บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนานี้ ผู้วิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล และได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ จุดประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ ลักษณะการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชื่นชอบ จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย การเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทยก่อนหน้านี้ ลำดับครั้งในการเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย จังหวัดที่เคยท่องเที่ยว / ชาวจีนนิยมท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ และจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งข้อมูลการรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย การได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือของไทย ระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทย ระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาของจังหวัดทางภาคเหนือในไทย ระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา แหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ และระดับความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว (สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ป้าย แผ่นพับ เอกสาร หนังสือ ฯลฯ) โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน ได้แก่ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ (percentage) และความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์การทดสอบค่าที (t-test แบบ independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ต่อความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา โดยการการทดสอบไคสแควร์(Chi-Square Test)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด 463 คน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 26 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 6,000 หยวน ขึ้นไป และมีสถานภาพโสด ดังแสดงในตาราง 4.1

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	34.34
หญิง	304	65.66
2. อายุ		
ต่ำกว่า 26 ปี	196	42.33
26-35 ปี	140	30.24
36-45 ปี	85	18.36
45 ปีขึ้นไป	41	8.86
ไม่ระบุ	1	0.22
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	102	22.03
ปริญญาตรี	259	55.94
สูงกว่าปริญญาตรี	74	15.98
ไม่ระบุ	28	6.05
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	133	28.73
เกษตรกร	9	1.94
รับราชการ	55	11.88
รัฐวิสาหกิจ	41	8.86
พนักงานบริษัทเอกชน	78	16.85
ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	25	5.40
รับจ้างทั่วไป	37	7.99
รับจ้าง/ลูกจ้าง	36	7.78
อื่นๆ เช่น แพทย์ เกษียณอายุ	5	1.08
ไม่ระบุ	44	9.50

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 1,000 หยวน	84	18.14
1,000-2,000 หยวน	23	4.97
2,001-3,000 หยวน	37	7.99
3,001-4,000 หยวน	62	13.39
5,001-6,000 หยวน	74	15.98
6,000 หยวนขึ้นไป	159	34.34
ไม่ระบุ	24	5.18
6. สถานภาพ		
โสด	242	52.27
สมรส	202	43.63
หย่า	6	1.30
ไม่ระบุ	13	2.81
รวม	**463**	**100.00**

1.2 จุดประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจุดประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้โดยมีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 92.54 รองลงมาคือ เพื่อการศึกษา ร้อยละ 4.48 และเพื่อธุรกิจ ร้อยละ 1.71 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 จุดประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

จุดประสงค์	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ท่องเที่ยว	434	92.54
การศึกษา	21	4.48
ธุรกิจ	8	1.71
การแพทย์	1	0.21
อื่นๆ เช่น ศึกษาดูงาน, เข้าร่วมการแข่งขัน	5	1.07
รวม	**469**	**100.00**

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

1.3 ลักษณะการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชื่นชอบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชื่นชอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (ภูเขา/ทะเล) มากที่สุด ร้อยละ 36.81 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ศิลปะ/ประเพณี) ร้อยละ 31.06 และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (วัด/อารยธรรมโบราณ) ร้อยละ 29.85 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.3

ตารางที่ 4.3 ลักษณะการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ชื่นชอบ

ลักษณะการท่องเที่ยว	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เชิงธรรมชาติ (ภูเขา/ทะเล)	275	36.81
เชิงวัฒนธรรม (ศิลปะ/ประเพณี)	232	31.06
เชิงประวัติศาสตร์ (วัด/อารยธรรมโบราณ)	223	29.85
วัฒนธรรมอาหารและเครื่องดื่ม	13	1.74
อื่นๆ เช่น ตลาดกลางคืน กิจกรรมผจญภัย	4	0.54
รวม	**747**	**100.00**

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

1.4 จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้เป็นครั้งแรกมากที่สุด ร้อยละ 63.50 รองลงมาคือ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 31.32 และมากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 3.02 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาครั้งแรก	294	63.50
2-3 ครั้ง	145	31.32
4-5 ครั้ง	10	2.16
มากกว่า 6 ครั้ง	14	3.02
รวม	**463**	**100.00**

1.5 การเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทยก่อนหน้านี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทยก่อนหน้านี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย ร้อยละ 82.29 รองลงมาคือ เคยเดินทางมาก่อนหน้านี้แล้ว ร้อยละ 17.71 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.5

ตารางที่ 4.5 การเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทยก่อนหน้านี้

การเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	381	82.29
เคย	82	17.71
รวม	**463**	**100.00**

1.6 ลำดับครั้งในการเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลำดับครั้งในการเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทยก่อนหน้าที่ การเดินทางครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นครั้งที่ 2 มากที่สุด ร้อยละ 54.88 รองลงมาคือ ครั้งที่ 3 ร้อยละ 13.41 และครั้งที่ 1 ร้อยละ 6.10 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.6

ตารางที่ 4.6 ลำดับครั้งในการเดินทางมาจังหวัดทางภาคเหนือของประเทศไทย

ลำดับครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งที่ 2	45	54.88
ครั้งที่ 3	11	13.41
ครั้งที่ 1	5	6.10
ครั้งที่ 4	2	2.44
ครั้งที่ 5	2	2.44
ครั้งที่ 6	1	1.22
ครั้งที่ 10	1	1.22
ไม่ระบุ	15	18.29
รวม	**82**	**100.00**

1.7 จังหวัดที่เคยท่องเที่ยว / ชาวจีนนิยมท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจังหวัดที่เคยท่องเที่ยว / ชาวจีนนิยมท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวและคิดว่าชาวจีนนิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ร้อยละ 39.77 รองลงมาคือ เชียงราย ร้อยละ 34.09 และจังหวัดแพร่ ร้อยละ 9.66 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.7

ตารางที่ 4.7 จังหวัดที่เคยท่องเที่ยว / ชาวจีนนิยมท่องเที่ยว

จังหวัด	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เชียงใหม่	70	39.77
เชียงราย	60	34.09
แพร่	17	9.66
ลำปาง	8	4.55
ลำพูน	6	3.41
แม่ฮ่องสอน	5	2.84
น่าน	4	2.27
พะเยา	1	0.57
จำชื่อจังหวัดไม่ได้	5	2.84
รวม	**176**	**100.00**

1.8 ลักษณะการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้โดยมาเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด ร้อยละ 68.68 รองลงมาคือ มาโดยบริษัททัวร์ ร้อยละ 30.67 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.8

ตารางที่ 4.8 ลักษณะการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เที่ยวด้วยตนเอง	318	68.68
บริษัททัวร์	142	30.67
ไม่ระบุ	3	0.65
รวม	**463**	**100.00**

1.9 จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางจำนวน 1 คน มากที่สุด ร้อยละ 19.18 รองลงมาคือ จำนวน 2 คน ร้อยละ 10.38 และจำนวน 3 คน ร้อยละ 9.43 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คน	61	19.18
2 คน	33	10.38
3 คน	30	9.43
5 คน	24	7.55
6 คน	13	4.09
4 คน	11	3.46
8 คน	10	3.14
7 คน	7	2.20
20 คน	5	1.57
22 คน	4	1.26
23 คน	1	0.31
26 คน	1	0.31
30 คน	1	0.31
ไม่ระบุ	117	36.79
รวม	**318**	**100.00**

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว

2.1 แหล่งข้อมูลการรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแหล่งข้อมูลการรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากเว็บไซต์ มากที่สุด ร้อยละ 48.53 รองลงมาคือ การบอกต่อ ร้อยละ 26.00 และบริษัททัวร์ ร้อยละ 15.08 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.10

ตารางที่ 4.10 แหล่งข้อมูลการรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
เว็บไซต์	280	48.53
การบอกต่อ	150	26.00
บริษัททัวร์	87	15.08
หนังสือท่องเที่ยว	53	9.19
อื่นๆ เช่น Application สถานศึกษา มัคคุเทศก์	7	1.21
รวม	**577**	**100.00**

2.2 การได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือของไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือของไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือของไทย ร้อยละ 53.56 รองลงมาคือ เคยได้รับข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 46.44 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.11

ตารางที่ 4.11 การได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือของไทย

การได้รับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	215	46.44
ไม่เคย	248	53.56
รวม	**463**	**100.00**

2.3 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทย พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับรู้น้อยมาก (ค่าเฉลี่ย 2.04) เมื่อพิจารณาแต่ละระดับการรับรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทยในระดับรับรู้น้อยมาก มากที่สุด ร้อยละ 76.24 รองลงมาคือ ค่อนข้างรับรู้ ร้อยละ 13.17 และไม่รู้ ร้อยละ 10.15 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.12

ตารางที่ 4.12 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทย

ระดับการรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่รู้	47	10.15
รู้น้อยมาก	353	76.24
ค่อนข้างรู้	61	13.17
รู้เป็นอย่างดี	2	0.43
รวม	**463**	**100.00**
ค่าเฉลี่ย	**2.04**	

2.4 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาของจังหวัดทางภาคเหนือในไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาของจังหวัดทางภาคเหนือในไทย พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับรู้น้อยมาก (ค่าเฉลี่ย 1.81) เมื่อพิจารณาแต่ละระดับการรับรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาของจังหวัดทางภาคเหนือในไทยในระดับรับรู้น้อยมาก มากที่สุด ร้อยละ 67.17 รองลงมาคือ ไม่รับรู้ ร้อยละ 26.13 และค่อนข้างรับรู้ ร้อยละ 6.26 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.13

ตารางที่ 4.13 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนาของจังหวัดทางภาคเหนือในไทย

ระดับการรับรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่รู้	121	26.13
รู้น้อยมาก	311	67.17
ค่อนข้างรู้	29	6.26
รู้เป็นอย่างดี	2	0.43
รวม	**463**	**100.00**
ค่าเฉลี่ย	**1.81**	

2.5 ระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับไม่รู้ (ค่าเฉลี่ย 1.69) เมื่อพิจารณาแต่ละระดับความรู้ความเข้าใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนาในระดับรู้น้อยมาก มากที่สุด ร้อยละ 57.45 รองลงมาคือ ไม่รู้ ร้อยละ 36.93 และค่อนข้างรู้ ร้อยละ 5.18 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.14

ตารางที่ 4.14 ระดับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่รู้	171	36.93
รู้น้อยมาก	266	57.45
ค่อนข้างรู้	24	5.18
รู้เป็นอย่างดี	2	0.43
รวม	**463**	**100.00**
ค่าเฉลี่ย	**1.69**	

2.6 แหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับ มากที่สุด ร้อยละ 19.52 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ร้อยละ 18.71 และหนังสือ ร้อยละ 16.69 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.15

ตารางที่ 4.15 แหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
แผ่นพับ	145	19.52
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	139	18.71
หนังสือ	124	16.69
ป้ายประชาสัมพันธ์	87	11.71
โปสเตอร์	66	8.88
บุ๊คเลท (Book Let)	55	7.40
โปสการ์ด	45	6.06
อื่นๆ เช่น โทรทัศน์ เพื่อน/คนรู้จัก	82	11.04
รวม	**743**	**100.00**

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2.7 ระดับความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) เมื่อพิจารณาแต่ละระดับความเข้าใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับน้อย มากที่สุด ร้อยละ 39.74 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.99 และระดับมาก ร้อยละ 20.52 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.16

ตารางที่ 4.16 ระดับความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์

ระดับความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ทราบ	22	4.75
น้อย	184	39.74
ปานกลาง	162	34.99
มาก	95	20.52
รวม	**463**	**100.00**
ค่าเฉลี่ย	**2.71**	

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว (สื่อสิ่งพิมพ์หมายถึง ป้าย แผ่นพับ เอกสาร หนังสือ ฯลฯ)

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.91, S.D. 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นการมีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.11, S.D. 0.77) อยู่ในระดับเห็นด้วย รองลงมาคือ ประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์มีรูปภาพประกอบชัดเจน เช่น ภาพถ่ายสีแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02, S.D. 0.83) อยู่ในระดับเห็นด้วย และประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์มีสีสันสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.96, S.D. 0.84) อยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ประเด็นการได้รับประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80, S.D. 0.92) อยู่ในระดับเห็นด้วย ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.17

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน	4.11	0.77	เห็นด้วย
2. มีเอกสารอธิบายแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นภาษาจีน	3.95	0.92	เห็นด้วย
3. มีสื่อสิ่งพิมพ์อธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวไว้คอยบริการให้ความรู้ เช่น แผ่นพับ โบว์ชัวร์	3.86	0.88	เห็นด้วย
4. สื่อสิ่งพิมพ์มีเนื้อหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการ	3.88	0.84	เห็นด้วย
5. สื่อสิ่งพิมพ์สามารถอธิบายถึงแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ง่าย	3.88	0.86	เห็นด้วย
6. สื่อสิ่งพิมพ์มีสีสันสวยงาม น่าสนใจ	3.96	0.84	เห็นด้วย
7. สื่อสิ่งพิมพ์มีตัวอักษรชัดเจน ขนาดใหญ่ สามารถอ่านได้ง่าย	3.94	0.85	เห็นด้วย
8. สื่อสิ่งพิมพ์มีรูปภาพประกอบชัดเจน เช่น ภาพถ่ายสีแหล่งท่องเที่ยว	4.02	0.83	เห็นด้วย
9. สื่อสิ่งพิมพ์ตามสถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.87	0.89	เห็นด้วย
10. สื่อสิ่งพิมพ์ระบุข้อมูลด้านวัฒนธรรมอย่างชัดเจน	3.83	0.90	เห็นด้วย
11. สื่อสิ่งพิมพ์มีการระบุข้อห้าม และกฎระเบียบให้ทราบ	3.83	0.92	เห็นด้วย
12. ท่านได้รับประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นอย่างมาก	3.80	0.92	เห็นด้วย
รวม	**3.91**	**0.87**	**เห็นด้วย**

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน

4.1 ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรับข้อมูลข่าวสารตามแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ มากที่สุด ร้อยละ 20.25 รองลงมาคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 18.72 และโปสเตอร์ ร้อยละ 18.20 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.18

ตารางที่ 4.18 ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร

สื่อสิ่งพิมพ์	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
แผ่นพับ	1,364	20.25
ป้ายประชาสัมพันธ์	1,261	18.72
โปสเตอร์	1,226	18.20
หนังสือ/นิตยสาร	1,050	15.59
บุ๊คเลท (Book Let)	972	14.43
โปสการ์ด	863	12.81
รวม	**6,736**	**100.00**

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

4.2 ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.40, S.D. 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นสื่อประชาสัมพันธ์ควรแยกภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49, S.D. 0.69) อยู่ในระดับเห็นด้วย รองลงมาคือ ประเด็นการจัดให้มีป้าย หรือสัญลักษณ์บอกจุดที่พัก ห้องน้ำ ภายในสถานที่ท่องเทียว (ค่าเฉลี่ย 4.44, S.D. 0.68) อยู่ในระดับเห็นด้วย และประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีภาพประกอบการอธิบาย (ค่าเฉลี่ย 4.43, S.D. 0.70) อยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ประเด็นความสวยงามและความเหมาะสมของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31, S.D. 0.72) อยู่ในระดับเห็นด้วย ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.19

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ควรระบุกฎระเบียบต่างๆ ของแต่ละสถานที่ (ข้อความ/ข้อจำกัด)	4.39	0.65	เห็นด้วย
2. เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ควรอธิบายข้อมูลด้านประวัติของสถานที่ท่องเที่ยวให้ชัดเจน	4.36	0.68	เห็นด้วย
3. จัดให้มีป้าย หรือสัญลักษณ์บอกจุดที่พัก ห้องน้ำ ภายในสถานที่ท่องเทียว	4.44	0.68	เห็นด้วย
4. ควรมีความสวยงามและความเหมาะสม ของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์	4.31	0.72	เห็นด้วย
5. สื่อประชาสัมพันธ์ควรแยกภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์	4.49	0.69	เห็นด้วย
6. สื่อสิ่งพิมพ์ควรมีภาพประกอบการอธิบาย	4.43	0.70	เห็นด้วย
รวม	**4.40**	**0.69**	**เห็นด้วย**

4.3 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอแนะว่าควรพัฒนาด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีภาษาจีน หรือมีภาษาจีนแบบตัวย่อมากขึ้น มีหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวฉบับภาษาจีน หรือมีการเขียนเวลาเปิด - ปิด ที่ชัดเจน และเป็นภาษาจีน มากที่สุด ร้อยละ 38.89 รองลงมาคือ สื่อสิงพิมพ์ควรมีข้อมูลและรายละเอียดที่ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ให้ความรู้ถึงประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ และควรมีข้อจำกัด กฎระเบียบและขนบธรรมเนียมประเพณีของไทย ร้อยละ 24.07 และการประชาสัมพันธ์ควรมีความหลากหลาย และน่าสนใจยิ่งขึ้น ที่นอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตามจุดท่องเที่ยว, ระบบมัลติมีเดีย, We chat ร้อยละ 12.96 ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.20

ตารางที่ 4.20 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ควรพัฒนาด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีภาษาจีน หรือมีภาษาจีนแบบตัวย่อมากขึ้น มีหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวฉบับภาษาจีน หรือมีการเขียนเวลาเปิด - ปิด ที่ชัดเจน และเป็นภาษาจีน	21	38.89
สื่อสิงพิมพ์ควรมีข้อมูลและรายละเอียดที่ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ให้ความรู้ถึงประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ และควรมีข้อจำกัด กฎระเบียบและขนบธรรมเนียมประเพณีของไทย	13	24.07
การประชาสัมพันธ์ควรมีความหลากหลาย และน่าสนใจยิ่งขึ้น ที่นอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตามจุดท่องเที่ยว, ระบบมัลติมีเดีย, We chat	7	12.96
ควรมีรูปภาพประกอบการบรรยาย และคำอธิบายโดยใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ	5	9.26
ควรนำระบบ AR Code มาใช้ในการแสดงข้อมูลต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อนักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทั้งหมดได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยมีคำอธิบายทั้งภาษาไทยและจีน	3	5.56
ควรมีการแจกสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวให้ทั่วถึงมากขึ้น	2	3.70
ควรมีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาต่างประเทศที่ใช้ในพื้นที่สาธารณะก่อนเผยแพร่	1	1.85
ควรเพิ่มแผนที่การเดินทางและแผนที่จุดเส้นทางเดินชมของสถานที่	1	1.85
ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ของสื่อสิ่งพิมพ์แนะนำจังหวัดเชียงใหม่ในประเทศจีนให้มากขึ้น	1	1.85
รวม	**54**	**100.00**

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว

5.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ($t = 0.16$, $p = .871$) ดังแสดงในตาราง 4.21

ตาราง 4.21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

	ชาย (n = 151)		หญิง (n = 286)		t-value	p
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	3.93	0.77	3.91	0.71	0.16	.871

5.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 9.25, p = .000) จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 26 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี อายุ 36-45 ปี และ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36-45 ปี มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตาราง 4.22 - 4.24

ตาราง 4.22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

	ต่ำกว่า 26 ปี (n = 184)		26 - 35 ปี (n = 135)		36 - 45 ปี (n = 80)		45 ปีขึ้นไป (n = 37)	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	4.10	0.67	3.80	0.74	3.87	0.82	3.53	0.49

ตาราง 4.23 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

	แหล่งความแปรปรวน	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*p*
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทาง ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.97	3	4.66	9.25	.000*
	ภายในกลุ่ม	217.53	432	0.50		
	รวม	231.50	435			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4.24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อายุ		ต่ำกว่า 26 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	45 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 26 ปี	ค่าเฉลี่ย 4.10	-			
26 - 35 ปี	ค่าเฉลี่ย 3.80	-0.30*	-		
36 - 45 ปี	ค่าเฉลี่ย 3.87	-0.24*	0.06	-	
45 ปีขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 3.53	-0.58*	-0.28*	-0.34*	-

5.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน (F = 1.40, p = .248) ดังแสดงในตาราง 4.25 - 4.26

ตาราง 4.25 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 94)		ปริญญาตรี (n = 250)		สูงกว่าปริญญาตรี (n = 69)	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	4.02	0.65	3.88	0.74	3.86	0.82

ตาราง 4.26 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

	แหล่งความแปรปรวน	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*p*
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทาง ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.52	2	.76	1.40	.248
	ภายในกลุ่ม	222.22	410	.54		
	รวม	223.73	412			

5.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 4.46, p = .000) จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษตรกร อาชีพรับราชการ อาชีพรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับจ้างทั่วไป อาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเกษตรกร มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตาราง 4.27 - 4.29

ตาราง 4.27 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

	นักเรียน/นักศึกษา (n = 125)		เกษตรกร (n = 9)		รับราชการ (n = 52)		รัฐวิสาหกิจ (n = 40)		พนักงานบริษัทเอกชน (n = 71)		ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ (n = 25)		รับจ้างทั่วไป (n = 36)		รับจ้าง/ลูกจ้าง (n = 34)		อื่นๆ (n = 5)	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	4.18	0.66	3.41	0.54	3.85	0.72	3.71	0.82	3.79	0.68	3.99	0.62	3.85	0.69	3.83	0.78	3.22	0.42

ตาราง 4.28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความแปรปรวน	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*p*
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	17.30	8	2.16	4.46	.000*
	ภายในกลุ่ม	188.07	388	0.48		
	รวม	205.37	396			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4.29 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อาชีพ		นักเรียน/นักศึกษา	เกษตรกร	รับราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	รับจ้างทั่วไป	รับจ้าง/ลูกจ้าง	อื่นๆ
นักเรียน/นศ.	ค่าเฉลี่ย 4.18	-								
เกษตรกร	ค่าเฉลี่ย 3.41	-0.78*	-							
รับราชการ	ค่าเฉลี่ย 3.85	-0.33*	0.45	-						
รัฐวิสาหกิจ	ค่าเฉลี่ย 3.71	-0.47*	0.31	-0.14	-					
พนง.เอกชน	ค่าเฉลี่ย 3.79	-0.39*	0.38	-0.06	0.08	-				
ค้าขาย/ธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย 3.99	-0.19	0.58*	0.14	0.28	0.20	-			
รับจ้างทั่วไป	ค่าเฉลี่ย 3.85	-0.34*	0.44	0.00	0.14	0.06	-0.14	-		
รับจ้าง/ลูกจ้าง	ค่าเฉลี่ย 3.83	-0.36*	0.42	-0.03	0.11	0.03	-0.16	-0.02	-	
อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย 3.22	-0.97*	-0.19	-0.64	-0.50	-0.58	-0.77*	-0.63	0.61	-

5.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 3.98, p = .002) จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 หยวน มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 3,001-4,000 หยวน รายได้ต่อเดือน 5,001-6,000 หยวน และรายได้ต่อเดือน 6,000 หยวนขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตาราง 4.30 - 4.32

ตาราง 4.30 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	ต่ำกว่า 1,000 Y (n = 81)		1,000-2,000 Y (n = 22)		2,001-3,000 Y (n = 34)		3,001-4,000 Y (n = 60)		5,001-6,000 Y (n = 67)		6,000 Y ขึ้นไป (n = 152)	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	4.19	0.68	3.97	0.62	4.00	0.56	3.84	0.62	3.73	0.85	3.83	0.77

ตาราง 4.31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความแปรปรวน	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*p*
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.38	5	2.08	3.98	.002*
	ภายในกลุ่ม	213.88	410	0.52		
	รวม	224.26	415			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4.32 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่า 1,000 Y	1,000-2,000 Y	2,001-3,000 Y	3,001-4,000 Y	5,001-6,000 Y	6,000 Y ขึ้นไป
ต่ำกว่า 1,000 Y	ค่าเฉลี่ย 4.18	-					
1,000-2,000 Y	ค่าเฉลี่ย 3.41	-0.23	-				
2,001-3,000 Y	ค่าเฉลี่ย 3.85	-0.19	0.04	-			
3,001-4,000 Y	ค่าเฉลี่ย 3.71	-0.35*	-0.12	-0.16	-		
5,001-6,000 Y	ค่าเฉลี่ย 3.79	-0.47*	-0.24	-0.28	-0.12	-	
6,000 Y ขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 3.99	-0.36*	-0.14	-0.18	-0.02	0.10	-

5.6 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 3.59, p = .028) จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตาราง 4.33 - 4.35

ตาราง 4.33 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

	โสด (n = 228)		สมรส (n = 190)		หย่า (n = 6)	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	3.99	0.69	3.81	0.75	3.64	1.00

ตาราง 4.34 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพ

	แหล่งความแปรปรวน	*SS*	*df*	*MS*	*F*	*p*
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทาง ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.77	2	1.89	3.59	.028*
	ภายในกลุ่ม	221.17	421	0.53		
	รวม	224.95	423			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4.35 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

สถานภาพ		โสด	สมรส	หย่า
โสด	ค่าเฉลี่ย 3.99	-		
สมรส	ค่าเฉลี่ย 3.81	-0.18*	-	
หย่า	ค่าเฉลี่ย 3.64	-0.36	-0.18	-

5.7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะการเดินทางต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน (t = 1.79, p = .075) ดังแสดงในตาราง 4.36

ตาราง 4.36 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

	เที่ยวด้วยตนเอง (n = 300)		บริษัททัวร์ (n = 134)		t-value	p
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว	3.88	0.74	4.01	0.70	1.79	.075

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ต่อความเข้าใจเกียวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ต่อความเข้าใจเกียวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา พบว่า ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์ความเข้าใจเกียวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p = .010) ดังแสดงในตาราง 4.37

ตาราง 4.37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ต่อความเข้าใจเกียวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา

ประเภทสื่อ	ไม่รู้		รู้น้อยมาก		ค่อนข้างรู้		รู้เป็นอย่างดี		
	N	%	N	%	N	%	N	%	
แผ่นพับ	60	28.17	75	18.94	9	19.57	1	16.67	
ป้ายประชาสัมพันธ์	33	15.49	48	12.12	5	10.87	1	16.67	
โปสเตอร์	20	9.39	39	9.85	6	13.04	1	16.67	χ^2 = 39.077
หนังสือพิมพ์	34	15.96	93	23.48	11	23.91	1	16.67	p = .010*
โปสการ์ด	11	5.16	29	7.32	4	8.70	1	16.67	
บุ๊คเลท	23	10.80	28	7.07	4	8.70	-	-	
หนังสือ	32	15.02	84	21.21	7	15.22	1	16.67	
รวม	**213**	**100.00**	**396**	**100.00**	**46**	**100.00**	**6**	**100.00**	

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05