

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่



จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2551

พหุติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2551

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ

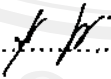
การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ



ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา



กรรมการ

อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง



กรรมการ

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

27 สิงหาคม 2551

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ ความอนุเคราะห์ และกำลังใจจากบุคคลหลายท่าน ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา ประธานการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง และรองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์ กรรมการการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะและข้อเสนอแนะแก้ไขให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอขอบคุณคณาจารย์ ในคณะบริหารธุรกิจ รวมทั้งคณาจารย์ของ ภาควิชาภาษาฝรั่งเศส คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาในรั้วมหาวิทยาลัยเชียงใหม่แห่งนี้

ขอขอบคุณ คุณไปรยา นพสุวรรณ ที่เอื้อเฟื้อข้อมูลในการศึกษา รวมทั้ง เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร โรงแรม ร้านอาหาร เกสต์เฮาส์ ฯลฯ ที่ให้ความอนุเคราะห์สถานที่และสละเวลาในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

ขอขอบคุณเพื่อนๆ MBA 17 และเพื่อนๆ FRANÇAIS CMU 44 ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กันตลอดมา

ท้ายสุดนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา เป็นอย่างสูงที่ช่วยสนับสนุนและเป็นแรงใจให้ผู้ศึกษามุ่งมั่นที่จะตั้งใจเล่าเรียนศึกษาให้ประสบความสำเร็จอย่างดีที่สุด

จุไรรัตน์ ลิจิตวัชรปกรณ

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสาร แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวจูไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา	ประธานกรรมการ
อาจารย์เรนัส เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้นคว้าแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อรวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยเปิดรับสื่อ นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และกำหนดจำนวนตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก และใช้เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่จัดทำเป็นภาษาอังกฤษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา และมีการนำเสนอเป็นตาราง แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สัญชาติอังกฤษ การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 5 วันหรือมากกว่า มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน และมีความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่

ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับสื่อในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป โดยสถานที่ที่ได้รับนิตยสารคือ จากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ มีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้ง ยี่ห้อนิตยสารที่นิยมเปิดรับและชื่นชอบที่สุด คือ Citylife เหตุผลที่ชื่นชอบ คือ

นิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสาร คือ ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย และมีวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ คือ ตัวเอง ช่วงเวลาที่เปิดรับ คือ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ระยะเวลาที่เปิดรับอยู่ในช่วง 11 - 30 นาที และมีลักษณะการเปิดรับโดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ ส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะรูปแบบของนิตยสาร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม

ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ ความบันเทิงความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน

Independent Study Title Media Exposure of European Tourists Towards Free Tourist Magazines in Chiang Mai Province

Author Ms. Jurairat Likitwatcharapakorn

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr. Patchara Tuntiprapa Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

Abstract

The objectives of this independent study on “Media Exposure of European Tourists Towards Free Tourist Magazines in Chiang Mai Province” were to study the media exposure and the satisfaction of European tourists towards Free Tourist Magazines in Chiang Mai Province. The research population was European tourists in Chiang Mai who used to expose to the free tourist magazines in Chiang Mai. The sample consisted of 300 samples which were chosen by convenience sampling method. This study was based on English questionnaire survey. The descriptive statistical method was used in the data analysis and the results were presented in tables of percentage, frequency and means.

The study showed that most respondents were female, 31-40 years old, with the nationality of British, had a bachelor degree and were private enterprise employee. They arranged the entire trip to Chiang Mai by themselves for the main purpose of holiday or vacation and stayed for 5 days or more. They were interested in the cultural activities in Chiang Mai.

The study regarding media exposure towards free tourist magazines showed that most respondents read the magazines in the place where they were available and not took as their own. They got the magazines from restaurants, coffee shops and bars, read 2-3 times while traveling around Chiang Mai. They read and preferred the magazine named “Citylife” the most because it was interesting with the helpful information. The reason for exposing to magazines was to be

entertained and relaxed and the main purpose was because they needed the information to make decision or planning the trip in Chiang Mai. The person who influenced in choosing the magazines is themselves. They exposed to magazines when they needed the information for making the decisions and spent 11-30 minutes by entirely read only the interesting articles, especially local news and activities in Chiang Mai.

The study showed the satisfaction towards free tourist magazines in Chiang Mai for the features of magazines factor that the respondents rated the highest mean of satisfaction in the factor of easiness to afford and convenience to get.

The satisfaction towards the appearances of magazines factor, the respondents rated the highest mean of satisfaction in the factor of beautiful and attractive illustrations.

The satisfaction towards the contents of magazine factor, the respondents rated the highest mean of satisfaction in the factor of articles about local culture and tradition.

The satisfaction towards the benefit from contents factor, the respondents rated the highest mean of satisfaction in the factor of being entertained and relaxed.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	5
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร	5
ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร	6
ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน	9
ทบทวนวรรณกรรม	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	14
วิธีการศึกษา	15
ระยะเวลาในการศึกษา	16
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	16
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	24
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	37
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	49

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา (ต่อ)	
ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามสัญชาติ	69
ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	100
ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	106
ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	112
ส่วนที่ 9 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ	121
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	135
สรุปผลการศึกษา	135
อภิปรายผล	146
ข้อค้นพบ	148
ข้อเสนอแนะ	149
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	151
บรรณานุกรม	152
ภาคผนวก	154
ข้อมูลเกี่ยวกับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	155
แบบสอบถามฉบับภาษาไทย	159
แบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ	166
ประวัติผู้เขียน	173

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัญชาติ	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา ที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	21
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	22
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมที่สนใจ ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	23
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ การได้นิตยสารมา	24
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งที่ได้มาของนิตยสาร	25
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ นิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	26
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับ	27
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสาร ที่ชื่นชอบมากที่สุด	28
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบ ยี่ห้อนิตยสาร	29
16 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อที่ชื่นชอบมากที่สุด และเหตุผลที่ชื่นชอบ	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ที่เปิดรับ	32
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ	33
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกเปิดรับ	34
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ	34
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับ	35
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับ	35
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับ	36
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้ นิตยสารมาและเพศ	37
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มาของ นิตยสารและเพศ	38
26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ นิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเพศ	39
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสาร ที่เปิดรับ และเพศ	40
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่ ชื่นชอบมากที่สุดและเพศ	41
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบ ยี่ห้อนิตยสารและเพศ	42
30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ ที่เปิดรับและเพศ	43
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับและเพศ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ และเพศ	45
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ และเพศ	46
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับ และเพศ	46
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับและเพศ	47
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับและเพศ	48
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้นิตยสารมาและอายุ	49
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มาของนิตยสารและอายุ	50
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับนิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และอายุ	52
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับและอายุ	53
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุดและอายุ	55
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบยี่ห้อนิตยสารและอายุ	57
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เปิดรับและอายุ	59
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับและอายุ	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับและอายุ	62
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ และอายุ	63
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับ และอายุ	64
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับ และอายุ	65
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับ และอายุ	67
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะการได้นิตยสารมาอ่านและสัญชาติ	69
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มา ของนิตยสารและสัญชาติ	71
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ นิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และสัญชาติ	73
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับ และสัญชาติ	75
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่ ชื่นชอบมากที่สุด และสัญชาติ	78
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบ ยี่ห้อนิตยสาร และสัญชาติ	81
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เปิดรับ และสัญชาติ	83
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ และสัญชาติ	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับและสัญชาติ	89
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับและสัญชาติ	91
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับและสัญชาติ	93
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับและสัญชาติ	95
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับและสัญชาติ	97
63 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร	100
64 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านลักษณะรูปลักษณ์ของนิตยสาร	101
65 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	102
66 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร	104
67 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสารและเพศ	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
68 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสารและเพศ	107
69 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสารและเพศ	108
70 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสารและเพศ	111
71 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสารและอายุ	112
72 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสารและอายุ	114
73 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสารและอายุ	116
74 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสารและอายุ	119
75 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสารและสัญชาติ	121
76 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสารและสัญชาติ	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
77 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสารและสัญชาติ	127
78 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสารและสัญชาติ	132
79 สรุปข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปพิจารณาตามเพศ	137
80 สรุปข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปพิจารณาตามอายุ	138
81 สรุปข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปพิจารณาตามสัญชาติ	140
82 สรุปอันดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป	143
83 สรุปปัจจัยความพึงพอใจสูงสุดต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำแนกตามเพศ อายุ และสัญชาติ	145
84 แสดงข้อมูลยี่ห้อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวและภาษาที่จัดพิมพ์	155

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากรายได้จากการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนกิจกรรมเศรษฐกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ ภาครัฐจึงกำหนดให้มีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ เช่นการปรับลดยุทธการตลาดและประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ขึ้นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์)

นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคบริการการท่องเที่ยว มีความต้องการ (Demand) ที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มนักธุรกิจท่องเที่ยวต้องตอบสนองนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549: ออนไลน์)

จากสถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 5,590,326 คน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3,539,772 คน หรือประมาณร้อยละ 63 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 2,050,554 คน หรือประมาณร้อยละ 37 และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยคนละ 3,141.02 ต่อวัน โดยในปี พ.ศ. 2549 จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมดรวม 20,699.42 ล้านบาท จากสถิติพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรปจำนวน 826,361 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.30 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: ออนไลน์)

ในปัจจุบันพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ันเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยตัวแทนนำเที่ยวเป็นหลักและเดินทางเป็นหมู่คณะ (Mass Tourist) เปลี่ยนมาเป็นนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง อาจจะเป็นคู่หรือเดี่ยว (FIT: Free Independent Tourist) โดยไม่ใช้บริการของตัวแทนนำเที่ยว (ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549: ออนไลน์) นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะหาข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่จากแหล่งข่าวสารได้แก่ คำบอกเล่าของญาติหรือเพื่อน ข้อมูล

จากอินเทอร์เน็ต คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว และ สื่อสิ่งพิมพ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: ออนไลน์) ทั้งนี้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งในการหาข้อมูลข่าวสารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางด้วยตนเอง กำลังได้รับความนิยมในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป้าหมายในการจัดทำสื่อประเภทนี้มุ่งกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยตรง

นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีการจัดทำทั้งในภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ทั้งแบบรายเดือน และรายไตรมาส มีลักษณะเป็นรูปเล่มพิมพ์สีอย่างสวยงาม ซึ่งจากการสำรวจของผู้ศึกษาพบว่ามีนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการจัดพิมพ์เป็นภาษาต่างประเทศด้วยนั้นมี 12 ฉบับ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ก็มีภาษาฝรั่งเศส และ ญี่ปุ่น เช่น คอมพาส (Compass) ซิตี้ไลฟ์ (Citylife) อาร์ตแอนด์คัลเจอร์ (Art and Culture) พาสปอร์ตสุวรรณภูมิ (Passport to Suwannaphoum) ช้างเผือกแม่กาศินแอนด์แมพ (Chang Puak Magazine & Maps) เป็นต้น

สาเหตุที่ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เนื่องจากนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจะมีการจัดพิมพ์อย่างสวยงาม และเป็นแหล่งข้อมูลด้านสินค้าและบริการต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และยังมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้สามารถนำข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ และตอบสนองความต้องการในการหาข้อมูลด้านต่างๆ เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ตารางเวลาการคมนาคม เช่น รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถเข้าถึงสื่อประเภทนี้ได้ง่าย และสะดวกในการพกพา ดังนั้น นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จึงมีประโยชน์และช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่อย่างมาก

จากความสำคัญและประโยชน์ที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่นี้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจที่จัดทำสื่อประเภทนี้ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จะสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมกับพฤติกรรมการเปิดรับ และการใช้ประโยชน์จากสื่อ นอกจากนี้ผลการศึกษาที่ได้ยังสามารถนำไปประยุกต์เป็นแนว

ทางการพัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิตยสารแจกฟรีไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และสนองต่อความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์

การเปิดรับสื่อ หมายถึง การแสวงหาข้อมูล การเปิดรับข้อมูล และการเปิดรับประสบการณ์ (Becker, 1978) โดยในการศึกษาครั้งนี้ เจาะจงเฉพาะการเปิดรับจากนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง ลักษณะการได้มา แหล่งที่ได้มา ความถี่ในการเปิดรับ ยี่ห้อที่เปิดรับ ยี่ห้อที่ชื่นชอบที่สุด เหตุผลที่ชื่นชอบ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ รวมถึงวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ ลักษณะการเปิดรับ และเนื้อหาที่เปิดรับ

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงความพึงพอใจด้านคุณลักษณะของนิตยสาร ด้านลักษณะรูปเล่ม ด้านประเภทของเนื้อหา และด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูล

นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งธุรกิจใช้โฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ รวมทั้งให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ และมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นรูปเล่ม จัดพิมพ์เป็นรายเดือน และรายไตรมาส จัดพิมพ์สีและขนาดต่างๆกัน เป็นภาษาอังกฤษ กับภาษาไทย ภาษาฝรั่งเศส และภาษาญี่ปุ่น โดยมีการแจกฟรีให้แก่นักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยว สนามบิน ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก เกสต์เฮาส์ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวยุโรป หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติประเทศในทวีปยุโรป ซึ่งเดินทางมา ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการชั่วคราวเพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร หรือประกอบภารกิจ ใดๆ โดยมีได้มีจุดประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม มีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร

นิตยสาร (Magazines) เป็นสื่อที่ใช้สำหรับเสนอให้กับกลุ่มเป้าหมายเจาะจง โดยสื่อจะมีลักษณะและสีสันสวยงาม น่าสนใจและน่าอ่าน การจำแนกประเภทของนิตยสารอาจทำได้หลายวิธีเช่น จำแนกตามวัตถุประสงค์ของนิตยสาร ขนาด เวลาที่ออกจำหน่ายหรือความสนใจของกลุ่มผู้อ่าน (ดารา ทีปะปาล, 2541: 126-127)

นิตยสารมีจุดมุ่งหมายโดยทั่วไปสำหรับผู้อ่าน คือ

1. ให้ความบันเทิง เพื่อให้ผู้อ่านได้อ่านเมื่อยามพักผ่อนในช่วงเวลาต่างๆ โดยในนิตยสารทุกเล่มจะต้องมีเนื้อเรื่อง ซึ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่าน
2. เสนอข่าวและให้ความรู้ทั่วไป เช่นความรู้ด้านการศึกษา วัฒนธรรม ข่าวสังคม
3. โฆษณา นิตยสารก็เช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ที่ต้องมีการลงโฆษณา ในการลงโฆษณานี้มีผู้ได้รับผลประโยชน์ 3 กลุ่มด้วยกันคือ

- ผู้จัดทำนิตยสาร จะได้รับเงินค่าโฆษณาจากเจ้าของสินค้าและบริการ
- เจ้าของสินค้าและบริการ จะสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการได้มากขึ้นจากการที่มีผู้รู้จักสินค้าและบริการของตนกว้างขวางขึ้น

- ผู้อ่านนิตยสารจะรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและสามารถตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการได้

ข้อดีและข้อจำกัดของนิตยสารมีดังนี้ (Belch and Belch, 2007: 380 – 389)

ข้อดีของสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร

1. สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะมีการจัดพิมพ์ตามกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ
2. คุณภาพในการผลิตสูง เช่นระบบการพิมพ์ คุณภาพของกระดาษและการใช้ภาพสี
3. ความยืดหยุ่นในการสร้างสรรค์ สามารถสร้างสรรค์ภาพให้มีความน่าสนใจ เช่นเพิ่มหน้ากระดาษด้วยใบพับ (Gatefold) หรือหน้ากระดาษส่วนยื่น (Bleed Page) และการใช้หลายหน้า ในการโฆษณาสินค้าเดียวกันสามารถสร้างความดึงดูดใจได้ดี

4. อายุของสื่อ นาน ผู้อ่านนิตยสารจะใช้เวลาในการอ่านและอ่านได้หลายครั้ง

หลายโอกาส ทำให้พินิจพิเคราะห์ในการอ่าน จึงมีเวลาพิจารณาข้อความโฆษณาได้อย่างละเอียด

5. ความมีศักดิ์ศรี สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการเลือกลงโฆษณาทางนิตยสารที่มีคุณภาพในการผลิต

6. การเปิดรับและความเกี่ยวข้องกับข่าวสารของผู้บริโภค สามารถสร้างความเกี่ยวข้องกับผู้อ่านได้ดีกว่าสื่ออื่นทำให้เกิดความตั้งใจและเกิดความระลึกได้มากกว่า

7. นิตยสารบางฉบับ จะให้บริการด้านการพิมพ์งานโฆษณาและงานวิจัยผู้บริโภค ข้อจำกัดของสื่อนิตยสาร

1. ต้นทุนสูง นิตยสารที่มีการจำหน่ายสูงจะคิดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูงไปด้วย
2. มีความจำกัดในการเข้าถึงและความถี่ เช่นเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์หรือรายเดือน
3. ระยะเวลาในการพิมพ์นาน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเสนอข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน
4. ความสับสนและการแข่งขัน หากมีการโฆษณามาก ย่อมทำให้มีการแข่งขันสูง อาจทำให้ผู้อ่านสับสนหรือให้ความสนใจน้อย

ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร

แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารจัดเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่แสดงถึงกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ข่าวสารและข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน ข่าวสารและข้อมูลมีความจำเป็นในการใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์จึงทำให้มนุษย์มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น

Samuel L.Becker (1978: อ้างในจินตนาถ ลิ้มทองกุล, 2547: 38) ได้ให้ความหมายการเปิดรับสื่อหรือการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้อยคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารข้อมูลเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจและอยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความสนใจเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

จากงานวิจัยของ McLeod และคณะ (1972: อ้างในอัญชติ วิเลิศศักดิ์, 2549: 8) พบว่าตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง ได้แก่

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

McLeod และคณะ (1972) ระบุว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสีย คือ คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว ดังนั้น คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจง ในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่เนื้อหาประเภทต่างๆในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ดังนั้นจากแนวความคิด ที่ได้กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับ ข่าวสารด้วย

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2539: 292) อธิบายถึง การเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสาร จะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่า สื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistence) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐ มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่ออินเทอร์เน็ต รวมทั้ง สื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนเองสะดวก

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำมักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic) จากที่ได้กล่าวมาทั้ง 4 ข้อนั้นเป็นความต้องการของสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสาร ได้แก่ ลักษณะเฉพาะหรือคุณสมบัติของนิตยสาร เช่น สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียด สามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง และมีราคาถูก เป็นต้น

นอกจากนี้ พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร ยังได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของผู้รับข่าวสารต่อ

ข่าวสารว่ามีอยู่ 4 ประการ คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองเป็นสำคัญ เช่นการอ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น
2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร
3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์ และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าว ได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็อาจจะไม่เปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้น พฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสารคือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร
4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง ประสบการณ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้จึงเป็นสิ่งกระตุ้นให้มนุษย์เปิดรับข่าวสารมากขึ้นด้วย

กระบวนการเปิดรับข่าวสารเป็นแนวคิดทางด้านผู้รับสารที่จะพิจารณาว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีเหตุผลอย่างไรในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเหตุผลนั้นเป็นเหตุผลเฉพาะบุคคลที่จะสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดและทฤษฎีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารของบุคคล (Selective Process) ทฤษฎีนี้เป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนจะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ดังนั้นกระบวนการเลือกสรร จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์

ดารา ทีปะปาล (2541: 63-64) กล่าวถึงมนุษย์ในฐานะของผู้รับสารว่า จะไม่รับข่าวสารทุกชนิดที่ผ่านสายตา แต่จะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสาร (Selective Perception) ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน โดยแสดงรูปดังนี้



ที่มา : ดารา ทีปะปาล (2541: 63)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง การที่ผู้บริโภคจะเลือกรับข้อมูล ข่าวสารที่นำเสนออยู่ทั่วไปหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ผู้ชมรายการแสดงทางโทรทัศน์ อาจเปลี่ยนช่องรับ หรือเดินออกจากห้องไปในระหว่างพักโฆษณา เพื่อหลีกเลี่ยงการรับฟังโฆษณา การเลือกซื้อ หนังสือพิมพ์ การเลือกอ่านนิตยสาร การเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลเป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการ เลือกรับรู้ข่าวสาร

2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) หมายถึง การเลือกเปิดรับข่าวสารอย่างตั้งใจ ข่าวสารทั้งหมดที่เปิดรับจะมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ก่อให้เกิดความสนใจได้ ส่วนข่าวสารเรื่องอื่น ๆ ก็อาจรับรู้ผ่านไปโดยไม่สนใจ

3. การเลือกตีความเข้าใจ (Selective Comprehension) หมายถึง เมื่อข้อมูลข่าวสาร นั้นๆได้รับความสนใจจากผู้บริโภคแล้วก็จะถูกนำมาตีความตามความเข้าใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ รวมทั้งสภาวะทางร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น ซึ่งอาจเป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้บริโภคหรือไม่ก็ได้

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง เมื่อข่าวสารถูกตีความแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติของตนเอง และมักจะลืมสารส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องความพึงพอใจต่อสื่อมวลชน

Maynard W. Shely (1975: อ้างใน ศิริลักษณ์ อุณหสุทธิยานนท์, 2546: 4) ได้ศึกษา ถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยระบุว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความสุข ดังนั้นจะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกสลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่า ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกในทางบวกมากกว่า ความรู้สึกทางลบ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่ง หนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ปรารถนาคู่หมายในระดับหนึ่งและจะลดลงเมื่อ ปรารถนาคู่หมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

Katz E. Blumler (1974: 21-22) กล่าวถึง ทฤษฎีความพึงพอใจต่อสื่อมวลชนว่าผู้รับสาร จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ตามความต้องการ แรงจูงใจ หรือวัตถุประสงค์ของผู้รับสารเอง เพื่อให้ได้มาซึ่งความพอใจหรือตอบสนองความต้องการจำเป็นของผู้รับสาร โดยสภาวะทางจิตใจ

และสังคมที่แตกต่างกันของบุคคลเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองตอบความพึงพอใจได้แตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อ หรือการเปิดรับสื่อของบุคคล อันเป็นผลให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่แตกต่างกัน และยิ่งก่อให้เกิดผลอื่นๆที่อาจจะไม่ได้มุ่งหวังตามมาด้วย

Lawrence A. Wenner (1982: 171) ได้อธิบายเรื่องของความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร ดังนี้

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientational Gratification) ใช้เพื่ออ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ
2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน (Social Gratification) เช่นการนำข้อมูลไปใช้สนทนากับบุคคลอื่น หรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ
3. กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratification) เพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ ความชื่นชมเพื่อเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม
4. กระบวนการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ ในการลด หรือการผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ (Para - Orientational Gratification) หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

นอกจากนี้ Maxwell E. McCombs และ Lee B. Becker (1979: 51-52) ได้อธิบายเรื่องการใช้สื่อมวลชนตามความพอใจและความต้องการ ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการโดยเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไปดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. มนุษย์ต้องการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยที่ว่าการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบตัว
3. มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการพูดคุยสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุยกับบุคคลอื่น

4. มนุษย์มีความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้นรอบๆตัว
5. มนุษย์ต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ทบทวนวรรณกรรม

วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ (2532) ศึกษาเรื่อง การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีสถานภาพโสด และมีอาชีพเป็นลูกจ้าง มีรายได้ต่อปีระหว่าง 10,000 -25,000 ดอลลาร์ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปยุโรปและนับถือศาสนาคริสต์ ในด้านการได้รับข้อมูลในการมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก่อนการเดินทาง จากแหล่งข้อมูลทั้งในและนอกประเทศไทย โดยแหล่งข้อมูลหรือสื่อต่างประเทศที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลอย่างเป็นทางการส่วนมาก คือ บริษัทนำเที่ยว รองลงมาคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจส่วนมาก ได้แก่ จุลสาร ส่วนสื่อมวลชนส่วนใหญ่คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รองลงมา คือ โทรทัศน์ โดยสรุปแล้วสื่อทั้งนอกและในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลมากที่สุดคือ หนังสือแนะนำเที่ยว และจุลสาร (Brochure) และสื่อมวลชนที่สำคัญ คือ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รองลงมาคือ โทรทัศน์

บุษบา สุธีธร และ ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2541) ได้ทำรายงานการวิจัยเรื่องเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย รู้จักประเทศไทยจากสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อน เป็นต้น รองลงมา คือ คู่มือแนะนำเที่ยว และในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจะติดตามข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทแผ่นพับ จดหมายข่าวที่มีแจกตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือรับคำแนะนำจากบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว แรงจูงใจสำคัญก่อนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การทราบว่ามิแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวอยู่มีความประทับใจมากในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหารไทย การจับจ่ายซื้อของที่พัค ค่าใช้จ่ายระหว่างพำนักในประเทศ วัฒนธรรม ประเพณีไทย แหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก และเรื่องอำนวยความสะดวกและการบริการนักท่องเที่ยว จากการวิจัยมี

ข้อเสนอว่า ควรให้ความสำคัญกับความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวแต่ละภูมิภาค และ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวกลุ่มสตรี และผู้สูงอายุ เนื่องจากอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและ เห็นได้ชัดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นอกจากนี้ในแง่ของสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย นอกจากสื่อมวลชนแล้ว นักท่องเที่ยวนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น ดังนั้นจึงควรใช้ประโยชน์จาก สื่อประเภทนี้ให้มากขึ้น

บุญเลิศ เปเรร่า (2543) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และปัญหาที่เกิดขึ้น ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาว สหราชอาณาจักร ได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากสื่อประเภท สิ่งพิมพ์สูงที่สุด อันได้แก่ เอกสารของบริษัทนำเที่ยว หนังสือแนะนำการเดินทาง นิตยสารด้านการ ท่องเที่ยวและหนังสือพิมพ์ โดยมีสัดส่วนรวมกันมากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด

นงลักษณ์ อิศระญาณพงศ์ (2547) ศึกษาเรื่อง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป และอเมริกันในการใช้บริการท่องเที่ยวประเภทพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในด้าน ของการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรปและอเมริกันมักจะมีการค้นหาข้อมูล จากแหล่งข้อมูลที่สำคัญได้แก่ เพื่อนแนะนำ ส่วนสื่อที่สำคัญได้แก่ อินเทอร์เน็ต และ หนังสือ แนะนำการท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามชาวยุโรปให้ความสำคัญในระดับมากต่อการโฆษณา ในหนังสือประเภทแนะนำการท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจประเภทท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นลูกค้าในภูมิภาค ยุโรปควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาในนิตยสารท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

นุชรี พูลแก้ว (2547) ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยศึกษา พฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และลักษณะการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทยเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติอังกฤษมากที่สุดและนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยการเดินทางด้วยตนเอง มากกว่าการเดินทางเป็นหมู่คณะหรือใช้บริการนำเที่ยว ในด้านพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการบันเทิง และใช้เพื่อค้นหาข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวโดยสาร

สุพิศ พุทธิ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์

แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความคิดเห็นต่อประเภทของสื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวเป็นสื่อที่ได้ผลดีสำหรับการลงโฆษณามากที่สุดสำหรับทุกกลุ่มประเภทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ธุรกิจสปา การนวดแผนไทย และ ธุรกิจขายของที่ระลึก ประเภทหัตถกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยลงหรือลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวชื่อ พาสปอร์ตทิวสุวรรณภูมิ มากที่สุด รองลงมา คือ ซีดีไลฟ์ เชียงใหม่ และคอมพาส ในด้านความต้องการภาษาที่ใช้ในการนำเสนอของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาไทย และ ภาษาฝรั่งเศส ตามลำดับ และยังมีความต้องการเพิ่มการกระจายสื่อไปในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ บนเครื่องบินของสายการบินไทยและประเทศต่างๆในทวีปยุโรป ส่วนรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการโฆษณามากที่สุด คือ รายเดือน รองลงมาคือ รายสัปดาห์ และ รายปี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้จะกล่าวถึง การดำเนินการศึกษา อันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตเนื้อหาและขอบเขตประชากร วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง วิธีการศึกษา ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และ ระยะเวลาในการศึกษา

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะการได้มา แหล่งที่ได้มา ความถี่ในการเปิดรับ ยี่ห้อที่เปิดรับ ยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด เหตุผลที่ชื่นชอบ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ รวมถึงวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ ลักษณะการเปิดรับ เนื้อหาที่เปิดรับ และในด้านความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเคยเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากรายงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนทั้งสิ้น 826,361 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษานี้ จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เคยเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้

และสถานที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และ
บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่จัดทำเป็นภาษาอังกฤษ
จากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เคยเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน
300 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ นิตยสาร การ
โฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว
รวมทั้งข้อมูลสถิติในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ จากหนังสือ วารสาร รายงานการวิจัย
และสืบค้นจากฐานข้อมูลออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีขั้นตอนใน
การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือ ตามลำดับดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามเป็นภาษาไทย
2. แปลแบบสอบถามจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ
3. นำแบบสอบถามภาษาอังกฤษที่ได้มาแปลทวนกลับเป็นภาษาไทยอีกครั้ง
4. แก้ไขและตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและความสมบูรณ์ของคำถามและตัวเลือก
ของคำตอบต่างๆ โดยเปรียบเทียบแบบสอบถามฉบับอังกฤษและฉบับภาษาไทยที่ได้จากการแปล
ทวนกลับ
5. นำแบบสอบถามภาษาอังกฤษฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามที่ใช้
เก็บข้อมูลประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close ended questions) 3 ส่วน ได้แก่
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ อาชีพ เป็นต้น
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงใหม่ เช่น แหล่งที่ได้มา ความถี่ในการเปิดรับ เนื้อหาที่เปิดรับ ยี่ห้อที่ชอบ เป็นต้น
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 3 เป็นการให้ระดับความพึงพอใจต่อนิตยสาร แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (กนกทิพย์ พัฒนาพัฬพันธ์, 2544) โดยคำถามในแต่ละปัจจัยย่อยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ข้อมูลที่ได้จะนำเสนอโดยใช้ตารางแสดงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ตามระดับความพึงพอใจ แล้วนำมาแปลความหมายตามค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 5
ความพึงพอใจมาก	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 4
ความพึงพอใจปานกลาง	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 3
ความพึงพอใจน้อย	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ค่าตัวเลือกเท่ากับ 1

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	ความพึงพอใจมากที่สุด
3.50 – 4.49	ความพึงพอใจมาก
2.50 – 3.49	ความพึงพอใจปานกลาง
1.50 – 2.49	ความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.49	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน 2551 และใช้ระยะเวลาทำการเก็บแบบสอบถามระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม 2551

สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษารวบรวมตามระเบียบวิธีวิจัยที่ได้กล่าวมาในบทที่ 3 ผู้ศึกษาจะนำเสนอการวิเคราะห์และผลการศึกษาในบทนี้ โดยแบ่งออกเป็น 9 ส่วนตามลำดับ ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ศึกษาถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เฉพาะผู้ที่เคยเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และกิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1-9)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาถึงพฤติกรรมในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในปัจจัยด้านของลักษณะการได้มา แหล่งที่ได้มา ความถี่ในการเปิดรับ ยี่ห้อที่เปิดรับ ยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด เหตุผลที่ชื่นชอบ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ รวมถึงวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ ลักษณะการเปิดรับ และเนื้อหาที่เปิดรับ (ตารางที่ 10-23)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 24-36)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 37-49)

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ (ตารางที่ 50-62)

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในส่วนนี้ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในปัจจัยด้านของคุณลักษณะของนิตยสาร ด้านลักษณะรูปเล่ม ด้านประเภทของเนื้อหา และด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูล (ตารางที่ 63-66)

ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 67-70)

ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 71-74)

ส่วนที่ 9 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ (ตารางที่ 75-78)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	147	49.00
หญิง	153	51.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 153 ราย คิดเป็น
ร้อยละ 51.00 และเพศชาย จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
20-30 ปี	62	20.67
31-40 ปี	129	43.00
41-50 ปี	63	21.00
51-60 ปี	46	15.33
มากกว่า 60 ปี	0	0
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 129
ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ
21.00 และอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.67

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อังกฤษ	117	39.00
ฝรั่งเศส	99	33.00
เยอรมัน	29	9.67
ฮอลแลนด์	8	2.67
อิตาลี	5	1.67
สวิสเซอร์แลนด์	30	10.00
สเปน	6	2.00
เบลเยียม	0	0
ออสเตรเลีย	6	2.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสัญชาติอังกฤษ จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาได้แก่ สัญชาติฝรั่งเศส จำนวน 99 ราย ร้อยละ 33.00 และสัญชาติ สวิสเซอร์แลนด์ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	0	0
อนุปริญญาหรือประกาศนียบัตร	68	22.67
ปริญญาตรี	170	56.67
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	62	20.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 170 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมา อยู่ในระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตร จำนวน 68 ราย หรือร้อยละ 22.67 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.67

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	10	3.33
พ่อบ้าน แม่บ้าน	24	8.00
ข้าราชการ	31	10.33
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	10.67
เจ้าของธุรกิจ	52	17.33
ผู้เกษียณอายุ	17	5.67
พนักงานบริษัทเอกชน	100	33.33
องค์กรไม่แสวงหากำไร	15	5.00
ว่างงาน	19	6.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ เจ้าของธุรกิจ จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.33 และพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.67

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 วัน	0	0.00
2 วัน	22	7.33
3 วัน	48	16.00
4 วัน	54	18.00
5 วันหรือมากกว่า	176	58.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 5 วันหรือมากกว่า จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมาคือ 4 วัน จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 และระยะเวลา 3 วัน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เดินทางและท่องเที่ยวเองทั้งหมด	200	66.67
ซื้อบริการท่องเที่ยวจากประเทศของตน	29	9.67
เดินทางมาเองและซื้อบริการนำเที่ยว เมื่อมาถึงจังหวัดเชียงใหม่	71	23.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางและท่องเที่ยวเองทั้งหมด จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ เดินทางมาเองและซื้อบริการนำเที่ยวเมื่อมาถึงจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.67 และซื้อบริการท่องเที่ยวจากประเทศของตน จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.67

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	179	59.67
เยี่ยมชมครอบครัว ญาติ หรือเพื่อน	43	14.33
ติดต่อธุรกิจ	22	7.33
ปฏิบัติงานหรือธุระส่วนตัว	42	14.00
ธุระทางราชการ	13	4.33
อื่นๆ	1	0.33
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เรียนภาษาไทย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.67 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมชมครอบครัว ญาติ หรือเพื่อนจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.33 และเพื่อปฏิบัติงานหรือธุระส่วนตัว จำนวน 42 ราย หรือ ร้อยละ 14.00

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

กิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	149	49.67
ซื้อสินค้าและของที่ระลึก	161	53.67
นันทนาการ/บันเทิง	113	37.67
กิจกรรมเชิงสุขภาพ	53	17.67
กิจกรรมทางน้ำ	39	13.00
กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม	251	83.67
กิจกรรมด้านกีฬา	60	20.00
กิจกรรมเชิงผจญภัย	83	27.67
กิจกรรมการปฏิบัติธรรม	29	9.67
อื่นๆ	5	1.67

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
3. อื่นๆ ได้แก่ สปา การนวดบำบัด การศึกษา เรียนภาษาไทย และการทำอาหาร

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม จำนวน 251 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.67 รองลงมาคือการซื้อสินค้าและของที่ระลึก จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.67 และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศจำนวน 149 ราย หรือร้อยละ 49.67

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 10-22)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้นิตยสารมา

ลักษณะการได้นิตยสารมา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่ และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	165	55.00
หยิบและนำติดตัวมาอ่าน เป็นของตนเอง	135	45.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่
และไม่ได้นำไปเป็นของตนเองมีจำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.00 และผู้ตอบแบบสอบถามที่
ได้นิตยสารมาอ่านโดยหยิบและนำติดตัวมาเป็นของตนเองเป็นจำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มาของนิตยสาร

แหล่งที่ได้มาของนิตยสาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สนามบิน	53	17.67
โรงแรม/ที่พัก	128	42.67
สถานีรถไฟ	8	2.67
ร้านขายของที่ระลึก	13	4.34
สถานีขนส่ง	2	0.67
บริษัทนำเที่ยว	75	25.00
ในรถแท็กซี่	0	0.00
ร้านอินเทอร์เน็ต	59	19.67
ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ/บาร์	134	44.67
ห้างสรรพสินค้า	4	1.34
สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดเชียงใหม่ (ททท.)	86	28.67
อื่นๆ	11	3.67

- หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 3. อื่นๆ ได้แก่ จากเพื่อน จากไกด์ และจากสถานกงสุลประเทศฝรั่งเศสในจังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับนิตยสารจากร้านอาหาร ร้านกาแฟหรือบาร์มากที่สุด จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมาคือ โรงแรมหรือที่พัก จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.67 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่ (ททท.) จำนวน 86 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 28.67

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ
นิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ความถี่ในการเปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านเพียงครั้งเดียว	40	13.33
2-3 ครั้ง	142	44.33
4-5 ครั้ง	45	15.00
มากกว่า 5 ครั้ง	73	24.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน
142 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 44.33 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้งเป็นจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ
24.33 และเปิดรับ 4-5 ครั้ง จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับ

ยี่ห้อนิตยสาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	94	31.33
Art & Culture	131	43.67
Citylife	153	51.00
Passport to Suvannaphoum	114	38.00
Chang Puak Magazine & Maps	83	27.67
Good Morning Chiang Mai	33	11.00
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	52	17.33
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	56	18.67
Pacific Review Magazine	34	11.33
Guidelines	124	41.33
Compass	64	21.33
Welcome to Chiangmai&Chiangrai	84	28.00
อื่นๆ	11	3.67

- หมายเหตุ :
1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 3. อื่นๆ ได้แก่ HIP, TIP, What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อ Citylife จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ Art & Culture จำนวน 131 รายหรือร้อยละ 43.67 และ Guidelines จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด

ยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	24	8.00
Art & Culture	57	19.00
Citylife	79	26.33
Passport to Suvannaphoum	47	15.67
Chang Puak Magazine & Maps	23	7.67
Good Morning Chiang Mai	0	0.00
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	12	4.00
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	2	0.67
Pacific Review Magazine	0	0
Guidelines	29	9.67
Compass	14	4.67
Welcome to Chiangmai&Chiangrai	11	3.67
อื่นๆ	2	0.67
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Citylife มากที่สุด จำนวน 79 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 26.33 รองลงมาคือ Art & Culture เป็นจำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.67

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์

เหตุผลที่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สามารถหาอ่านได้ง่าย	59	19.67
ขนาดรูปเล่มเหมาะสมสามารถนำติดตัวไปได้	50	16.67
หน้าปกสวยงามน่าอ่าน	40	13.33
เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์	175	58.33
อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง	172	57.33
มีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ	73	24.33
ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน	133	44.33
สามารถเก็บเป็นที่ระลึกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	55	18.33

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์โดยวิทยานิพนธ์หนึ่งเนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์มากที่สุด จำนวน 175 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 172 ราย ร้อยละ 57.33 และเนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อที่ชื่นชอบมากที่สุดและเหตุผลที่ชื่นชอบ

เหตุผลที่ชื่นชอบ	Citylife (n = 79)		Art & Culture (n = 57)		Passport to Suvannaphoum (n = 47)		Guidelines (n = 29)		Pazzo (n = 24)		Chang Puak Magazine & Maps (n = 23)		Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide (n = 12)		Sawasdee Nopburee Chiang Mai (n = 2)		Compass (n = 14)		Welcome to Chiangmai & Chiangrai (n = 11)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
	สามารถหาอ่านได้ง่าย	26	32.91	16	28.07	2	4.26	5	17.24	4	16.67	4	17.39	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2
ขนาดรูปเล่มเหมาะสม สามารถนำติดตัวไปได้	5	6.33	31	54.39	11	23.40	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
หน้าปกสวยงามน่าอ่าน	14	17.72	8	14.04	8	17.02	2	6.90	6	25.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	14.29	0	0.00	0	0.00
เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและ เป็นประโยชน์	44	55.70	24	42.11	35	74.47	26	89.66	9	37.50	8	34.78	8	66.67	2	100.00	10	71.43	9	81.82	0	0.00
อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและ ได้รับความบันเทิง	58	73.42	26	45.61	27	57.45	11	37.93	20	83.33	11	47.83	5	41.67	0	0.00	8	57.14	4	36.36	0	0.00
มีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่นๆ	8	10.13	14	24.56	19	40.43	2	6.90	4	16.67	15	65.22	2	16.67	0	0.00	4	28.57	5	45.45	0	0.00
ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน	48	60.76	18	31.58	11	23.40	14	48.28	12	50.00	19	82.61	9	75.00	0	0.00	2	14.29	0	0.00	0	0.00
สามารถเก็บเป็นที่ระลึกใน การเดินทางมาท่องเที่ยว	4	5.06	12	21.05	25	53.19	0	0.00	8	33.33	4	17.39	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	18.18

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Citylife ที่สุด มีจำนวน 79 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Art & Culture มากที่สุด มีจำนวน 57 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ ขนาดรูปเล่มเหมาะสมสามารถนำติดตัวไปได้ จำนวน 31 ราย หรือร้อยละ 54.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Passport to Suvannaphoum มากที่สุด มีจำนวน 47 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์จำนวน 35 ราย หรือร้อยละ 74.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Guidelines มากที่สุด มีจำนวน 29 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Pazzo มากที่สุด มีจำนวน 24 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Chang Puak Magazine & Maps มากที่สุด มีจำนวน 23 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ ให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide มากที่สุด มีจำนวน 12 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ ให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Sawasdee Nopburee Chiang Mai มากที่สุด มีจำนวน 2 ราย โดยเหตุผล คือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Compass มากที่สุด มีจำนวน 14 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Welcome to Chiangmai & Chiangrai มากที่สุด มีจำนวน 11 ราย โดยเหตุผลส่วนใหญ่ คือ เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.82

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เปิดรับ

วัตถุประสงค์ที่เปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	157	52.33
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	126	42.00
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ	113	37.67
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น	61	20.33
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	141	47.00
ต้องการข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นหรือการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	78	26.00
ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย	165	55.00
ต้องการบัตรคูปองส่วนลด	29	9.67
อื่นๆ	1	0.33

- หมายเหตุ :
1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 3. อื่นๆ ได้แก่ ต้องการแผนที่จังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากต้องการความบันเทิง ความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุด จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 157 รายหรือร้อยละ 52.33 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 141 ราย หรือร้อยละ 47.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ

วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	53	17.67
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	93	31.00
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ	66	22.00
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น	2	0.67
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	57	19.00
ต้องการข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นหรือการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	2	0.67
ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย	23	7.67
ต้องการบัตรคูปองส่วนลด	4	1.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับด้วยวัตถุประสงค์หลักเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	235	78.33
ไกด์นำเที่ยว	25	8.33
เพื่อน	38	12.67
อื่นๆ	2	0.67
รวม	300	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานของโรงแรม

จากตารางที่ 19 พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.33 รองลงมาคือ เพื่อน เป็นจำนวน 38 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.67 ไกด์นำเที่ยวจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ

ช่วงเวลาที่เปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน	76	25.33
ขณะรอคอย	128	42.67
ในช่วงกลางคืนหรือก่อนนอน	62	20.67
ขณะรับประทานอาหาร	84	28.00
เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	163	54.33

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 163 รายคิดเป็นร้อยละ 54.33 รองลงมาคือ ขณะรอคอย จำนวน 128 รายหรือร้อยละ 42.67 และขณะรับประทานอาหาร จำนวน 84 รายหรือร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับ

ระยะเวลาที่เปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 นาที	45	15.00
11 - 30 นาที	125	41.67
มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	95	31.67
มากกว่า 1 ชั่วโมง	35	11.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับนิตยสารนาน 11 - 30 นาที จำนวน 125 ราย หรือร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.67 และระยะเวลาไม่เกิน 10 นาทีจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเปิดรับ

ลักษณะการเปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้า	105	35.00
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ	30	10.00
อ่านแต่หัวเรื่อง	22	7.33
อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	143	47.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการอ่านนิตยสารโดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมา ได้แก่ อ่านทุกหน้าจำนวน 105 รายเท่ากับร้อยละ 35.00 และดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับ

เนื้อหาที่เปิดรับ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	226	75.33
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	68	22.67
โฆษณาร้านค้าของที่ระลึก	92	30.67
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	143	47.67
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	56	18.67
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	37	12.33
โฆษณาสถานบันเทิง	82	27.33
บทความแนะนำร้านอาหาร	66	22.00
บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	164	54.67
บทความแนะนำที่พัก	37	12.33
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	37	12.33
บทความแนะนำร้านค้าของที่ระลึก	68	22.67
โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	35	11.67
โฆษณาบริการอื่นๆ	87	29.00
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	131	43.67

- หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 226 รายคิดเป็นร้อยละ 75.33 รองลงมาคือ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 164 รายหรือร้อยละ 54.67 และบทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 143 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 47.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้นิตยสารมา
และเพศ

ลักษณะการได้นิตยสารมาอ่าน	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่ และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	83	56.46	82	53.59
หยิบและนำติดตัวมาอ่าน เป็นของตนเอง	64	43.54	71	46.41
รวม	147	100.00	153	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อ
การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยอ่านนิตยสารในสถานที่ที่วางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของ
ตนเอง จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.46 และหยิบนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเองจำนวน 64 ราย
หรือร้อยละ 43.54

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงใหม่โดยอ่านนิตยสารในสถานที่ที่วางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเอง จำนวน 82 ราย
คิดเป็นร้อยละ 53.59 และหยิบนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเองจำนวน 71 ราย หรือร้อยละ 46.41

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มาของนิตยสาร และเพศ

แหล่งที่ได้มาของนิตยสาร	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สนามบิน	33	22.45	20	13.07
โรงแรม/ที่พัก	47	31.97	81	52.94
สถานีรถไฟ	4	2.72	4	2.61
ร้านขายของที่ระลึก	0	0.00	13	8.50
สถานีขนส่ง	0	0.00	2	1.31
บริษัทนำเที่ยว	28	19.05	47	30.72
ในรถแท็กซี่	0	0.00	0	0.00
ร้านอินเทอร์เน็ต	21	14.29	38	24.84
ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ/บาร์	70	47.62	64	41.83
ห้างสรรพสินค้า	0	0.00	4	2.61
สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดเชียงใหม่ (ททท.)	27	18.37	59	38.56
อื่นๆ	3	2.04	8	5.23

- หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 147 ราย และเพศหญิง 153 ราย
 2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 3. อื่นๆ ได้แก่ จากเพื่อน จากไกด์ และจากสถานกงสุลประเทศฝรั่งเศสในจังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากร้านอาหาร ร้านกาแฟหรือบาร์ จำนวน 70 รายหรือร้อยละ 47.62 รองลงมา คือ จากโรงแรมหรือที่พัก จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.97 และจากสนามบิน จำนวน 33 รายหรือร้อยละ 22.45

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากโรงแรมหรือที่พัก จำนวน 81 ราย หรือร้อยละ 52.94 รองลงมาจึงเป็นร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 64 รายหรือร้อยละ 41.83 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่ (ททท.) จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.56

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ
 นิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเพชร

ความถี่ในการเปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านเพียงครั้งเดียว	18	12.24	22	14.38
2-3 ครั้ง	84	57.14	58	37.91
4-5 ครั้ง	21	14.29	24	15.69
มากกว่า 5 ครั้ง	24	16.33	49	32.03
รวม	147	100.00	153	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 24 รายหรือร้อยละ 16.33 และ 4-5 ครั้ง จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้ง จำนวน 58 ราย หรือร้อยละ 37.91 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.03 และ 4-5 ครั้ง จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.69

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับ และเพศ

ยี่ห้อนิตยสาร	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	40	27.21	54	35.29
Art & Culture	54	36.73	77	50.33
Citylife	79	53.74	74	48.37
Passport to Suvannaphoum	66	44.90	48	31.37
Chang Puak Magazine & Maps	40	27.21	43	28.10
Good Morning Chiang Mai	14	9.52	19	12.42
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	33	22.45	19	12.42
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	27	18.37	29	18.95
Pacific Review Magazine	20	13.61	14	9.15
Guidelines	73	49.66	51	33.33
Compass	31	21.09	33	21.57
Welcome to Chiangmai & Chiangrai	36	24.49	48	31.37
อื่นๆ	6	4.08	5	3.27

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 144 ราย และเพศหญิง 156 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. อื่นๆ ได้แก่ HIP, TIP, What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อ Citylife จำนวน 79 ราย หรือร้อยละ 53.74 รองลงมาคือ Guidelines จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.66 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.90

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อ Art & Culture จำนวน 77 ราย หรือร้อยละ 50.33 รองลงมาคือ Citylife จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.37 และ Pazzo จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.29

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด และเพศ

ยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	16	10.88	8	5.23
Art & Culture	22	14.97	35	22.88
Citylife	35	23.81	44	28.76
Passport to Suvannaphoum	36	24.49	11	7.19
Chang Puak Magazine & Maps	10	6.80	13	8.50
Good Morning Chiang Mai	0	0.00	0	0.00
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	6	4.08	6	3.92
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	0	0.00	2	1.31
Pacific Review Magazine	0	0.00	0	0.00
Guidelines	7	4.76	22	14.38
Compass	6	4.08	8	5.23
Welcome to Chiangmai&Chiangrai	7	4.76	4	2.61
อื่นๆ	2	1.36	0	0.00
รวม	147	100.00	153	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Passport to Suvannaphoum มากที่สุด จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.49 รองลงมาคือ Citylife จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.81 และ Art & Culture จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.97

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ ยี่ห้อ Citylife มากที่สุด จำนวน 44 ราย หรือร้อยละ 28.76 รองลงมาคือ Art & Culture จำนวน 35 รายหรือร้อยละ 22.88 และ Guidelines จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.38

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์ และเพศ

เหตุผลที่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สามารถหาอ่านได้ง่าย	40	27.21	19	12.42
ขนาดรูปเล่มเหมาะสมสามารถนำติดตัวไปได้	18	12.24	32	20.92
หน้าปกสวยงามน่าอ่าน	15	10.20	25	16.34
เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์	85	57.82	90	58.82
อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง	85	57.82	87	56.86
มีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ	32	21.77	41	26.80
ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน	55	37.41	78	50.98
สามารถเก็บเป็นที่ระลึกในการเดินทางมาท่องเที่ยว	26	17.69	29	18.95

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบคำถามเพศชาย 147 ราย และเพศหญิง 153 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ชื่นชอบนิพนธ์เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ และเนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิงมากที่สุด จำนวนเท่ากัน คือ 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.82 รองลงมาคือเนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 55 ราย หรือร้อยละ 37.41

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ชื่นชอบนิพนธ์เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.82 รองลงมา คือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 87 ราย หรือร้อยละ 56.86 และ เนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.98

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เปิดรับ และเพศ

วัตถุประสงค์ที่เปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่	82	55.78	75	49.02
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	55	37.41	71	46.41
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการต่างๆ	19	12.93	94	61.44
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุย สนทนากับบุคคลอื่น	21	14.29	40	26.14
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรม ที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	81	55.10	60	39.22
ต้องการข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นหรือ การตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	30	20.41	48	31.37
ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย	86	58.50	79	51.63
ต้องการบัตรคู่มือส่วนลด	4	2.72	25	16.34
อื่นๆ	1	0.68	0	0.00

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบคำถามเพศชาย 147 ราย และเพศหญิง 153 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. อื่นๆ คือ ต้องการแผนที่จังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุด จำนวน 86 ราย หรือร้อยละ 58.50 รองลงมาคือ ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.78 และต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 81 ราย หรือร้อยละ 55.10

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 94 ราย โดยคิดเป็นร้อยละ 61.44 รองลงมาคือเนื่องจากต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 79 ราย หรือร้อยละ 51.63 และเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.02

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับและเพศ

วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	42	28.57	11	7.19
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	36	24.49	57	37.25
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ	15	10.20	51	33.33
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น	2	1.36	0	0.00
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	41	27.89	16	10.46
ต้องการข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นหรือการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	0	0.00	2	1.31
ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย	11	7.48	12	7.84
ต้องการบัตร์คูปองส่วนลด	0	0.00	4	2.61
รวม	147	100.00	153	100.00

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เปิดรับด้วยวัตถุประสงค์หลักเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 42 ราย หรือร้อยละ 28.57 รองลงมา คือ เนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 41 รายคิดเป็นร้อยละ 27.89 และเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 36 ราย หรือร้อยละ 24.49

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เปิดรับนิยสารด้วยวัตถุประสงค์หลัก คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 57 ราย หรือร้อยละ 37.25 รองลงมา คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 51 ราย หรือร้อยละ 33.33 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.46

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ และเพศ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	130	88.44	105	68.63
ไกด์นำเที่ยว	2	1.36	23	15.03
เพื่อน	14	9.52	24	15.69
อื่นๆ	1	0.68	1	0.65
รวม	147	100.00	153	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานของโรงแรม

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.44 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 9.52 และไกด์นำเที่ยว จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.36

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.63 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.69 และไกด์นำเที่ยว จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 15.03

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ และเพศ

ช่วงเวลาที่เปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน(ราย)	ร้อยละ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
ขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน	37	25.17	39	25.49
ขณะรอคอย	61	41.50	67	43.79
ในช่วงกลางคืนหรือก่อนนอน	31	21.09	31	20.26
ขณะรับประทานอาหาร	49	33.33	35	22.88
เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	55	37.41	108	70.59

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบคำถามเพศชาย 147 ราย และเพศหญิง 153 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวขณะรอคอย จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 55 ราย หรือร้อยละ 37.41 และ ขณะรับประทานอาหารจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.59 รองลงมาคือขณะรอคอยจำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.79 และขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน จำนวน 39 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 25.49

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับและเพศ

ระยะเวลาที่เปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 นาที	27	18.37	18	11.76
11 - 30 นาที	76	51.70	49	32.03
มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	32	21.77	63	41.18
มากกว่า 1 ชั่วโมง	12	8.16	23	15.03
รวม	147	100.00	153	100.00

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับ นิตยสาร 11 - 30 นาที จำนวน 76 ราย หรือ ร้อยละ 51.70 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 32 ราย หรือร้อยละ 21.77 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 27 ราย หรือร้อยละ 18.37

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับนานมากกว่าครึ่ง ชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 63 ราย หรือร้อยละ 41.18 รองลงมา คือ 11 - 30 นาที จำนวน 49 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 32.03 และมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.03

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับและเพศ

ลักษณะการเปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้า	40	27.21	65	42.48
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ	24	16.33	6	3.92
อ่านแต่หัวเรื่อง	2	1.36	20	13.07
อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	81	55.10	62	40.52
รวม	147	100.00	153	100.00

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการอ่าน นิตยสาร โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมา คือ อ่านทุกหน้า จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.21 และดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 24 ราย หรือร้อยละ 16.33

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร โดยอ่านทุกหน้า จำนวน 65 ราย หรือร้อยละ 42.48 รองลงมา คืออ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 62 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 40.52 และ อ่านแต่หัวเรื่อง จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.07

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับและเพศ

เนื้อหาที่เปิดรับ	เพศชาย		เพศหญิง	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	118	80.27	108	70.59
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	22	14.97	44	28.76
โฆษณาร้านขายของที่ระลึก	34	23.13	58	37.91
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	76	51.70	67	43.79
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	27	18.37	29	18.95
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	21	14.29	16	10.46
โฆษณาสถานบันเทิง	49	33.33	33	21.57
บทความแนะนำร้านอาหาร	29	19.73	37	24.18
บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	66	44.90	98	64.05
บทความแนะนำที่พัก	21	14.29	16	10.46
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	16	10.88	21	13.73
บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก	23	15.65	45	29.41
โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	25	17.01	10	6.54
โฆษณาบริการอื่นๆ	37	25.17	50	32.68
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	49	33.33	82	53.59

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบคำถามเพศชาย 147 ราย และเพศหญิง 153 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.27 รองลงมา คือ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 76 ราย หรือร้อยละ 51.70 และบทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 66 ราย หรือร้อยละ 44.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.59 รองลงมา คือ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.05 และ ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.59

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้นิตยสารมา
และอายุ

ลักษณะการได้นิตยสารมาอ่าน	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่ และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	24	38.71	65	50.39	34	53.97	42	91.30
หยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง	38	61.29	64	49.61	29	46.03	4	8.70
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปีส่วนใหญ่หยิบนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.29 และอ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเองจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเองจำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.39 และหยิบนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 64 ราย หรือร้อยละ 49.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเองจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.97 และหยิบนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 29 ราย หรือร้อยละ 46.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปีส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเองจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.30 และหยิบนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.70

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มาของนิตยสาร และอายุ

แหล่งที่ได้มาของ นิตยสาร	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สนามบิน	10	16.13	24	18.60	11	17.46	8	17.39
โรงแรม/ที่พัก	25	40.32	60	46.51	20	31.75	23	50.00
สถานีรถไฟ	8	12.90	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ร้านขายของที่ ระลึก	0	0.00	5	3.88	4	6.35	4	8.70
สถานีขนส่ง	0	0.00	2	1.55	0	0.00	0	0.00
บริษัทนำเที่ยว	31	50.00	37	28.68	4	6.35	3	6.52
ในรถแท็กซี่	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ร้านอินเทอร์เน็ต	19	30.65	36	27.91	2	3.17	2	4.35
ร้านอาหาร/ ร้านกาแฟ/บาร์	30	48.39	58	44.96	28	44.44	18	39.13
ห้างสรรพสินค้า	0	0.00	2	1.55	2	3.17	0	0.00
สำนักงาน การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย ประจำจังหวัด เชียงใหม่ (ททท.)	13	20.97	46	35.66	17	26.98	10	21.74
อื่นๆ	0	0.00	4	3.10	4	6.35	3	6.52

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี จำนวน 62 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย
อายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย และ อายุ 51-60 ปี จำนวน 46 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. อื่นๆ ได้แก่ จากเพื่อน ใกล้เคียง และสถานกงสุลประเทศฝรั่งเศสในจังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปีส่วนใหญ่ได้รับ
นิตยสารจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ได้แก่ จากร้านอาหาร
ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.39 และจากโรงแรม หรือที่พัก จำนวน 25 ราย
คิดเป็นร้อยละ 40.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากโรงแรมหรือที่
พัก จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.51 รองลงมาคือ จากร้านอาหาร ร้านกาแฟหรือบาร์ จำนวน 58
ราย หรือร้อยละ 44.96 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่
(ททท.) จำนวน 46 ราย หรือร้อยละ 35.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากร้านอาหาร
ร้านกาแฟหรือบาร์ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาคือ จากโรงแรมหรือที่พัก จำนวน
20 ราย หรือร้อยละ 31.75 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่
(ททท.) จำนวน 17 ราย หรือร้อยละ 26.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากโรงแรมหรือที่
พัก จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ จากร้านอาหาร ร้านกาแฟหรือบาร์ จำนวน 18
ราย หรือร้อยละ 39.13 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่
(ททท.) จำนวน 10 ราย หรือร้อยละ 21.74

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ
 นิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และอายุ

ความถี่ในการ เปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านเพียงครั้งเดียว	13	20.97	10	7.75	13	20.63	4	8.70
2-3 ครั้ง	18	29.03	69	53.49	24	38.10	31	67.39
4-5 ครั้ง	5	8.06	14	10.85	18	28.57	8	17.39
มากกว่า 5 ครั้ง	26	41.94	36	27.91	8	12.70	3	6.52
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสารมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.94 รองลงมา คือ 2-3 ครั้ง จำนวน 18 ราย หรือร้อยละ 29.03 และ อ่านเพียงครั้งเดียว 13 ราย หรือร้อยละ 20.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.49 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.91 และ 4-5 ครั้ง จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 10.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมา คือ 4-5 ครั้ง จำนวน 18 ราย หรือร้อยละ 28.57 และอ่านเพียงครั้งเดียว จำนวน 13 ราย หรือร้อยละ 20.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.39 รองลงมา คือ 4-5 ครั้ง จำนวน 8 ราย หรือร้อยละ 17.39 และอ่านเพียงครั้งเดียว จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 8.70

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับ
และอายุ

ยี่ห้อนิตยสาร	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	13	20.97	47	36.43	18	28.57	16	34.78
Art & Culture	22	35.48	66	51.16	20	31.75	23	50.00
Citylife	35	56.45	75	58.14	27	42.86	16	34.78
Passport to Suvannaphoum	23	37.10	44	34.11	27	42.86	20	43.48
Chang Puak Magazine & Maps	20	32.26	26	20.16	13	20.63	24	52.17
Good Morning Chiang Mai	8	12.90	9	6.98	12	19.05	4	8.70
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	11	17.74	29	22.48	5	7.94	7	15.22
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	8	12.90	15	11.63	20	31.75	13	28.26
Pacific Review Magazine	2	3.23	6	4.65	12	19.05	14	30.43
Guidelines	19	30.65	70	54.26	19	30.16	16	34.78
Compass	17	27.42	33	25.58	12	19.05	2	4.35
Welcome to Chiangmai&Chiangrai	31	50.00	42	32.56	4	6.35	7	15.22
อื่นๆ	0	0.00	6	4.65	5	7.94	0	0.00

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี จำนวน 62 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย

อายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย และ อายุ 51-60 ปี จำนวน 46 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. อื่นๆ ได้แก่ HIP, TIP, What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อยี่ชื่อ Citylife จำนวน 35 ราย หรือร้อยละ 56.45 รองลงมาคือ Welcome to Chiangmai&Chiangrai จำนวน 31 ราย หรือร้อยละ 50.00 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อยี่ชื่อ Citylife จำนวน 75 ราย หรือร้อยละ 58.14 รองลงมาคือ Guidelines จำนวน 70 ราย หรือร้อยละ 54.26 และ Art & Culture จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อยี่ชื่อ Citylife และ Passport to Suvannaphoum จำนวนเท่ากันคือ 27 ราย หรือร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ Art & Culture และ Sawasdee Nopburee Chiang Mai จำนวนเท่ากัน คือ 20 ราย หรือร้อยละ 31.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อยี่ชื่อ Chang Puak Magazine & Maps จำนวน 24 ราย หรือร้อยละ 52.17 รองลงมาคือ Art & Culture จำนวน 23 รายหรือร้อยละ 50.00 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.48

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัยที่หอนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด และอายุ

วัยที่หอนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	6	9.68	8	6.20	10	15.87	0	0.00
Art & Culture	8	12.90	33	25.58	8	12.70	8	17.39
Citylife	21	33.87	27	20.93	25	39.68	6	13.04
Passport to Suvannaphoum	7	11.29	22	17.05	4	6.35	14	30.43
Chang Puak Magazine & Maps	6	9.68	4	3.10	2	3.17	11	23.91
Good Morning Chiang Mai	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	2	3.23	3	2.33	3	4.76	4	8.70
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	2	3.23	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Pacific Review Magazine	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Guidelines	8	12.90	14	10.85	7	11.11	0	0.00
Compass	0	0.00	12	9.30	2	3.17	0	0.00
Welcome to Chiangmai&Chiangrai	2	3.23	6	4.65	0	0.00	3	6.52
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	2	3.17	0	0.00
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ชื่นชอบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อ Citylife มากที่สุด จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.87 รองลงมาคือ Art & Culture และ Guidelines จำนวนเท่ากัน คือ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ชื่นชอบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อ Art & Culture มากที่สุด จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.58 รองลงมาคือ Citylife จำนวน 27 ราย หรือร้อยละ 20.93 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ชื่นชอบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อ Citylife มากที่สุด จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.68 รองลงมาคือ Pazzo จำนวน 10 ราย หรือร้อยละ 15.87 และ Art & Culture จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ชื่นชอบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ยี่ห้อ Passport to Suvannaphoum มากที่สุด จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 รองลงมาคือ Chang Puak Magazine & Maps จำนวน 11 ราย หรือร้อยละ 23.91 และ Art & Culture จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.39

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ชื่นชอบข้อ
นิตยสาร และอายุ

เหตุผลที่ชื่นชอบข้อ นิตยสาร	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สามารถหาอ่านได้ง่าย	11	17.74	29	22.48	17	26.98	2	4.35
ขนาดรูปเล่มเหมาะสม สามารถนำติดตัวไปได้	10	16.13	31	24.03	9	14.29	0	0.00
หน้าปกสวยงามน่าอ่าน	2	3.23	22	17.05	10	15.87	6	13.04
เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจ และเป็นประโยชน์	31	50.00	84	65.12	29	46.03	31	67.39
อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลาย และได้รับความบันเทิง	34	54.84	82	63.57	31	49.21	25	54.35
มีการจัดพิมพ์ ภาษาอังกฤษและภาษา ต่างประเทศอื่นๆ	14	22.58	35	27.13	14	22.22	10	21.74
ให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการ ท่องเที่ยวครบถ้วน	35	56.45	56	43.41	21	33.33	21	45.65
สามารถเก็บเป็นที่ ระลึกในการเดินทางมา ท่องเที่ยว	8	12.90	23	17.83	8	12.70	16	34.78

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี จำนวน 62 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย
อายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย และ อายุ 51-60 ปี จำนวน 46 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์เอกสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.45 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 34 ราย หรือร้อยละ 54.84 และเนื่องจากนิพนธ์มีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 31 ราย หรือร้อยละ 50.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์เอกสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.12 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 82 ราย หรือร้อยละ 63.57 และเนื่องจากนิพนธ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 56 ราย หรือร้อยละ 43.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์เอกสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.21 รองลงมาคือ เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 29 ราย หรือร้อยละ 46.03 และเนื่องจากนิพนธ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 21 ราย หรือร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์เอกสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.39 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 25 ราย หรือร้อยละ 54.35 และเนื่องจากนิพนธ์ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 21 ราย หรือร้อยละ 45.65

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เปิดรับและอายุ

วัตถุประสงค์ที่เปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่	30	48.39	65	50.39	40	63.49	22	47.83
ต้องการข้อมูลในการ ตัดสินใจวางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	37	59.68	54	41.86	20	31.75	15	32.61
ต้องการข้อมูลในการ ตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการต่างๆ	32	51.61	45	34.88	18	28.57	18	39.13
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ ประกอบการพูดคุย สนทนากับบุคคลอื่น	13	20.97	22	17.05	13	20.63	13	28.26
ต้องการมีส่วนร่วมใน เหตุการณ์หรือกิจกรรมที่ เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	29	46.77	73	56.59	19	30.16	20	43.48
ต้องการข้อมูลสนับสนุน ความคิดเห็นหรือการ ตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	11	17.74	43	33.33	8	12.70	16	34.78
ต้องการความบันเทิงความ เพลิดเพลินและผ่อนคลาย	39	62.90	64	49.61	38	60.32	24	52.17
ต้องการบัตรคู่มือส่วนลด	6	9.68	11	8.53	4	6.35	8	17.39
อื่นๆ	0	0.00	1	0.78	0	0.00	0	0.00

- หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี จำนวน 62 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย
อายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย และ อายุ 51-60 ปี จำนวน 46 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
3. อื่นๆ ได้แก่ ต้องการแผนที่จังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.90 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 37 ราย หรือร้อยละ 59.68 และเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.59 รองลงมาคือ ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.39 และเนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 64 ราย หรือร้อยละ 49.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.49 รองลงมาคือ ต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.32 และเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 ราย หรือร้อยละ 31.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.17 รองลงมาคือ ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.83 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 ราย หรือร้อยละ 43.48

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ และอายุ

วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ข่าวสาร ในจังหวัดเชียงใหม่	9	14.52	26	20.16	14	22.22	4	8.70
ต้องการข้อมูลในการ ตัดสินใจวางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	33	53.23	30	23.26	18	28.57	12	26.09
ต้องการข้อมูลในการ ตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือ บริการต่างๆ	7	11.29	31	24.03	14	22.22	14	30.43
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ ประกอบการพูดคุยสนทนา กับบุคคลอื่น	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	4.35
ต้องการมีส่วนร่วมใน เหตุการณ์หรือกิจกรรมที่ เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	7	11.29	32	24.81	12	19.05	6	13.04
ต้องการข้อมูลสนับสนุน ความคิดเห็น หรือ การ ตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	0	0.00	2	1.55	0	0.00	0	0.00
ต้องการความบันเทิงความ เพลิดเพลินและผ่อนคลาย	6	9.68	4	3.10	5	7.94	8	17.39
ต้องการบ้ตรคุ้มครองส่วนลด	0	0.00	4	3.10	0	0.00	0	0.00
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มี วัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจาก ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.23 รองลงมา คือ ต้องการรู้เหตุการณ์ข่าวสารในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9 ราย หรือร้อยละ 14.52 และเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ และต้องการมี

ส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนเท่ากัน คือ 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.81 รองลงมา คือ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 31 ราย หรือร้อยละ 24.03 และต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมา คือ เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ข่าวสารในจังหวัดเชียงใหม่ และต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวนเท่ากัน คือ 14 ราย หรือร้อยละ 22.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.43 รองลงมา คือ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 ราย หรือร้อยละ 26.09 และต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.39

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ และอายุ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	40	64.52	118	91.47	41	65.08	36	78.26
ไกด์นำเที่ยว	0	0.00	6	4.65	10	15.87	9	19.57
เพื่อน	22	35.48	4	3.10	12	19.05	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00	1	0.78	0	0.00	1	2.17
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานของโรงแรม

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 40 ราย หรือร้อยละ 64.52 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.48

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 118 ราย หรือร้อยละ 91.47 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.65

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 41 ราย หรือร้อยละ 65.08 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.05

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 36 ราย หรือร้อยละ 78.26 รองลงมาคือ ใกล้เคียง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.57

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ และอายุ

ช่วงเวลาที่เปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ขณะท่องเที่ยวใน เวลากลางวัน	20	32.26	48	37.21	6	9.52	2	4.35
ขณะรอคอย	25	40.32	58	44.96	25	39.68	20	43.48
ในช่วงกลางคืนหรือ ก่อนนอน	6	9.68	25	19.38	12	19.05	19	41.30
ขณะรับประทานอาหาร	24	38.71	43	33.33	13	20.63	4	8.70
เมื่อต้องการข้อมูล เพื่อการตัดสินใจ	37	59.68	67	51.94	37	58.73	22	47.83

- หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี จำนวน 62 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย
อายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย และ อายุ 51-60 ปี จำนวน 46 ราย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.68 รองลงมา คือ ในขณะที่รอคอย จำนวน 25 ราย หรือร้อยละ 40.32 และขณะรับประทานอาหาร จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.94 รองลงมา คือ ในขณะที่รอคอย จำนวน 58 ราย หรือร้อยละ 44.96 และขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.73 รองลงมา คือ ในขณะที่รอคอย จำนวน 25 ราย หรือร้อยละ 39.68 และขณะรับประทานอาหาร จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.83 รองลงมา คือ ในขณะที่รอคอย จำนวน 20 ราย หรือร้อยละ 43.48 และในช่วงกลางคืนหรือก่อนนอน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.30

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับและอายุ

ระยะเวลาที่เปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 นาที	12	19.35	22	17.05	5	7.94	6	13.04
11 - 30 นาที	23	37.10	40	31.01	42	66.67	20	43.48
มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง	18	29.03	49	37.98	12	19.05	16	34.78
มากกว่า 1 ชั่วโมง	9	14.52	18	13.95	4	6.35	4	8.70
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระยะเวลา 11 - 30 นาที จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 18 ราย หรือร้อยละ 29.03 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระยะเวลามากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.98 รองลงมา คือ 11 - 30 นาที จำนวน 40 ราย หรือร้อยละ 31.01 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระยะเวลา 11 - 30 นาที จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 12 ราย หรือร้อยละ 19.05 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระยะเวลา 11 - 30 นาที จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 34.78 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.04

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับและอายุ

ลักษณะการเปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้า	22	35.48	30	23.26	26	41.27	27	58.70
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย สั้นๆ	2	3.23	10	7.75	11	17.46	7	15.22
อ่านแต่หัวเรื่อง	14	22.58	6	4.65	0	0.00	2	4.35
อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่ สนใจ	24	38.71	83	64.34	26	41.27	10	21.74
รวม	62	100.00	129	100.00	63	100.00	46	100.00

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.71 รองลงมา คือ อ่านทุกหน้า จำนวน 22 ราย หรือร้อยละ 35.48 และอ่านแต่หัวเรื่อง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.34 รองลงมา คือ อ่านทุกหน้า จำนวน 30 ราย หรือร้อยละ 23.26 และดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ และอ่านทุกหน้า จำนวนเท่ากัน คือ 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.27 รองลงมา คือ ดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านทุกหน้า จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมา คือ อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 10 ราย หรือร้อยละ 21.74 และดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.22

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับ และอายุ

เนื้อหาที่เปิดรับ	20-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัด เชียงใหม่	48	77.42	103	79.84	46	73.02	29	63.04
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	19	30.65	34	26.36	2	3.17	13	28.26
โฆษณาร้านขายของที่ระลึก	2	3.23	44	34.11	19	30.16	27	58.70
บทความแนะนำสถานที่ ท่องเที่ยว	32	51.61	74	57.36	18	28.57	19	41.30
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	8	12.90	24	18.60	14	22.22	10	21.74
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	8	12.90	11	8.53	6	9.52	12	26.09
โฆษณาสถานบันเทิง	21	33.87	34	26.36	19	30.16	8	17.39
บทความแนะนำร้านอาหาร	8	12.90	28	21.71	18	28.57	12	26.09
บทความด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น	33	53.23	72	55.81	30	47.62	29	63.04
บทความแนะนำที่พัก	0	0.00	12	9.30	11	17.46	14	30.43
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภค บริโภค	8	12.90	18	13.95	8	12.70	3	6.52
บทความแนะนำร้านขายของที่ ระลึก	6	9.68	42	32.56	6	9.52	14	30.43
โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	2	3.23	19	14.73	6	9.52	8	17.39
โฆษณาบริการอื่นๆ	17	27.42	45	34.88	15	23.81	10	21.74
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	46	74.19	53	41.09	14	22.22	18	39.13

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 20-30 ปี จำนวน 62 ราย อายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย

อายุ 41-50 ปี จำนวน 63 ราย และ อายุ 51-60 ปี จำนวน 46 ราย

2. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับ
นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่
จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.42 รองลงมา คือ ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่
จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.19 และอ่านบทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 33 ราย
หรือคิดเป็นร้อยละ 53.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 103 ราย คิดเป็น
ร้อยละ 79.84 รองลงมา คือ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.36
และบทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 72 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 55.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 46 ราย คิดเป็น
ร้อยละ 73.02 รองลงมา คือ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ
47.62 และโฆษณาร้านขายของที่ระลึก และโฆษณาสถานบันเทิง จำนวนเท่ากัน คือ 19 ราย เท่ากับ
ร้อยละ 30.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการ
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอ่านข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ และบทความด้าน
ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวนเท่ากัน คือ 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.04 รองลงมา คือ โฆษณา
ร้านขายของที่ระลึก จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.70

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการได้นิตยสารมาอ่าน และสัญชาติ

ลักษณะการได้นิตยสารมาอ่าน	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	57	48.72	52	52.53	23	79.31	3	37.50	5	100.00	19	63.33	4	66.67	2	33.33
หยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง	60	51.28	47	47.47	6	20.69	5	62.50	0	0	11	36.67	2	33.33	4	66.67
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอังกฤษ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.28 และอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 57 ราย หรือร้อยละ 48.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฝรั่งเศส ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.53 และหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 47 ราย หรือร้อยละ 47.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติเยอรมัน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.31 และหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 20.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฮอลแลนด์ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 และอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอิตาลีทั้งหมด มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.33 และหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 11 ราย หรือร้อยละ 36.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติออสเตรเลีย ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมอ่านนิตยสารโดยหยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 33.33

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ได้มาของนิตยสาร และสัญชาติ

แหล่งที่ได้มาของนิตยสาร	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สนามบิน	19	16.24	12	12.12	7	24.14	0	0.00	0	0.00	9	30.00	2	33.33	4	66.67
โรงแรม/ที่พัก	53	45.30	36	36.36	17	58.62	3	37.50	0	0.00	15	50.00	0	0.00	4	66.67
สถานีรถไฟ	0	0.00	8	8.08	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ร้านขายของที่ระลึก	9	7.69	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	66.67	0	0.00
สถานีขนส่ง	2	1.71	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
บริษัทนำเที่ยว	27	23.08	37	37.37	5	17.24	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	33.33	4	66.67
ในรถแท็กซี่	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ร้านอินเทอร์เน็ต	28	23.93	17	17.17	1	3.45	3	37.50	2	40.00	6	20.00	2	33.33	0	0.00
ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ/บาร์	47	40.17	44	44.44	13	44.83	3	37.50	5	100.00	13	43.33	5	83.33	4	66.67
ห้างสรรพสินค้า	2	1.71	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่	42	35.90	35	35.35	0	0.00	5	62.50	0	0.00	2	6.67	0	0.00	2	33.33
อื่นๆ	3	2.56	7	7.07	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	3.33	0	0.00	0	0.00

หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ 117 ราย สัญชาติฝรั่งเศส 99 ราย สัญชาติเยอรมัน 29 ราย สัญชาติฮอลแลนด์ 8 ราย สัญชาติอิตาลี 5 ราย
 สัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ 30 ราย สัญชาติสเปน 6 ราย และสัญชาติออสเตรีย 6 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 2. อื่นๆ ได้แก่ จากไกด์ และจากสถานกงสุลประเทศฝรั่งเศส จังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจาก โรงแรมหรือที่พัก จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.32 รองลงมา คือ จากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 47 ราย หรือร้อยละ 17.46 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.12

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศส ส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมา คือ บริษัทนำเที่ยว จำนวน 37 ราย คิดเป็น ร้อยละ 37.37 และ โรงแรมหรือที่พัก จำนวน 36 ราย หรือร้อยละ 36.36

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจาก โรงแรมหรือที่พัก จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.62 รองลงมา คือ จากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 13 ราย หรือร้อยละ 44.83 และจากสนามบิน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.14

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฮอลแลนด์ได้รับนิตยสารจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 และจากโรงแรมหรือที่พัก และ ร้านอินเทอร์เน็ต และร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวนเท่ากัน คือ 3 ราย หรือร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีทั้งหมด ได้รับนิตยสารจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือ บาร์ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 และจากร้านอินเทอร์เน็ต และห้างสรรพสินค้า จำนวน เท่ากัน คือ 2 ราย หรือร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจาก โรงแรมหรือที่ พักจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ จากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 13 ราย หรือร้อยละ 43.33 และจากสนามบิน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปน ส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมา คือ ร้านขายของที่ระลึก จำนวน 4 ราย หรือ คิดเป็นร้อยละ 66.67 และจากสนามบิน บริษัทนำเที่ยว และร้านอินเทอร์เน็ต จำนวนเท่ากัน คือ 2 ราย เท่ากับร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรียได้รับนิตยสารจากสนามบิน จากโรงแรมหรือที่พัก จากบริษัทนำเที่ยว และจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ จำนวนเท่ากัน คือ 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 ราย หรือคิด เป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับนิตยสารระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และสตัญชาติ

ความถี่ในการเปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรเลีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านเพียงครั้งเดียว	13	11.11	16	16.16	9	31.03	0	0.00	0	0.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00
2-3 ครั้ง	57	48.72	43	43.43	17	58.62	5	62.50	0	0.00	16	53.33	0	0.00	4	66.67
4-5 ครั้ง	19	16.24	9	9.09	1	3.45	0	0.00	0	0.00	10	33.33	6	100.00	0	0.00
มากกว่า 5 ครั้ง	28	23.93	31	31.31	2	6.90	3	37.50	5	100.00	2	6.67	0	0.00	2	33.33
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.72 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.93 และ 4-5 ครั้ง จำนวน 19 ราย เท่ากับร้อยละ 16.24

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศส ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.43 รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.31 และอ่านเพียงครั้งเดียว จำนวน 16 ราย เท่ากับร้อยละ 16.16

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมัน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.62 รองลงมา คือ อ่านเพียงครั้งเดียว จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.03 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 2 ราย เท่ากับร้อยละ 6.90

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฮอลแลนด์ มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 3 ราย เท่ากับร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีทั้งหมด มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสารมากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา คือ 4-5 ครั้ง จำนวน 10 ราย เท่ากับร้อยละ 33.33 และอ่านเพียงครั้งเดียว และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 2 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.67

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมด มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 4-5 ครั้ง หรือ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรีย มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร 2-3 ครั้ง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 2 ราย เท่ากับร้อยละ 33.33

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับ และสัญชาติ

ยี่ห้อนิตยสาร	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรเลีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	47	40.17	29	29.29	2	6.90	0	0.00	3	60.00	9	30.00	0	0.00	4	66.67
Art & Culture	63	53.85	40	40.40	12	41.38	0	0.00	5	100.00	7	23.33	2	33.33	2	33.33
Citylife	71	60.68	48	48.48	8	27.59	5	62.50	3	60.00	12	40.00	0	0.00	6	100.00
Passport to Suvannaphoum	40	34.19	33	33.33	18	62.07	8	100.00	0	0.00	11	36.67	0	0.00	4	66.67
Chang Puak Magazine & Maps	25	21.37	37	37.37	2	6.90	2	25.00	4	80.00	8	26.67	4	66.67	1	16.67
Good Morning Chiang Mai	14	11.97	6	6.06	7	24.14	3	37.50	0	0.00	3	10.00	0	0.00	0	0.00
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	26	22.22	8	8.08	6	20.69	0	0.00	3	60.00	5	16.67	4	66.67	0	0.00
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	25	21.37	16	16.16	8	27.59	0	0.00	3	60.00	2	6.67	0	0.00	2	33.33
Pacific Review Magazine	13	11.11	10	10.10	3	10.34	0	0.00	0	0.00	2	6.67	4	66.67	2	33.33
Guidelines	60	51.28	27	27.27	7	24.14	3	37.50	3	60.00	14	46.67	6	100.00	4	66.67
Compass	27	23.08	30	30.30	1	3.45	0	0.00	2	40.00	2	6.67	0	0.00	2	33.33
Welcome to Chiangmai&Chiangrai	25	21.37	23	23.23	10	34.48	3	37.50	3	60.00	10	33.33	6	100.00	4	66.67

ตารางที่ 53 (ต่อ)

ยี่ห้อสินค้า	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวีตเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อื่นๆ	2	1.71	5	5.05	1	3.45	0	0.00	0	0.00	3	10.00	0	0.00	0	0.00

- หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ 117 ราย สัญชาติฝรั่งเศส 99 ราย สัญชาติเยอรมัน 29 ราย สัญชาติฮอลแลนด์ 8 ราย สัญชาติอิตาลี 5 ราย
 สัญชาติสวีตเซอร์แลนด์ 30 ราย สัญชาติสเปน 6 ราย และสัญชาติออสเตรีย 6 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 2. อื่นๆ ได้แก่ HIP, TIP, What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Citylife จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.68 รองลงมาคือ Art & Culture จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.85 และ Guidelines จำนวน 60 ราย เท่ากับร้อยละ 51.28

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Citylife จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.48 รองลงมาคือ Art & Culture จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.40 และ Chang Puak Magazine & Maps จำนวน 37 ราย เท่ากับร้อยละ 37.37

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Passport to Suvannaphoum จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.07 รองลงมาคือ Art & Culture จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.38 และ Welcome to Chiangmai&Chiangrai จำนวน 10 ราย เท่ากับร้อยละ 34.48

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดเปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Passport to Suvannaphoum ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือยี่ห้อมือ Citylife จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีทั้งหมดเปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Art & Culture คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ยี่ห้อมือ Chang Puak Magazine & Maps จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Guidelines จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ Citylife จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 11 ราย เท่ากับร้อยละ 36.67

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติญี่ปุ่นทั้งหมดเปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Guidelines และ Welcome to Chiangmai&Chiangrai คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ Chang Puak Magazine & Maps ,Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide และ Pacific Review Magazine จำนวน 4 ราย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 66.67

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียทั้งหมดเปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ Citylife หรือร้อยละ 100.00 และเปิดรับยี่ห้อมือ Pazzo, Passport to Suvannaphoum, Guidelines และ Welcome to Chiangmai&Chiangrai จำนวน 4 ราย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 66.67

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด และสัญชาติ

ยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบมากที่สุด	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรเลีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Pazzo	9	7.69	10	10.10	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	16.67	0	0.00	0	0.00
Art & Culture	29	24.79	16	16.16	8	27.59	0	0.00	0	0.00	4	13.33	0	0.00	0	0.00
Citylife	32	27.35	29	29.29	3	10.34	5	62.50	0	0.00	8	26.67	0	0.00	2	33.33
Passport to Suvannaphoum	24	20.51	6	6.06	9	31.03	3	37.50	0	0.00	1	3.33	0	0.00	4	66.67
Chang Puak Magazine & Maps	4	3.42	15	15.15	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	6.67	2	33.33	0	0.00
Good Morning Chiang Mai	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	1	0.85	0	0.00	4	13.79	0	0.00	0	0.00	3	10.00	4	66.67	0	0.00
Sawasdee Nopburee Chiang Mai	0	0.00	2	2.02	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Pacific Review Magazine	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Guidelines	15	12.82	11	11.11	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	10.00	0	0.00	0	0.00
Compass	2	1.71	10	10.10	0	0.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Welcome to Chiangmai & Chiangrai	1	0.85	0	0.00	5	17.24	0	0.00	3	60.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00

ตารางที่ 54 (ต่อ)

ยี่ห้อสินค้าที่ชื่นชอบมากที่สุด	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ What's on Chiang Mai และ Thaiways

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ ส่วนใหญ่ชื่นชอบนิตยสาร
 ยี่ห้อยี่ห้อ Citylife มากที่สุด จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.35 รองลงมา คือ Art & Culture จำนวน 29
 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.79 และ Passport to Suvannaphoum จำนวน 24 ราย เท่ากับร้อยละ 20.51

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศส ส่วนใหญ่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Citylife มากที่สุด
 จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.29 รองลงมา คือ Art & Culture จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ
 16.16 และ Chang Puak Magazine & Maps จำนวน 15 ราย เท่ากับร้อยละ 15.15

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมัน ส่วนใหญ่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Passport to
 Suvannaphoum มากที่สุด จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.03 รองลงมา คือ Art & Culture จำนวน 8
 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.59 และ Welcome to Chiangmai & Chiangrai จำนวน 5 ราย เท่ากับร้อยละ
 17.24

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสอแลนค์ ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Citylife มากที่สุด จำนวน
 5 ราย เท่ากับร้อยละ 62.50 และชื่นชอบยี่ห้อยี่ห้อ Passport to Suvannaphoum จำนวน 3 ราย หรือคิดเป็น
 ร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลี ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Welcome to Chiangmai &
 Chiangrai มากที่สุด จำนวน 3 ราย เท่ากับร้อยละ 60.00 และชื่นชอบยี่ห้อยี่ห้อ Compass จำนวน 2 ราย
 หรือคิดเป็นร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ ส่วนใหญ่ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Citylife
 มากที่สุด จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมา คือ Pazzo จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ
 16.67 และ Art & Culture จำนวน 4 ราย เท่ากับร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปน ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Chiang Mai & Northern
 Thailand Tourist Guide มากที่สุด จำนวน 4 ราย เท่ากับร้อยละ 66.67 และชื่นชอบยี่ห้อยี่ห้อ Chang Puak
 Magazine & Maps จำนวน 2 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรีย ชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อยี่ห้อ Passport to Suvannaphoum
 มากที่สุด จำนวน 4 ราย เท่ากับร้อยละ 66.67 และชื่นชอบยี่ห้อยี่ห้อ Citylife จำนวน 2 ราย หรือคิดเป็น
 ร้อยละ 33.33

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ขึ้นชอขยี่ห้อมนคยสาร และสัญชาติ

เหตุผลที่ขึ้นชอขยี่ห้อมนคยสาร	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สามารถหาอ่านได้ง่าย	24	20.51	16	16.16	5	17.24	5	62.50	0	0.00	6	20.00	0	0.00	0	0.00
ขนาดรูปเล่มเหมาะสมสามารถ นำติดตัวไปได้	29	24.79	8	8.08	2	6.90	8	100.00	0	0.00	3	10.00	0	0.00	0	0.00
หน้าปกสวยงามน่าอ่าน	27	23.08	9	9.09	0	0.00	0	0.00	2	40.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00
เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็น ประโยชน์	67	57.26	58	58.59	24	82.76	5	62.50	5	100.00	10	33.33	2	33.33	4	66.67
อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและ ได้รับความบันเทิง	76	64.96	52	52.53	19	65.52	0	0.00	0	0.00	21	70.00	2	33.33	2	33.33
มีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษและ ภาษาต่างประเทศอื่นๆ	24	20.51	29	29.29	5	17.24	0	0.00	5	100.00	4	13.33	2	33.33	4	66.67
ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการ ท่องเที่ยวครบถ้วน	48	41.03	41	41.41	12	41.38	8	100.00	0	0.00	16	53.33	6	100.00	2	33.33
สามารถเก็บเป็นที่ระลึกในการ เดินทางมาท่องเที่ยว	31	26.50	14	14.14	2	6.90	3	37.50	0	0.00	3	10.00	2	33.33	0	0.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ 117 ราย สัญชาติฝรั่งเศส 99 ราย สัญชาติเยอรมัน 29 ราย สัญชาติฮอลแลนด์ 8 ราย สัญชาติอิตาลี 5 ราย
สัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ 30 ราย สัญชาติสเปน 6 ราย และสัญชาติออสเตรีย 6 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่ชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิงมากที่สุด จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.96 รองลงมาคือ เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 67 ราย เท่ากับร้อยละ 57.26 และเนื่องจากนิตยสารให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.03

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่ชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.59 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 52 ราย หรือร้อยละ 52.53 และเนื่องจากนิตยสารให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.41

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่ชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.76 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 19 ราย หรือร้อยละ 65.52 และเนื่องจากนิตยสารให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.38

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวิตเซอร์แลนด์ทั้งหมดชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากขนาดรูปเล่มเหมาะสมสามารถนำติดตัวไปได้ และเนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วนมากที่สุด ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีทั้งหมดชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ และมีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ มากที่สุด ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่ชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ เนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 53.33 และเนื่องจากนิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน ร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวออสเตรเลียส่วนใหญ่ชื่นชอบในยี่ห้อนิตยสาร เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ และเนื่องจากมีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เปิดรับ และสัญชาติ

วัตถุประสงค์ที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		สอแลนต์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้น ในจังหวัดเชียงใหม่	61	52.14	48	48.48	16	55.17	8	100.00	3	60.00	20	66.67	2	33.33	2	33.33
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวาง แผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	55	47.01	32	32.32	6	20.69	0	0.00	3	60.00	18	60.00	6	100.00	6	100.00
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อ ซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ	50	42.74	36	36.36	17	58.62	3	37.50	5	100.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการ พูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น	22	18.80	17	17.17	11	37.93	5	62.50	2	40.00	0	0.00	2	33.33	2	33.33
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่	66	56.41	41	41.41	10	34.48	5	62.50	0	0.00	19	63.33	0	0.00	0	0.00
ต้องการข้อมูลสนับสนุนความ คิดเห็นการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	50	42.74	17	17.17	2	6.90	0	0.00	5	100.00	0	0.00	0	0.00	4	66.67
ต้องการความบันเทิง ความ เพลิดเพลินและผ่อนคลาย	67	57.26	45	45.45	21	72.41	5	62.50	0	0.00	23	76.67	2	33.33	2	33.33

ตารางที่ 56 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		สอแลนด		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	3.33	0	0.00	0	0.00

- หมายเหตุ : 1. จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ 117 ราย สัญชาติฝรั่งเศส 99 ราย สัญชาติเยอรมัน 29 ราย สัญชาติสอแลนด 8 ราย สัญชาติอิตาลี 5 ราย
 สัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ 30 ราย สัญชาติสเปน 6 ราย และสัญชาติออสเตรีย 6 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 2. อื่นๆ ได้แก่ ต้องการแผนที่ของจังหวัดเชียงใหม่

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.26 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 66 ราย หรือร้อยละ 56.41 และเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.14

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.48 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.45 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 41 ราย เท่ากับร้อยละ 41.41

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.41 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.62 และเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 55.17

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฮอลแลนด์ทั้งหมดเปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น เนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 5 ราย หรือร้อยละ 62.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีทั้งหมดเปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ และต้องการข้อมูลสนับสนุนความคิดเห็นการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในจำนวนที่เท่ากัน คือ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุด จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.67 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 20 ราย หรือร้อยละ 66.67 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 19 ราย เท่ากับร้อยละ 63.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดเปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 100.00 และเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น และต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวออสเตรเลียทั้งหมดเปิดรับนิตยสาร เนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ต้องการข้อมูลสนับสนุนความคิดเห็นการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ และสัญชาติ

วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรเลีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้น ในจังหวัดเชียงใหม่	23	19.66	14	14.14	11	37.93	5	62.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวาง แผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	39	33.33	20	20.20	4	13.79	0	0.00	0	0.00	18	60.00	6	100.00	6	100.00
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อ สินค้าหรือบริการต่างๆ	27	23.08	20	20.20	11	37.93	3	37.50	5	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการ พูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น	2	1.71	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	21	17.95	23	23.23	3	10.34	0	0.00	0	0.00	10	33.33	0	0.00	0	0.00
ต้องการข้อมูลสนับสนุนความคิดเห็น การตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	2	1.71	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย	3	2.56	18	18.18	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00
ต้องการบัตริรูปองส่วนลด	0	0.00	4	4.04	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 39 ราย หรือร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.08 และเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 19.66

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 23.23 รองลงมา คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 20 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.20

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 11 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 37.93 รองลงมาคือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 13.79

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสอแลนด์ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 62.50 และต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีทั้งหมดมีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนทั้งหมดมีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 18 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และต้องการความบันเทิงความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 6.67

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดมีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ หรือร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียทั้งหมดมีวัตถุประสงค์หลักในการเปิดรับนิตยสารเนื่องจากต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ หรือร้อยละ 100.00

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ และสัญชาติ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกเปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	100	85.47	66	66.67	22	75.86	8	100.00	3	60.00	28	93.33	4	66.67	4	66.67
ไถ่ผู้นำเที่ยว	8	6.84	15	15.15	0	0.00	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เพื่อน	9	7.69	16	16.16	7	24.14	0	0.00	0	0.00	2	6.67	2	33.33	2	33.33
อื่นๆ	0	0.00	2	2.02	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ พนักงานของโรงแรม

จากตารางที่ 58 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 100 ราย หรือร้อยละ 85.47 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 9 ราย หรือร้อยละ 7.69 และไกด์นำเที่ยว จำนวน 8 ราย หรือร้อยละ 6.84

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 66 ราย หรือร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.16 และไกด์นำเที่ยว จำนวน 15 ราย หรือร้อยละ 15.15

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 22 ราย หรือร้อยละ 75.86 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.14

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฮอลแลนด์ทั้งหมด คือ ตัวเอง หรือร้อยละ 100.00

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 3 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 40.00

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีตเซอร์แลนด์ส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 28 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 6.67

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 4 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 33.33

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 4 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 33.33

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เปิดรับ และสัญชาติ

ช่วงเวลาที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		ฮอลแลนด์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน	28	23.93	35	35.35	2	6.90	0	0.00	2	40.00	3	10.00	2	33.33	4	66.67
ขณะรอกอย	48	41.03	38	38.38	16	55.17	0	0.00	0	0.00	14	46.67	6	100.00	6	100.00
ในช่วงกลางคืนหรือก่อนนอน	24	20.51	23	23.23	13	44.83	0	0.00	0	0.00	2	6.67	0	0.00	0	0.00
ขณะรับประทานอาหาร	36	30.77	32	32.32	12	41.38	0	0.00	2	40.00	0	0.00	0	0.00	2	33.33
เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	59	50.43	43	43.43	15	51.72	8	100.00	4	80.00	26	86.67	6	100.00	2	33.33

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ 117 ราย สัญชาติฝรั่งเศส 99 ราย สัญชาติเยอรมัน 29 ราย สัญชาติฮอลแลนด์ 8 ราย สัญชาติอิตาลี 5 ราย
สัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ 30 ราย สัญชาติสเปน 6 ราย และสัญชาติออสเตรีย 6 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.43 รองลงมา คือในขณะรอคอย จำนวน 48 ราย หรือร้อยละ 41.03 และขณะรับประทานอาหาร จำนวน 36 ราย หรือร้อยละ 30.77

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่ เปิดรับนิตยสารเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 43 ราย หรือ ร้อยละ 43.43 รองลงมาคือ ขณะรอคอย จำนวน 38 ราย ร้อยละ 38.38 และ ขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน จำนวน 35 ราย หรือร้อยละ 35.35

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่ เปิดรับนิตยสารในขณะรอคอย จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.17 รองลงมา คือ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 15 ราย เท่ากับ ร้อยละ 51.72 และในช่วงกลางคืนหรือก่อนนอน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.83

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดเปิดรับนิตยสารเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีส่วนใหญ่เปิดรับนิตยสารเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือ ขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวันและขณะรับประทานอาหาร จำนวน 2 ราย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนทั้งหมดเปิดรับนิตยสารเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมา คือ ขณะรอคอย จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 46.67 และขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดเปิดรับนิตยสารในขณะรอคอย และเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ร้อยละ 100.00 และเปิดรับขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียทั้งหมดเปิดรับนิตยสารในขณะรอคอย ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และขณะรับประทานอาหาร และเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ จำนวน 2 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับ และสัญชาติ

ระยะเวลาที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		สอแลนด		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 นาที	17	14.53	14	14.14	9	31.03	0	0.00	0	0.00	5	16.67	0	0.00	0	0.00
11 - 30 นาที	38	32.48	55	55.56	6	20.69	5	62.50	3	60.00	14	46.67	0	0.00	4	66.67
มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	38	32.48	24	24.24	14	48.28	3	37.50	0	0.00	8	26.67	6	100.00	2	33.33
มากกว่า 1 ชั่วโมง	24	20.51	6	6.06	0	0.00	0	0.00	2	40.00	3	10.00	0	0.00	0	0.00
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

จากตารางที่ 60 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับนาน 11 - 30 นาที และมากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 38 ราย เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 32.48 รองลงมาคือ มากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 24 ราย หรือร้อยละ 20.51

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับนาน 11 - 30 นาที จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 24 ราย หรือร้อยละ 24.24 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 14 ราย เท่ากับร้อยละ 14.14

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมันส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับมากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.28 รองลงมา คือไม่เกิน 10 นาที จำนวน 9 ราย หรือร้อยละ 31.03 และ 11 - 30 นาที จำนวน 6 ราย เท่ากับร้อยละ 20.69

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับ 11 - 30 นาที จำนวน 5 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมงจำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 37.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับ 11 - 30 นาที จำนวน 3 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ มากกว่า 1 ชั่วโมงจำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับ 11 - 30 นาที จำนวน 14 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 และไม่เกิน 10 นาที จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.67

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดใช้ระยะเวลาในการเปิดรับมากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง หรือคิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับนาน 11 - 30 นาที จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 2 ราย หรือร้อยละ 33.33

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปิดรับ และสัญชาติ

ลักษณะการเปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		สอแลนด		อิตาลี		สวิเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้า	37	31.62	48	48.48	3	10.34	0	0.00	2	40.00	5	16.67	4	66.67	6	100.00
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ	12	10.26	6	6.06	5	17.24	0	0.00	3	60.00	4	13.33	0	0.00	0	0.00
อ่านแต่หัวเรื่อง	11	9.40	4	4.04	4	13.79	0	0.00	0	0.00	1	3.33	2	33.33	0	0.00
อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจ	57	48.72	41	41.41	17	58.62	8	100.00	0	0.00	20	66.67	0	0.00	0	0.00
รวม	117	100.00	99	100.00	29	100.00	8	100.00	5	100.00	30	100.00	6	100.00	6	100.00

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่มีลักษณะการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.72 รองลงมาคือ อ่านทุกหน้า จำนวน 37 ราย เท่ากับร้อยละ 31.62 และ เฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 12 ราย หรือร้อยละ 10.26

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทุกหน้า จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.48 รองลงมา คือ อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 41 ราย เท่ากับร้อยละ 41.41 และ เฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 6.06

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมัน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.62 รองลงมา คือ เฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 5 ราย เท่ากับร้อยละ 17.24 และอ่านแต่หัวเรื่องจำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 13.79

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฮอลแลนด์ทั้งหมด มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลีมีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 60.00 และอ่านทุกหน้า จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ อ่านทุกหน้า จำนวน 5 ราย เท่ากับร้อยละ 16.67 และเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนมีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทุกหน้า จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 66.67 และอ่านแต่หัวเรื่อง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียทั้งหมด มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร โดยอ่านทุกหน้า คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อหาที่เปิดรับ และสัญชาติ

เนื้อหาที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		สอแลนด		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรเลีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัด เชียงใหม่	89	76.07	70	70.71	22	75.86	8	100.00	5	100.00	22	73.33	4	66.67	6	100.00
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	33	28.21	20	20.20	2	6.90	0	0.00	2	40.00	9	30.00	2	33.33	0	0.00
โฆษณาร้านค้าของที่ระลึก	40	34.19	27	27.27	12	41.38	3	37.50	0	0.00	2	6.67	4	66.67	4	66.67
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	64	54.70	48	48.48	16	55.17	0	0.00	2	40.00	7	23.33	2	33.33	4	66.67
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	25	21.37	20	20.20	6	20.69	0	0.00	0	0.00	5	16.67	0	0.00	0	0.00
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	11	9.40	16	16.16	1	3.45	0	0.00	0	0.00	7	23.33	2	33.33	0	0.00
โฆษณาสถานบันเทิง	31	26.50	26	26.26	5	17.24	0	0.00	0	0.00	14	46.67	2	33.33	4	66.67
บทความแนะนำร้านอาหาร	31	26.50	18	18.18	5	17.24	0	0.00	0	0.00	6	20.00	4	66.67	2	33.33
บทความด้านประเพณีวัฒนธรรม ท้องถิ่น	68	58.12	60	60.61	8	27.59	3	37.50	0	0.00	13	43.33	6	100.00	6	100.00
บทความแนะนำที่พัก	14	11.97	12	12.12	0	0.00	5	62.50	0	0.00	2	6.67	4	66.67	0	0.00
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภค บริโภค	13	11.11	10	10.10	0	0.00	3	37.50	3	60.00	2	6.67	0	0.00	6	100.00
บทความแนะนำร้านค้าของที่ ระลึก	34	29.06	10	10.10	11	37.93	3	37.50	2	40.00	4	13.33	0	0.00	4	66.67
โฆษณาที่พักโรงแรม เกสต์เฮาส์	12	10.26	14	14.14	2	6.90	0	0.00	0	0.00	7	23.33	0	0.00	0	0.00

ตารางที่ 62 (ต่อ)

เนื้อหาที่เปิดรับ	อังกฤษ		ฝรั่งเศส		เยอรมัน		สอแลนต์		อิตาลี		สวิสเซอร์แลนด์		สเปน		ออสเตรีย	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โฆษณาบริการอื่นๆ	29	24.79	22	22.22	10	34.48	3	37.50	0	0.00	11	36.67	6	100.00	6	100.00
ตารางการเดินทางของพาหนะและ แผนที่	36	30.77	53	53.54	14	48.28	3	37.50	0	0.00	13	43.33	6	100.00	6	100.00

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษ 117 ราย สัญชาติฝรั่งเศส 99 ราย สัญชาติเยอรมัน 29 ราย สัญชาติสอแลนต์ 8 ราย สัญชาติอิตาลี 5 ราย
สัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ 30 ราย สัญชาติสเปน 6 ราย และสัญชาติออสเตรีย 6 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอังกฤษส่วนใหญ่ มีการเปิดรับ นิตยสารในส่วนเนื้อหาข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.07 รองลงมา คือ บทความด้านประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 68 ราย หรือร้อยละ 58.12 และ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 64 ราย เท่ากับร้อยละ 54.70

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฝรั่งเศส มีการเปิดรับนิตยสารในส่วนเนื้อหาข่าวสาร กิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.71 รองลงมา คือ บทความด้าน ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 60 ราย หรือร้อยละ 60.61 และตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ จำนวน 53 ราย เท่ากับร้อยละ 53.54

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติเยอรมัน มีการเปิดรับนิตยสารในส่วนเนื้อหาข่าวสาร กิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.86 รองลงมา คือ บทความด้าน ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 55.17 และตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ จำนวน 14 ราย เท่ากับร้อยละ 48.28

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวิตเซอร์แลนด์ มีการเปิดรับนิตยสารในส่วนเนื้อหาข่าวสาร กิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ บทความแนะนำที่พัก จำนวน 5 ราย หรือร้อยละ 62.50

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติอิตาลี มีการเปิดรับนิตยสารในส่วนเนื้อหาข่าวสารกิจกรรม ในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภค บริโภค จำนวน 3 ราย หรือร้อยละ 60.00

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดน มีการเปิดรับนิตยสารในส่วนเนื้อหา ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมา คือ โฆษณา สถานบันเทิง จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 46.67 และบทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ จำนวนเท่ากัน คือ 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.33

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดมีการเปิดรับนิตยสารในส่วนบทความด้าน ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โฆษณาบริการอื่นๆ และตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ เท่ากับร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ โฆษณาร้านขายของที่ ระลึก บทความแนะนำร้านอาหาร และบทความแนะนำที่พัก จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 66.67

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติออสเตรเลียทั้งหมด มีการเปิดรับนิตยสารในส่วนบทความด้าน ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โฆษณาร้านค้าเครื่อง อุปโภคบริโภค โฆษณาบริการอื่นๆ และตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร

ปัจจัยด้านคุณลักษณะ ของนิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)		
ความหลากหลายของ ยี่ห้อนิตยสาร	5 (1.67)	7 (2.33)	134 (44.67)	149 (49.67)	5 (1.67)	3.47	ปาน กลาง
หาอ่านได้ง่าย/ความ สะดวกในการได้มา	0 (0.00)	7 (2.33)	124 (41.33)	122 (40.67)	47 (15.67)	3.70	มาก
ความหลากหลายของ เนื้อหาข้อมูล	0 (0.00)	3 (1.00)	148 (49.33)	139 (46.33)	10 (3.33)	3.52	มาก
เนื้อหาข้อมูลตรงตาม ความต้องการ	0 (0.00)	11 (3.67)	127 (42.33)	153 (51.00)	9 (3.00)	3.53	มาก
ความน่าเชื่อถือของข้อมูล ในนิตยสาร	2 (0.67)	17 (5.67)	123 (41.00)	158 (52.67)	0 (0.00)	3.46	ปาน กลาง

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.70) เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.47) และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร

ปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่ม ของนิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)		
ขนาดสะดวกในการ พกพา	0 (0.00)	23 (7.67)	112 (37.33)	137 (45.67)	28 (9.33)	3.57	มาก
ความสวยงามของรูปเล่ม ภายนอก	0 (0.00)	0 (0.00)	81 (26.67)	154 (51.33)	65 (21.67)	3.95	มาก
คุณภาพของกระดาษที่ใช้ จัดทำ	0 (0.00)	15 (5.00)	97 (32.33)	169 (56.33)	19 (6.33)	3.64	มาก
การจัดหน้า และ หมวดหมู่ของเนื้อหา	0 (0.00)	3 (1.00)	99 (33.00)	194 (64.67)	4 (1.33)	3.66	มาก
ความเหมาะสมและความ หลากหลายของภาษาที่ ใช้พิมพ์	11 (3.67)	40 (13.33)	83 (27.67)	155 (51.67)	11 (3.67)	3.38	ปาน กลาง
สำนวนภาษาเขียน อ่าน และเข้าใจได้ง่าย	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (25.00)	223 (74.33)	2 (0.67)	3.76	มาก
รูปภาพประกอบสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	0 (0.00)	3 (1.00)	28 (9.33)	238 (79.33)	31 (10.33)	3.99	มาก

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.95) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.66) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.57) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)		
ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	0 (0.00)	4 (1.33)	88 (29.33)	208 (69.33)	0 (0.00)	3.68	มาก
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	0 (0.00)	10 (3.33)	145 (48.33)	145 (48.33)	0 (0.00)	3.45	ปานกลาง
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	0 (0.00)	8 (2.67)	47 (15.67)	222 (74.00)	23 (7.67)	3.87	มาก
บทความแนะนำร้านอาหาร	0 (0.00)	2 (0.67)	98 (32.67)	183 (61.00)	17 (5.67)	3.72	มาก
บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	0 (0.00)	2 (0.67)	53 (17.67)	222 (74.00)	23 (7.67)	3.89	มาก
บทความแนะนำที่พัก	0 (0.00)	9 (3.00)	91 (30.33)	197 (65.67)	3 (1.00)	3.65	มาก
บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก	0 (0.00)	10 (3.33)	126 (42.00)	151 (50.33)	13 (4.33)	3.56	มาก
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	0 (0.00)	7 (2.33)	57 (19.00)	217 (72.33)	19 (6.33)	3.83	มาก
โฆษณาร้านอาหารร้านกาแฟ	0 (0.00)	16 (5.33)	84 (28.00)	187 (62.33)	13 (4.33)	3.66	มาก
โฆษณาที่พัก โรงแรมเกสต์เฮาส์	0 (0.00)	4 (1.33)	75 (25.00)	217 (72.33)	4 (1.33)	3.74	มาก
โฆษณาร้านขายของที่ระลึก	0 (0.00)	10 (3.33)	78 (26.00)	209 (69.67)	3 (1.00)	3.68	มาก
โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ	0 (0.00)	7 (2.33)	84 (28.00)	206 (68.67)	3 (1.00)	3.68	มาก

ตารางที่ 65 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประเภท เนื้อหาของนิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)		
โฆษณาบริษัท นำเที่ยว	0 (0.00)	15 (5.00)	95 (31.67)	190 (63.33)	0 (0.00)	3.58	มาก
โฆษณาร้านค้าเครื่อง อุปโภคบริโภค	16 (5.33)	25 (8.33)	140 (46.67)	116 (38.67)	3 (1.00)	3.22	ปาน กลาง
โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถขนส่ง พัสดุ	1 (0.33)	7 (2.33)	90 (30.00)	202 (67.33)	0 (0.00)	3.64	มาก

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.72) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ โฆษณาร้านขายของที่ระลึก และด้านโฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.68) โฆษณาร้านอาหารร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.66) บทความแนะนำที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.64) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.58) และบทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความบริการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.45) และโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร

ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด จำนวน (ร้อยละ)	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)	มากที่สุด จำนวน (ร้อยละ)		
ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว	0 (0.00)	2 (0.67)	59 (19.67)	231 (77.00)	8 (2.67)	3.82	มาก
ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ	0 (0.00)	15 (5.00)	93 (31.00)	176 (58.67)	16 (5.33)	3.64	มาก
ทำให้มีข้อมูลใช้ประกอบการสนทนากับผู้อื่น	0 (0.00)	9 (3.00)	131 (43.67)	158 (52.67)	2 (0.67)	3.51	มาก
ทำให้ได้รับความรู้แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์	0 (0.00)	4 (1.33)	113 (37.67)	183 (61.00)	0 (0.00)	3.60	มาก
ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่	0 (0.00)	4 (1.33)	64 (21.33)	219 (73.00)	13 (4.33)	3.80	มาก
ความบันเทิง ความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (9.00)	236 (78.67)	37 (12.33)	4.03	มาก

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง ความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.82) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และทำให้มีข้อมูลใช้ประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสารและเพศ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของยี่หื่อนิตยสาร	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)
ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)
เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.73) เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) และความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.49) และความหลากหลายของยี่หื่อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

และความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร และเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสะดวกในการพกพา	3.41 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)
คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)
การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)
ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์	3.20 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)
รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ	3.91 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.84) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.61) และคุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไป

หาน้อย ได้แก่ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.41) และความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.05) จำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ขนาดสะดวกในการพกพา และการจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.72) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร และเพศ

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	3.27 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.80 (มาก)	3.93 (มาก)
บทความแนะนำร้านอาหาร	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)
บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)
บทความแนะนำที่พัก	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)
บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก	3.46 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)

ตารางที่ 69 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)
โฆษณาร้านขายของที่ระลึก	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)
โฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ	3.59 (มาก)	3.78 (มาก)
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	3.25 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ	3.69 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสาร แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และบทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.80) บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.69) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และโฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โฆษณาอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.65) บทความแนะนำที่พัก และโฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.59) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.46) บทความราชการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.27) และโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค(ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.97) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ และโฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปาศาราโอเคะ (ค่าเฉลี่ย 3.78) บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.73) บทความแนะนำที่พัก และโฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.70) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.66) บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึกและโฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.65) บทบรรณาธิการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค(ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร และเพศ

ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร	เพศชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เพศหญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	3.68 (มาก)	3.95 (มาก)
ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ	3.38 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)
ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น	3.56 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์	3.66 (มาก)	3.54 (มาก)
ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่	3.73 (มาก)	3.88 (มาก)
ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน	3.98 (มาก)	4.08 (มาก)

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่(ค่าเฉลี่ย 3.73) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.68) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.56) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้รับจากการ

อ่าน(ค่าเฉลี่ย 4.08) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.95) ทำให้มีข้อมูล การตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูล ต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับ ผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ส่วนที่ 8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจก ฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสารและอายุ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร	21-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41-50 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	51-60 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
หาอ่านได้ง่าย ความสะดวกในการได้มา	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)
ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล	3.35 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.34 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึง พึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของ นิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ การหาอ่านได้ง่าย ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความ หลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.48) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.35) และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.71) การหาอ่านได้ง่าย ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.63) และความหลากหลายของอีฮ่อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การหาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.41) ความหลากหลายของอีฮ่อนิตยสาร และความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.37) และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การหาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.74) และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.41) และความหลากหลายของอีฮ่อนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร และอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร	21-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41-50 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	51-60 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขนาดสะดวกในการพกพา	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)
ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	3.84 (มาก)	4.04 (มาก)
คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)
การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา	3.60 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)
ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์	3.45 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)
รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.90) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.60) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยที่มี

ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.98) รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.94) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.62) ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.60) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.84) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.76) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.73) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ และขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.96) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหาและสำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร และอายุ

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	21-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41-50 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	51-60 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.97 (มาก)	3.81 (มาก)	3.71 (มาก)	4.09 (มาก)
บทความแนะนำร้านอาหาร	3.55 (มาก)	3.85 (มาก)	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)
บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.71 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	4.11 (มาก)
บทความแนะนำที่พัก	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70 (มาก)
บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก	3.45 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)
โฆษณาร้านขายของที่ระลึก	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)
โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)

ตารางที่ 73 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	3.40 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.89) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.82) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.74) บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.71) โฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.66) บทความแนะนำที่พัก และโฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.61) บทความแนะนำร้านอาหาร และโฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.45) โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.40) และบทความบรรณาธิการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.84) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) โฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.79) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.76) โฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.75) บทความแนะนำที่พัก และ และโฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ข่าวสารกิจกรรมที่จัด

ขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และบทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.64) และบทความวิชาการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.71) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.62) บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) บทความแนะนำที่พัก และโฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.57) และโฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.48) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.37) บทความวิชาการของนิตยสาร และโฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.35) บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.33) และโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.09) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.93) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ บทความแนะนำร้านอาหาร และโฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.72) บทความแนะนำที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และโฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความวิชาการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.48) โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.46) และโฆษณาร้านค้าบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสารและอายุ

ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร	21-30 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	31-40 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	41-50 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	51-60 ปี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)
ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)
ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น	3.53 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)
ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์	3.66 (มาก)	3.58 (มาก)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่	3.98 (มาก)	3.73 (มาก)	3.83 (มาก)	3.74 (มาก)
ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน	4.26 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทั้งหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.94) ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับ

จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.90) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.76) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.75) ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ และ ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ส่วนที่ 9 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสัญชาติ

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสารและสัญชาติ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร	อังกฤษ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฝรั่งเศส ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เยอรมัน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฮอลแลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อิตาลี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สวีตเซอร์แลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สเปน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ออสเตรีย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความหลากหลายของขั้ห้อนิตยสาร	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.63 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	3.87 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทั้งหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูลและ เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร และความหลากหลายของเนื้อหาในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฝรั่งเศส มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.61) เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.53) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความหลากหลายของเนื้อหาในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติเยอรมัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหาในนิตยสาร การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.38) และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฮอลแลนด์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 4.63) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหาในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอิตาลี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหาในนิตยสาร และการหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เนื้อหา

ข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสวีเดน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.20) และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางทั้งหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.33) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.67) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล และเนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 2.67)

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.97) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.73) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฝรั่งเศส มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.92) รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.03) สำนวนภาษาเขียนอ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) การจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.73) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 3.66) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางคือ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติเยอรมัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.12) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ขนาดสะดวกในการพกพา การจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และคุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ และ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.00) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอิตาลี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยใน

ระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขนาดสะดวกในการพกพา คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ การจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา และสำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสวีเดน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก และการจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.63) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 2.97) และความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ขนาดสะดวกในการพกพา (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก และรูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา และสำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.00) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.33) สำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย และรูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ขนาดสะดวกในการพกพา และการจัดหน้าและหมวดหมู่ของเนื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.00) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ (ค่าเฉลี่ย 2.33)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร และสัญชาติ

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	อังกฤษ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฝรั่งเศส ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เยอรมัน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฮอลแลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อิตาลี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สวิสเซอร์แลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สเปน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ออสเตรีย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
บทบรรณาธิการของนิตยสาร	3.51 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
บทความแนะนำร้านอาหาร	3.82 (มาก)	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.33 (มาก)
บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
บทความแนะนำที่พัก	3.71 (มาก)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)
บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก	3.70 (มาก)	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)

ตารางที่ 77 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	อังกฤษ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฝรั่งเศส ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เยอรมัน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฮอลแลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อิตาลี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สวิสเซอร์แลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สเปน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ออสเตรีย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)	3.55 (มาก)	4.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	3.77 (มาก)	3.59 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	4.60 (มาก)	2.97 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	3.85 (มาก)	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
โฆษณาร้านขายของที่ระลึก	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สบาคาราโอเกะ	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	3.75 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	3.38 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	2.47 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ	3.72 (มาก)	3.61 (มาก)	3.79 (มาก)	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.05) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.82) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.76) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.75) โฆษณาร้านขายของที่ระลึก และโฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.74) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.72) บทความแนะนำที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.71) บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.70) และบทความวิชาการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.51) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฝรั่งเศส มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.88) บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น และตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.69) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ และโฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.62) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.61) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.59) บทความแนะนำร้านอาหาร และโฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.58) บทความแนะนำที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และบทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.46) บทความวิชาการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.39) และโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติเยอรมัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.86) บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น และโฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) บทความแนะนำร้านอาหาร และโฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.79) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.76) โฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.66) บทความแนะนำที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.59) และตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับ

จากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.45) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และบทบรรณาธิการของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.38) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.34) และโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 4.63) บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ บทความแนะนำร้านอาหาร โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ บทความแนะนำที่พัก ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และบทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) และโฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ และโฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.63) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทบรรณาธิการของนิตยสาร บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก โฆษณาร้านขายของที่ระลึก โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปาศคาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอิตาลี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 4.60) โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ บทความแนะนำร้านอาหาร บทความแนะนำที่พัก ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ และโฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และโฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปาศคาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ บทบรรณาธิการของนิตยสาร บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก และโฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสวีเดน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.77) โฆษณาร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.63) บทความแนะนำที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.60) บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.57) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์

บทบรรณาธิการของนิตยสาร บทความแนะนำร้านอาหาร โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.47) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.23) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.20) บทความแนะนำร้านอาหารของทีระลิก (ค่าเฉลี่ย 3.13) และโฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 2.97) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ บทความแนะนำร้านอาหารของทีระลิก โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ โฆษณาร้านขายของทีระลิก และโฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 4.00) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว บทความแนะนำร้านอาหาร บทความแนะนำที่พัก และโฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทบรรณาธิการของนิตยสาร และโฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.33) โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค และข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.33) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรม ตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์ โฆษณาร้านขายของทีระลิก โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ บทบรรณาธิการของนิตยสาร บทความแนะนำที่พัก บทความแนะนำร้านอาหารของทีระลิก โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค และโฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร และสัญญาติ

ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูล ของนิตยสาร	อังกฤษ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฝรั่งเศส ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	เยอรมัน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ฮอลแลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อิตาลี ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สวิสเซอร์แลนด์ ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	สเปน ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ออสเตรีย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้า และบริการ	3.87 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็น ประโยชน์	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)	3.90 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูล ต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	3.87 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอังกฤษ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.89) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฝรั่งเศส มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.81) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติเยอรมัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทั้งหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฮอลแลนด์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทั้งหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ และทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติอิตาลี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์ และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ และทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.60) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสวิสเซอร์แลนด์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.67) ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.53) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ และทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติออสเตรเลีย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางทั้งหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความบันเทิง เพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.33) ทำให้มีข้อมูลประกอบการสนทนากับผู้อื่น ทำให้มีข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ และทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับรวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีขอบเขตการศึกษา ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป โดยศึกษาตามลักษณะการได้มา แหล่งที่ได้มา ความถี่ในการเปิดรับ ยี่ห้อที่เปิดรับ ยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด เหตุผลที่ชื่นชอบ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ ลักษณะการเปิดรับ เนื้อหาที่เปิดรับ และศึกษาด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาและวิเคราะห์ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เคยเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีสัญชาติอังกฤษ รองลงมาได้แก่สัญชาติฝรั่งเศส มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตร ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นเจ้าของธุรกิจ มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 5 วันหรือมากกว่า รองลงมาคือ 4 วัน ส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด รองลงมาคือ เดินทางมาเอง และซื้อบริการนำเที่ยวเมื่อมาถึงจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมชมครอบครัว ญาติหรือเพื่อน กิจกรรมที่สนใจส่วนใหญ่คือ กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และรองลงมาคือ การซื้อสินค้าและของที่ระลึก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มาอ่านโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่ ไม่ได้หยิบนำติดตัวไป โดยได้จากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ รองลงมาคือ จากโรงแรมหรือที่พัก มีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้ง รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้ง ยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับส่วนใหญ่ คือ Citylife รองลงมา คือ ยี่ห้อ Art & Culture ส่วนยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด คือ Citylife รองลงมา คือ ยี่ห้อ Art & Culture เหตุผลที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ คือ นิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ รองลงมาคือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง ส่วนวัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสาร คือ ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย รองลงมาคือ ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง รองลงมา คือ เพื่อน ช่วงเวลาที่เปิดรับส่วนใหญ่ คือ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ รองลงมาคือ ในขณะที่รอคอย ระยะเวลาที่เปิดรับส่วนใหญ่ อยู่ในช่วง 11 - 30 นาที รองลงมาคือ มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง และมีลักษณะการเปิดรับโดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ รองลงมา คือ อ่านทุกหน้า ส่วนใหญ่เนื้อหาที่เปิดรับ คือ ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมา คือ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามเพศ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 79

ตารางที่ 79 สรุปข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับ	เพศชาย (n = 147)	เพศหญิง (n = 153)
ลักษณะการได้มา	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป
แหล่งที่ได้มา	ร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์	โรงแรมหรือที่พัก
ความถี่ในการเปิดรับ	2-3 ครั้ง	2-3 ครั้ง
ชื่อนิตยสารที่เปิดรับ	Citylife	Art & Culture
ชื่อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด	Passport to Suvannaphoum	Citylife
เหตุผลที่ชื่นชอบ	นิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ และอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง	นิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์
วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ	ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย	ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ
วัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ	ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ	ตัวเอง	ตัวเอง
ช่วงเวลาที่เปิดรับ	ในขณะรอคอย	เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ
ระยะเวลาที่เปิดรับ	11 - 30 นาที	มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง
ลักษณะการเปิดรับ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	อ่านทุกหน้า
เนื้อหาที่เปิดรับ	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามอายุ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 80

ตารางที่ 80 สรุปข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับ	อายุ 21-30 ปี (n = 62)	อายุ 31-40 ปี (n = 129)	อายุ 41-50 ปี (n = 63)	อายุ 51-60 ปี (n = 46)
ลักษณะการได้มา	หยิบนิตยสารและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง	อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเอง	อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเอง	อ่านนิตยสารในสถานที่ที่มีนิตยสารวางอยู่และไม่ได้นำไปเป็นของตนเอง
แหล่งที่ได้มา	บริษัทนำเที่ยว	โรงแรมหรือที่พัก	ร้านอาหาร ร้านกาแฟ บาร์	โรงแรมหรือที่พัก
ความถี่ในการเปิดรับ	มากกว่า 5 ครั้ง	2-3 ครั้ง	2-3 ครั้ง	2-3 ครั้ง
ชื่อนิตยสารที่เปิดรับ	Citylife	Citylife	Citylife	Chang Puak Magazine & Maps
ชื่อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด	Citylife	Art & Culture	Citylife	Passport to Suvannaphoum
เหตุผลที่ชื่นชอบ	นิตยสารให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน	เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์	อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง	เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์
วัตถุประสงค์ในการเปิดรับ	ต้องการความบันเทิงเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย	ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	ต้องการรู้เหตุการณ์ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	ต้องการความบันเทิงเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย

ตารางที่ 80 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับ	อายุ 21-30 ปี (n = 62)	อายุ 31-40 ปี (n = 129)	อายุ 41-50 ปี (n = 63)	อายุ 51-60 ปี (n = 46)
วัตถุประสงค์หลักที่ เปิดรับ	ต้องการข้อมูลใน การตัดสินใจวาง แผนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	ต้องการมีส่วนร่วม ในเหตุการณ์หรือ กิจกรรมที่เกิดขึ้น ในจังหวัดเชียงใหม่	ต้องการข้อมูลใน การตัดสินใจวาง แผนการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	ต้องการข้อมูลใน การตัดสินใจเพื่อ ซื้อสินค้าหรือ บริการต่างๆ
บุคคลที่มีผลต่อการ เลือกเปิดรับ	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง
ช่วงเวลาที่เปิดรับ	เมื่อต้องการข้อมูล เพื่อการตัดสินใจ	เมื่อต้องการข้อมูล เพื่อการตัดสินใจ	เมื่อต้องการข้อมูล เพื่อการตัดสินใจ	เมื่อต้องการข้อมูล เพื่อการตัดสินใจ
ระยะเวลาที่เปิดรับ	11 - 30 นาที	มากกว่าครึ่งชั่วโมง ถึง 1 ชั่วโมง	11 - 30 นาที	11 - 30 นาที
ลักษณะการเปิดรับ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะ เรื่องที่สนใจ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะ เรื่องที่สนใจ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะ เรื่องที่สนใจ	อ่านทุกหน้า
เนื้อหาที่เปิดรับ	ข่าวสารกิจกรรมใน จังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมใน จังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมใน จังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมใน จังหวัดเชียงใหม่ และบทความด้าน ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ
นักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามสัญชาติ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามสัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม
สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 81

All rights reserved

ตารางที่ 81 สรุปข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามสัญชาติ

พฤติกรรมการเปิดรับ	อังกฤษ (n = 117)	ฝรั่งเศส (n = 99)	เยอรมัน (n = 29)	ฮอลแลนด์ (n = 8)	อิตาลี (n = 5)	สวิสเซอร์แลนด์ (n = 30)	สเปน (n = 6)	ออสเตรีย (n = 6)
ลักษณะการได้มา	หยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	หยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกและไม่ได้หยิบนำติดตัวไป	หยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเอง
แหล่งที่ได้มา	โรงแรม ที่พัก	ร้านอาหาร ร้านกาแฟ บาร์	โรงแรม ที่พัก	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่	ร้านอาหาร ร้านกาแฟ บาร์	โรงแรมที่พัก	ร้านอาหาร ร้านกาแฟ บาร์	สนามบิน โรงแรม ที่พัก บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านกาแฟ บาร์
ความถี่ในการเปิดรับ	2-3 ครั้ง	2-3 ครั้ง	2-3 ครั้ง	2-3 ครั้ง	มากกว่า 5 ครั้ง	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	2-3 ครั้ง
ชื่อนิตยสารที่เปิดรับ	Citylife	Citylife	Passport to Suvannaphoum	Passport to Suvannaphoum	Art & Culture	Guidelines	Guidelines,	Citylife
ชื่อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด	Citylife	Citylife	Passport to Suvannaphoum	Citylife	Welcome to Chiangmai & Chiangrai	Citylife	Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	Passport to Suvannaphoum

ตารางที่ 81 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับ	อังกฤษ (n = 117)	ฝรั่งเศส (n = 99)	เยอรมัน (n = 29)	ฮอลแลนด์ (n = 8)	อิตาลี (n = 5)	สวิสเซอร์แลนด์ (n = 30)	สเปน (n = 6)	ออสเตรีย (n = 6)
เหตุผลที่ชื่นชอบ	อ่านแล้วรู้สึก ผ่อนคลายและ ได้รับความ บันเทิง	เนื้อหาข้อมูล น่าสนใจและ เป็นประโยชน์	เนื้อหาข้อมูล น่าสนใจและ เป็นประโยชน์	ขนาดรูปเล่ม เหมาะสม สามารถนำคิด ตัวไปได้ และให้ ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อ การท่องเที่ยว ครบถ้วน	เนื้อหาข้อมูล น่าสนใจและ เป็นประโยชน์ และมีการ จัดพิมพ์ ภาษาอังกฤษ และภาษา ต่างประเทศอื่นๆ	อ่านแล้วรู้สึก ผ่อนคลายและ ได้รับความ บันเทิง	ให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อ การท่องเที่ยว ครบถ้วน	เนื้อหาข้อมูล น่าสนใจและ เป็นประโยชน์ และมีการ จัดพิมพ์ ภาษาอังกฤษ และภาษา ต่างประเทศอื่นๆ
วัตถุประสงค์ในการ เปิดรับ	ต้องการความ บันเทิงความ เพลิดเพลินและ ผ่อนคลาย	ต้องการรู้ เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้น ในจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการความ บันเทิงความ เพลิดเพลินและ ผ่อนคลาย	ต้องการรู้ เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้น ในจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ เพื่อซื้อสินค้า หรือบริการ ต่างๆ	ต้องการความ บันเทิงความ เพลิดเพลินและ ผ่อนคลาย	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ วางแผนการ ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	ต้องการข้อมูลใน การตัดสินใจวาง แผนการ ท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่
วัตถุประสงค์หลักที่ เปิดรับ	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ วางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการมีส่วน ร่วมในเหตุการณ์ หรือกิจกรรมที่ เกิดขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการรู้ เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้น ในจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการรู้ เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้น ในจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ เพื่อซื้อสินค้า หรือบริการ ต่างๆ	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ วางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ วางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่	ต้องการข้อมูล ในการตัดสินใจ วางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่

ตารางที่ 81 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับ	อังกฤษ (n = 117)	ฝรั่งเศส (n = 99)	เยอรมัน (n = 29)	ฮอลแลนด์ (n = 8)	อิตาลี (n = 5)	สวีเดน (n = 30)	สเปน (n = 6)	ออสเตรีย (n = 6)
บุคคลที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง	ตัวเอง
ช่วงเวลาที่เปิดรับ	เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	ในขณะที่รอคอย	เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	ในขณะที่รอคอยและเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	ในขณะที่รอคอย
ระยะเวลาที่เปิดรับ	11 - 30 นาที และมากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง	11 - 30 นาที	มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง	11 - 30 นาที	11 - 30 นาที	11 - 30 นาที	มากกว่าครึ่งชั่วโมงถึง 1 ชั่วโมง	11 - 30 นาที
ลักษณะการเปิดรับ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	อ่านทุกหน้า	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	ดูเฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ	อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ	อ่านทุกหน้า	อ่านทุกหน้า
เนื้อหาที่เปิดรับ	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 82

ตารางที่ 82 สรุปอันดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

อันดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร		
1. หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา	3.70	มาก
2. เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ	3.53	มาก
3. ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล	3.52	มาก
4. ความหลากหลายของยี่ห้อ นิตยสาร	3.47	ปานกลาง
5. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร	3.46	ปานกลาง
ปัจจัยด้านลักษณะรูปลักษณ์ของนิตยสาร		
1. รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ	3.99	มาก
2. ความสวยงามของรูปลักษณ์ภายนอก	3.95	มาก
3. จำนวนภาษาเขียน อ่านและเข้าใจได้ง่าย	3.76	มาก
4. การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา	3.66	มาก
5. คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ	3.64	มาก
6. ขนาดสะดวกในการพกพา	3.57	มาก
7. ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์	3.38	ปานกลาง
ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร		
1. บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.89	มาก
2. บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	3.87	มาก
3. ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่	3.83	มาก
4. โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์	3.74	มาก
5. บทความแนะนำร้านอาหาร	3.72	มาก

ตารางที่ 82 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร (ต่อ)		
6. ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ , โฆษณาร้านค้าของที่ระลึก , โฆษณาสถานบันเทิง	3.68	มาก
7. โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ	3.66	มาก
8. บทความแนะนำที่พัก	3.65	มาก
9. โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ	3.64	มาก
10. โฆษณาบริษัทนำเที่ยว	3.58	มาก
11. บทความแนะนำร้านค้าของที่ระลึก	3.56	มาก
12. บทความบรรณาธิการของนิตยสาร	3.45	ปานกลาง
13. โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค	3.22	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร		
1. ความบันเทิง ความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน	4.03	มาก
2. ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว	3.82	มาก
3. ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่	3.80	มาก
4. ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ	3.64	มาก
5. ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์	3.60	มาก
6. ทำให้มีข้อมูลใช้ประกอบการสนทนากับผู้อื่น	3.51	มาก

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ
นักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามเพศ อายุ และสัญชาติ

จากผลการศึกษาด้านความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามเพศ อายุ และสัญชาติ สามารถสรุป
ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดได้ดังตารางที่ 83

ตารางที่ 83 สรุปปัจจัยความพึงพอใจสูงสุดต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำแนกตามเพศ อายุ และสัญชาติ

ปัจจัยความพึงพอใจ	เพศ		อายุ				สัญชาติ			
	ชาย	หญิง	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	อังกฤษ	ฝรั่งเศส	เยอรมัน	สวิสเซอร์แลนด์
ด้านคุณลักษณะของนิตยสาร	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.73)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.66)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.55)	เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.73)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.87)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.85)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.67)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.72)	เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.62)	หาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.87)
ด้านลักษณะรูปเล่มของนิตยสาร	รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.91)	รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07)	รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.98)	ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.98)	รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13)	ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.04)	รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.12)	ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 3.92)	ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.17)	รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93)
ด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร	ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.86)	บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.97)	บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97)	บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89)	บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89)	บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.11)	บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.05)	บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.88)	โฆษณาสถาบันเทียง เช่น สปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.86)	บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.80)
ด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.98)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.08)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.26)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.90)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.00)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.15)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.03)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.04)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.17)	ความบันเทิงเพลิดเพลินที่ได้จากการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา ประกอบการอภิปรายผล โดยการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดด้านพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ ซึ่งพรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2539)

อธิบายว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะที่แตกต่างกัน โดยอาจมีพฤติกรรมในการเลือก เปิดรับตามลักษณะต่อไปนี้

- เลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Availability)
- เลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ และทัศนคติของตน (Consistence)
- เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience)
- เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness)
- เลือกจากคุณลักษณะของสื่อ (Characteristic)

จากผลการศึกษาได้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่ ตนสะดวก (Convenience) และเลือกเปิดรับสื่อที่จัดหาได้ง่าย (Availability) โดยส่วนใหญ่จะ เปิดรับนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยอ่านในสถานที่ที่มีนิยสารวางแจก อยู่และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป และสถานที่ที่ได้รับสื่อ คือ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ รองลงมา คือ จากโรงแรมหรือที่พัก ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างสะดวก เนื่องจากเป็น นิยสารเพื่อการท่องเที่ยวที่แจกฟรีและจัดเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวนักท่องเที่ยวโดยสามารถเข้าถึงได้ทั้งใน โรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญเลิศ เปเรร่า (2543) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากสื่อประเภทสิ่งพิมพ์สูงสุด อันได้แก่ นิยสารด้านการท่องเที่ยว เอกสารของบริษัทนำเที่ยว หนังสือแนะนำการเดินทาง และหนังสือพิมพ์ ซึ่งจัดว่าเป็นสื่อที่สามารถ เข้าถึงได้ง่าย มีความสะดวกและสื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการ ท่องเที่ยว โดยเฉพาะ

ผลการศึกษาที่ได้ยังสอดคล้องกับบุษบา สุธีธร และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร (2541) ซึ่งได้ ศึกษาเรื่องเจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541 พบว่า นอกจากสื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อน แล้วนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะหาข้อมูลการท่องเที่ยว ประเทศไทยจากคู่มือแนะนำเที่ยว และในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวจะติดตามข้อมูลข่าวสารการ

ท่องเที่ยวจากสื่อประเภทแผ่นพับ จดหมายข่าวที่มีแจกตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือรับคำแนะนำจากบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวอีกด้วย

นอกจากนี้ในด้านคุณลักษณะของสื่อก็มีผลต่อการเลือกเปิดรับ กล่าวคือ จากผลการศึกษาพบว่า ยี่ห้อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเปิดรับส่วนใหญ่และชื่นชอบมากที่สุด คือ Citylife รองลงมา คือ ยี่ห้อ Art & Culture โดยเหตุผลที่ชื่นชอบ คือนิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ รองลงมาคือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของ McLeod และคณะ (1972: อ้างใน อัญชลี วิเลิศศักดิ์, 2549) ซึ่งใช้ตัวชี้วัดพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ 2 อย่าง ได้แก่

- วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
- วัดจากความถี่แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาเปรียบเทียบและอภิปรายผลการศึกษาได้ กล่าวคือ ผลการศึกษาในด้านเวลาและความถี่ในการใช้สื่อ พบว่า ระยะเวลาส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเปิดรับสื่อ คือ 11 - 30 นาที และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 2-3 ครั้ง ส่วนใหญ่เปิดรับเมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจและมีลักษณะการเปิดรับโดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ เนื้อหาที่เปิดรับ คือ ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

นอกจากพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อแล้ว ผู้ศึกษายังได้ศึกษารวมถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่ต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว โดยที่การเลือกเปิดรับและพฤติกรรมกรในการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หรือความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสื่อได้ ตามที่ Maynard W. Shelly (1975: อ้างในศิริลักษณ์ อุนนุสสุทธิยานนท์, 2546) ระบุว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่บรรลุดมุงหมายในระดับหนึ่งและจะลดลงเมื่อจุมุงหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง และเมื่อพิจารณาตามแนวคิดของ Katz E. Blumler (1974) ซึ่งระบุว่าวัตถุประสงค์หรือความต้องการในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองตอบความพึงพอใจได้แตกต่างกันนำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อ

แนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาอภิปราย เปรียบเทียบกับผลการศึกษา กล่าวคือวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว คือ ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย และมีวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ คือ

ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ได้นั้น สอดคล้องกับนุชรี พูลแก้ว (2547) ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อการบันเทิง และยังใช้เพื่อค้นหาข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวหรือการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

จากผลการศึกษาในด้านวัตถุประสงค์การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยว สามารถนำมาอภิปรายร่วมกับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสาร โดยแสดงให้เห็นว่านิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวสามารถสนองต่อวัตถุประสงค์หรือความต้องการแต่ละด้านจากการเปิดรับสื่อได้มากน้อยเพียงใด เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่พบพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนิตยสารในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความบันเทิงความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ทำให้ได้รับความรู้แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ และทำให้มีข้อมูลใช้ประกอบการสนทนากับผู้อื่น

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปข้อค้นพบ ได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเดินทางและท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่อาศัยตัวแทนนำเที่ยว
- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมมากที่สุด
- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่มีแหล่งที่ได้มาของนิตยสารจากโรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์
- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เปิดรับและชื่นชอบนิตยสารยี่ห้อ Citylife มากที่สุด
- เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปชื่นชอบยี่ห้อนิตยสารส่วนใหญ่ เนื่องจากนิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ และอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง
- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่สนใจและเลือกเปิดรับเนื้อหาในนิตยสารแจกฟรี

เพื่อการท่องเที่ยวในส่วนของข่าวสารกิจกรรมของจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมา คือ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่ มีแหล่งที่ได้นิตยสารมาจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ ต่างกับกลุ่มสัญชาติอื่นๆ อันได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน และสวิสเซอร์แลนด์ ที่ส่วนใหญ่มีแหล่งที่ได้นิตยสารมาจากโรงแรมหรือที่พัก

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ ด้านบทความจากบรรณาธิการนิตยสาร และด้านโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค

ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตสื่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการเป็นแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิตยสารแจกฟรีไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และสนองต่อความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ

1. ด้านจำนวนการจัดพิมพ์ เนื่องจากปัจจุบันแนวโน้มความต้องการใช้สื่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีมากขึ้น เป็นผลจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการนำเที่ยว หรือ Free Independent Tourist (FIT) ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ ยังได้พบว่า พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เดินทางและท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ผลิตสื่ออาจพิจารณาเพิ่มจำนวนนิตยสารที่จัดพิมพ์และกระจายในแต่ละครั้ง เพื่อตอบสนองความต้องการใช้สื่อที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยวในกลุ่ม Free Independent Tourist

2. ด้านแหล่งที่กระจายสื่อ ผู้ผลิตสื่อควรเพิ่มการกระจายสื่อนิตยสารตามโรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร ร้านกาแฟหรือบาร์ ซึ่งจากการศึกษาได้ค้นพบว่าสถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสื่อได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังสามารถกระจายสื่อในสถานที่ เช่น สนามบินหรือสถานีรถไฟ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับสื่อระหว่างการรอคอยเวลาในการเดินทางได้ ซึ่งการกระจายสื่อในสถานที่ดังกล่าวมานั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อนิตยสารได้สะดวกและไม่ต้องใช้ความพยายามในการหาสื่อมากนัก (Convenience and Availability) อันเป็นผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ด้านภาษาที่ใช้จัดพิมพ์ ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวควรเพิ่มภาษาที่จัดพิมพ์นอกเหนือจากภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างความได้เปรียบหรือจุดเด่นให้มากขึ้น โดยปัจจุบันนิตยสารยี่ห้ออื่นได้มีการจัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ร่วมกับภาษาญี่ปุ่นและภาษาฝรั่งเศส เช่น Passport to Suvannaphoum และ Chang Puak Magazine & Maps ตามลำดับ ซึ่งความเหมาะสมของภาษาที่จัดพิมพ์เป็นเหตุผลที่ทำให้นิตยสารดังกล่าวเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวมากกว่านิตยสารยี่ห้ออื่นๆ ดังนั้น ผู้ผลิตนิตยสารอาจเพิ่มภาษาที่จัดพิมพ์เพื่อสร้างความน่าสนใจและความแตกต่างจากยี่ห้ออื่น เช่น ภาษาเยอรมัน ภาษาสเปน ภาษาอิตาลี เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติในทวีปยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น การให้ข้อมูลในภาษาที่นักท่องเที่ยวเจ้าของภาษาสามารถเข้าใจได้ง่ายที่สุดจะช่วยดึงดูดความสนใจและนำไปสู่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยทำให้ผู้ผลิตมีรายได้จากการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น โดยอาจได้จากกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องการเน้นลูกค้าในกลุ่มที่ไม่ได้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก

4. ด้านเนื้อหาข้อมูลของนิตยสาร ผู้ผลิตสื่อควรมุ่งเน้นคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความสอดคล้องของข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้อ้างอิงให้เป็นประโยชน์ เพื่อตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนักท่องเที่ยว โดยเน้นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมากที่สุด

ทั้งนี้นอกจากความต้องการข้อมูลในการวางแผนท่องเที่ยวและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ แล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงจากการเปิดรับสื่ออีกด้วย ดังนั้นผู้ผลิตสื่อสามารถสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ขนบธรรมเนียมล้านนา หรือประโยคภาษาไทยในชีวิตประจำวันที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้สนทนาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้ ซึ่งนอกจากจะได้ประโยชน์ด้านความบันเทิงเพลิดเพลินแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้รับความรู้ใหม่ๆ จากการเปิดรับสื่อนิตยสารด้วย

5. ด้านการเพิ่มลูกค้าและรายได้จากการโฆษณา ผู้ผลิตสื่อสามารถกำหนดระดับราคาของการโฆษณาในหน้าข่าวสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ให้มีระดับราคาสูงกว่าในส่วนเนื้อหาอื่นๆ ได้ เนื่องจากเป็นส่วนที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสนใจ และมีการเปิดรับมากที่สุด ช่วยให้ผู้ผลิตสื่อมีรายได้จากการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆที่มีการกระจายสื่อนิตยสารแจกฟรีด้วย เช่น พัทยา ภูเก็ต กรุงเทพฯ เป็นต้น เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งทำให้ผู้ผลิตสื่อสามารถกำหนดแนวทางการปรับปรุงพัฒนาในด้านลักษณะของนิตยสาร รูปเล่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาข้อมูลของนิตยสาร เพื่อสอดคล้องกับความต้องการใช้ข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่ง

2. ควรมีการศึกษาด้านความพึงพอใจและความต้องการสื่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความต้องการสื่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะใด โดยอาจศึกษาในประเด็นด้านคุณลักษณะ รูปเล่ม เนื้อหาข้อมูล และการใช้ประโยชน์ หรือในประเด็นอื่นๆ ซึ่งผลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางที่ชัดเจนยิ่งขึ้นต่อผู้ผลิตสื่อในการพัฒนาและปรับปรุงนิตยสาร เพื่อให้สามารถตอบสนองพฤติกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการสื่อของนักท่องเที่ยว อันจะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกทิพย์ พัฒนาพัฑฒัน. 2544. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อการศึกษาวิจัย. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550. “Internal Tourism in Chiang Mai 2004 - 2005.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php (19 สิงหาคม 2550)
- จังหวัดเชียงใหม่ 2550. “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่.” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.chiangmai.go.th/> (19 สิงหาคม 2550)
- จินตนาถ ลิ้มทองกุล . 2547. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารมาร์ส.วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารภาครัฐและเอกชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. 2541. การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ธนน อนุมานราชชน. 2544. การวิจัยเชิงปริมาณทางสังคมศาสตร์. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ อิศระญาณพงศ์ .2547. ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกันในการใช้บริการท่องเที่ยวประเภทพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ .การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นราศรี ไหวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2549. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุชรี พูลแก้ว. 2547. การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ .วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญเลิศ เปเรธา. 2543. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุษบา สุธีธร และ ภัสวดี นิตเกษตรสุนทร. 2542. เจตคติและความประทับใจของชาวต่างชาติที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย. รายงานการวิจัยสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.

- ประเชิญ กุญชร. 2549. การตลาด สิ่งพิมพ์ไทย. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์แม่จัน.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2539. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์ . 2532. การกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว “ศึกษาเฉพาะกรณีพฤติกรรมการรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริลักษณ์ อุณหสุทธิยานนท์. 2546. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้านาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาสมุทรสาคร. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2550. “คู่มือนักการตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้บริหารระดับสูง” [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://203.78.109.3/whatnewdet.asp?id=85> (12 มีนาคม 2550)
- สุพิศ พุทธิมี. 2548. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัญชลี วิเลิศศักดิ์. 2549. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนของเจเนอเรชั่นวายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Belch, George E. and Belch, Michael A. 2007. **Advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective**. 7th ed. Boston: McGraw-Hill, Irwin.
- Katz, Elihu et al. 1974. “Uses of Mass Communication by the Individual,” **Mass Communication Research: Major Issues and Future Directions**. W.Philip Davidson and Frederick Yu, Eds. New York: Praeger Publishers.
- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. 1979. **Using Mass Communication Theory**. N.J: Prentice Hall, Inc.
- Samuel, L.Becker. 1978. **Discovering Mass Communication** .Illinois: Scott Foresman and Glenwave.
- Wenner, Lawrence A. 1982. **The Nature of Gratifications, in Media Gratifications Research: Current Perspective**. Beverly Hills, Sage Publications.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อมูลเกี่ยวกับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

นิตยสารแจกฟรีหรือ Free Copy เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีการจัดพิมพ์ในภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่นๆ ด้วยนั้น สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้ ตารางที่ 84 แสดงข้อมูลยี่ห้อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวและภาษาที่จัดพิมพ์

ยี่ห้อนิตยสาร	ภาษาที่จัดพิมพ์
1. Pazzo	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. Art & Culture	ภาษาอังกฤษ
3. Citylife	ภาษาอังกฤษ
4. Passport to Suvarnaphoum	ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น
5. Chang Puak Magazine & Maps	ภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส
6. Good Morning Chiang Mai	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
7. Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide	ภาษาอังกฤษ
8. Sawasdee Nopburee Chiang Mai	ภาษาอังกฤษ
9. Pacific Review Magazine	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
10. Guidelines	ภาษาอังกฤษ
11. Compass	ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
12. Welcome to Chiangmai&Chiangrai	ภาษาอังกฤษ

ข้อมูลของนิตยสารที่มีความน่าสนใจ ได้แก่

1. นิตยสาร **Pazzo** เป็นนิตยสารรายเดือนที่จัดพิมพ์เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บรรณาธิการและเจ้าของหนังสือ คือ คุณอุบลวดี นิมมานเหมินทร์ นิตยสาร Pazzo นอกจากจะมีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแล้ว ยังรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วย เนื้อหาข้อมูลเน้นเรื่องราวที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเอกลักษณ์ล้านนาโดยผ่านมุมมองของคนรุ่นใหม่ อันได้แก่ ข่าวสารหรือเหตุการณ์ต่างๆ หรือสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยม ในส่วนการโฆษณาประชาสัมพันธ์เน้นธุรกิจประเภทร้านอาหาร ร้านกาแฟต่างๆ และร้านขายของที่ระลึก

2. นิตยสาร **Art & Culture** เป็นนิตยสารรายไตรมาสที่จัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ มีจุดเด่นที่มีขนาดเล็กกะทัดรัด สามารถพกพาได้สะดวก ใช้กระดาษที่มีคุณภาพและเป็นแหล่งข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ โดยแบ่งตามหมวดหมู่ของสินค้าและสถานที่ตั้งของร้าน ส่วนใหญ่เป็นสินค้าของที่ระลึกประเภทศิลปหัตถกรรมที่มีการออกแบบอย่างสวยงาม สินค้ามีคุณภาพ มีชื่อเสียง และราคาสูง จึงเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวระดับบน ให้ความสำคัญกับการ

ให้ข้อมูลและที่อยู่ของร้านเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยในส่วนของชื่อร้านจะพิมพ์ทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น ส่วนที่อยู่ของร้านค้าจะพิมพ์เป็นภาษาไทย นักท่องเที่ยวจึงสามารถเดินทางไปยังร้านค้าได้สะดวกมากขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถหาข้อมูลในนิตยสารจากเวปไซต์ www.artandcultureasia.com/lanna ได้โดยตรง

3. นิตยสาร Citylife จัดพิมพ์โดยบริษัท ตรีศิลา จำกัด เป็นนิตยสารที่จัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ มียอดพิมพ์กว่า 12,000 ฉบับต่อเดือน โดยกระจายในร้านค้าต่างๆกว่า 300 แห่งทั่วประเทศเหนือ และอีก 1,500 ฉบับ ซึ่งกระจายในห้องพักรักษาตัวของโรงแรมมารี รินคำ โรงแรมรอยัลปริ้นเซส และโรงแรมฮอติเคย์อินน์ กลุ่มผู้อ่านได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ชาวต่างประเทศที่มาพักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งกลุ่มคนไทย จากจุดเด่นของข้อมูลที่มีคุณภาพสูง เรื่องราวหรือการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว หรือข้อมูลอื่นๆมีความทันสมัย ทำให้นิตยสารเป็นที่นิยมมากที่สุดคนในจังหวัดเชียงใหม่และภาคเหนือ และผู้อ่านยังสามารถอ่านทางเวปไซต์ www.chiangmainews.com ได้

4. นิตยสาร Passport to Suvannaphoum เป็นนิตยสารรายเดือนที่จัดพิมพ์โดย บริษัท อนุชิตทรัพย์อนันต์ จำกัด เนื้อหาข้อมูลดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นแหล่งข้อมูลโฆษณาของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเนื้อหาข้อมูลจะครอบคลุมทั้งกรุงเทพมหานคร ภาคเหนือของประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ และประเทศลาว และยังให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ และหลวงพระบางด้วย จุดเด่นของนิตยสารคือ การให้ข้อมูลทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น อีกทั้งข้อมูลบางส่วนจะเป็นภาษาไทยและภาษาลาว ขนาดรูปเล่มเล็กกะทัดรัดและสามารถพกพาได้สะดวก จัดพิมพ์สี และใช้กระดาษที่มีคุณภาพ ยอดพิมพ์ต่อเดือน 20,000 ฉบับ และกระจายทั้งในเชียงใหม่ กรุงเทพมหานคร เมืองเวียงจันทน์ และหลวงพระบาง นอกจากนี้ในอนาคตยังจะกระจายสื่อไปยังแหล่งอื่นๆในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย นักท่องเที่ยวสามารถอ่านนิตยสารแบบออนไลน์ได้จากเวปไซต์ www.passport2002.com

5. นิตยสาร Chang Puak Magazine & Maps นิตยสารรายเดือน มีจุดเด่นที่จัดพิมพ์ทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส เน้นการให้ข้อมูลในด้านวัฒนธรรมประเพณี และสถานที่ท่องเที่ยวท้องถิ่น แหล่งที่พัก ร้านอาหารไทย ร้านอาหารนานาชาติ สุขภาพและกีฬา สินค้าส่งออก แหล่งซื้อสินค้าประเภทศิลปหัตถกรรม รวมไปถึงข้อมูลเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ โครงการบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียมในจังหวัดเชียงใหม่ โรงพยาบาลและคลินิกต่างๆ แผนที่ ตารางการเดินทางของพาหนะ เช่น รถไฟ เครื่องบิน เป็นต้น แหล่งที่กระจายสื่อ เช่น ในโรงแรม ร้านอาหาร

โซว์รูมรถยนต์ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ข้อมูลในนิตยสารยังสามารถอ่านผ่านทางอินเทอร์เน็ตจาก www.changpuakmagazine.com

6. นิตยสาร Good Morning Chiang Mai เป็นนิตยสารที่มีการจัดพิมพ์เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เจ้าของและบรรณาธิการของนิตยสาร คือ Mr.David Hardcastle ซึ่งเป็นชาวอังกฤษ เนื้อหาข้อมูลในนิตยสารนอกจากจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่แล้วยังมีข้อมูลเกี่ยวกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการท่องเที่ยวด้วย

7. นิตยสาร Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide เป็นนิตยสารรายเดือนที่จัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ มีขนาดรูปเล่มเล็กกะทัดรัดเหมาะแก่การพกพา ในด้านเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จะเน้นในด้านการแนะนำร้านอาหาร แหล่งซื้อสินค้าต่างๆ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดเชียงใหม่

8. นิตยสาร Sawasdee Nopburee Chiang Mai นิตยสารรายเดือนที่จัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ โดยสำนักพิมพ์ทริคิง พับบลิชซิ่ง จำกัด เนื้อหาข้อมูลเน้นเรื่องราวบทความเกี่ยวกับท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างมาก เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัด การแนะนำกิจกรรมประเพณีที่จัดเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เทศกาลไม้ดอกไม้ประดับ เทศการยี่เป็ง เป็นต้น

9. นิตยสาร Pacific Review Magazine นิตยสารรายเดือนจัดพิมพ์สี่สี ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยห้างหุ้นส่วน เนท์เวิร์ค มีเดีย เนื้อหาข้อมูลเน้นบทความแนะนำการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่

10. นิตยสาร Guidelines จัดพิมพ์โดย บริษัท SP Publishing จำกัด เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 เป็นนิตยสารรายเดือนที่จัดพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ เน้นในด้านบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ความน่าสนใจทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับข้อมูลที่จำเป็นและตารางการเดินทางท่องเที่ยว เหตุการณ์และกิจกรรมของท้องถิ่น และให้ความสำคัญต่อข้อมูลทางธุรกิจและโฆษณาบริการต่างๆกว่า 200 แห่งทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และในภาคเหนือ มียอดพิมพ์เดือนละ 30,000 ฉบับ และมีแหล่งกระจายสื่อกว่า 100 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับบน เนื้อหาข้อมูลในนิตยสารประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจนำเที่ยว สปา โรงแรม การขนส่ง เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร บาร์ กิจกรรมต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตได้จากเว็บไซต์ www.guidelineschiangmai.com

11. นิตยสาร Compass จัดพิมพ์โดยบริษัท SP Publishing จำกัด เช่นเดียวกับนิตยสาร Guidelines ซึ่งเป็นนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวรายเดือนเช่นกัน แต่ Compass มีการจัดพิมพ์

ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นภาษาไทย และลักษณะรูปเล่มมีความแตกต่างจากนิตยสารแจกฟรีๆ อื่นๆ กล่าวคือ Compass จะมีขนาดใหญ่เท่าหนังสือพิมพ์แทบลอยด์ (Tabloid) หรือมีขนาดกว้าง 28 เซนติเมตร ยาว 43 เซนติเมตร และยังเน้นกลุ่มผู้อ่านซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เนื้อหาข้อมูลส่วนใหญ่ ได้แก่ ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ เรื่องราวท้องถิ่นหรือสิ่งที่น่าสนใจของจังหวัดเชียงใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยม เป็นต้น

12. นิตยสาร **Welcome to Chiangmai & Chiangrai** เป็นนิตยสารรายเดือนที่เริ่มจัดพิมพ์ในปี พ.ศ. 2528 มีการวางแจกในช่วงสัปดาห์แรกของทุกเดือน เน้นให้ข้อมูลที่มีคุณภาพเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย และวัฒนธรรมต่างๆ มีการให้ข้อมูลคำแนะนำในการท่องเที่ยวด้านที่พัก ร้านอาหาร การบริการ แหล่งซื้อสินค้า บริษัทนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวนอกจากนี้ผู้อ่านยังสามารถติดตามอ่านได้ทางอินเทอร์เน็ตที่ <http://www.chiangmai-chiangrai.com> หรือสามารถสมัครเป็นสมาชิกเพื่อรับนิตยสารเป็นประจำทุกเดือนได้โดยเสียค่าธรรมเนียม 500 บาทต่อปีสำหรับสมาชิกภายในประเทศไทย และค่าธรรมเนียม 40 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีสำหรับสมาชิกในต่างประเทศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

**พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรี
เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาหาข้อมูลในการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
นางสาวจุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ












แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมกรเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

Free Tourist Magazines in Chiang Mai

			
Good Morning Chiang Mai	City Life Guide To	Sawasdee Nopburee Chiang Mai	Passport to Suvarnaphoum
			
Chiang Mai and Northern Thailand Tourist Guide	Pacific Review Magazine	Welcome to Chiangmai & Chiangrai	Chang Puak Magazine & Maps
			
Pazzo	Art and Culture	Compass	Citylife
			
			Guidelines

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 20 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 51-60 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. สัญชาติ

- อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน
 เนเธอร์แลนด์ อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์
 สเปน เบลเยียม ออสเตรีย
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

- มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า อนุปริญญา/ประกาศนียบัตร
 ปริญญาตรี ปริญญาโท หรือสูงกว่า

5. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา พ่อบ้าน/แม่บ้าน ข้าราชการ
 ธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท
 ผู้เกษียณอายุ ว่างงาน
 องคกร/มูลนิธิไม่แสวงหากำไร อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ระยะเวลาที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

- 1 วัน 2 วัน 3 วัน
 4 วัน 5 วันหรือมากกว่า

7. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

- เดินทางและท่องเที่ยวเองทั้งหมด (ไม่ใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว)
 ซื้อบริการนำเที่ยวมาจากประเทศตนเอง
 เดินทางมาเองแล้วซื้อบริการนำเที่ยวเมื่อมาถึงจังหวัดเชียงใหม่
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว/พักผ่อน | <input type="checkbox"/> เยี่ยมครอบครัว ญาติ หรือเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ติดต่อธุรกิจของบริษัท | <input type="checkbox"/> ปฏิบัติงาน/ธุระส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> ธุระทางราชการ | |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

9. กิจกรรมที่สนใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | <input type="checkbox"/> ชื้อสินค้าและของที่ระลึก |
| <input type="checkbox"/> นันทนาการ/บันเทิง | <input type="checkbox"/> กิจกรรมเชิงสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> กิจกรรมทางน้ำ | <input type="checkbox"/> กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม |
| <input type="checkbox"/> กิจกรรมด้านกีฬา | <input type="checkbox"/> กิจกรรมเชิงผจญภัย |
| <input type="checkbox"/> กิจกรรมการปฏิบัติธรรม | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการปฎิบัติตนตามนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงใน หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว

10. ท่านเคยอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในลักษณะใด

- อ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่ และไม่ได้หยิบนำติดตัวไป
- หยิบและนำติดตัวมาอ่านเป็นของตนเองเลย

11. ท่านได้รับหรือพบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> สนามบิน | <input type="checkbox"/> โรงแรม/ที่พัก |
| <input type="checkbox"/> สถานีรถไฟ | <input type="checkbox"/> ร้านขายของที่ระลึก |
| <input type="checkbox"/> สถานีขนส่ง | <input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> ในรถแท็กซี่ | <input type="checkbox"/> ร้านอินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ/บาร์ | <input type="checkbox"/> ห้างสรรพสินค้า |
| <input type="checkbox"/> สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดเชียงใหม่ (ททท.) | |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

12. ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ท่านอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวบ่อยเพียงใด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อ่านเพียงครั้งเดียว | <input type="checkbox"/> 2-3 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 4-5 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ครั้ง |

13. ท่านเคยอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ชื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Pazzo | <input type="checkbox"/> 8. Sawasdee Nopburee Chiang Mai |
| <input type="checkbox"/> 2. Art and Culture | <input type="checkbox"/> 9. Pacific Review Magazine |
| <input type="checkbox"/> 3. Citylife | <input type="checkbox"/> 10. Guidelines |
| <input type="checkbox"/> 4. Passport to Suvannaphoum | <input type="checkbox"/> 11. Compass |
| <input type="checkbox"/> 5. Chang Puak Magazine & Maps | <input type="checkbox"/> 12. Welcome to Chiangmai&Chiangrai |
| <input type="checkbox"/> 6. Good Morning Chiang Mai | <input type="checkbox"/> 13. Others (Please specify)..... |
| <input type="checkbox"/> 7. Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide | |

14. จากข้อ 13 ท่านชอบนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ชื่อใดมากที่สุด

โปรดระบุ เพียงตัวเลือกเดียว.....

15. เพราะเหตุใดท่านจึงชอบนิตยสารชื่อดังกล่าวมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> สามารถหาอ่านได้ง่าย | <input type="checkbox"/> หน้าปกสวยงามน่าอ่าน |
| <input type="checkbox"/> เนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ | <input type="checkbox"/> ขนาดรูปเล่มเหมาะสมสามารถนำติดตัวไปได้ |
| <input type="checkbox"/> อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง | <input type="checkbox"/> สามารถเก็บเป็นที่ระลึกในการเดินทางมาท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> มีการจัดพิมพ์ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่นๆ | |
| <input type="checkbox"/> ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน | |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

16. ท่านอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ |
| <input type="checkbox"/> 2. ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ |
| <input type="checkbox"/> 3. ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> 4. ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น |
| <input type="checkbox"/> 5. ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ |
| <input type="checkbox"/> 6. ต้องการข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นหรือการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว |
| <input type="checkbox"/> 7. ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย |
| <input type="checkbox"/> 8. ต้องการบัตรรูปของส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

17. จากข้อ 16 ท่านใช้นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อวัตถุประสงค์หลักใดมากที่สุด

โปรดระบุ เพียงตัวเลือกเดียว.....

18. ใครมีผลต่อการเลือกอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของท่านมากที่สุด

- ตัวท่านเอง ไกด์นำเที่ยว
 เพื่อน อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. ท่านอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเวลาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อ่านขณะรอคอย
 อ่านขณะรับประทานอาหาร
 อ่านขณะท่องเที่ยวในเวลากลางวัน
 อ่านในช่วงกลางคืนหรือก่อนนอน
 อ่านเมื่อต้องการข้อมูล เช่น เมื่อจะซื้อสินค้า หรือเลือกร้านอาหาร

20. ท่านใช้เวลาอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่นานเพียงใด

- ไม่เกิน 10 นาที 11 - 30 นาที
 มากกว่าครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง มากกว่า 1 ชั่วโมง

21. ท่านอ่านนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร

- อ่านทุกหน้า เฉพาะรูปและคำบรรยายสั้นๆ
 อ่านแต่หัวเรื่อง อ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ

22. ท่านอ่านเนื้อหาส่วนใดของนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ
 บทความจากบรรณาธิการของนิตยสาร โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์
 บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โฆษณาร้านขายของที่ระลึก
 บทความแนะนำร้านอาหาร โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ
 บทความแนะนำที่พัก โฆษณาบริษัทนำเที่ยว
 บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น รถเช่า ขนส่งพัสดุ
 บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค
 ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่าน

23. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1) ความหลากหลายของขั้ห้อนิตยสาร					
2) สามารถหาอ่านได้ง่าย/ความสะดวกในการได้มา					
3) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูล					
4) เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ					
5) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร					
24. ปัจจัยด้านลักษณะรูปเล่ม	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1) ขนาดสะดวกในการพกพา					
2) ความสวยงามของรูปเล่มภายนอก					
3) คุณภาพของกระดาษที่ใช้จัดทำ					
4) การจัดหน้า และหมวดหมู่ของเนื้อหา					
5) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้จัดพิมพ์ มีความหลากหลาย เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาญี่ปุ่น					
6) สำนวนภาษาในการเขียนอ่านและเข้าใจได้ง่าย					
7) รูปภาพประกอบสวยงามดึงดูดความสนใจ					
25. ปัจจัยด้านประเภทของเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่					
2) บทความจากบรรณาธิการของหนังสือ					
3) บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					
4) บทความแนะนำร้านอาหาร					
5) บทความเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น					
6) บทความแนะนำที่พัก					

25. ปัจจัยด้านประเภทของเนื้อหา (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
7) บทความแนะนำร้านอาหารของที่ระลึก					
8) ข้อมูล ตารางการเดินทางของพาหนะต่างๆ แผนที่					
9) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ					
10) โฆษณาที่พัก โรงแรม เกสต์เฮาส์					
11) โฆษณาร้านอาหารของที่ระลึก					
12) โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ					
13) โฆษณาบริษัทนาฬิกา					
14) โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค					
15) โฆษณาบริการอื่นๆ เช่น ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ					
26. ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1) ทำให้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว					
2) ทำให้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ					
3) ทำให้มีข้อมูลใช้ประกอบการสนทนากับผู้อื่น					
4) ทำให้ได้รับความรู้ แนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์					
5) ทำให้ได้ทราบข่าวสารเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่					
6) ความบันเทิง ความเพลิดเพลินที่ได้รับจากการอ่าน					

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

Questionnaire

Media Exposure of European Tourists Towards Free Tourist Magazines in Chiang Mai Province

This questionnaire is part of the Independent Study for the Master's Degree in Business Administration, Faculty of Business Administration, Chiang Mai University. The main purpose is to study the media exposure and the satisfaction of European tourists towards free tourist magazines in Chiang Mai province.

Thank you very much for your time and cooperation to complete this questionnaire.

Ms. Jurairat Likitwatcharapakorn




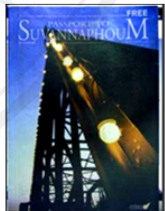
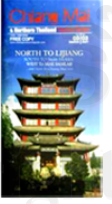




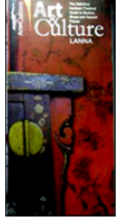



The questionnaire composes of the following 3 parts:

Part 1 General information about yourself

Part 2 Media exposure towards free tourist magazines in Chiang Mai

Part 3 Satisfaction towards free tourist magazines in Chiang Mai

Free Tourist Magazines in Chiang Mai

				
Good Morning Chiang Mai	City Life Guide To	Sawasdee Nopburee Chiang Mai	Passport to Suvannaphoum	
				
Chiang Mai and Northern Thailand Tourist Guide	Pacific Review Magazine	Welcome to Chiangmai & Chiangrai	Chang Puak Magazine & Maps	
				
Pazzo	Art and Culture	Compass	Citylife	Guidelines

Part 1 General information about yourself

Please ✓ in the representing appropriate response for the following items

1. Gender

- Male Female

2. Age(Years)

- Under 20 20 - 30 31 - 40
 41 - 50 51-60 Over 60

3. Nationality

- British French German
 Dutch Italian Swiss
 Spanish Belgian Austrian
 Others (Please Specify).....

4. Education

- High school or lower Diploma / Certificate
 Bachelor Degree Master Degree or higher

5. Occupation

- Student Housewife
 Government employee State enterprise employee
 Business owner Retired
 Private enterprise employee Non Profit Organization
 Unemployed Others (Please Specify).....

6. How long do you plan to stay in Chiang Mai?

- 1 Day 2 Days 3 Days
 4 Days 5 Days or More

7. How do you arrange this trip to Chiang Mai?

- All by yourself (Not through any tour service)
 Purchase tour package from your country
 Take the trip by your own and purchase tour service when arrive Chiang Mai
 Others (Please Specify).....

8. What is your main purpose to visit Chiang Mai?

- Holiday / Vacation Visiting family, relatives or friends
- Company Business Own work / Business
- Official / formal business
- Others (Please specify).....

9. What types of activities in Chiang Mai are you interested in? (Choices Selectable)

- Ecology Shopping
- Entertainment Health
- Water Sport Culture/Art
- Sport Adventure
- Meditation Others (Please specify).....

Part 2 Media exposure towards free tourist magazines in Chiang Mai

Please ✓ in the representing appropriate response for the following items

10. How did you get to read the free tourist magazines in Chiang Mai?

- Read in the place where they are available but not take as your own
- Take from the place where they are available and read as your own

11. Where did you obtain free tourists magazines in Chiang Mai? (Choices Selectable)

- Airport Hotel
- Train Station Souvenir Shop
- Bus Station Travel Agency
- Taxi Internet Cafe
- Restaurant / Coffee Shop / Bar Shopping Center
- Tourist information office of Tourism Authority of Thailand (TAT) in Chiang Mai
- Others (Please specify).....

12. How often you read the free tourists magazines while traveling around Chiang Mai?

- Only once 2-3 times
- 4-5 times More than 5 times

13. What are the free tourist magazines in Chiang Mai that you have read? (Choices Selectable)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Pazzo | <input type="checkbox"/> 8. Sawasdee Nopburee Chiang Mai |
| <input type="checkbox"/> 2. Art and Culture | <input type="checkbox"/> 9. Pacific Review Magazine |
| <input type="checkbox"/> 3. Citylife | <input type="checkbox"/> 10. Guidelines |
| <input type="checkbox"/> 4. Passport to Suvannaphoum | <input type="checkbox"/> 11. Compass |
| <input type="checkbox"/> 5. Chang Puak Magazine & Maps | <input type="checkbox"/> 12. Welcome to Chiangmai&Chiangrai |
| <input type="checkbox"/> 6. Good Morning Chiang Mai | <input type="checkbox"/> 13. Others (Please specify)..... |
| <input type="checkbox"/> 7. Chiang Mai & Northern Thailand Tourist Guide | |

14. From question no. 13, What is free tourist magazine in Chiang Mai that you like **most**?

Please specify only ONE no. of choice

15. Why do you like it most? (Choices Selectable)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Easy to get | <input type="checkbox"/> Appropriate size and able to take everywhere |
| <input type="checkbox"/> Beautiful cover | <input type="checkbox"/> Interesting and helpful information |
| <input type="checkbox"/> Relaxing and entertaining information | <input type="checkbox"/> Printed in English and other foreign language |
| <input type="checkbox"/> Fully tourist information | <input type="checkbox"/> Can be kept as souvenir from Chiang Mai |
| <input type="checkbox"/> Others (Please specify)..... | |

16. What are your purposes to read free tourist magazines in Chiang Mai? (Choices Selectable)

- 1. Want to know local news and activities in Chiang Mai.
- 2. Need the information to make decision or planning for the trip in Chiang Mai.
- 3. Need the information to make decision for purchase goods and service.
- 4. Need the information to talk or make the conversation with others.
- 5. Need the information to be a part of the events or activity in Chiang Mai.
- 6. Need the information to confirm or support the decision that been made.
- 7. To be entertained and relaxed.
- 8. Need the coupon for discount
- 9. Others (Please specify).....

17. From question no.16, What is your **main** objective to read or use the free tourist magazine ?

Please specify only ONE no. of choice

18. Who have influences to you for choosing the free tourist magazine in Chiang Mai?

- Yourself Guide
 Friend Others (Please specify).....

19. When do you read the free tourist magazine in Chiang Mai? (Choices Selectable)

- While traveling during the day While waiting
 At night or before bed time While having meal
 At the time when need the information such as buy the goods, find where to eat

20. How long you spend the time to read the free tourist magazines?

- Not more than 10 minutes 11 - 30 minutes
 31 minutes – 1 hour More than 1 hour

21. How did you read the free tourist magazine?

- Read every pages Look only the pictures and read theirs captions
 Read only the headline of the stories Entirely read only the interesting articles

22. What did you read in the free tourist magazines? (Choices Selectable)

- Local news and activities in Chiang Mai
 Magazine introduction by editor Advertisement of souvenir shops
 Article about tourist attraction Advertisement of restaurants and coffee shop
 Advertisement of travel agency Advertisement of entertainment places
 Article about restaurants Article about local culture and tradition
 Article about accommodation Advertisement of store or grocery shops
 Article about souvenir shop Advertisement of hotel and accommodations
 Advertisement of other service such as car rent, post service ,etc.
 Schedule of transports and map Others (Please specify).....

Part 3 Satisfaction towards free tourist magazines in Chiang MaiPlease ✓ in the representing appropriate response for the following items

23. Features of magazines	Level of satisfaction				
	Lowest	Low	Fair	High	Highest
1) Diversity of the brand of magazines					
2) Easy to afford/ Convenience to get					
3) Diversity of the contents and information					
4) Contents and information consistence to your demand					
5) Reliability of the information in magazines					
24. Appearances of magazines	Level of satisfaction				
	Lowest	Low	Fair	High	Highest
1) Proper/Portable size					
2) Attractive appearance					
3) Quality of the paper					
4) Page layout and classification of contents					
5) Appropriateness or diversity of language printed such as English,French,Japanese					
6) Style of phrasing /wording					
7) Beautiful and attractive illustrations					
25. Contents of magazine	Level of satisfaction				
	Lowest	Low	Fair	High	Highest
1) Local news and activities in Chiang Mai					
2) Magazine introduction by editor					
3) Article about tourist attraction					
4) Article about restaurants					
5) Article about local culture and tradition					
6) Article about accommodation					

25. Contents of magazine (Continue)	Level of satisfaction				
	Lowest	Low	Fair	High	Highest
7) Article about souvenir shop					
8) Schedule of transports and map					
9) Advertisement of restaurants and coffee shops					
10) Advertisement of hotel and accommodations					
11) Advertisement of souvenir shops					
12) Advertisement of entertainment places					
13) Advertisement of travel agency					
14) Advertisement of stores and grocery shops					
15) Advertisement of other service such as car rent ,post service ,etc.					
26. Benefit from contents	Level of satisfaction				
	Lowest	Low	Fair	High	Highest
1) Have the information to make decision to travel in Chiang Mai.					
2) Have the information to make decision to buy goods and service					
3) Have the information to talk or make the conversation with others.					
4) Get the new useful information and knowledge.					
5) Know local news and activities in Chiang Mai.					
6) Be entertained and relaxed.					

☺ Thank you for your Cooperation ☺

☺ Merci Beaucoup ☺

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ นางสาวจุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ์
- วัน เดือน ปีเกิด 5 กรกฎาคม 2526
- ประวัติการศึกษา
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัยแผนกมัธยม
ปีการศึกษา 2543
 - ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีการศึกษา 2547
- ประวัติการทำงาน
- พ.ศ. 2548-2549 เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อต่างประเทศ
บริษัท ฮานาไมโครอิเล็กทรอนิกส์ จำกัด (มหาชน)
 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าต่างประเทศ
โรงพยาบาลพญาไท 2 กรุงเทพมหานคร