

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

เกริกเกียรติ พิพัฒน์ศิริธรรม. การคลังว่าด้วยการจัดสรรและการกระจาย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

เกษม กิตติธัชมากุล. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบสื่อสารทางโทรสาร : ศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการโทรสารสาธารณะระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

เกษม จันทร์น้อ. สื่อประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1.-กรุงเทพมหานคร : นานมีบุ๊คส์, 2537.

จตุรศรี สวนเสริมศักดิ์. การเปิดรับโฆษณาโครงการอะเมจิงไทยแลนด์กับการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

จรีธา อรรถอนุชิต. การเปิดรับข่าวสารด้านพลังงาน การรับรู้ประโยชน์ และการยอมรับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในอาคารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และเขตจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

จิตดาวิชัย มุนานาค. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ธนิมาถ เจริญผล. การศึกษารูปแบบการสื่อสาร การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย : รัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

**สุดิพร** เสงวนศักดิ์โสภาคย์. การเปิดรับสื่อ การรับรู้เกี่ยวกับสังคมตะวันตก และการใช้ชีวิตแบบสังคมตะวันตกของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

**ดวงพร** คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. สื่อ...การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ตามเจริญพาณิชย์, 2541.

**ทัศนัย** สุนทรวิภาค. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

**นภาพร** อัจฉริยะกุล และ รุ่งนภา พิศรปริษา. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 : สื่อในการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2535.

**ปารุจ** สุขพรรณ. บทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การวางแผนครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.

**บัญญัติ** คำบุญวัฒน์. งานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพพจน์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด : ศึกษากรณีโรงงานปูนซิเมนต์แม่ข่าย จังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

**บุญเกื้อ** ควรหาเวช. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ (บางเขน) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2537.

**ปรมะ** ศตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2540.

- พงษ์เทพ วรกิจโกศกตร. ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธุ์. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธุ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- พรทิพย์ วรกิจโกศกตร, บรรณาธิการ. การจัดการปัญหาภาพพจน์เชิงลบ. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.
- พิชญ์ฉินี แสงขำ. การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธุ์ ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2536-2537. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์. ทฤษฎีกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธุ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มานิต รัตนสุวรรณ. โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธุ์. ใน โลกของการประชาสัมพันธุ์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. คู่มือมีคฤทศก์ : เอกสารประกอบการอบรมมีคฤทศก์, 2540.
- ศุภต เป็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- รัฐสภา แก่นแก้ว. การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจกรรมสถานีโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธุ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- รัตนา ปัญญาดี. ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธุ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์, 2538.
- วรรณกมล เอี่ยมวิวัฒน์กิจ. เว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในฐานะเป็นแหล่งสารสนเทศเกี่ยวกับปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการประถมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วรรณษา วีราโมกษ์. พฤติกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2533.
- วันทนา จิรนา. ก่อรูปการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการประถมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วันทนา สุรชีวิน. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการประถมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วิรัช ธกัรรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- วิรัช ธกัรรัตนกุล. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วิเชษฐ์ เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2541.
- ศิรดา สอนศรี. การศึกษาพฤติกรรมการประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของ

ประธานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขา  
วิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ศิริลักษณ์ อธิบุญโญภังค์. ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมจิงไทยแลนด์  
ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2540. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา  
การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ศิริวรรณ เตรีรัตน์. การบริหารการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1.  
กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา, 2539.

สมัยศึก ฉนัคสอน. ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบัน  
การเงิน 14 สิงหาคม 2541. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประสา  
ติสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ต้นติมา เกษมสันต์ ณ อรุณ. ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้  
บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประสา  
ติสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย, สาขานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อสารเพื่อการ  
พัฒนา หน่วยที่ 1-8. กรุงเทพมหานคร, 2534.

สุชาติ ราษฎร์รักษา. การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจาก  
โรงไฟฟ้าผ่านหินและการยอมรับโรงไฟฟ้าป้อนอก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา  
การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

สุนีย์ โรจนโอหารรัตน์. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการคืนไวน์ของผู้บริหารใน  
องค์กรธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา  
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุนนา วรุตตร. ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540. วิชา  
นิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน. กรุงเทพมหานคร : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2541.

อนิรุจน์ เอี่ยมกิจการ. ภาพลักษณ์การไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาว กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

อรัญญา มีลาธทอง. การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท อีออกซ์เจย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อารีย์ จงเกษมสุข. การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่ใช้ความกลัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

อานวช วิรวรรณ. การแก้วิกฤตการณ์และสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร. ใน ภาพลักษณ์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาษาอังกฤษ

Boulding, Kenneth E. **The image : knowledge in life and society.** 1st ed. Ann Arbor : The university of Michigan, 1975.

De Fleur, Melvin L. **Theories of Mass Communication.** New York : David Mckay Company, 1966.

Jefkins, Frank. **Planned press and public relations.** 1st ed. London : International Textbook, 1977.

Katz, Elihu and Lazarsfeld, Paul F. **Personal influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication.** New York : The Free Press, 1955.

Kellerman, Dana F., Clarke, Harry E., and Summers, Lucinda R. **New Webster' s dictionary of the English language.** Chicago : Consolidated Book Pub., 1975.

Marston, John E. **Modern public relations.** 1st ed. New York : McGraw-Hill, 1979.

McQuail, Denis. **Mass Communication Theory : an introduction/Denis McQuail.** 3rd ed. London : Sage, c1994.

Middleton, Victor T.C. **Marketing in travel and tourism.** 2nd ed. Oxford : Butterworth-Heinemann, 1994.

Robinson, Claude and Barlow, Walter. **Public Relations Journal.**  
(September 1959) : 22.

Rogers, Everette M. **Communication Channels.** Handbook of Communication. Chicago : Rand Mc Nelly, 1978

Rogers, Everette M. **Traditional Midwives as family planning communication in Asia.**  
Honolulu : The East-West Communication Institute, 1978.

William, Sheryl L. and Moffitt, Mary Anne. "Corporate Image as an Impression Formation Process : Prioritizing Personal, Organizational, and Environmental Audience Factors," **Journal of Public Relations Research** v9n4 (1997) : 237-258.

Simon, Raymond. **Public Relations : Concepts and Practices.** 2nd ed. Ohio :  
Grid Publishing, 1980.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Questionnaire Number \_\_\_\_\_ (1-3)

**QUESTIONNAIRE**

**“ THAILAND’S IMAGE AMONG FOREIGN TOURISTS ”**

This questionnaire is a part of the Graduate Thesis in Development Communication for the Department of Public Relations, the Faculty of Communication Arts at Chulalongkorn University. The purpose of this thesis is to utilize the information from questionnaire for communication in promoting and developing Thailand’s tourism.

**Part I Personal Data**

Please put  in the box which corresponds to your answer.

**1. Sex**

- (1) Male  (2) Female

**2. Age**

- (1) 15 – 24 yrs.old.  (4) 45 – 54 yrs.old.  
 (2) 25 – 34 yrs.old.  (5) 55 – 64 yrs.old.  
 (3) 35 – 44 yrs.old.  (6) 65 yrs.old and Above

**3. Education**

- (1) Junior School and Below  (4) Bachelor Degree/of the same level  
 (2) High School/of the same level  (5) Master Degree/of the same level  
 (3) Diploma/of the same level  (6) Higher than Master Degree

**4. Occupation**

- (1) Professionals  (6) Administrative and Managerial  
 (2) Commercial Personnel  (7) Housewife or Unpaid family  
 (3) Laborers/Production  (8) Students  
 (4) Agricultural Workers  (9) Retired and Unemployed  
 (5) Government Official  (10) Not Stated  
 (11) Others (please specify .....  
 .....)

Researcher only

4

5

6

7, 8

Please answer all questions for completeness

## 5. Annual Income Before Tax (\$US)

- |                                               |                                               |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) Less than 10,000 | <input type="checkbox"/> (4) 40,001 – 55,000  |
| <input type="checkbox"/> (2) 10,001 – 25,000  | <input type="checkbox"/> (5) 55,001 – 70,000  |
| <input type="checkbox"/> (3) 25,001 – 40,000  | <input type="checkbox"/> (6) More than 70,000 |

## 6. Country of Residence \_\_\_\_\_

## 7. If you don't visit Thailand, which country in Asia you would go instead.

(Choose only one answer)

- |                                          |                                                                      |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) China       | <input type="checkbox"/> (10) India                                  |
| <input type="checkbox"/> (2) Hong Kong   | <input type="checkbox"/> (11) Bangladesh                             |
| <input type="checkbox"/> (3) Japan       | <input type="checkbox"/> (12) Brunei                                 |
| <input type="checkbox"/> (4) Korea       | <input type="checkbox"/> (13) Nepal                                  |
| <input type="checkbox"/> (5) Taiwan      | <input type="checkbox"/> (14) Pakistan                               |
| <input type="checkbox"/> (6) Singapore   | <input type="checkbox"/> (15) Sri Lanka                              |
| <input type="checkbox"/> (7) Phillipines | <input type="checkbox"/> (16) Vietnam                                |
| <input type="checkbox"/> (8) Malaysia    | <input type="checkbox"/> (17) Laos                                   |
| <input type="checkbox"/> (9) Indonesia   | <input type="checkbox"/> (18) Others (please specify .....<br>.....) |

Researcher Only

 9  10, 11  12, 13

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Please answer all questions for completeness

**Part 2 Media Exposure to Thailand's Tourism**

Please put  $\sqrt$  in the block which corresponds to your answer.

How often did you listen to, read, watch, or talk about information of Thailand's tourism from each following media in your country?

Media	Above	From	From	From	From	Never
	12	10 to 12	7 to 9	4 to 6	1 to 3	
	times a year	times a year	times a year	times a year	times a year	
<b>A. Mass Media</b>						
1) Satellite TV						
2) Cable TV						
3) Local TV						
4) Newspaper						
5) Magazine						
<b>B. Personal Media</b>						
6) Airlines's officer						
7) Tour Agency's staff						
8) Tourism Authority of Thailand's office's staff						
9) Friends/Colleques						
10) Relatives						
11) Spouse						

Researcher Only

- 14  
 15  
 16  
 17  
 18  
  
 19  
 20  
 21  
 22  
 23  
 24

Please answer all questions for completeness

Media	Above 12 times a year	From 10 to 12 times a year	From 7 to 9 times a year	From 4 to 6 times a year	From 1 to 3 times a year	Never
<b>C. Specialized Media</b>						
(12) Internet						
(13) Poster						
(14) Brochure						
(15) CD ROM						
(16) Video						
(17) News Release						
(18) Newsletter						
(19) Folder/Pamphlet						
(20) Billboard						
(21) Advertising Signs (on vehicle's body, at public places, overhead bridge etc.)						
(22) Special Events						
<b>D. Others</b>						
(23) Others (please specify .....)						

Researcher Only

- 25  
 26  
 27  
 28  
 29  
 30  
 31  
 32  
 33  
  
 34  
 35  
 36

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**Part 3 Media's Persuasive Level**

Which medium in your country does influence your information of Thailand's tourism and thereby motivate you to visit Thailand?

Please rank your first 3 influences. [ 1 = the first influence, 2 = the second influence, 3 = the third influence ]

- |                                                                              |                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> (1) Sattelite TV                                    | <input type="checkbox"/> (14) Poster                                                                           |
| <input type="checkbox"/> (2) Cable TV                                        | <input type="checkbox"/> (15) Brochure                                                                         |
| <input type="checkbox"/> (3) Local TV                                        | <input type="checkbox"/> (16) CD ROM                                                                           |
| <input type="checkbox"/> (4) Radio                                           | <input type="checkbox"/> (17) Video                                                                            |
| <input type="checkbox"/> (5) Newspaper                                       | <input type="checkbox"/> (18) News Release                                                                     |
| <input type="checkbox"/> (6) Magazine                                        | <input type="checkbox"/> (19) Newsletter                                                                       |
| <input type="checkbox"/> (7) Embassy's officer                               | <input type="checkbox"/> (20) Folder/Pamphlet                                                                  |
| <input type="checkbox"/> (8) Airlines's officer                              | <input type="checkbox"/> (21) Internet                                                                         |
| <input type="checkbox"/> (9) Tour Agency's staff                             | <input type="checkbox"/> (22) Billboard                                                                        |
| <input type="checkbox"/> (10) Tourism Authority of Thailand's office's staff | <input type="checkbox"/> (23) Advertising Signs (on vehicle's body,<br>at public places, overhead bridge etc.) |
| <input type="checkbox"/> (11) Friends/Colleques                              | <input type="checkbox"/> (24) Special Events                                                                   |
| <input type="checkbox"/> (12) Relatives                                      | <input type="checkbox"/> (25) Others (please specify .....<br>.....)                                           |
| <input type="checkbox"/> (13) Spouse                                         |                                                                                                                |

Researcher Only	
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	37, 38
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	39, 40
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	41, 42
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	43, 44
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	45, 46
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	47, 48
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	49, 50
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	51, 52
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	53, 54
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	55, 56
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	57, 58
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	59, 60
<input type="checkbox"/>	61

**Part 4 Perception of information about Thailand's Tourism**

Please put  $\checkmark$  in the block which corresponds to your answer.

1. For which you listened to, read, watched, or talked about information of Thailand's tourism from any media in your country.

How much do you perceive about Thailand's tourism?

Information of Thailand's Tourism	Very much	Much	Moderate	Little	Never
1. Thailand's beautiful natural heritage such as caves ,waterfalls ,etc.					
2. Historical Places.					
3. Magnificent Architectures and Paintings.					
4. Adventure Tour.					
5. Thai Handicrafts.					
6. Cultural Diversity.					
7. Ancient Places / Antiques.					
8. Thai unique lifestyle.					
9. Thai food / Thai fruits / Thai desserts.					
10. Ecotourism.					
11. Beautiful seas, beaches and islands.					
12. Different kinds of sporting options.					
13. Animal Symbol of Nation.					
14. Accommodations in various atmosphere.					
15. Convenience and Comfort in Travelling.					
16. Shopping Places.					
17. Fine and standard International Conference Holding Places.					

Researcher Only

- 62  
 63  
 64  
 65  
 66  
 67  
 68  
 69  
 70  
 71  
 72  
 73  
 74  
 75  
 76  
 77  
 78

Information of Thailand's Tourism	Very much	Much	Moderate	Little	Never
18. Safety in Travelling.					
19. Safety in life and property.					
20. Entertaining Places at Night.					
21. Extra Activities for special occasions.					
22. Thai Tourist Police.					
23. Buddhism in Thailand and religious ceremony.					
24. Up-country travelling places in Thailand.					
25. Thai music, song and classical dance.					
26. Thai Tradition.					
27. Tour services of different tour agencies provided for tourists.					
28. Different types of accident happened to the foreign tourists.					
29. Crimes occurred to the tourists.					
30. Various kinds of prostitute.					
31. Non-strict rules and regulations of the country.					
32. Thai merchants take advantage from the tourists.					

Researcher Only

- 79
- 80
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10
- 11
- 12
- 13
- 14
- 15
- 16

2. Which perception about Thailand's tourism create pleasant impression and influence your trip to Thailand?

Remark : \*\*\* Choose at least 1 answer from the above mentioned table. Please write only the number in front of each item ( 1 to 32). \*\*\*

- A. Number \_\_\_\_\_
- B. Number \_\_\_\_\_
- C. Number \_\_\_\_\_
- D. Others ( Please specify in short and precise answer using capital letters. Thank you! \_\_\_\_\_ )

- 17,18
- 19,20
- 21,22
- 23,24



**Part 5 Thailand's Image**

Please put  $\surd$  in the block which corresponds to your answer.

How much do you agree with the following messages?

Messages	Strongly Agree	Agree	Uncertain	Disagree	Strongly Disagree
1. Thailand is the attractive country.					
2. Thai People are very friendly and kind.					
3. There are complete facilities in Thailand					
4. Thailand has an interesting culture and custom.					
5. Thailand is a country of beautiful architectures and paintings.					
6. Thai food tastes good and is well known.					
7. Thailand is a shopping paradise.					
8. Thailand's natural tourism resources are still good and beautiful.					
9. Ancient places and antiques here in Thailand are rare and valuable.					
10. Thai handicraft is highly unique.					
11. Thai people have distinct interesting ways of life.					
12. Thailand is a kingdom of smiles.					
13. There are a lot of beautiful seas, beaches, and islands in Thailand.					
14. Thailand is a safe destination.					

Researcher Only

- 25  
 26  
 27  
 28  
 29  
 30  
 31  
 32  
 33  
 34  
 35  
 36  
 37  
 38

Messages	Strongly Agree	Agree	Uncertain	Disagree	Strongly Disagree
15. Thai animal symbol is cute. (such as elephant, Thai cats)					
16. Nightlife in Thailand is colorful.					
17. Thailand is the Buddhist country with peacefulness.					
18. Thai people have a strong bond with the Monarchy Institution.					
19. Thailand's historical heritages are very valuable.					
20. A variety sporting activities in Thailand are great.					
21. You can find everything you want here, Thailand.					
22. Thailand is known as a drug-selling country of Asia.					
23. Thai people lack of discipline.					
24. Thai parents spoil their children.					
25. Thailand is full of pollution.					
26. Thai merchants take advantage from the tourists.					
27. Thailand is an uncivilized country.					
28. When talking about Thailand, it reminds you of child prostitutes.					

Researcher Only

- 39  
 40  
 41  
 42  
 43  
 44  
 45  
 46  
 47  
 48  
 49  
 50  
 51  
 52

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Please answer all questions for completeness

## ประวัติผู้วิจัย

นางสาวอารยา วรรณประเสริฐ เกิดวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2517 ที่ กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) เกียรตินิยมอันดับสอง คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (บางเขน) ในปี พ.ศ. 2539 เริ่มปฏิบัติงานกับบริษัท ทรูวิโรฒประจักษ์ จำกัด เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2539 ในตำแหน่ง โปรแกรมเมอร์ สังกัดฝ่ายคอมพิวเตอร์ จากนั้นเข้ารับการอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไปรุ่นที่ 25 ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับมหาวิทยาลัยศิลปากรจัดขึ้น สำเร็จการอบรมได้รับประกาศนียบัตรเมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2541 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีเดียวกัน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย