

5307673 : สาขาวิชา : ผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง ; ศศ.ม. (ผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, การท่องเที่ยว, อิทธิพลของสื่อ

ญาติ นาคประสม : ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวในทัศนคติของนักศึกษาจีน : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเฉิงตู มณฑลเสฉวน สาธารณรัฐประชาชนจีน (THAILAND'S TOURISM IMAGE IN THE CHINESE STUDENTS' ATTITUDE : CASE STUDY OF CHENGDU UNIVERSITY, SICHUAN PROVINCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ฉัตรวิญญ์ องคสิงห์, 1118 หน้า.

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวของนักศึกษาจีน : กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเฉิงตู มณฑลเสฉวน สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ทราบถึง ทัศนคติที่นักศึกษาชาวจีน มีต่อภาพลักษณ์ประเทศไทยด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับ การศึกษา ภูมิภาค รายได้ครอบครัวต่อเดือน รายจ่ายส่วนตัว และ ประสบการณ์การเดินทางไป ประเทศไทย ทั้งนี้ มีการศึกษาการเลือกรับสื่อเกี่ยวกับประเทศไทยในจีน และ ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ ประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 395 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test f-test และ one-way ANOVA

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบ แบบสอบถามร้อยละ 50.9 เป็นเพศชาย และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นชาวมณฑลเสฉวน มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 หยวน มีรายจ่าย ต่อเดือนระหว่าง 501-1,000 หยวน และส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปประเทศไทย และผลการศึกษา การเลือกรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า มีการรับข่าวสารผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด สื่อโทรทัศน์ปานกลาง สื่อหนังสือพิมพ์น้อย และส่วนใหญ่ยังไม่เคยได้รับ ข่าวสารการท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อเอกสารประชาสัมพันธ์ และไม่เคยได้รับการบอกเล่าเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวประเทศไทยจากผู้ที่เคยเดินทางไปมาแล้ว และ จากการศึกษาทัศนคติภาพลักษณ์ประเทศ ไทยส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ ระดับการศึกษา ภูมิภาค รายได้ครอบครัวต่อเดือน รายจ่ายส่วนตัวต่อเดือน และ ประสบการณ์การเดินทางไปประเทศไทยที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ ประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และ การทดสอบสมมติฐาน ระหว่าง ภาพลักษณ์ประเทศ ไทยด้านการท่องเที่ยวของนักศึกษาจีน กับ อิทธิพลของสื่อที่เผยแพร่การท่องเที่ยวของประเทศไทย ในประเทศจีน พบว่า มีความสัมพันธ์กัน

ลายมือชื่อนักศึกษาญาติ นาคประสม.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....ฉัตรวิญญ์

**5307673 : MAJOR : LEADERSHIP IN SOCIETY, BUSINESS AND POLITICS;
M.A. (LEADERSHIP IN SOCIETY, BUSINESS AND POLITICS)**

KEY WORDS : IMAGE, TOURISM, EFFECT TO MASS COMMUNICATION

**YANEE NAKPRASOM : THAILAND' S TOURISM IMAGE IN THE
CHINESE STUDENTS' ATTITUDE : CASE STUDY OF CHENGDU UNIVERSITY,
SICHUAN PROVINCE, PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA. THESIS ADVISOR:
CHATWARUN ONGKASING, Ph.D. 118 p.**

The study on Chinese student's attitude toward Thailand's tourism image in the case of Chengdu University, Sichuan Province, People's Republic of China has applied the quantitative research method using questionnaire to collect the data of to know about the Chinese student's attitude towards Thailand's tourism. The study personal has surveyed background; gender, education, residence, family monthly income. personal expenses and travel experience in Thailand to be analysis input. In addition, the study found out which media the Chinese students chose to acquire Thailand's tourism information and also analyzed their attitude toward Thailand Image. Using a random sample set of 395 people, the statistical methods in this study included the frequency of the mean and standard deviation, t-test, f-test and one-way analysis of variance (ANOVA).

The analysis revealed that 50.9 percent of the respondents are male, graduated bachelor degree, from Sichuan province, family monthly income lower than 3,000 RMB. Spend money per month between 501-1,000 RMB. Most of them have never been to Thailand. Concerning the frequency of using media to learn about Thailand's tourism, it was found that they utilized the internet the most and followed by television, newspaper , brochure and the people who have been to Thailand respectively.

The results of hypothesis test found that the different individual background of gender, education level, residence, family monthly income, personal expenses and travel's experience to Thailand has different attitudes about Thailand's tourism image. The hypothesis was finally found that there was significant between Thailand's tourism image of the Chinese students and the influences of the media in China are related.

Student's Signature..... *Yanee . N.* Thesis Advisor's Signature..... *Chatwarun Ongkasing*