

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ผู้วิจัยได้ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

**ตอนที่ 1 ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน** พบว่า แหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ มากที่สุด ร้อยละ 19.52 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ร้อยละ 16.69 และหนังสือ ร้อยละ 18.71

ความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) เมื่อพิจารณาแต่ละระดับความเข้าใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับน้อย มากที่สุด ร้อยละ 39.74 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.99 และระดับมาก ร้อยละ 20.52

ในด้านการรับรู้ข้อมูล นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.53 แต่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 53.56 และมีค่าเฉลี่ยในการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีไทยน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 76.24 แต่หากนักท่องเที่ยวจะรับรู้ข้อมูลเหล่านี้ จะได้มาจากแผ่นพับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.52 และสามารถเข้าใจข้อมูลได้ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 39.74

**ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว** พบว่า โดยภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (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 นักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน สิ่งพิมพ์ควรมีรูปภาพประกอบชัดเจน เช่น ภาพถ่ายสีแหล่งท่องเที่ยว และควรมีสีสันสวยงาม น่าสนใจ

ตอนที่ 3 แนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยว พบว่า ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 18.72 และโปสเตอร์ ร้อยละ 18.20 นอกจากนี้ อยากรู้ให้แยกภาษาไทยกับภาษาจีนและภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว 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 ภายในสถานที่ท่องเที่ยว (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

การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้เสนอแนะว่าควรพัฒนาด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ป้ายต่างๆ ควรมีภาษาจีน หรือมีภาษาจีนแบบตัวย่อมากขึ้น มีหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวฉบับภาษาจีน หรือมีการเขียนเวลาเปิด - ปิด ที่ชัดเจน และเป็นภาษาจีน มากที่สุด ร้อยละ 38.89 รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ควรมีข้อมูลและรายละเอียดที่ครอบคลุมมากขึ้น เช่น ให้ความรู้ถึงประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ และควรมีข้อจำกัด กฎระเบียบและขนบธรรมเนียมประเพณีของไทย ร้อยละ 24.07 และการประชาสัมพันธ์ควรมีความหลากหลาย และน่าสนใจยิ่งขึ้น ที่นอกเหนือจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตามจุดท่องเที่ยว, ระบบมัลติมีเดีย, We chat ร้อยละ 12.96

## อภิปรายผล

1. การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์กับภูมิหลังของนักท่องเที่ยว พบว่า ภูมิหลังของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ อายุ การศึกษา รายได้ และสภาพภาพสมรส ซึ่งจากผลความแตกต่างของความคิดเห็นจะส่งผลต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ในการทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่นๆ เพื่อให้กับนักท่องเที่ยวจึงต้องมีความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยด้านสื่อสิ่งพิมพ์ของของ อภิวัฒน์ ปันทะธงและคณะ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนา สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งผู้วิจัยได้เริ่มทำ การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีการสัมภาษณ์กับประชาชนที่อาศัยอยู่รอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ จากนั้นสุ่มแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวภายในชุมชน รอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแล้วนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์จาก เนื้อหา ความน่าสนใจ

และรูปลักษณะของสื่ออื่นๆ ผลจากการวิจัยพบว่าชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยล้วนเป็นชุมชนประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและชุมชนซึ่งเป็นเจ้าขององค์ความรู้และเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกันใช้องค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมร่วมกันในการพัฒนาชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อชาวบ้านที่มีความรู้ (Knowledge) มีทัศนคติที่ดี (Attitude) ในการร่วมมือกันเผยแพร่ (Practice) ข้อมูล ข่าวสาร หรือ ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้นักท่องเที่ยว นอกจากจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้มีทางเลือกมากขึ้นแล้วยังจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนรวมทั้งก่อให้เกิดรายได้เข้ามาสู่ชุมชนได้มากยิ่งขึ้น โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย กระชับ และ มีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสม

ดังนั้นจะเห็นว่าผลการวิจัยมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อกลางที่สำคัญที่จะทำให้ ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องและผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ อีกทั้งยังมีคุณสมบัติที่เปรียบสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดอื่นคือมีน้ำหนักเบา ใช้ง่าย สามารถใส่เนื้อหาได้มากพอ และสามารถทำรูปแบบ และสีสันทันให้สวยงามอย่างไรก็ได้

2. ความสัมพันธ์ของประเภทของสื่อกับความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคม ในบริบทของอารยธรรมล้านนา พบว่า ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจกล่าวได้ว่าการจะสร้างความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวต้องพิจารณาถึงประเภทของสื่อที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจะพิจารณาได้จากงานวิจัย กรวรรณ สังขกร, จักรี เตชะวาริ และกาญจนา จีรัตน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่: กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนมากที่มาเที่ยวเชียงใหม่ มีอายุระหว่าง 20-30 ปีและเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย อีกทั้งยังนิยมมาเที่ยวกันเองโดยไม่ผ่าน บริษัททัวร์ โดยนิยมเที่ยวชมประวัติศาสตร์และธรรมชาติมากที่สุด และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยม เที่ยวแบบคู่รัก ครอบครัวและเพื่อนฝูง จากงานวิจัยจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มการท่องเที่ยว ประเภทการท่องเที่ยวรวมถึง ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จึงทำให้สื่อที่ประชาสัมพันธ์ต้องสามารถเข้าถึง และมีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ด้วยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทยอยู่ในระดับรู้น้อยมาก โดยเฉพาะภาษาจีนและอังกฤษถือเป็นสิ่งสำคัญจึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวให้ครอบคลุมหรือมีความเป็นสากลมากที่สุด

2. ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนา ผสมผสานกับข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการและชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้ผู้ประกอบการชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว อีกทั้งมี ทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งจะทำให้

ชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นให้ความร่วมมือ ในการเผยแพร่ข่าวสาร วัฒนธรรมและประเพณีล้านนาของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว

3. ควรมีการอบรมวิธีการ เทคนิค ความรู้ที่เกี่ยวกับ ประเพณีวัฒนธรรมล้านนาให้กับมัคคุเทศก์ เพราะมัคคุเทศก์ที่เปรียบเสมือนประตูหน้า ด้านของประเทศไทย จะได้มีความรู้ความสามารถและเข้าใจในประเพณีวัฒนธรรมล้านนา มากยิ่งขึ้นตลอดจนสามารถนำไปเผยแพร่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวชาวเงินได้อย่างถูกต้อง

4. ด้านการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเงิน ควรจะจัดทำสื่อมัลติมีเดีย Wireless Guide ในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมาแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจจะสามารถใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ นักท่องเที่ยว เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถเข้าใจประเพณีและวัฒนธรรมล้านนาและได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องด้วย รวมถึงการนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบ 4.0

5. ดังนั้นควรมีป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ เพราะจากการศึกษาพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานของภาครัฐ หรือ ภาคเอกชนควรส่งเสริมจัดทำสื่อ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบ ทางสังคมและวัฒนธรรมล้านนาที่มีการเขียนข้อมูลเนื้อหาให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย โดยแยกเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ แจกตามจุดสถานที่ที่สำคัญที่ง่ายต่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวเงินได้

6. หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันกับชุมชนพื้นที่ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ร่วมกับองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มาผสมผสานกันเพื่อให้ชาวบ้านมีความรู้ มีทัศนคติที่ดี ก็จะร่วมมือกันเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร วัฒนธรรมของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ให้เข้าใจข้อมูลมากยิ่งขึ้น และจะทำให้ องค์ความรู้ที่อยู่นั้นอยู่ในชุมชนต่อไปและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

7. หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรมีการร่วมมือกันปรับปรุงป้ายและเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน และมีสีสันสวยงาม ประกอบกับมีป้ายบอกจุดสำคัญต่างๆ โดยแยกเป็นทั้งภาษาไทย จีน และอังกฤษ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเงินให้มากขึ้น และเป็นการกระตุ้นความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงิน

8. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย มีสีสัน มีตัวอักษรที่เหมาะสม คมชัด และสื่อความหมายได้ดี พร้อมภาพประกอบที่ดึงดูดความสนใจและมีอัตลักษณ์ ประกอบกับแผ่นพับควรมีหลากหลายภาษาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภาษาจีน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเงินในด้านสื่อการรับรู้ด้านอื่นๆ เพิ่มเติมมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี การเข้าถึง Internet ซึ่งง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส อีกทั้งยังสะดวก รวดเร็ว ประหยัดทั้งเวลา และทรัพยากรทำให้องค์กรรูปแบบการท่องเที่ยว

ของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป คณะผู้วิจัย จึงมีความเห็นว่าควรทำแบบสำรวจว่า นักท่องเที่ยวจีน นิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก application จาก smart phone ตัวไหนมากที่สุด และต้องการให้ ประเทศไทยพัฒนา หรือเพิ่มเติมการเข้าถึงข้อมูลผ่านทาง social network ด้านไหนบ้าง

2. ควรทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยว เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่น และ ภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว