

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

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

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

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

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

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

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามเพศ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 79

ตารางที่ 79 สรุปข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามเพศ

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

ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามอายุ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 80

ตารางที่ 80 สรุปข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามอายุ

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

ตารางที่ 80 (ต่อ)

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

ส่วนที่ 5 ข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ
นักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามสัญชาติ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามสัญชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม
สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 81

All rights reserved

ตารางที่ 81 สรุปข้อมูลพฤติกรรมกรเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามสัญชาติ

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

ตารางที่ 81 (ต่อ)

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

ตารางที่ 81 (ต่อ)

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

ส่วนที่ 6 ข้อมูลความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังตารางที่ 82

ตารางที่ 82 สรุปอันดับความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป

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

ตารางที่ 82 (ต่อ)

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

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ
นักท่องเที่ยวชาวยุโรป พิจารณาตามเพศ อายุ และสัญชาติ

จากผลการศึกษาด้านความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เมื่อนำมาพิจารณาตามเพศ อายุ และสัญชาติ สามารถสรุป
ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดได้ดังตารางที่ 83

ตารางที่ 83 สรุปปัจจัยความพึงพอใจสูงสุดต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำแนกตามเพศ อายุ และสัญชาติ

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

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา ประกอบการอภิปรายผล โดยการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งพรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2539)

อธิบายว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะที่แตกต่างกัน โดยอาจมีพฤติกรรมในการเลือก เปิดรับตามลักษณะต่อไปนี้

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

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

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

ท่องเที่ยวจากสื่อประเภทแผ่นพับ จดหมายข่าวที่มีแจกตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวด้วยกัน หรือรับคำแนะนำจากบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวอีกด้วย

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

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

- วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
- วัดจากความถี่แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

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

ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

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

แนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาอภิปราย เปรียบเทียบกับผลการศึกษา กล่าวคือวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว คือ ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย และมีวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ คือ

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

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

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปข้อค้นพบ ได้ดังนี้

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

เพื่อการท่องเที่ยวในส่วนของการข่าวสารกิจกรรมของจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมา คือ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีสัญชาติฝรั่งเศสส่วนใหญ่ มีแหล่งที่ได้นิตยสารมาจากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ ต่างกับกลุ่มสัญชาติอื่นๆ อันได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน และสวิสเซอร์แลนด์ ที่ส่วนใหญ่มีแหล่งที่ได้นิตยสารมาจากโรงแรมหรือที่พัก

- นักท่องเที่ยวชาวยุโรป มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านความหลากหลายของยี่ห้อนิตยสาร ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในนิตยสาร ความเหมาะสมและความหลากหลายของภาษาที่ใช้พิมพ์ ด้านบทความจากบรรณาธิการนิตยสาร และด้านโฆษณาร้านค้าเครื่องอุปโภคบริโภค

ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตสื่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการเป็นแนวทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยวผ่านนิตยสารแจกฟรีไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และสนองต่อความต้องการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ

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

2. ด้านแหล่งที่กระจายสื่อ ผู้ผลิตสื่อควรเพิ่มการกระจายสื่อ นิตยสารตามโรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ ซึ่งจากการศึกษาได้ค้นพบว่าสถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสื่อได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังสามารถกระจายสื่อในสถานที่ เช่น สนามบิน หรือสถานีรถไฟ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเปิดรับสื่อระหว่างการรอคอยเวลาในการเดินทางได้ ซึ่งการกระจายสื่อในสถานที่ดังกล่าวมานั้นทำให้นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับสื่อ นิตยสารได้สะดวกและไม่ต้องใช้ความพยายามในการหาสื่อมากนัก (Convenience and Availability) อันเป็นผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารหรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

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

4. ด้านเนื้อหาข้อมูลของนิตยสาร ผู้ผลิตสื่อควรมุ่งเน้นคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และความสอดคล้องของข้อมูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้อ้างอิงให้เป็นประโยชน์ เพื่อตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์จากข้อมูลของนักท่องเที่ยว โดยเน้นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมากที่สุด

ทั้งนี้นอกจากความต้องการข้อมูลในการวางแผนท่องเที่ยวและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ แล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงจากการเปิดรับสื่ออีกด้วย ดังนั้นผู้ผลิตสื่อสามารถสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น ขนบธรรมเนียมล้านนา หรือประโยคภาษาไทยในชีวิตประจำวันที่นักท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้สนทนาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้ ซึ่งนอกจากจะได้ประโยชน์ด้านความบันเทิงเพลิดเพลินแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้รับความรู้ใหม่ๆ จากการเปิดรับสื่อนิตยสารด้วย

5. ด้านการเพิ่มลูกค้าและรายได้จากการโฆษณา ผู้ผลิตสื่อสามารถกำหนดระดับราคาของการโฆษณาในหน้าข่าวสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ บทความด้านประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น บทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และตารางการเดินทางของพาหนะและแผนที่ให้มีระดับราคาสูงกว่าในส่วนเนื้อหาอื่นๆ ได้ เนื่องจากเป็นส่วนที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสนใจ และมีการเปิดรับมากที่สุด ช่วยให้ผู้ผลิตสื่อมีรายได้จากการโฆษณาเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

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

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