	1.09	ปานกลาง
2. โฆษณาผ่านสื่อแพร่ภาพ และกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	104 (26.0)	92 (23.0)	160 (40.0)	34 (8.5)	10 (2.5)	2.39	1.04	น้อย
3. โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ ต่างๆ	106 (26.5)	92 (23.0)	166 (41.5)	34 (8.5)	2 (0.5)	2.34	0.98	น้อย
4. โฆษณาผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ ของกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (www.mots.go.th)	18 (4.5)	66 (16.5)	174 (43.5)	128 (32.0)	14 (3.5)	3.14	0.89	ปานกลาง
5. เจ้าหน้าที่กองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	50 (12.5)	86 (21.5)	134 (33.5)	124 (31.0)	6 (1.5)	2.88	1.04	ปานกลาง
6. สื่อแผ่นพับ ไปสเตอร์ ที่อยู่ ในกระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา	40 (10.0)	62 (15.5)	222 (55.5)	68 (17.0)	8 (2.0)	2.86	0.89	ปานกลาง
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรวม คู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา	24 (6.0)	54 (13.5)	184 (46.0)	132 (33.0)	6 (1.5)	3.11	0.87	ปานกลาง
8. การประชุมชี้แจงและ เปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ถ.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ	118 (29.5)	56 (14.0)	96 (24.0)	118 (29.5)	12 (3.0)	2.63	1.26	ปานกลาง
	รวม					2.78	0.82	ปานกลาง

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านความเข้าใจในข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) (ค่าเฉลี่ย = 3.14) รองลงมา ได้แก่ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.11) ลำดับต่อมา คือ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (ค่าเฉลี่ย = 2.88) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่อแพรภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ (ค่าเฉลี่ย = 2.39) ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเก็บรักษาข้อมูล

ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
1. โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี	82 (20.5)	92 (23.0)	132 (33.0)	86 (21.5)	8 (2.0)	2.62	1.10	ปานกลาง
2. โฆษณาผ่านสื่อแพรภาพ และกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ	102 (25.5)	90 (22.5)	168 (42.0)	32 (8.0)	8 (2.0)	2.39	1.01	น้อย
3. โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ ต่างๆ	106 (26.5)	92 (23.0)	154 (38.5)	46 (11.5)	2 (0.5)	2.37	1.01	น้อย

ตาราง 12 (ต่อ)

ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
4. โฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th)	18	56	168	146	12	3.20	0.88	ปานกลาง
	(4.5)	(14.0)	(42.0)	(36.5)	(3.0)			
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	48	84	160	96	12	2.85	1.01	ปานกลาง
	(12.0)	(21.0)	(40.0)	(24.0)	(3.0)			
6. สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	38	54	240	66	2	2.85	0.82	ปานกลาง
	(9.5)	(13.5)	(60.0)	(16.5)	(0.5)			
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรวมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	24	50	188	132	6	3.12	0.86	ปานกลาง
	(6.0)	(12.5)	(47.0)	(33.0)	(1.5)			
8. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ฤๅชดาภิเษก กรุงเทพฯ	114	50	114	108	14	2.65	1.25	ปานกลาง
	(28.5)	(12.5)	(28.5)	(27.0)	(3.5)			
รวม						2.80	0.82	ปานกลาง

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเก็บรักษาข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เมื่อได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) (ค่าเฉลี่ย = 3.20) รองลงมา ได้แก่ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เมื่อได้รับข้อมูลจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรวมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 3.12) ลำดับต่อมา คือ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เมื่อได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริม

การท่องเที่ยวไทย และสื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ค่าเฉลี่ย = 2.85) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเมื่อได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ (ค่าเฉลี่ย = 2.39) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย แบ่งเป็นรายด้าน คือ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลไว้ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	แปลความว่า	สำคัญน้อยที่สุด
ระดับคะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	แปลความว่า	สำคัญน้อย
ระดับคะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	แปลความว่า	สำคัญปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	แปลความว่า	สำคัญมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	แปลความว่า	สำคัญมากที่สุด

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ปัจจัยภายนอก	0 (0.0)	10 (2.5)	18 (4.5)	164 (41.0)	208 (52.0)	4.43	0.70	มากที่สุด
ปัจจัยภายใน	0 (0.0)	34 (8.5)	108 (27.0)	106 (26.5)	152 (38.0)	3.94	0.99	มาก
รวม						4.20	0.74	มาก

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยภายนอก (ค่าเฉลี่ย = 4.43) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยภายใน (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ	0 (0.0)	10 (2.5)	26 (6.5)	148 (37.0)	216 (54.0)	4.43	0.73	มากที่สุด
2. ผลกระทบจากสภาพการเมือง	0 (0.0)	10 (2.5)	36 (9.0)	144 (36.0)	210 (52.5)	4.39	0.75	มากที่สุด
3. ผลกระทบจากสภาพสังคม	0 (0.0)	18 (4.5)	112 (28.0)	194 (48.5)	76 (19.0)	3.82	0.79	มาก
4. วิกฤตการณ์การท่องเที่ยว	0 (0.0)	14 (3.5)	26 (6.5)	118 (29.5)	242 (60.5)	4.47	0.77	มากที่สุด
รวม						4.43	0.70	มากที่สุด

จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณปัจจัยภายนอก อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ วิกฤตการณ์การท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 4.47) รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย = 4.43) ลำดับต่อมา คือ ผลกระทบจากสภาพการเมือง (ค่าเฉลี่ย = 4.39) และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผลกระทบจากสภาพสังคม (ค่าเฉลี่ย = 3.82) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณาปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน	จำนวน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ สำคัญ
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ของกองทุนฯ อยู่ในระดับต่ำ	4 (1.0)	28 (7.0)	102 (25.5)	134 (33.5)	132 (33.0)	3.91	0.97	มาก
2. ช่องทางในการขอรับ การสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว	2 (0.5)	32 (8.0)	92 (23.0)	120 (30.0)	154 (38.5)	3.98	0.99	มาก
3. ความรวดเร็วในการอนุมัติ ให้กู้ยืมจากกองทุนฯ	6 (1.5)	42 (10.5)	98 (24.5)	92 (23.0)	162 (40.5)	3.91	1.09	มาก
	รวม					3.94	0.99	มาก

จากตาราง 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย พิจารณาปัจจัยภายใน อยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ช่องทางในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 3.98) รองลงมา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของกองทุนฯ อยู่ในระดับต่ำ และความเร็วในการอนุมัติให้กู้ยืมจากกองทุนฯ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ตามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ดังนี้

ตาราง 16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมกรขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

พฤติกรรมกรขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยขอรับการสนับสนุน	208	52.0
คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคต	148	37.0
ขอรับการสนับสนุนแล้ว และอนุมัติ	6	1.5
ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ	4	1.0
ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุน แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา ได้แก่ คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคตจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ขอรับการสนับสนุนแล้ว และอนุมัติ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามองค์กรที่สังกัด ประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และการศึกษา ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare Means) และการทดสอบค่าที (t-test) จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) จำแนกตามองค์กรที่สังกัด ประเภทกิจการ ตำแหน่ง อายุ และการศึกษา และการวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ (LSD) ในกรณีที่พิจารณาเป็นรายด้านแล้วมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และ การศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และ การศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 องค์กรที่สังกัดที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน



ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามองค์กรที่สังกัด

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	สมาคมเรือไทย		สมาคมโรงแรมไทย		มูลนิธิโบไม้เขียว		สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)		สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย		สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย		สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย		สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.82	0.39	1.91	0.53	2.18	0.73	1.82	0.73	2.45	0.51	2.45	0.51	2.91	0.29	3.09	0.53
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	2.73	0.46	2.00	0.62	2.18	0.73	1.82	0.73	2.45	0.51	2.36	0.49	3.27	0.46	3.27	0.63
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.73	0.77	2.00	0.62	2.18	0.73	1.82	0.73	2.45	0.51	2.45	0.51	3.00	0.44	3.09	0.68
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.91	0.53	2.00	0.62	2.18	0.73	1.82	0.73	2.45	0.51	2.27	0.46	3.09	0.53	3.36	0.49
รวม	2.91	0.53	1.91	0.53	2.18	0.73	1.82	0.73	2.45	0.51	2.36	0.49	3.09	0.29	3.09	0.53

ตาราง 17 (ต่อ)

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	สมาคมส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย-ญี่ปุ่น		สมาคมส่งเสริม การประชุม นานาชาติ(ไทย)		สมาคม มัคคุเทศก์อาชีพ แห่งประเทศไทย		สมาคมผู้ ประกอบ วิสาหกิจในย่าน ราชประสงค์		สมาคมรถเช่า ไทย		สมาคมส่งเสริม ธุรกิจท่องเที่ยว ไทย		สมาคมธุรกิจ ท่องเที่ยว ภายในประเทศ		สมาคม ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านการเปิดรับข้อมูล	3.18	0.96	3.18	0.73	3.36	0.79	3.09	0.68	2.64	0.90	3.82	0.39	3.55	0.51	2.18	0.73
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	3.45	0.67	3.18	0.39	3.27	0.77	3.55	0.67	2.64	0.90	3.91	0.29	3.73	0.46	2.18	0.73
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	3.36	0.90	3.36	0.49	3.45	0.80	3.27	0.77	2.45	0.67	3.18	0.39	3.27	0.46	2.18	0.73
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	3.55	0.91	3.18	0.39	3.09	0.81	3.36	0.66	2.55	0.80	3.27	0.46	3.27	0.46	2.27	0.77
รวม	3.27	0.77	3.18	0.39	3.18	0.85	3.27	0.77	2.45	0.67	3.82	0.39	3.55	0.51	2.18	0.73

ตาราง 17 (ต่อ)

ระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	สมาคมภัตตาคาร ไทย		มูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.27	0.63	3.31	0.47	18.392	0.000*
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	2.36	0.79	4.08	0.27	29.317	0.000*
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.27	0.63	3.31	0.47	15.917	0.000*
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.36	0.79	3.23	0.43	16.482	0.000*
รวม	2.36	0.79	3.69	0.47	22.627	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามองค์กรที่สังกัด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

องค์กรที่สังกัด	สมาคมเรือไทย	สมาคมโรงแรมไทย	มูลนิธิใบไม้เขียว	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว	สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	สมาคมการค้าอาชีพแห่งประเทศไทย	สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์	สมาคมรถเช่าไทย	สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย-จีน	สมาคมคมนาคม	มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว	
\bar{X}	2.91	1.91	2.18	1.82	2.45	2.36	3.09	3.09	3.27	3.18	3.18	3.27	2.45	3.82	3.55	2.18	2.36	3.69
สมาคมเรือไทย	2.91	1.00*	0.73*	1.09*	0.45*	0.55*	-0.18	-0.18	-0.36	-0.27	-0.27	-0.36	0.45*	-0.91*	-0.64*	0.73*	0.55*	-0.78*
สมาคมโรงแรมไทย	1.91		-0.27	0.09	-0.55*	-0.45*	-1.18*	-1.18*	-1.36*	-1.27*	-1.27*	-1.36*	-0.55*	-1.91*	-1.64*	-0.27	-0.45*	-1.78*
มูลนิธิใบไม้เขียว	2.18			0.36	-0.27	-0.18	-0.91*	-0.91*	-1.09*	-1.00*	-1.00*	-1.09*	-0.27	-1.64*	-1.36*	0.00	-0.18	-1.51*
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	1.82				-0.64*	-0.55*	-1.27*	-1.27*	-1.45*	-1.36*	-1.36*	-1.45*	-0.64*	-2.00*	-1.73*	-0.36	-0.55*	-1.87*
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	2.45					0.09	-0.64*	-0.64*	-0.82*	-0.73*	-0.73*	-0.82*	0.00	-1.36*	-1.09*	0.27	0.09	-1.24*
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.36						-0.73*	-0.73*	-0.91*	-0.82*	-0.82*	-0.91*	-0.09	-1.45*	-1.18*	0.18	0.00	-1.33*

ตาราง 18 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม มเรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ใบไม้ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทย ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และ ผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ไทย ธุรกิจ การท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การประชุม นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ แห่งประเทศไทย	สมาคมผู้ประกอบ กอบ วิสาหกิจ ในย่าน ราชประสงค์	สมาคม รถเช่า ไทย	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	สมาคมผู้ ประกอบการ ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว
\bar{X}	2.91	1.91	2.18	1.82	2.45	2.36	3.09	3.09	3.27	3.18	3.18	3.27	2.45	3.82	3.55	2.18	2.36	3.69
สหพันธ์สมาคม ท่องเที่ยวไทย	3.09							0.00	-0.18	-0.09	-0.09	-0.18	0.64*	-0.73*	-0.45*	0.91*	0.73*	-0.60*
สมาคมไทยธุรกิจการ ท่องเที่ยว	3.09								-0.18	-0.09	-0.09	-0.18	0.64*	-0.73*	-0.45*	0.91*	0.73*	-0.60*
สมาคมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	3.27									0.09	0.09	0.00	0.82*	-0.55*	-0.27	1.09*	0.91*	-0.42*
สมาคมส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติ(ไทย)	3.18										0.00	-0.09	0.73*	-0.64*	-0.36	1.00*	0.82*	-0.51*
สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ แห่งประเทศไทย	3.18											-0.09	0.73*	-0.64*	-0.36	1.00*	0.82*	-0.51*
สมาคมผู้ประกอบ วิสาหกิจในย่านราช ประสงค์	3.27												0.82*	-0.55*	-0.27	1.09*	0.91*	-0.42*

ตาราง 18 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไปไม้ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทย ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และ ผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ไทย ธุรกิจ การ ท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การประชุม นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ ประ เทศ ไทย	สมาคมผู้ประ กอบ วิสาห กิจในย่าน ราชประสงค์	สมาคม รถเช่า ไทย	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ ภายใน ประ เทศ	สมาคมผู้ ประกอบการ ธุรกิจท่อง เที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว
\bar{X}	2.91	1.91	2.18	1.82	2.45	2.36	3.09	3.09	3.27	3.18	3.18	3.27	2.45	3.82	3.55	2.18	2.36	3.69
สมาคมรถเช่าไทย	2.45												-1.36	-1.09	0.27	0.09		-1.24
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวไทย	3.82													0.27	1.64*	1.45*		0.13
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.55														1.36*	1.18*		-0.15
สมาคมผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน	2.18																-0.18	-1.51*
สมาคมภัตตาคารไทย	2.36																	-1.33*
มูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว	3.69																	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่ม ตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน กับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์ อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคม ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมภัตตาคารไทย และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัด สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคม มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการราชประสงค์ สมาคมส่งเสริม ธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทย ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่ม ตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้แตกต่าง กันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทยและสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน สมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน สมาคมภัตตาคารไทย และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

องค์กรที่สังกัด	สมาคมเรือไทย	สมาคมโรงแรมไทย	มูลนิธิใบไม้เขียว	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	ส่งเสริมการท่องเที่ยว	ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	สมาคมผู้ปกครองอาชีพแห่งประเทศไทย	สมาคมรถเช่าไทย	ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ	สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย-จีน	สมาคมภัตตาคารไทย	มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว		
\bar{X}	2.82	1.91	2.18	1.82	2.45	2.45	2.91	3.09	3.18	3.18	3.36	3.09	2.64	3.82	3.55	2.18	2.27	3.31	
สมาคมเรือไทย		0.91*	0.64*	1.00*	0.36	0.36	-0.09	-0.27	-0.36	-0.36	-0.55*	-0.27	0.18	-1.00*	-0.73*	0.64*	0.55*	-0.49*	
สมาคมโรงแรมไทย			-0.27	0.09	-0.55*	-0.55*	-1.00*	-1.18*	-1.27*	-1.27*	-1.45*	-1.18*	-0.73*	-1.91*	-1.64*	-0.27	-0.36	-1.40*	
มูลนิธิใบไม้เขียว				0.36	-0.27	-0.27	-0.73*	-0.91*	-1.00*	-1.00*	-1.18*	-0.91*	-0.45*	-1.64*	-1.36*	0.00	-0.09	-1.13*	
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)					-0.64	-0.64*	-1.09*	-1.27*	-1.36*	-1.36*	-1.55*	-1.27*	-0.82*	-2.00*	-1.73*	-0.36	-0.45*	-1.49*	
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย						0.00	-0.45*	-0.64*	-0.73*	-0.73*	-0.91*	-0.64*	-0.18	-1.36*	-1.09*	0.27	0.18	-0.85*	
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย								-0.45*	-0.64*	-0.73*	-0.73*	-0.91*	-0.64*	-0.18	-1.36*	-1.09*	0.27	0.18	-0.85*

ตาราง 19 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไบโม่ เซีย	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทยท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ไทยธุรกิจ การ ท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การ ประชุม นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ ประ ช ย าน ราช ประ ส ง ศ์	สมาคม ผู้ ประ ก อบ วิ สา ห กิจ ใน ย าน ราช ประ ส ง ศ์	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ภายใน ประ เศ ไทย	สมาคม ผู้ ประ ก อบ การ ท่องเที่ยว สัม พันธ ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว	
\bar{X}	2.82	1.91	2.18	1.82	2.45	2.45	2.91	3.09	3.18	3.18	3.36	3.09	2.64	3.82	3.55	2.18	2.27	3.31
สหพันธ์สมาคม ท่องเที่ยวไทย								-0.18	-0.27	-0.27	-0.45*	-0.18	0.27	-0.91*	-0.64*	0.73*	0.64*	-0.40*
สมาคมไทยธุรกิจการ ท่องเที่ยว									-0.09	-0.09	-0.27	0.00	0.45*	-0.73*	-0.45*	0.91*	0.82*	-0.22
สมาคมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น										0.00	-0.18	0.09	0.55*	-0.64*	-0.36	1.00*	0.91*	-0.13
สมาคมส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติ(ไทย)											-0.18	0.09	0.55*	-0.64*	-0.36	1.00*	0.91*	-0.13
สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ แห่งประเทศไทย												0.27	0.73*	-0.45*	-0.18	1.18*	1.09*	0.06
สมาคมผู้ประกอบการ วิสาหกิจในย่านราช ประสงค์													0.45*	-0.73*	-0.45	0.91*	0.82*	-0.22

ตาราง 19 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไบไม่ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทยท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ การ ท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การประชุม นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ ประ ยานครา ษประ สงค์ ไทย	สมาคม ผู้ ประกอบการ วิสาห กิจใน ไทย	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ท่องเที่ยว ภายใน ประ เทศ	สมาคม ผู้ประกอบการ ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว		
\bar{X}	2.82	1.91	2.18	1.82	2.45	2.45	2.91	3.09	3.18	3.18	3.36	3.09	2.64	3.82	3.55	2.18	2.27	3.31	
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวไทย	3.82														0.27	1.64*	1.55*	0.51*	
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.55															1.36	1.27*	0.24*	
สมาคมผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน	2.18																	-0.09	-1.13*
สมาคมภัตตาคารไทย	2.27																		-1.03*
มูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว	3.31																		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิใบไม้เขียว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมภัตตาคารไทย และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว(TTAA)

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมส่งเสริม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย



ตาราง 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

องค์กรที่สังกัด	\bar{X}	สมาคมเรือไทย	สมาคมโรงแรมไทย	มูลนิธิไบโม่เขียว	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	สมาคมมัคคุเทศก์แห่งประเทศไทย	สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์	สมาคมรถเช่าไทย	สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย-จีน	สมาคมภัตตาคารไทย	สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว		
สมาคมเรือไทย	2.73		0.73*	0.55*	0.91*	0.27	0.36*	-0.55*	-0.55*	-0.73*	-0.45*	-0.55*	-0.82*	0.09	-1.18*	-1.00*	0.55*	0.36*	-1.35*
สมาคมโรงแรมไทย	2.00			-0.18	0.18	-0.45*	-0.36*	-1.27*	-1.27*	-1.45*	-1.18*	-1.27*	-1.55*	-0.64*	-1.91*	-1.73*	-0.18	-0.36*	-2.08*
มูลนิธิไบโม่เขียว	2.18				0.36*	-0.27	-0.18	-1.09*	-1.09*	-1.27*	-1.00*	-1.09*	-1.36*	-0.45*	-1.73*	-1.55*	0.00	-0.18	-1.90*
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	1.82					-0.64*	-0.55*	-1.45*	-1.45*	-1.64*	-1.36*	-1.45*	-1.73*	-0.82*	-2.09*	-1.91*	-0.36*	-0.55*	-2.26*
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	2.45						0.09	-0.82*	-0.82*	-1.00*	-0.73*	-0.82*	-1.09*	-0.18	-1.45*	-1.27*	0.27	0.09	-1.62*
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.36							-0.91*	-0.91*	-1.09*	-0.82*	-0.91*	-1.18*	-0.27	-1.55*	-1.36*	0.18	0.00	-1.71*

ตาราง 20 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไบไม่ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว และ (TTAA)	สมาคม ไทย ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และ ผจญ ภัย	สภา อุตสาหกรรม ท่องเที่ยว แห่ง ประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ธุรกิจ การท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การประชุม นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ ประ เทศ ไทย	สมาคม ผู้ ประกอบการ รถเช่า ไทย	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ภายใน ประ เทศ	สมาคม ผู้ ประกอบการ ธุรกิจ ท่องเที่ยว ข้าม พรมแดน ไทย-จีน	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว				
\bar{X}	2.73	2.00	2.18	1.82	2.45	2.36	3.27	3.27	3.45	3.18	3.27	3.55	2.64	3.91	3.73	2.18	2.36	4.08	
สหพันธ์สมาคม ท่องเที่ยวไทย							3.27	0.00	-0.18	0.09	0.00	-0.27	0.64*	-0.64*	-0.45*	1.09*	0.91*	-0.80*	
สมาคมไทยธุรกิจการ ท่องเที่ยว							3.27		-0.18	0.09	0.00	-0.27	0.64*	-0.64*	-0.45*	1.09*	0.91*	-0.80*	
สมาคมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น							3.45			0.27	0.18	-0.09	0.82*	-0.45*	-0.27	1.27*	1.09*	-0.62*	
สมาคมส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติ(ไทย)							3.18				-0.09	-0.36*	0.55*	-0.73*	-0.55*	1.00*	0.82*	-0.90*	
สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ แห่งประเทศไทย							3.27					-0.27	0.64*	-0.64*	-0.45*	1.09*	0.91*	-0.80*	
สมาคมผู้ประกอบการ วิสาหกิจในย่านราช ประสงค์														0.91*	-0.36*	-0.18	1.36*	1.18*	-0.53*

ตาราง 20 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไบโม่ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทยท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ไทย ธุรกิจ การ ท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การ ประชุม นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคค์ อาชีพ ประ ยำนราช ประสงค์ ไทย	สมาคม ผู้ ประกอบการ วิสาห กิจใน ไทย	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ท่องเที่ยว ภายใน ประ เทศ ไทย-จีน	สมาคม ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว	
\bar{X}	2.73	2.00	2.18	1.82	2.45	2.36	3.27	3.27	3.45	3.18	3.27	3.55	2.64	3.91	3.73	2.18	2.36	4.08
สมาคมรถเช่าไทย	2.64													-1.27*	-1.09*	0.45*	0.27	-1.44*
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวไทย	3.91													0.18	1.73*	1.55*		-0.17
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.73														1.55*	1.36*		-0.35*
สมาคมผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน	2.18																-0.18	-1.90*
สมาคมภัตตาคารไทย	2.36																	-1.71*
มูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว	4.08																	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามองค์กร ที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคม มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมส่งเสริม ธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่สังกัดสมาคมเรือไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ ผจญภัย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์ อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคม ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมภัตตาคารไทย และ มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัด สมาคมโรงแรมไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคม มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิใบไม้เขียว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิใบไม้เขียว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัด สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน สมาคมภัตตาคารไทย และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย



ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

องค์กรที่สังกัด	\bar{X}	สมาคมเรือไทย	สมาคมโรงแรมไทย	มูลนิธิไบโม่เขียว	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์	สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ	สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน	สมาคมภัตตาคารไทย	มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว			
		2.73	2.00	2.18	1.82	2.45	2.45	3.00	3.09	3.36	3.36	3.45	3.27	2.45	3.18	3.27	2.18	2.27	3.31	
สมาคมเรือไทย	2.73		0.73*	0.55*	0.91*	0.27	0.27	-0.27	-0.36	-0.64*	-0.64*	-0.73*	-0.55*	0.27	-0.45*	-0.55*	0.55*	0.45*	-0.58*	
สมาคมโรงแรมไทย	2.00			-0.18	0.18	-0.45*	-0.45*	-1.00*	-1.09*	-1.36*	-1.36*	-1.45*	-1.27*	-0.45	-1.18	-1.27	-0.18	-0.27	-1.31*	
มูลนิธิไบโม่เขียว	2.18				0.36	-0.27	-0.27	-0.82*	-0.91*	-1.18*	-1.18*	-1.27*	-1.09*	-0.27	-1.00*	-1.09*	0.00	-0.09	-1.13*	
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	1.82					-0.64*	-0.64*	-1.18*	-1.27*	-1.55*	-1.55*	-1.64*	-1.45*	-0.64	-1.36	-1.45	-0.36	-0.45*	-1.49*	
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	2.45						0.00	-0.55*	-0.64*	-0.91*	-0.91*	-1.00*	-0.82*	0.00	-0.73*	-0.82*	0.27	0.18	-0.85*	
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.45								-0.55*	-0.64*	-0.91*	-0.91*	-1.00*	-0.82*	0.00	-0.73*	-0.82*	0.27	0.18	-0.85*

ตาราง 21 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	\bar{X}	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไปไม่ เขี้ยว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทยท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ไทย ธุรกิจ การ ท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ ประ เทศ ไทย	สมาคมผู้ ประกอบการ วิสาห กิจใน ย่านราช ประสงค์	สมาคม ส่งเสริม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ เที่ยว ภายใน ประ เทศ	สมาคมผู้ ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว		
		2.73	2.00	2.18	1.82	2.45	2.45	3.00	3.09	3.36	3.36	3.45	3.27	2.45	3.18	3.27	2.18	2.27	3.31
สหพันธ์สมาคม ท่องเที่ยวไทย	3.00							-0.09	-0.36	-0.36	-0.45*	-0.27	0.55*	-0.18	-0.27	0.82*	0.73*		-0.31
สมาคมไทยธุรกิจการ ท่องเที่ยว	3.09							-0.27	-0.27	-0.36	-0.18	0.64*	-0.09	-0.18	0.91*	0.82*		-0.22	
สมาคมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	3.36								0.00	-0.09	0.09	0.91*	0.18	0.09	1.18*	1.09*		0.06	
สมาคมส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติ(ไทย)	3.36									-0.09	0.09	0.91*	0.18	0.09	1.18*	1.09*		0.06	
สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ แห่งประเทศไทย	3.45										0.18	1.00*	0.27	0.18	1.27*	1.18*		0.15	
สมาคมผู้ประกอบการ วิสาหกิจในย่านราช ประสงค์	3.27												0.82*	0.09	0.00	1.09*	1.00*		-0.03

ตาราง 21 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	\bar{X}	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไบไม่ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว ทอง เที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทยท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ การท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ ประ เทศ ไทย	สมาคมผู้ ประกอบการ วิสาห กิจใน ย่านราช ประสงค์	สมาคม ส่งเสริม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ภายใน ประ เทศ	สมาคมผู้ ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	สมาคม ภัตตาคาร ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว	
		2.73	2.00	2.18	1.82	2.45	2.45	3.00	3.09	3.36	3.36	3.45	3.27	2.45	3.18	3.27	2.18	2.27	3.31
สมาคมรถเช่าไทย	2.45													-0.73*	-0.82*	0.27	0.18		-0.85*
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวไทย	3.18														-0.09	1.00*	0.91*		-0.13
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.27															1.09*	1.00*		-0.03
สมาคมผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน	2.18																	-0.09	-1.13*
สมาคมภัตตาคารไทย	2.27																		-1.03*
มูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว	3.31																		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามองค์กร ที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุม นานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่าน ราชประสงค์ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิ พิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคม เรือไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่าง ที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคม ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์ อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) สมาคม มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมส่งเสริม ธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิใบไม้เขียว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์ อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมภัตตาคารไทยและ มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัด สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคม มัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมส่งเสริม

ธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทยสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

องค์กรที่สังกัด	สมาคมเรือไทย	สมาคมโรงแรมไทย	มูลนิธิใบไม้เขียว	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สหพันธ์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว (ไทย)	สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์	สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ	สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย-จีน	สมาคมกวดดา-คารไทย	มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว	
\bar{X}	2.91	2.00	2.18	1.82	2.45	2.27	3.09	3.36	3.55	3.18	3.09	3.36	2.55	3.27	3.27	2.27	2.36	3.23
สมาคมเรือไทย		0.91*	0.73*	1.09*	0.45*	0.64*	-0.18	-0.45*	-0.64*	-0.27	-0.18	-0.45*	0.36	-0.36	-0.36	0.64*	0.55*	-0.32
สมาคมโรงแรมไทย			-0.18	0.18	-0.45*	-0.27	-1.09	-1.36	-1.55	-1.18	-1.09*	-1.36*	-0.55*	-1.27*	-1.27*	-0.27	-0.36	-1.23*
มูลนิธิใบไม้เขียว				0.36	-0.27	-0.09	-0.91*	-1.18*	-1.36*	-1.00*	-0.91*	-1.18*	-0.36	-1.09*	-1.09*	-0.09	-0.18	-1.05*
สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA)					-0.64*	-0.45*	-1.27*	-1.55*	-1.73*	-1.36*	-1.27*	-1.55*	-0.73*	-1.45*	-1.45*	-0.45*	-0.55*	-1.41*
สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย						0.18	-0.64*	-0.91*	-1.09*	-0.73*	-0.64*	-0.91*	-0.09	-0.82*	-0.82*	0.18	0.09	-0.78*
สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย								-0.82*	-1.09*	-1.27*	-0.91*	-0.82*	-1.09*	-1.00*	-1.00*	0.00	-0.09	-0.96*

ตาราง 22 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ไบโม่ เซีย	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว ทอ ง เทีย ว (TTAA)	สมาคม ไทย ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	สภาอุต สาหกรรม ท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมา คม ส่งเสริม การ ท่องเที่ยว ไทย- จีน	สมา คม ส่งเสริม การ ประ ชุม นา นา ชา ติ (ไทย)	สมา คม มัค คุ เทศ ก์ อา ซิ แ ห่ง ประ เท ศ ไทย	สมา คม ผู้ ประ กอบ วิ สา ห กิจ ใน ย าน ราช ประ ส ง ศ	สมา คม ส่งเสริม ทอ ง เทีย ว ไทย	สมา คม ธุรกิจ เทีย ว ภายใน ประ เท ศ	สมา คม ผู้ ประ กอบ การ ทอ ง เทีย ว ไทย- จีน	สมา คม ผู้ ประ กอบ การ ทอ ง เทีย ว ไทย	สิ่ง แ วด และ การ ทอ ง เทีย ว	
\bar{X}	2.91	2.00	2.18	1.82	2.45	2.27	3.09	3.36	3.55	3.18	3.09	3.36	2.55	3.27	3.27	2.27	2.36	3.23
สหพันธ์สมาคม ท่องเที่ยวไทย								-0.27	-0.45*	-0.09	0.00	-0.27	0.55*	-0.18	-0.18	0.82*	0.73*	-0.14
สมาคมไทยธุรกิจการ ท่องเที่ยว									-0.18	0.18	0.27	0.00	0.82*	0.09	0.09	1.09*	1.00*	0.13
สมาคมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น										0.36	0.45*	0.18	1.00*	0.27	0.27	1.27*	1.18*	0.31
สมาคมส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติ(ไทย)											0.09	-0.18	0.64*	-0.09	-0.09	0.91*	0.82*	-0.05
สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ แห่งประเทศไทย												-0.27	0.55*	-0.18	-0.18	0.82*	0.73*	-0.14
สมาคมผู้ประกอบการ วิสาหกิจในย่านราช ประสงค์													0.82*	0.09	0.09	1.09*	1.00*	0.13

ตาราง 22 (ต่อ)

องค์กรที่สังกัด	สมาคม เรือ ไทย	สมาคม โรงแรม ไทย	มูลนิธิ ใบไม้ เขียว	สมาคม ไทย บริการ ท่องเที่ยว (TTAA)	สมาคม ไทย ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และ ผจญ ภัย	สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	สหพันธ์ สมาคม ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ การท่องเที่ยว	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	สมาคม ส่งเสริม การท่องเที่ยว นานาชาติ (ไทย)	สมาคม มัคคุ เทศก์ อาชีพ แห่งประเทศไทย	สมาคม ผู้ประกอบการ รถเช่า ไทย	สมาคม ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ไทย	สมาคม ธุรกิจ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	สมาคม ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว ไทย-จีน	สมาคม กวดวิชา ไทย	มูลนิธิ พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว		
\bar{X}	2.91	2.00	2.18	1.82	2.45	2.27	3.09	3.36	3.55	3.18	3.09	3.36	2.55	3.27	3.27	2.27	2.36	3.23	
สมาคมรถเช่าไทย	2.55													-0.73*	-0.73*	0.27	0.18	-0.69*	
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวไทย	3.27													0.00	1.00*	0.91*	0.04		
สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.27														1.00*	0.91*	0.04		
สมาคมผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน	2.27																	-0.09	-0.96*
สมาคมกวดวิชาไทย	2.36																		-0.87*
มูลนิธิพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการ ท่องเที่ยว	3.23																		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามองค์กรที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น และสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน กับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมเรือไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมโรงแรมไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิใบไม้เขียว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน สมาคมภัตตาคารไทย และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว(TTAA)

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและ

การท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมรถเช่าไทย สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ และมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมรถเช่าไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ประเภทกิจการที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามประเภทกิจการ

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	เรือบริการ ท่องเที่ยว		โรงแรม		อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม		บริการท่องเที่ยว		บริการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์และ ผจญภัย		ส่งเสริมบริการ ท่องเที่ยว		ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย- ญี่ปุ่น		ส่งเสริมการ ประชุมนานาชาติ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.82	0.39	1.91	0.53	2.18	0.73	2.91	1.00	2.45	0.51	2.68	0.47	3.18	0.96	3.18	0.73
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	2.73	0.46	2.00	0.62	2.18	0.73	3.00	1.05	2.45	0.51	2.82	0.66	3.45	0.67	3.18	0.39
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.73	0.77	2.00	0.62	2.18	0.73	2.70	0.88	2.45	0.51	2.73	0.54	3.36	0.90	3.36	0.49
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.91	0.53	2.00	0.62	2.18	0.73	2.82	0.91	2.45	0.51	2.68	0.64	3.55	0.91	3.18	0.39
รวม	2.91	0.53	1.91	0.53	2.18	0.73	2.91	1.00	2.45	0.51	2.73	0.54	3.27	0.77	3.18	0.39

ตาราง 23 (ต่อ)

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	มณฑลเทศก้อาชีพ		ผู้ประกอบการ วิสาหกิจ		บริการรถเช่า		บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ		ส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน		ภัตตาคาร		พิกักษ์ สิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยว		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการเปิดรับข้อมูล	3.36	0.79	3.09	0.68	2.64	0.90	3.55	0.51	2.18	0.73	2.27	0.63	3.31	0.47	10.782	0.000*
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	3.27	0.77	3.55	0.67	2.64	0.90	3.73	0.46	2.18	0.73	2.36	0.79	4.08	0.27	17.153	0.000*
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	3.45	0.80	3.27	0.77	2.45	0.67	3.27	0.46	2.18	0.73	2.27	0.63	3.31	0.47	12.222	0.000*
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	3.09	0.81	3.36	0.66	2.55	0.80	3.27	0.46	2.27	0.77	2.36	0.79	3.23	0.43	10.201	0.000*
รวม	3.18	0.85	3.27	0.77	2.45	0.67	3.55	0.51	2.18	0.73	2.36	0.79	3.69	0.47	13.255	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามประเภทกิจการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	บริการ ส่งเสริม ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การ ประชุม นานาชาติ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการ รถเช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิทักษ์สิ่ง แวดล้อมและ การท่องเที่ยว	
																\bar{X}
เรือบริการท่องเที่ยว	2.91	1.91	2.18	2.91	2.45	2.73	3.27	3.18	3.18	3.27	2.45	3.55	2.18	2.36	3.69	
โรงแรม		1.00*	0.73*	0.00	0.45*	0.18	-0.36	-0.27	-0.27	-0.36	0.45*	-0.64*	0.73*	0.55*	-0.78*	
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม			-0.27	-1.00*	-0.55*	-0.82*	-1.36*	-1.27*	-1.27*	-1.36*	-0.55*	-1.64*	-0.27	-0.45*	-1.78*	
บริการท่องเที่ยว				-0.73*	-0.27	-0.55*	-1.09*	-1.00*	-1.00*	-1.09*	-0.27	-1.36*	0.00	-0.18	-1.51*	
บริการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และผจญภัย					0.45*	0.18	-0.36*	-0.27	-0.27	-0.36*	0.45*	-0.64*	0.73*	0.55*	-0.78*	
ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว						-0.27	-0.82*	-0.73*	-0.73*	-0.82*	0.00	-1.09*	0.27	0.09	-1.24*	
ส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย-ญี่ปุ่น							-0.55*	-0.45*	-0.45*	-0.55*	0.27	-0.82*	0.55*	0.36	-0.97*	
ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ								0.09	0.09	0.00	0.82*	-0.27	1.09*	0.91*	-0.42*	
มัคคุเทศก์อาชีพ									0.00	-0.09	0.73*	-0.36	1.00*	0.82*	-0.51*	
ผู้ประกอบการวิสาหกิจ										-0.09	0.73*	-0.36	1.00*	0.82*	-0.51*	
บริการรถเช่า											0.82*	-0.27	1.09*	0.91*	-0.42*	
บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ												-1.09*	0.27	0.09	-1.24*	
														1.36*	1.18*	-0.15

ตาราง 24 (ต่อ)

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ สิ่งแวด ล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ และผจญ ภัย	บริการ ท่องเที่ยว ส่งเสริม บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การท่อง เที่ยว ประชม นานาชาติ	ส่งเสริม การ ประชุม นานาชาติ	มัคค เทศก์ อาชีพ	ผู้ ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการ รถเช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจท่อง เที่ยว สัมพันธ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิกษสิ่ง แวด ล้อมและ การท่อง เที่ยว
	\bar{X}	2.91	1.91	2.18	2.91	2.45	2.73	3.27	3.18	3.18	3.27	2.45	3.55	2.18	2.36	3.69
ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว																
สัมพันธไทย-จีน	2.18														-0.18	-1.51*
ภัตตาคาร	2.36															-1.33*
พิกษสิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยว	3.69															

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับ กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ ผจญภัย บริการรถเช่า ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ ผจญภัย ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภัตตาคาร และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กร ประเภทโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่าง กันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ผู้ประกอบการ วิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัด องค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภท บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย บริการรถเช่า ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และ ภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภท บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	ส่งเสริม บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การ ประชุม นานาชาติ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการรถ เช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิกัดสิ่ง แวดล้อม และการ ท่องเที่ยว
	\bar{X}														
เรือบริการท่องเที่ยว	2.82	0.91*	0.64*	-0.09	0.36	0.14	-0.36	-0.36	-0.55*	-0.27	0.18	-0.73*	0.64*	0.55*	-0.49*
โรงแรม	1.91		-0.27	-1.00*	-0.55*	-0.77*	-1.27*	-1.27*	-1.45*	-1.18*	-0.73*	-1.64*	-0.27	-0.36	-1.40*
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2.18			-0.73*	-0.27	-0.50*	-1.00*	-1.00*	-1.18*	-0.91*	-0.45*	-1.36*	0.00	-0.09	-1.13*
บริการท่องเที่ยว	2.91				0.45*	0.23	-0.27	-0.27	-0.45*	-0.18	0.27	-0.64*	0.73*	0.64*	-0.40*
บริการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และผจญภัย	2.45					-0.23	-0.73*	-0.73*	-0.91*	-0.64*	-0.18	-1.09*	0.27	0.18	-0.85*
ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว	2.68						-0.50*	-0.50*	-0.68*	-0.41*	0.05	-0.86*	0.50*	0.41*	-0.63*
ส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย-ญี่ปุ่น	3.18							0.00	-0.18	0.09	0.55*	-0.36	1.00*	0.91*	-0.13
ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ	3.18								-0.18	0.09	0.55*	-0.36	1.00*	0.91*	-0.13
มัคคุเทศก์อาชีพ	3.36									0.27	0.73*	-0.18	1.18*	1.09*	0.06
ผู้ประกอบการวิสาหกิจ	3.09										0.45*	-0.45*	0.91*	0.82*	-0.22
บริการรถเช่า	2.64											-0.91*	0.45*	0.36	-0.67*

ตาราง 25 (ต่อ)

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	บริการ ท่องเที่ยว ส่งเสริม บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ประชุม นานาชาติ	ผู้ ประกอบ อาชีพ	ผู้ ประกอบการ วิสาหกิจ	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิทักษ์ สิ่งแวดล้อม และการ ท่องเที่ยว		
	\bar{X}	2.82	1.91	2.18	2.91	2.45	2.68	3.18	3.18	3.36	3.09	2.64	3.55	2.18	2.27	3.31
บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.55													1.36*	1.27*	0.24
ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน	2.18														-0.09	-1.13*
ภัตตาคาร	2.27															-1.03*
พิทักษ์สิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยว	3.31															

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน และภัตตาคาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทมัคคุเทศก์อาชีพ บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ และพิกษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิกษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กร ประเภทโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิกษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับ การรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทมัคคุเทศก์อาชีพ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิกษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กร ประเภทบริการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิกษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภท บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิกษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภท

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจ
รับข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และ ผจญภัย	ส่งเสริม บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การประชุม นานาชาติ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการ รถเช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	กักตุน มาตรการ	พิทักษ์สิ่ง แวดล้อม และการท่องเที่ยว
\bar{X}	2.73	2.00	2.18	3.00	2.45	2.82	3.45	3.18	3.27	3.55	2.64	3.73	2.18	2.36	4.08
เรือบริการท่องเที่ยว	2.73	0.73*	0.55*	-0.27	0.27	-0.09	-0.73*	-0.45*	-0.55*	-0.82*	0.09	-1.00*	0.55*	0.36	-1.35*
โรงแรม	2.00		-0.18	-1.00*	-0.45*	-0.82*	-1.45*	-1.18*	-1.27*	-1.55*	-0.64*	-1.73*	-0.18	-0.36	-2.08*
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2.18			-0.82*	-0.27	-0.64*	-1.27*	-1.00*	-1.09*	-1.36*	-0.45*	-1.55*	0.00	-0.18	-1.90*
บริการท่องเที่ยว	3.00				0.55*	0.18	-0.45*	-0.18	-0.27	-0.55*	0.36*	-0.73*	0.82*	0.64*	-1.08*
บริการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และผจญภัย	2.45					-0.36	-1.00*	-0.73*	-0.82*	-1.09*	-0.18	-1.27*	0.27	0.09	-1.62*
ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว	2.82						-0.64*	-0.36	-0.45*	-0.73*	0.18	-0.91*	0.64*	0.45*	-1.26*
ส่งเสริมการท่องเที่ยว ไทย-ญี่ปุ่น	3.45							0.27	0.18	-0.09	0.82*	-0.27	1.27*	1.09*	-0.62*
ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ	3.18								-0.09	-0.36	0.55*	-0.55*	1.00*	0.82*	-0.90*
มัคคุเทศก์อาชีพ	3.27									-0.27	0.64*	-0.45*	1.09*	0.91*	-0.80*
ผู้ประกอบการวิสาหกิจ	3.55										0.91*	-0.18	1.36*	1.18*	-0.53*
บริการรถเช่า	2.64											-1.09*	0.45*	0.27	-1.44*

ตาราง 26 (ต่อ)

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์และ ผจญภัย	ส่งเสริม บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การ ประชุม นานาชาติ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการ รถเช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัยพิบัติ	พิทักษ์สิ่ง แวดล้อมและ การท่องเที่ยว	
	\bar{X}	2.73	2.00	2.18	3.00	2.45	2.82	3.45	3.18	3.27	3.55	2.64	3.73	2.18	2.36	4.08
บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.73												1.55*	1.36*	-0.35	
ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน	2.18														-0.18	-1.90*
ภัยพิบัติ	2.36															-1.71*
พิทักษ์สิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยว	4.08															

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน กับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้
แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน
และภัตตาคาร



ตาราง 27 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการเป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การท่องเที่ยว นานาชาติ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการรถ เช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิกัดสิ่ง แวดล้อม และการ ท่องเที่ยว
เรือบริการท่องเที่ยว	2.73	0.73*	0.55*	0.03	0.27	0.00	-0.64*	-0.64*	-0.73*	-0.55*	0.27	-0.55*	0.55*	0.45*	-0.58*
โรงแรม	2.00		-0.18	-0.70*	-0.45*	-0.73*	-1.36*	-1.36*	-1.45*	-1.27*	-0.45	-1.27	-0.18	-0.27	-1.31*
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2.18			-0.52*	-0.27	-0.55*	-1.18*	-1.18*	-1.27*	-1.09*	-0.27	-1.09*	0.00	-0.09	-1.13*
บริการท่องเที่ยว	2.70				0.24	-0.03	-0.67*	-0.67*	-0.76*	-0.58*	0.24	-0.58*	0.52*	0.42*	-0.61*
บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	2.45					-0.27	-0.91*	-0.91*	-1.00*	-0.82*	0.00	-0.82*	0.27	0.18	-0.85*
ส่งเสริมการท่องเที่ยว	2.73						-0.64*	-0.64*	-0.73*	-0.55*	0.27	-0.55*	0.55*	0.45*	-0.58*
ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	3.36							0.00	-0.09	0.09	0.91*	0.09	1.18*	1.09*	0.06
ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ	3.36								-0.09	0.09	0.91*	0.09	1.18*	1.09*	0.06
มัคคุเทศก์อาชีพ	3.45									0.18	1.00*	0.18	1.27*	1.18*	0.15
ผู้ประกอบการวิสาหกิจ	3.27										0.82*	0.00	1.09*	1.00*	-0.03
บริการรถเช่า	2.45											-0.82*	0.27	0.18	-0.85*

ตาราง 27 (ต่อ)

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	บริการ ท่องเที่ยว เชิง บริการ ท่องเที่ยว	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ประจวบ คีรี- ถิระ	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ประจวบ คีรี- ถิระ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ประกอบการ วิสาหกิจ	บริการรถ เช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิกัดสิ่ง แวดล้อม และการ ท่องเที่ยว
	\bar{X}	2.73	2.00	2.18	2.70	2.45	2.73	3.36	3.36	3.45	3.27	2.45	3.27	2.18	2.27	3.31
บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.27												1.09*	1.00*		-0.03
ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน	2.18														-0.09	-1.13*
ภัตตาคาร	2.27															-1.03*
พิกัดสิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยว	3.31															

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามประเภท กิจกรรม เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน กับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ ไทย-จีน และภัตตาคาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกัน กับกลุ่ม ตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ ผจญภัย ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้ แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่าง กันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภท บริการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่าง กันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมธุรกิจ ท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์ สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภท บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามประเภทกิจการเป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ประเภทกิจการ	เรือบริการท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	บริการท่องเที่ยว	บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว	ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ	มัคคุเทศก์อาชีพ	ผู้ประกอบการวิสาหกิจ	บริการรถเช่า	บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ	ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน	ภัตตาคาร	ที่พักสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว	
	\bar{X}	2.91	2.00	2.18	2.82	2.45	2.68	3.55	3.18	3.09	3.36	2.55	3.27	2.27	2.36	3.23
เรือบริการท่องเที่ยว	2.91	0.91*	0.73*	0.09	0.45*	0.23	-0.64*	-0.27	-0.18	-0.45*	0.36	-0.36	0.64*	0.55*	-0.32	
โรงแรม	2.00		-0.18	-0.82*	-0.45*	-0.68*	-1.55*	-1.18*	-1.09*	-1.36*	-0.55*	-1.27*	-0.27	-0.36	-1.23*	
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2.18			-0.64*	-0.27	-0.50*	-1.36*	-1.00*	-0.91*	-1.18*	-0.36	-1.09*	-0.09	-0.18	-1.05*	
บริการท่องเที่ยว	2.82				0.36*	0.14	-0.73*	-0.36*	-0.27	-0.55*	0.27	-0.45*	0.55*	0.45*	-0.41*	
บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย	2.45					-0.23	-1.09*	-0.73*	-0.64*	-0.91*	-0.09	-0.82*	0.18	0.09	-0.78*	
ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว	2.68						-0.86*	-0.50*	-0.41*	-0.68*	0.14	-0.59*	0.41*	0.32	-0.55*	
ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น	3.55							0.36	0.45*	0.18	1.00*	0.27	1.27*	1.18*	0.31	
ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ	3.18								0.09	-0.18	0.64*	-0.09	0.91*	0.82*	-0.05	
มัคคุเทศก์อาชีพ	3.09									-0.27	0.55*	-0.18	0.82*	0.73*	-0.14	
ผู้ประกอบการวิสาหกิจ	3.36										0.82*	0.09	1.09*	1.00*	0.13	
บริการรถเช่า	2.55											-0.73*	0.27	0.18	-0.69*	

ตาราง 28 (ต่อ)

ประเภทกิจการ	เรือ บริการ ท่องเที่ยว	โรงแรม	อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	บริการ ท่องเที่ยว	บริการ ท่องเที่ยว เชิง อนุรักษ์ และผจญ ภัย	บริการ ท่องเที่ยว ส่งเสริม	ส่งเสริม การท่องเที่ยว ไทย- ญี่ปุ่น	ส่งเสริม การประชุม นานาชาติ	มัคคุ เทศก์ อาชีพ	ผู้ ประกอบ การ วิสาหกิจ	บริการรถ เช่า	บริการ ท่องเที่ยว ภายใน ประเทศ	ส่งเสริม ธุรกิจ ท่องเที่ยว สัมพันธ์ ไทย-จีน	ภัตตาคาร	พิกษ์สิ่ง แวดล้อมและ การท่องเที่ยว	
	\bar{X}	2.91	2.00	2.18	2.82	2.45	2.68	3.55	3.18	3.09	3.36	2.55	3.27	2.27	2.36	3.23
บริการท่องเที่ยว ภายในประเทศ	3.27												1.00*	0.91*	0.04	
ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว สัมพันธ์ไทย-จีน	2.27													-0.09	-0.96*	
ภัตตาคาร	2.36															-0.87*
พิกษ์สิ่งแวดล้อมและ การท่องเที่ยว	3.23															

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามประเภท กิจกรรม เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น และผู้ประกอบการวิสาหกิจ มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทเรือบริการท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทโรงแรม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมบริการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุม นานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิสาหกิจ บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิทักษ์

สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมบริการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมบริการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทมัคคุเทศก์อาชีพ บริการรถเช่า ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการรถเช่า ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทมัคคุเทศก์อาชีพ และผู้ประกอบการวิสาหกิจมีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการรถเช่า ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และพิกซ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการรถเช่า

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทพิกซ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรประเภทส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และภัตตาคาร

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามตำแหน่ง

ระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	ระดับ ปฏิบัติการ		ระดับ ผู้บริหาร		อื่นๆ		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.85	0.90	2.48	0.69	3.04	0.63	9.581	0.000*
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	3.02	0.95	2.48	0.73	3.21	0.68	15.987	0.000*
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.81	0.84	2.48	0.73	3.07	0.76	10.117	0.000*
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.82	0.83	2.48	0.76	3.18	0.66	13.842	0.000*
รวม	2.91	0.90	2.48	0.73	3.00	0.60	10.412	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามตำแหน่ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ตำแหน่ง	ระดับปฏิบัติการ	ระดับผู้บริหาร	อื่นๆ	
	\bar{X}	2.91	2.48	3.00
ระดับปฏิบัติการ	2.91	0.44*	-0.09	
ระดับผู้บริหาร	2.48		-0.52*	
อื่นๆ	3.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับผู้บริหาร

ตาราง 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ตำแหน่ง	ระดับปฏิบัติการ	ระดับผู้บริหาร	อื่นๆ	
	\bar{X}	2.85	2.48	3.04
ระดับปฏิบัติการ	2.85	0.37*	-0.18	
ระดับผู้บริหาร	2.48		-0.56*	
อื่นๆ	3.04			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับผู้บริหาร

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ตำแหน่ง	ระดับปฏิบัติการ			อื่นๆ
	ระดับปฏิบัติการ	ระดับผู้บริหาร	อื่นๆ	
	\bar{X}	3.02	2.48	3.21
ระดับปฏิบัติการ	3.02		0.54*	-0.20
ระดับผู้บริหาร	2.48			-0.74*
อื่นๆ	3.21			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้ บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับผู้บริหาร

ตาราง 33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ตำแหน่ง	ระดับปฏิบัติการ	ระดับผู้บริหาร	อื่นๆ	
	\bar{X}	2.81	2.48	3.07
ระดับปฏิบัติการ	2.81	0.34*	-0.26*	
ระดับผู้บริหาร	2.48		-0.59*	
อื่นๆ	3.07			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับปฏิบัติการ

ตาราง 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ตำแหน่ง	ระดับปฏิบัติการ	ระดับผู้บริหาร	อื่นๆ	
	\bar{X}	2.82	2.48	3.18
ระดับปฏิบัติการ	2.82	0.34*	-0.36*	
ระดับผู้บริหาร	2.48		-0.70*	
อื่นๆ	3.18			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามตำแหน่งเป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับผู้บริหาร โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับอื่นๆ มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับปฏิบัติการ

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 เพศที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามเพศ

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	ชาย		หญิง		t	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.71	0.92	2.85	0.77	-1.593	0.112
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	2.81	0.97	3.01	0.85	-2.131	0.034*
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.69	0.89	2.84	0.77	-1.713	0.088
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.68	0.89	2.88	0.75	-2.378	0.018*
รวม	2.76	0.94	2.88	0.78	-1.326	0.186

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการตั้งใจรับข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล และความเข้าใจในข้อมูล มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 อายุที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามอายุ

ระดับการรับรู้บทบาท ของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.76	0.90	2.86	0.83	2.73	0.73	2.83	0.72	0.599	0.616
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	2.94	0.99	3.04	0.90	2.70	0.74	2.67	0.49	2.658	0.048*
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.73	0.90	2.84	0.79	2.76	0.76	2.67	0.49	0.499	0.683
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.80	0.88	2.85	0.79	2.70	0.77	2.67	0.49	0.649	0.584
รวม	2.77	0.91	2.95	0.84	2.76	0.76	2.67	0.49	1.520	0.209

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการตั้งใจรับข้อมูล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูล มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

อายุ		20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
	\bar{X}	2.94	3.04	2.70	2.67
20-30 ปี	2.94		-0.10	0.24	0.27
31-40 ปี	3.04			0.34*	0.37
41-50 ปี	2.70				0.04
51-60 ปี	2.67				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการรับรู้แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการรับรู้บทบาท ของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	มัธยมศึกษา/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท หรือสูงกว่า		F	P
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการเปิดรับข้อมูล	2.67	0.52	1.83	0.72	2.79	0.83	2.96	0.81	6.719	0.000*
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	2.67	0.52	1.83	0.72	2.91	0.90	3.13	0.88	7.963	0.000*
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	2.67	0.52	1.67	0.49	2.79	0.83	2.89	0.73	8.374	0.000*
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	2.67	0.52	1.83	0.72	2.81	0.81	2.89	0.79	6.306	0.000*
รวม	2.67	0.52	1.83	0.72	2.82	0.85	3.00	0.81	7.121	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูลและด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
\bar{X}	2.67	1.83	2.82	3.00
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.67	0.83*	-0.15	-0.33
อนุปริญญา/ปวส.	1.83		-0.99*	-1.17*
ปริญญาตรี	2.82			-0.18
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.00			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.

ตาราง 40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
\bar{X}	2.67	1.83	2.79	2.96
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.67	0.83*	-0.12	-0.29
อนุปริญญา/ปวส.	1.83		-0.95*	-1.12*
ปริญญาตรี	2.79			-0.17
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.96			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเปิดรับข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.

ตาราง 41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
\bar{X}	2.67	1.83	2.91	3.13
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.67	0.83	-0.24	-0.46
อนุปริญญา/ปวส.	1.83		-1.08*	-1.30*
ปริญญาตรี	2.91			-0.22*
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	3.13			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการตั้งใจรับข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
\bar{X}	2.67	1.67	2.79	2.89
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.67	1.00*	-0.12	-0.22
อนุปริญญา/ปวส.	1.67		-1.12*	-1.22*
ปริญญาตรี	2.79			-0.11
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.89			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านความเข้าใจในข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท หรือสูงกว่า
\bar{X}	2.67	1.83	2.81	2.89
มัธยมศึกษา/ปวช.	2.67	0.83*	-0.14	-0.22
อนุปริญญา/ปวส.	1.83		-0.97*	-1.06*
ปริญญาตรี	2.81			-0.08
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.89			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้านการเก็บรักษาข้อมูล จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการทดสอบแบบ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีระดับการรับรู้แตกต่างกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.

การเปรียบเทียบระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ใช้การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยวิธีทดสอบไคส์แควร์

สมมติฐานที่ 2 ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

H_1 : ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย



ตาราง 44 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	พฤติกรรมการขอรับการสนับสนุน : จำนวน (ร้อยละ)						รวม	χ^2	P
	ไม่เคยขอรับการสนับสนุน	คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคต	ขอรับการสนับสนุนแล้วและอนุมัติ	ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ	ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุน แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น	อื่น ๆ			
การเปิดรับข้อมูล								61.536	0.000*
- น้อยที่สุด	6 (1.5)	10 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	24 (6.0)		
- น้อย	72 (18.0)	32 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.5)	8 (2.0)	118 (29.5)		
- ปานกลาง	88 (22.0)	66 (16.5)	6 (1.5)	4 (1.0)	8 (2.0)	2 (0.5)	174 (43.5)		
- มาก	42 (10.5)	40 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	84 (21.0)		
การตั้งใจรับข้อมูล								79.007	0.000*
- น้อยที่สุด	6 (1.5)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	22 (5.5)		
- น้อย	66 (16.5)	30 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	6 (1.5)	110 (27.5)		
- ปานกลาง	80 (20.0)	46 (11.5)	6 (1.5)	4 (1.0)	8 (2.0)	4 (1.0)	148 (37.0)		

ตาราง 44 (ต่อ)

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	พฤติกรรมขอรับการสนับสนุน : จำนวน (ร้อยละ)						รวม	χ^2	P
	ไม่เคยขอรับการสนับสนุน	คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคต	ขอรับการสนับสนุนแล้วและอนุมัติ	ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ	ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุน แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น	อื่น ๆ			
- มาก	54 (13.5)	62 (15.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	116 (29.0)		
- มากที่สุด	2 (0.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)		
ความเข้าใจในข้อมูล								54.175	0.000*
- น้อยที่สุด	8 (2.0)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	24 (6.0)		
- น้อย	68 (17.0)	34 (8.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	6 (1.5)	116 (29.0)		
- ปานกลาง	94 (23.5)	74 (18.5)	6 (1.5)	4 (1.0)	6 (1.5)	4 (1.0)	188 (47.0)		
- มาก	36 (9.0)	32 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	70 (17.5)		
- มากที่สุด	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)		

ตาราง 44 (ต่อ)

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	พฤติกรรมขอรับการสนับสนุน : จำนวน (ร้อยละ)						รวม	χ^2	P
	ไม่เคยขอรับการสนับสนุน	คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคต	ขอรับการสนับสนุนแล้วและอนุมัติ	ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ	ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุน แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น	อื่น ๆ			
การเก็บรักษาข้อมูล								63.383	0.000*
- น้อยที่สุด	6 (1.5)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	22 (5.5)		
- น้อย	68 (17.0)	32 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	6 (1.5)	114 (28.5)		
- ปานกลาง	96 (24.0)	72 (18.0)	6 (1.5)	4 (1.0)	8 (2.0)	4 (1.0)	190 (47.5)		
- มาก	36 (9.0)	36 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	72 (18.0)		
- มากที่สุด	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)		
การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย								65.377	0.000*
- น้อยที่สุด	6 (1.5)	8 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)	22 (5.5)		
- น้อย	70 (17.5)	34 (8.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	6 (1.5)	118 (29.5)		

ตาราง 44 (ต่อ)

ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	พฤติกรรมขอรับการสนับสนุน : จำนวน (ร้อยละ)						รวม	χ^2	P
	ไม่เคยขอรับการสนับสนุน	คิดว่าขอรับการสนับสนุนในอนาคต	ขอรับการสนับสนุนแล้วและอนุมัติ	ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ	ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุน แต่จะขอรับจากแหล่งอื่น	อื่น ๆ			
- ปานกลาง	84 (21.0)	60 (15.0)	6 (1.5)	4 (1.0)	8 (2.0)	4 (1.0)	166 (41.5)		
- มาก	48 (12.0)	46 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	94 (23.5)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวมและทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

การเปรียบเทียบระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ใช้การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สมมติฐานที่ 3 ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

H_1 : ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ระดับการรับรู้บทบาทของ กองทุนเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวไทย	ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุน จากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย			
	Pearson correlation (r)	P	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านการเปิดรับข้อมูล	-0.183	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านการตั้งใจรับข้อมูล	-0.134	0.007*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านความเข้าใจในข้อมูล	-0.197	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
ด้านการเก็บรักษาข้อมูล	-0.205	0.000*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน
รวม	-0.152	0.002*	มีความสัมพันธ์	เดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ด้วยค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) พบว่า ระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรวมและทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ใช้การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยวิธีทดสอบไคส์แควร์

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

H_1 : ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย



ตาราง 46 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	พฤติกรรมการขอรับการสนับสนุน : จำนวน (ร้อยละ)						รวม	χ^2	P
	ไม่เคยขอรับการสนับสนุน	คิดว่าขอรับการสนับสนุนในอนาคต	ขอรับการสนับสนุนแล้วและอนุมัติ	ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ	ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุน แต่จะขอรับจากแหล่งอื่น	อื่นๆ			
การเปิดรับข้อมูล								57.062	0.000*
- น้อย	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	2 (0.5)	8 (2.0)		
- ปานกลาง	38 (9.5)	10 (2.5)	0 (0.0)	2 (0.5)	2 (0.5)	2 (0.5)	54 (13.5)		
- มาก	104 (26.0)	72 (18.0)	6 (1.5)	0 (0.0)	4 (1.0)	2 (0.5)	188 (47.0)		
- มากที่สุด	62 (15.5)	66 (16.5)	0 (0.0)	2 (0.5)	10 (2.5)	10 (2.5)	150 (37.5)		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจ
ขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุน
จากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยการทดสอบไค-สแควร์ (Chi-Square) พบว่า ปัจจัย
ที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีความสัมพันธ์
กับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน



บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหารขององค์กรภาคเอกชน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ คือ ตารางแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าความสัมพันธ์ ผลการวิจัย สรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สังกัดมูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และสมาคมเรือไทย สมาคมโรงแรมไทย มูลนิธิใบไม้เขียว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ สมาคมรถเช่าไทย สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และสมาคมภัตตาคารไทย มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 เป็นองค์กรประเภทบริการท่องเที่ยว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมา ได้แก่ ประเภทส่งเสริมบริการท่องเที่ยว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ประเภทพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และประเภทเรือ

บริการท่องเที่ยว โรงแรม อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย-ญี่ปุ่น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ มัคคุเทศก์อาชีพ ผู้ประกอบการวิชาชีพ บริการรถเช่า บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสัมพันธ์ไทย-จีน และ ภัตตาคาร มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา ได้แก่ ระดับผู้บริหาร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา ได้แก่ เพศชาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตั้งใจรับข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 2.93) ด้านการเก็บรักษาข้อมูล และด้านการเปิดรับข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย = 2.80) และด้านความเข้าใจในข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 2.78)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านการเปิดรับข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

2. ด้านการตั้งใจรับข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ

3. ด้านความเข้าใจในข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูล จากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูล จากโฆษณาผ่านสื่อแพรภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์วิทยุ

4. ด้านการเก็บรักษาข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เมื่อได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เมื่อได้รับข้อมูลจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เมื่อได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่อแพรภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์วิทยุ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวม อยู่ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภายนอก (ค่าเฉลี่ย = 4.43) และปัจจัยภายใน (ค่าเฉลี่ย = 3.94)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ปัจจัยภายนอก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ วิกฤตการณ์การท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผลกระทบจากสภาพสังคม

2. ปัจจัยภายใน ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ช่องทางในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว รองลงมา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของกองทุนฯ อยู่ในระดับต่ำ และความรวดเร็วในการอนุมัติให้กู้ยืมจากกองทุนฯ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของการสมัครรับทุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา ได้แก่ คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคตจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ขอรับการสนับสนุนแล้ว และอนุมัติ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ ตำแหน่ง เพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างกัน พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดองค์กรที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในด้านการเปิดรับข้อมูล การตั้งใจรับข้อมูล ความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลแตกต่างกัน

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะแนวทางในการสร้างการรับรู้ให้กับองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

1. ข้อเสนอแนะจากองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.1 ระดับปฏิบัติการ

จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีการชี้แจงบทบาทของหน่วยงานให้ชัดเจนมากกว่านี้เพื่อที่แต่ละองค์กรจะได้สามารถรับรู้และเข้าใจประโยชน์และจะได้เข้ามาขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ และอยากให้กองทุนฯ เข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองด้วย เนื่องจากได้รับความเดือดร้อนเป็นอย่างมากจนไม่สามารถดำเนินกิจการได้ตามปกติและยังต้องแบกรับค่าจ้างลูกจ้างอีกด้วย รวมถึงอยากให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง หรือมีการจัดประชุมสัมมนาผู้มีสิทธิในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุน เช่น หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เป็นประจำทุกเดือนเพื่อสำรวจความต้องการว่า แต่ละหน่วยงานมีความต้องการพัฒนาองค์กรของตนเองในด้านไหน อย่างไร มีโครงการริเริ่มจะดำเนินการทำอะไร

กท 1.2 ระดับผู้บริหาร

กท จากการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะให้กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมีการประชาสัมพันธ์บทบาทของหน่วยงานอย่างต่อเนื่องให้ทั่วถึงทุกภาคส่วนอย่างเป็นรูปธรรมโดยการใช้การสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ เช่น สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร แผ่นพับ และเอกสารสิ่งพิมพ์อื่นๆ เป็นต้น สื่อประเภทพูด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เครื่องขยายเสียง สื่อประเภทภาพและเสียง ได้แก่ โทรทัศน์ วีดิทัศน์ และภาพยนตร์ สื่อประเภทภาพสัญลักษณ์ ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบปปลิว และสื่อเบ็ดเตล็ดอื่นๆ ได้แก่ การบรรยาย การอบรม การสนทนา การประชุม การตอบปัญหา การแข่งขัน การจัดนิทรรศการ การแสดง การเยี่ยมชม การประกวดประเภทต่างๆ การส่งจดหมายตรงไปยังผู้รับ ตลอดจนการทำปฏิทินและของชำร่วย และที่สำคัญคือการใช้ระบบ IT เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพราะปัจจุบันการสืบค้นข้อมูลจะมุ่งไปที่ Internet เป็นหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างรวดเร็วแม่นยำ

2. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตั้งใจรับข้อมูล รองลงมา ได้แก่ ด้านการเก็บรักษาข้อมูล และด้านการเปิดรับข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเข้าใจในข้อมูล ดังนั้น กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจึงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการสร้างการรับรู้บทบาทของกองทุนฯ ให้กลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มได้รับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึงและต่อเนื่องโดยเน้นช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้วยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี และการโฆษณาผ่านสื่อแพรภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมทั้งการโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ และควรมีการจัดตั้งศูนย์สอทไลน์ในการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับรายละเอียดของกองทุนฯ และรายละเอียดเกี่ยวกับการขอรับทุนด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างการรับรู้ให้กับองค์กรที่สนใจ นอกเหนือจากการสื่อสารทางเว็บไซต์ของกระทรวงเป็นหลัก รวมทั้งควรมีการสำรวจความต้องการในการขอรับการสนับสนุนจากองค์กรภาคต่างๆ เป็นประจำ ในเชิงรุกโดยไม่จำเป็นต้องรอให้องค์กรต่างๆ เดือดร้อนแล้วถึงเดินทางมาขอ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และแนวทางในส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวการพัฒนาทักษะด้านการบริหาร การตลาด หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น ทั้งนี้ ให้เน้นในเรื่องของการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจในประโยชน์ของกองทุนฯ เป็นหลัก โดยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำและเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

บนพื้นฐานข้อมูลของผลการวิจัย เรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตอบบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายผลเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตอบบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

จากการวิจัย พบว่า ระดับการรับรู้ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูล ด้านการตั้งใจรับข้อมูล ด้านความเข้าใจในข้อมูล และด้านการเก็บรักษาข้อมูลมีค่าเฉลี่ยเท่าๆ กัน ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละรายด้านจะพบว่าด้านการเปิดรับข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากโฆษณาผ่านสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ ด้านการตั้งใจรับข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากจากโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ ด้านความเข้าใจในข้อมูล ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) รองลงมา ได้แก่ มีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากคู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจากโฆษณาผ่านสื่อแพรรูปภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของระเด่น ทักษณา (2543) และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540) ที่กล่าวว่า การที่หน่วยงาน สถาบัน องค์กร จะสร้างความเข้าใจหรือศรัทธาให้แก่ประชาชนได้นั้น มีความจำเป็นต้องมีสื่อเป็นตัวกลางหรือตัวนำสิ่งที่ต้องการบอกกล่าวไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์สื่อประเภทพูด สื่อประเภทภาพและเสียง สื่อประเภทภาพสัญลักษณ์ สื่อเบ็ดเตล็ดอื่นๆ เพื่อสร้างให้เกิดกระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ รูปการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สัมผัสเพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมาย และมีความกลมกลืน และสอดคล้องกับ เสรีย์ วงษ์มณฑา (2542) ได้ระบุว่า การรับรู้ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร 2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร 3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร และ 4. การเก็บข้อมูลที่ได้รับเลือกสรร ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาที่ได้รับจะเห็นว่าระดับการรับรู้จากสื่อกลางแจ้ง สื่อแพรรูปภาพและกระจายเสียง จะอยู่ในระดับน้อย โดยอาจเป็นผลมาจากการเลือกรับสื่อของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน หรืออาจขึ้นอยู่กับช่องทางการสื่อสาร โอกาสในการเข้าถึง

เทคโนโลยีที่ใช้ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน และอาจเป็นผลมาจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ทัศนคติ หรือความเฉลียวฉลาดแตกต่างกัน รวมไปถึงการเลือกที่จะจดจำข้อมูลของแต่ละบุคคลที่เป็นประโยชน์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผลการศึกษา จะเป็นตัวชี้ให้เห็นจุดอ่อนและจุดแข็งของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในการเลือกใช้สื่อและการประชาสัมพันธ์บทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานให้กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ระบุว่า ควรจะปรับปรุงแผนงานการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปในทิศทางใด และควรเน้นที่จะใช้สื่อประเภทใดเป็นพิเศษให้เข้ากับวิถีชีวิต (Life Style) ของกลุ่มเป้าหมายระดับต่างๆ ในองค์กรภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. พฤติกรรมขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 208 คน ไม่เคยขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย รองลงมา จำนวน 148 คน คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคตจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย รองลงมา จำนวน 18 คน ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น รองลงมา จำนวน 6 คน ขอรับการสนับสนุนแล้วและอนุมัติ และลำดับสุดท้าย จำนวน 4 คน ขอรับการสนับสนุนแล้วและไม่อนุมัติ โดยพฤติกรรมดังกล่าวของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน มีความสัมพันธ์กับระดับของการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยรวมและทุกด้าน โดยผลที่ได้รับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 208 คน ไม่เคยขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย อาจเป็นเหตุผลมาจากอัตราส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้ตอบเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการมากกว่าระดับผู้บริหารทำให้พฤติกรรมส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจึงไม่เคยขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งตามอำนาจหน้าที่ของพนักงานที่ได้รับไม่อาจตัดสินใจในเรื่องการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ ได้ ตามหลักของการบริหารจะต้องเป็นนโยบายขององค์กรหรือได้รับคำสั่งจากผู้บริหาร รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรที่ได้กำหนดไว้มากกว่า รวมถึงองค์กร สมาคมต่างๆ ก่อตั้งขึ้น โดยมีโครงสร้างเป็นลำดับชั้นมีนายกสมาคมเป็นผู้บริหาร มีอุปนายกสมาคมลำดับรองลงมาเป็นที่บริหาร และประกอบด้วยสมาชิกผู้ประกอบการในสาขาวิชาชีพนั้นๆ เป็นสมาชิกจำนวนมาก ดังนั้น หากองค์กรหรือสมาคมมีความเดือดร้อนหรือต้องการให้สมาคมช่วยเหลือในด้านต่างๆ นั้น จะต้องผ่านที่ประชุมสมาคมก่อนทุกครั้งเพื่อขอมติ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภายนอก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ วิกฤตการณ์การท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ผลกระทบจากสภาพสังคม และปัจจัยภายใน ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ช่องทางในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว รองลงมา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของกองทุนฯ อยู่ในระดับต่ำ และ ความรวดเร็วในการอนุมัติให้กู้ยืมจากกองทุนฯ เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาดังกล่าว จะเห็นว่า ปัจจัยภายนอก ในเรื่องของผลกระทบจากวิกฤตการณ์การท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจ และการเมือง จะเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดส่งผลให้องค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตระหนักถึง ในการจะรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในช่วงปี พ.ศ. 2552 ที่ผ่านมา และต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2553 ส่งผลกระทบต่อความต้องการ ในภาพรวมต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในหลายประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนัก และยิ่งซ้ำเติมด้วยผลกระทบ จากสภาพความวุ่นวายทางการเมืองที่กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) หรือมีอบเสี้ยวแดงปิดแยกราชประสงค์ซึ่งเป็นศูนย์รวมของภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่าง แท้จริงหลายส่วน ไม่ว่าจะป็นอาคารสำนักงานของบริษัทข้ามชาติและบริษัทไทยขนาดใหญ่ โรงแรมระดับ 5 ดาว ห้างสรรพสินค้าชั้นนำของประเทศ ซึ่งกระทบไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมในย่านราชประสงค์และใกล้เคียงที่ต้องสูญเสียรายได้วันละ 174 ล้านบาท หรือผลกระทบกับรายได้ความเป็นอยู่ของพนักงานห้าง และโรงแรม รวม 24,000 คน จนต้อง ออกมาขอให้ภาครัฐเยียวยาทั้งเงินช่วยเหลือและเงินกู้ให้กับภาคผู้ประกอบการคิดเป็นเงินเกือบ 6,000 ล้านบาท ผลกระทบจากการที่ต้องสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นหลักหมื่นล้านบาท จากการที่นักท่องเที่ยวไม่เดินทางเข้าประเทศไทย และที่เป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้เกิดวิกฤตการณ์ การท่องเที่ยวตามมาคือการสลายการชุมนุมของกลุ่ม นปช. เมื่อช่วงปลายเดือนพฤษภาคม 2553 จนทำให้มีผู้เสียชีวิตมากกว่า 80 คน และในจำนวนนี้มีชาวต่างชาติเสียชีวิตด้วย จนในที่สุด เหตุการณ์วุ่นวายมากขึ้นเกิดการลอบวางเพลิงสถานที่สำคัญต่างๆ ที่กรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะ เป็นห้างสรรพสินค้า หน่วยงานของรัฐ ธนาคาร ภาพเหตุการณ์เหล่านี้ถูกเผยแพร่ไปทั่วโลก ทำให้ ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยลดต่ำลงเป็นอย่างมาก

เข้าชั้นวิกฤต ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกแขนงต่างได้รับความเดือดร้อน เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวก็ไม่มีการใช้จ่ายภายนอกเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรภาคเอกชนตระหนักถึง และจะเข้ามาขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว จะเห็นว่าใช้จ่ายภายนอกจะเป็นตัวส่งผลให้องค์กรมาพิจารณาใช้จ่ายภายในอีกครั้ง โดยดูความสำคัญในเรื่องช่องทางในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว เป็นลำดับแรกและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของกองทุนฯ อยู่ในระดับต่ำ เป็นลำดับต่อมา และความรวดเร็วในการอนุมัติให้กู้ยืมจากกองทุนฯ เป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ใช้จ่ายภายนอกและใช้จ่ายภายในจึงมีความสำคัญอยู่ในระดับที่เท่าๆ กัน ในการเป็นส่วนสำคัญของใช้จ่ายหลักที่ทำให้องค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ในการสร้างการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่ได้ผลดี ดังนี้

1. **จัดประชุมชี้แจงและรายงานผล** กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ควรมีการจัดประชุมชี้แจงบทบาท และรายงานผลการดำเนินงานของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้กลุ่มเป้าหมาย หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับรู้อย่างทั่วถึงในทุกๆ ภาค โดยต่อเนื่อง ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทดลองเสนอแผนงาน โครงการ และประเมินผลการรับรู้ในแต่ละครั้ง รวมทั้งสำรวจความต้องการในการขอรับการสนับสนุนเป็นประจำทุกเดือน

2. **จัดรายการวิทยุเพื่อการประชาสัมพันธ์ และจัดทำ Spot วิทยุและโทรทัศน์รายการต่างๆ** กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ควรมีการประชาสัมพันธ์บทบาทของหน่วยงานทางรายการวิทยุเพื่อสังคม หรือรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งจัดทำ Spot วิทยุและโทรทัศน์รายการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำบทบาทของกองทุนฯ ได้อย่างดี ทั้งนี้ เนื่องจากประชาชนจะเลือกรับสื่อประเภทนี้เป็นจำนวนมาก เพราะเข้าถึงและรับฟังได้อย่างง่ายดาย เพียงแค่มีวิทยุ หรือโทรทัศน์ไว้ที่บ้าน หรือที่ทำงานก็สามารถรับรู้ได้โดยไม่ต้องไปซื้อให้เสียสตางค์

3. **จัดแถลงข่าว** กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ควรมีการจัดแถลงผลการดำเนินงาน ในรอบ 6 เดือน และ 12 เดือน โดยเชิญสื่อมวลชนจากทุกสำนักที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

เพื่อช่วยในการลงข่าวประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ Internet ซึ่งจะทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก (Word of Mouse) โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนจำนวนมาก และได้ผลอย่างแน่นอน

4. **จัดทำเว็บไซต์** กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ควรมีการจัดทำเว็บไซต์ของหน่วยงานโดยเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยยังไม่มีเว็บไซต์เป็นของหน่วยงานแต่ลิงค์ข้อมูลไว้ในเว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th) เท่านั้น จึงทำให้การค้นหาข้อมูลทำได้ยาก และข้อมูลน้อย โดยไม่มีเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่กองทุนฯ ได้โดยตรง ดังนั้น จึงควรพัฒนาเว็บไซต์ของหน่วยงานขึ้นมาโดยให้ผู้ติดต่อสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดาย ข้อมูลชัดเจน และอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ สามารถยื่นเรื่องการขอรับการสนับสนุนในเบื้องต้นแบบออนไลน์ได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุมในพื้นที่ทุกภาค และสุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา ชุมชน และองค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยด้วย เพื่อให้กองทุนฯ ได้รับทราบถึงข้อบกพร่องของหน่วยงานเพื่อที่จะได้พัฒนาให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นที่พึงพอใจสูงสุด

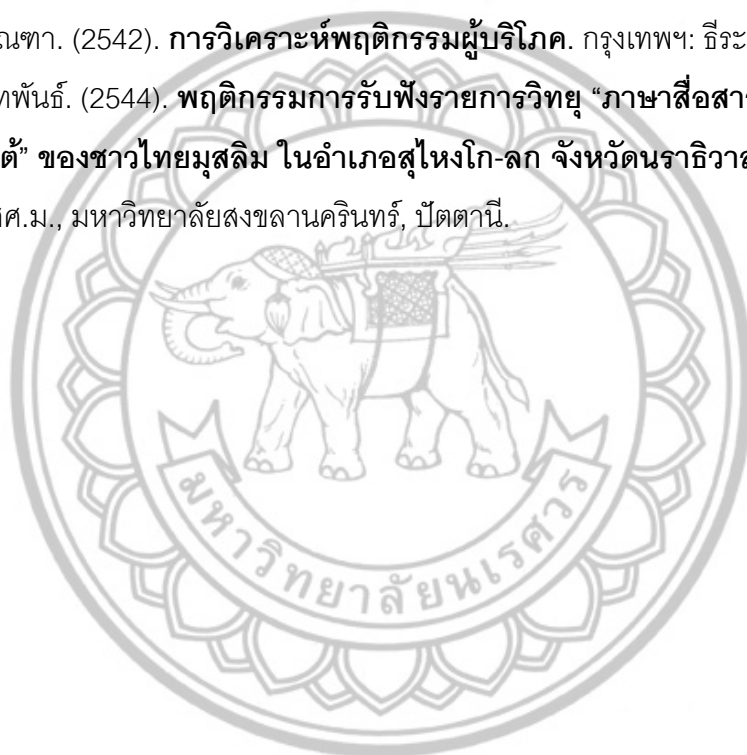


บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรวรรณ บุญทา และคณะ. (2551). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อผลการดำเนินงานกองทุนหลักประกันสุขภาพ ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลแสนตอ อำเภอ น้ำปาด จังหวัดอุตรดิตถ์**. อุตรดิตถ์: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย. (ม.ป.ป.). **คู่มือกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2553, จาก http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=274.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552. **แผนการตลาดเร่งด่วนเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวปี 2552**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เจริญ เริงธรรม. (2548). **การรับรู้และความเข้าใจ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) ของข้าราชการสังกัด สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 2**. ชลบุรี: คณะรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิคม ศรีวิโรจน์. (2545). **ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทที่เป็นจริงและบทบาทที่คาดหวังในการส่งเสริมกิจกรรมร่วมหลักสูตรในระดับมัธยมศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนในจังหวัดเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., สถาบันราชภัฏเพชรบุรี, เพชรบุรี.
- บุญกลาง เพี้ยมุล. (2551). **บทบาทของกองทุนฟื้นฟูและพัฒนาเกษตรกรต่อการจัดการหนี้สินของสมาชิกองค์กรเกษตรกร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- พิษม้อบเสื่อแดงทำเศรษฐกิจไทยพังยับหนักกว่า 19 ก.ย. - **วิกิตำเนา** เอมเบอร์เกอร์ เอกชนห่วงจบ แต่ไม่จบ...รอบประทุรอบใหม่. (21-27 พฤษภาคม 2553). **มติชนสุดสัปดาห์**, 22.
- วลัยพร พัชรนฤมล. (2548). **ความเป็นไปได้ของแหล่งเงินต่างๆ ตามมาตรา 39 ในพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2545 : ในทัศนะของผู้ สันทัดกรณี**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **รายงานการประเมินผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ระหว่างวันที่ 8 - 14 เมษายน 2553**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2553). **สถิตินักท่องเที่ยวในปี 2552**. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- สำนักนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2553). **สถิติผู้ขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สุณีรัตน์ จิรเกียรติไกร. (2551). **การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางในร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อนุกุล สนิทพันธ์. (2544). **พฤติกรรมกรับฟังรายการวิทยุ “ภาษาสื่อสารสัมพันธ์ชายใต้” ของชาวไทยมุสลิม ในอำเภอสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, ปัตตานี.





ภาคผนวก

เลขที่ □□□

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุน จากกองทุนฯ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ ซึ่งผลการศึกษาจะไม่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้ให้ข้อมูลแต่อย่างใด

กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงมากที่สุดโดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่าน
กรุณากรอกแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตอนที่ 2	ระดับการรับรู้ขององค์กรภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
ตอนที่ 3	ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
ตอนที่ 4	พฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
ตอนที่ 5	แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : ให้ระบุเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. องค์กรที่สังกัดและประเภทกิจการ

1.1) ชื่อองค์กร โปรดระบุ.....

1.2) ประเภทกิจการ โปรดระบุ.....

2. ตำแหน่ง

2.1) ระดับปฏิบัติการ

2.2) ระดับผู้บริหาร

2.3) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. เพศ

3.1) ชาย

3.2) หญิง

4. อายุ

4.1) ต่ำกว่า 20 ปี

4.2) 20 - 30 ปี

4.3) 31 - 40 ปี

4.4) 41 - 50 ปี

4.5) 51 - 60 ปี

4.6) 60 ปี ขึ้นไป

5. การศึกษา

5.1) ประถมศึกษา

5.2) มัธยมศึกษา/ปวช.

5.3) อนุปริญญา/ปวส.

5.4) ปริญญาตรี

5.5) ปริญญาโท

5.6) ปริญญาโท

5.7) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

คำชี้แจง : ให้ระบุเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับการรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด

บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เป็นกองทุนหมุนเวียนในการพัฒนาการท่องเที่ยว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะด้านการบริหาร การตลาด หรือการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการดูแลรักษาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในท้องถิ่น

การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การเปิดรับข้อมูล					
ท่านรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจาก					
1. โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี					
2. โฆษณาผ่านสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ					
3. โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ					
4. โฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th)					
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย					
6. สื่อแผ่นพับ ไปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
8. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์ ถ.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ					

การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	ระดับการรับรู้				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
การตั้งใจรับข้อมูล					
ท่านตั้งใจรับข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจาก					
1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงาน ประจำปี					
2. สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ					
3. สื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่างๆ					
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (www.mots.go.th)					
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย					
6. สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา					
8. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัล ๓.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ					
ความเข้าใจในข้อมูล					
ท่านมีความเข้าใจบทบาทและประโยชน์ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยหลังจากได้รับข้อมูลจาก					
1. โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี					
2. โฆษณาผ่านสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ					
3. โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ ต่างๆ					
4. โฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th)					
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย					
6. สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา					
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา					

การรับรู้บทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
8. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรม ดิเอ็มเมอรัลด์ ถ.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ					
การเก็บรักษาข้อมูล					
ท่านจดจำบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเมื่อได้รับข้อมูลจาก					
1. โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร รายงานประจำปี					
2. โฆษณาผ่านสื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ					
3. โฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณาตามสถานที่ ต่างๆ					
4. โฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ของกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา (www.mots.go.th)					
5. เจ้าหน้าที่กองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย					
6. สื่อแผ่นพับ โปสเตอร์ ที่อยู่ในกระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา					
7. คู่มือกองทุนฯ และซีดีรอมคู่มือกองทุนฯ ที่อยู่ในกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา					
8. การประชุมชี้แจงและเปิดตัวกองทุนฯ เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2552 ณ โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์ ถ.รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ					

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

คำชี้แจง : ให้ระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจขอรับการสนับสนุนจากกองทุน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยภายนอก					
1. ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ					
2. ผลกระทบจากสภาพการเมือง					
3. ผลกระทบจากสภาพสังคม					
4. วิฤตการณ์การท่องเที่ยว					
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....					
ปัจจัยภายใน					
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของกองทุนฯ อยู่ในระดับต่ำ					
2. ช่องทางในการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ มีความสะดวกและรวดเร็ว					
3. ความรวดเร็วในการอนุมัติให้กู้ยืมจากกองทุนฯ					
4. อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

คำชี้แจง : ให้ระบุเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับพฤติกรรมการขอรับการสนับสนุนจากกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยมากที่สุด

- 1. ไม่เคยขอรับการสนับสนุน
- 2. คิดว่าจะขอรับการสนับสนุนในอนาคต
- 3. ขอรับการสนับสนุนแล้ว และอนุมัติ
- 4. ขอรับการสนับสนุนแล้ว และไม่อนุมัติ
- 5. ไม่คิดจะรับการสนับสนุนจากกองทุนฯ แต่จะขอรับจากแหล่งทุนอื่น
- 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 5 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางในการสร้างการรับรู้ให้กับองค์กรภาคเอกชน
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ต่อบทบาทของกองทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร โปรดอธิบาย

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นายอภิศักดิ์ เขียวบางยาง รหัสนิสิต 52911001

มหาวิทยาลัยนเรศวร





ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชบัณฑิตยสถาน

ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล อภิศักดิ์ เขี้ยวบางยาง
วัน เดือน ปีเกิด 4 สิงหาคม 2524
ที่อยู่ปัจจุบัน 22 หมู่ 6 ตำบลบางยาง อำเภอกระทุ่มแบน
จังหวัดสมุทรสาคร 74100
ที่ทำงานปัจจุบัน สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
เลขที่ 4 ถนนราชดำเนินนอก แขวงวัดโสมนัส
เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10100
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน
ประสบการณ์ทำงาน
พ.ศ. 2547 สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2547 ศศ.บ. (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

