

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 ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ชื่นชอบวิทยานิพนธ์ข้อใดข้อหนึ่งเนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์มากที่สุด 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 ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่	157	52.33
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการ ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	126	42.00
ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้า หรือบริการต่างๆ	113	37.67
ต้องการข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการพูดคุย สันทนาการกับบุคคลอื่น	61	20.33
ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือกิจกรรม ที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่	141	47.00
ต้องการข้อมูลเพื่อสนับสนุนความคิดเห็นหรือ การตัดสินใจที่ทำไปแล้ว	78	26.00
ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย	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 ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับนิเทศสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากต้องการความบันเทิง ความเพลิดเพลินและผ่อนคลายมากที่สุด จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เนื่องจากต้องการรู้เหตุการณ์ ข่าวสารเกิดขึ้นในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 157 รายหรือร้อยละ 52.33 และเนื่องจากต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์หรือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ 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 อ่านทุกหน้า จำนวน 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 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว
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 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
ต้องการบัตรคู่มือส่วนลด	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 ไกด์ 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 ส่วนใหญ่ชื่นชอบขี้นกนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.45 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 34 ราย หรือร้อยละ 54.84 และเนื่องจากนิยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 31 ราย หรือร้อยละ 50.00

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

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ส่วนใหญ่ชื่นชอบขี้นกนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.39 รองลงมาคือ เนื่องจากอ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง จำนวน 25 ราย หรือร้อยละ 54.35 และเนื่องจากนิยสารให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวครบถ้วน 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
โฆษณาร้านค้าของที่ระลึก	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
บทความแนะนำร้านค้าของที่ 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 และโรงแรมหรือที่พัก จำนวน 36 ราย หรือร้อยละ 36.36

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

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติฮอลแลนด์ได้รับนิตยสารจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในจังหวัดเชียงใหม่ 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

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากโรงแรมหรือที่ 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

ผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมดเปิดรับนิตยสารยี่ห้อมือ 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		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
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		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	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
ไกด์นำเที่ยว	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

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสเปนทั้งหมด คือ ตัวเอง หรือร้อยละ 100.00

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

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถามสัญชาติสวีเดนส่วนใหญ่ 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 คือ ไม่เกิน 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		สอแลนต์		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
โฆษณาสถาบันเทีง	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
โฆษณาสถาบันบันเทิง 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 ให้เช่ารถ ขนส่ง 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 โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทั้งหมด 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)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampang). The emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

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)
ความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร	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) และความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร (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) โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 3.65) บทความแนะนำที่พัก และโฆษณาสถานบันเทิง เช่นสปา คาราโอเกะ (ค่าเฉลี่ย 3.59) โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.52) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.46) บทความบรรณาธิการของนิตยสาร (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 สปาศคาราโอเกะ (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 ให้เช่ารถ ขนส่งพัสดุ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

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 เช่น สปา 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 เช่น สปา 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 สปาศคาราโอเกะ (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 สปาศคาราโอเกะ (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)
ความหลากหลายของขั้วนิตยสาร	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 โดยทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดหมด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความหลากหลายของเนื้อหาข้อมูลและ เนื้อหาข้อมูลตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร และความหลากหลายของเนื้อหาในนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติฝรั่งเศส มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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 สปา คาราโอเกะ	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) และบทความบรรณาธิการของนิตยสาร (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) บทความบรรณาธิการของนิตยสาร (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) บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย 3.13) และโฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ (ค่าเฉลี่ย 2.97) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ โฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติสเปน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากปัจจัยด้านประเภทเนื้อหาของนิตยสาร โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ บทความเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ตารางการเดินทางของพาหนะ และแผนที่ บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก โฆษณาร้านอาหาร ร้านกาแฟ โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ โฆษณาร้านขายของที่ระลึก 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 โฆษณาร้านขายของที่ระลึก โฆษณาสถานบันเทิง เช่น สปา คาราโอเกะ โฆษณาบริษัทนำเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) ข่าวสารกิจกรรมที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ บทบรรณาธิการของนิตยสาร บทความแนะนำที่พัก บทความแนะนำร้านขายของที่ระลึก 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) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 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)