

## แนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

### Approaches for printed media development to accomplish social rule and cultural understanding in Lanna culture for Chinese tourists : Case study – Lanna culture tourism development region

รัตน์รินทิรา นีภาวรรณ (Ratnarinthira Nipawan)<sup>1</sup>

ดุจตะวัน กันไทยราษฎร์ (Dujtawan Kanthairaj)<sup>2</sup>

อีเมล ratnarinthira@gmail.com โทรศัพท์ 0855461565

(Received: May 17, 2022; Revised: October 2, 2022; Accepted: November 2, 2022)

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และเพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอารยธรรมล้านนา ในจังหวัดเชียงรายและเชียงใหม่ ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 463 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน t-test, One-way ANOVA และ Chi-Square Test

1. ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างการรับรู้เชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนา คือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือ โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนา หรือจังหวัดทางภาคเหนือของไทย และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบทางสังคม และวัฒนธรรมล้านนา อยู่ในระดับไม่รู้

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากเว็บไซต์ มากที่สุด รองลงมาคือ การบอกต่อ และบริษัททัวร์ ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว ความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยการมีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน ค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์มีรูปภาพประกอบชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีสีสันสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยว โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยว โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

3. แนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคม ในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน พบว่า ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร คือ แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ และโปสเตอร์ สื่อประชาสัมพันธ์ควรแยก ภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษ การจัดให้มีป้าย หรือสัญลักษณ์บอกจุดที่พัก ห้องน้ำ ภายในสถานที่ท่องเที่ยว และควรมีภาพประกอบการอธิบาย ควรมีความหลากหลาย เช่น เว็บไซต์ ระบบมัลติมีเดีย We chat

**คำสำคัญ :** สื่อประชาสัมพันธ์, นักท่องเที่ยวชาวจีน, เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา, วัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคม, ท่องเที่ยววิถีไทย

## Abstract

The purposes of this research were: 1) study the awareness of printed media and communicate with public relation of tourism to create cultural understanding and social rules for chinese tourist 2) study their opinion toward printed media in tourism and 3) create the approaches for developing printed media that provide the information related to culture and social rules in Lanna civilization context for Chinese tourists. The sample groups were Chinese tourists traveled to the Lanna civilization region in Chiang Rai and Chiang Mai province. The group consisted of 463 people and they were selected by stratified random sampling. The research instruments were questionnaire, t-test, One-way ANOVA and Chi-Square Test.

1. Types of printed media to support Chinese tourists Awareness of culture and social rules in Lanna civilization context, the researchers found that the printed media that provide the information about social and culture of Lanna civilization were brochure, newspaper, magazine and book. Most of the tourists had never accessed public relations information about Lanna cultures and traditions or the northern provinces of Thailand. The level of understanding of social rules and the culture of Lanna civilization remained at an “unknown” level.

2. Chinese tourists opinion toward printed media in tourism, the researchers found that most of them had acquired Thailand tourism information from websites, word of mouth and travel agencies respectively. The opinion toward print media in tourism remained at “agree”(average 3.91) and the clear information board showed the most average (average 4.11), the next below average were the print media in tourism that have the clear illustration (average 4.02) and the print media in tourism that have the interesting and colorful feature (average 3.96).

3. The approach for developing printed media that provide the information related to culture and social rules in Lanna civilization context for Chinese tourists, The research reveals that the tourists need to have the information through the brochure, information board and poster, in addition, the printed media should be classified in Thai, Chinese and English language separately. The tourist facilitator should provide the guidepost or the signpost to inform about room and toilet in the tourist attraction. Moreover, the print media should have different types of illustrations and should be provided through social media channels such as website, multimedia and We chat.

**Keywords:** Public relations, media, Chinese tourists, Lanna culture tourism development region, Culture and social rules, Thainess tourism

## บทนำ

การสำรวจสถิติของกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวจีนเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 1 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เพราะช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา คนจีนนิยมไปเที่ยวต่างประเทศ กันมากขึ้น บางกลุ่มไปเที่ยวไกลถึงยุโรป และบางกลุ่มนิยมท่องเที่ยวใกล้ ๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี และไทย นอกจากนี้ ข้อมูลจากกรมท่องเที่ยวยังแสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551-2556 มีอัตราขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่ในปี พ.ศ. 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวได้ปรับลดลงเล็กน้อย ซึ่งอาจเกิดจากความไม่สงบทางการเมือง จนทำให้ขาดความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวปรับตัวลง ส่วนในไตรมาสแรกของปี 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ดังนั้น ในการเตรียมพร้อมรับเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้พบว่า แม้จะมีการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่ควรดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อรองรับการเปิดการท่องเที่ยวอาเซียน ประกอบด้วย พัฒนากันหรือเส้นทางการเดินทาง ถนนหนทาง ให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล ไม่จัดกิจกรรมที่จะส่งผลให้เกิดมลพิษทางเสียงหรือทำลาย ความสวยงามของธรรมชาติ ควรมีอุปกรณ์รองรับของปริมาณขยะที่เพียงพอและเหมาะสม และมีการออกแบบภาชนะให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ควรมีการจัดการด้านคุณภาพอากาศที่ไม่มีการกักเก็บฝุ่น กระจายและสร้างความรำคาญในแหล่งท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจในคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว รักษาความงามด้านศิลปวัฒนธรรม และประวัติความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม เปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมด้วยความยินดี สร้างความมีเอกลักษณ์ เฉพาะตนของ แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดสภาพแวดล้อมที่ดี ควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ และลานจอดรถ มีป้ายอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ดูแลและให้ ความปลอดภัย ต่อชีวิต และทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอและดูแลนักท่องเที่ยว อย่างทั่วถึงในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น และควรจัดเตรียมเอกสาร เผยแพร่ที่กล่าวถึงการอนุรักษ์และรักษาแหล่งท่องเที่ยว การมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูล ในการท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว (จริญญา ฌพิกุล และวรัชต์ มัธยมบุรุษ, 2555)

จากสภาพแวดล้อมทั้งดงาม ผวนกับการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยว แม้จะทำให้ นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทย แต่ด้วยความแตกต่างของวัฒนธรรม ประเพณี มารยาท รวมไปถึงการสื่อสารทางด้านภาษาจึงทำให้เกิดมุมมองที่ต่างกันระหว่างคนไทยที่เป็นเจ้าบ้านที่คอยต้อนรับกับแขกผู้มาเยือนซึ่งสอดคล้องกับมัญชรี โชติรสฐิติ (2556) ได้ศึกษาการปรับตัวข้ามวัฒนธรรมของนักเรียนไทยในต่างประเทศ พบว่าพฤติกรรมของคนไทยเรื่องความ ชี้แจงใจไม่พูดอย่างตรงไปตรงมาทำให้ ไม่เข้าใจกับลักษณะนิสัยของคนไทยที่พูดตรง และนิสัยไม่กล้าแสดงออกทำให้ขาด การสื่อสารเพราะอายที่จะพูด กับชาวต่างชาติ ด้านความสามารถทางการสื่อสาร คือ เรื่องของภาษา ส่งผลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล และ กลุ่มคนทั้งในชีวิตประจำวันและในชั้นเรียน ส่งผลให้ยากต่อการทำความเข้าใจทัศนคติ ความคิด พฤติกรรม ระหว่างบุคคล และขาดการตีความการสื่อสารที่ถูกต้อง แต่การเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีก็ควรที่จะศึกษาข้อมูล

ของประเทศที่จะไปท่องเที่ยวและควรปรับสภาพให้เข้ากับประเทศนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงมารยาททางสังคมของประเทศนั้น ในช่วงปีที่ผ่านมา จะพบข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย เช่น การเอาเท้าพาดที่พนักแขน ขณะอยู่บนเครื่องบิน การร้องเพลงชาติจีนประท้วงในสนามบินดอนเมือง การกินอาหารบุฟเฟต์ การส่งเสียงดัง การเข้าห้องน้ำ ฯลฯ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ล้วนก่อให้เกิดผลเสียเช่นกัน กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น การสร้างความรำคาญให้แก่นักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ การท่องเที่ยวที่ไร้ระเบียบวินัย การทิ้งสิ่งสกปรกและขยะในพื้นที่สาธารณะ

อย่างไรเพื่อปรับเปลี่ยนมุมมอง และสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม ต้องอาศัยเครื่องมือเป็นสื่อกลางเป็นแนวทางหนึ่ง ที่สามารถทำได้ ทั้งนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ถือว่าเป็นสื่อเก่าแก่ที่มนุษย์ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม มีต้นทุนในการผลิตต่ำ ซึ่งผู้ประกอบการและบริกรมมีการเลือกใช้เป็นสื่ออันดับแรกจากสื่อชนิดอื่น (ปวินท์ ระมิงค์วงศ์, 2551 , น.1) สิ่งพิมพ์จึงถือว่าเป็นสิ่งที่ความสำคัญยิ่งควบคู่มากับการพัฒนาการของมนุษยชาติ และจัดเป็นสื่อที่มีความสำคัญมาตลอดนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันในการถ่ายทอดความรู้วิชาการ และเพื่อการติดต่อสื่อสารสำหรับมนุษยชาติ สื่อสิ่งพิมพ์นับเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจให้แก่ผู้รับสารได้ นักท่องเที่ยวที่ลงไปยังพื้นที่อาจจะยังไม่มีข้อมูลเบื้องต้นของพื้นที่และสถานที่แต่ละแห่ง บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์จึงมีความเหมาะสม เพราะนอกจากจะสามารถสร้างการรับรู้แล้ว ยังให้รายละเอียดข้อมูลได้ เก็บไว้อ่านดูได้หลายครั้ง เป็นเวลานาน และประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นต่อไปได้ นอกจากนี้สถานที่ท่องเที่ยวยังสามารถเก็บสิ่งพิมพ์นี้ไว้สำหรับใช้ในการให้ข้อมูลเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งมอบหรือเก็บไว้เป็นของที่ระลึกได้ (ถนอมนวล สีหะกุล, 2550 , น. 1)

ดังนั้น การสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยกันเป็นจำนวนมาก แต่ด้วยการสื่อสารและความเข้าใจในวัฒนธรรมของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันจึงเป็นเรื่องสำคัญและมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่จะสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยผลของการวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจีน

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวด้านสื่อสิ่งพิมพ์
3. เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน

## สมมุติฐานงานวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวจีนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

## การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดการวิจัย

### แนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันไป การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมักจะมีพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน บุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนเวลาว่างที่ต่างกัน คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ได้ผลักดันให้คนที่มีความสัมพันธ์เช่นเดียวกันต้องมีการปรับตัวเหมือนกัน และพฤติกรรมต่างๆ ก็คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างๆ ร่วมกัน ย่อมจะมีทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน โดยลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างหรือเหมือนกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ (ประม ะตะเวทิน, 2541, น. 105-109)

### แนวคิดเกี่ยวกับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ในปี 2554 ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา โดยกรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะประกอบไปด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน และแม่ฮ่องสอน รวมทั้งสิ้น 8 จังหวัด และมีกรอบในการพัฒนา ดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา ควรมีการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ และคงความงามของแหล่งท่องเที่ยว
- เพิ่มการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่าย และเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจในการมาท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้แหล่งนี้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว
- เพิ่มขีดความสามารถของประชาชนในชุมชนให้มีความรู้ ความสามารถและมีส่วนร่วมบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนาเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา, 2558)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้คือการสัมผัสที่มีความหมาย (Sensation) การรับรู้เป็นการแปลหรือการตีความ แบ่งการสัมผัสที่ได้รับออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมายหรือรู้จักเข้าใจ ซึ่งในการแปลหรือตีความนี้จำเป็นที่จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม หรือความชัดเจนที่เคยมีแต่หนหลัง กระบวนการของการรับรู้จะเกิดขึ้นต้องประกอบด้วย 1) การสัมผัสหรืออาการสัมผัส 2) ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้าที่เข้ามา 3) การแปล ความหมายจากอาการสัมผัส 4) การใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิม เพื่อแปลความหมาย (มานะ อ่อนท้วม ,2542, น. 29)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการที่คนขยายความรู้ความจำให้ไกลออกไปจากเดิมอย่าง

สมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญ คือ การแปลความหมายของคำ ข้อความ สัญลักษณ์ในแง่มุมมองใหม่ตามเนื้อเรื่องและหลักวิชาการนั้น ๆ การตีความโดยเอาความหมายจากการแปลทั้งหมดมารวมกันแล้วสรุปหรือขยาย ความนั้น ตามแนวใหม่ และทัศนะใหม่ มุมมองใหม่ เพื่อให้กว้างไกลออกไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูล หรือ แนวโน้มอย่างเพียงพอ (Bloom & Others, 1956, p. 271)

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อการโฆษณา เพื่อหาทางแก้ไข เพื่อปรับความคิดใหม่ หรือเพื่อเหตุผลใดๆ ก็ตามที่ต้องการให้ทุกคนมีความเข้าใจร่วมกัน โดยเลือกใช้สื่อต่างๆ ตามความเหมาะสม

### แนวคิดเรื่องสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2539) กล่าวว่า สมุด แผ่นกระดาษหรือสิ่งใดๆ ที่พิมพ์ขึ้นรวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพวาด ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียงหรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน

ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

วัฒนธรรม จุฑาวิภาส (2542, น.90-91)ได้แบ่งประเภทของสิ่งพิมพ์ คือ

1) ใบปลิวหรือแผ่นปลิว (Leaflet) เป็นสิ่งพิมพ์แผ่นเดียว ไม่มีรอยพับจะพิมพ์หน้าเดียว หรือสองหน้าก็ได้ โดยทั่วไปมีขนาดกว้างยาวไม่แน่นอน

2) ไปรษณียบัตร (Postcard) หรือไปรษณียบัตร เป็นกระดาษหน้าแผ่นเดียว พิมพ์หน้าเดียว หรือสองหน้า ทั้งไปจะมีขนาดกว้าง  $3\frac{1}{4}$  นิ้ว ยาว  $5\frac{1}{2}$  นิ้ว ใช้สำหรับติดแสตมป์ ไปรษณียบัตร ส่งทางไปรษณีย์ เพื่อเพิ่มโฆษณาหรือแจ้งข่าววงการธุรกิจ ประหยัดกว่าใช้ซองจดหมาย

3) แผ่นพับ (Folders) เป็นกระดาษแผ่นเดียว พับ หนึ่ง สอง สาม เมื่อกางแผ่นที่พับออกไปจะเป็นแผ่นยาวๆ ปกติใช้สำหรับโฆษณา ประกาศ หรือแจ้งกิจกรรมประจำเดือน เป็นการประหยัดเพราะไม่ต้องเข้าเล่มบางที่พับส่งทางไปรษณีย์

4) โปสเตอร์ (Poster) เป็นสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์งานแสดงหน้าเดียว

5) แผ่นโฆษณาตั้งโชว์ (Display poster) ส่วนมากพิมพ์บนกระดาษแข็ง ตั้งบนเคาน์เตอร์ บางครั้งมีลักษณะเป็น 3 มิติ คล้ายปฏิทินตั้งโต๊ะ

6) แคตตาล็อก (Catalog) มีรูปแบบเหมือนอนุสรณ์แต่มีขนาดใหญ่กว่า และมีจำนวนหน้ามากกว่า อนุสรณ์มาก ปกนอกอาจเป็นปกแข็ง เนื้อในเป็นแผ่นๆ ร้อยห่วงก็มี มีภาพประกอบ แจ้งลักษณะรูปร่างของสิ่งที่จะขาย (ส่วนมากใช้สำหรับโฆษณาสินค้า)

7) อนุสรณ์ (Booklet) เป็นรูปแบบเล่มบางๆ เย็บริมทางด้านซ้ายมี 8 หน้าขึ้นไป ปกติจะมีปกและขนาดของเล่มเล็กพอสมควรหรือขนาดกระเป๋ (pocket size) เหมาะสำหรับใช้เป็นสื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

8) จุลสาร (Pamphlet brochure) เป็นอนุสรณ์ขนาดใหญ่ส่วนมากใช้ตามองค์การ และสถาบันต่างๆ ซึ่งมักจะพิมพ์เป็นหนังสืออนุสรณ์ประวัติสถาบัน เป็นต้น

9) วารสาร (Bulletin journal) เดิมใช้เป็นเอกสารแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวในวงการ ธุรกิจและการค้าที่ออกแบบอย่างสะดุดตา เช่น ข่าวจากผู้จัดการฝ่ายขาย พนักงานขาย ส่วนใหญ่ จะเป็นวารสาร

ภายใน ตามมาตรฐานจะมีความหนา 4 หน้าขึ้นไป ขนาดกว้าง 8.5 นิ้ว สูงราว 11 นิ้ว

10) สิ่งพิมพ์ที่ออกประจำ (Publication) ได้แก่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ขนาดต่างๆ หรือรูปแบบอื่นๆ ที่ออกพิมพ์ประจำติดต่อกัน

11) หนังสือเล่ม (Book) เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีหลายหน้ารวมเข้าเป็นเล่มด้วยวิธีการเย็บเชือก ไส้กาว เย็บมุง ฯลฯ อาจเป็นปกอ่อนหรือแข็งก็ได้ ขนาดที่นิยมคือ 8 หรือ 16 หน้ายก

### ข้อดีของสิ่งพิมพ์

1. กระบวนการในการผลิตวัสดุสิ่งพิมพ์สามารถทำได้หลายแบบ เปิดโอกาสให้เลือกวิธีผลิตที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น

2. สามารถพิมพ์ได้หลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้ เช่น แผ่นปลิว จดหมายเวียน หรือเอกสารเผยแพร่

3. สามารถใช้วัสดุสิ่งพิมพ์ได้หลายทาง อาจใช้เป็นสื่อให้การศึกษาด้วยตัวเองหรือใช้สนับสนุนสื่ออื่นๆ ก็ได้ เช่น ใช้สิ่งพิมพ์ในการรณรงค์

### ข้อเสียของสิ่งพิมพ์

1. วัสดุสิ่งพิมพ์มีความอ่อนบางและฉีกขาดง่าย

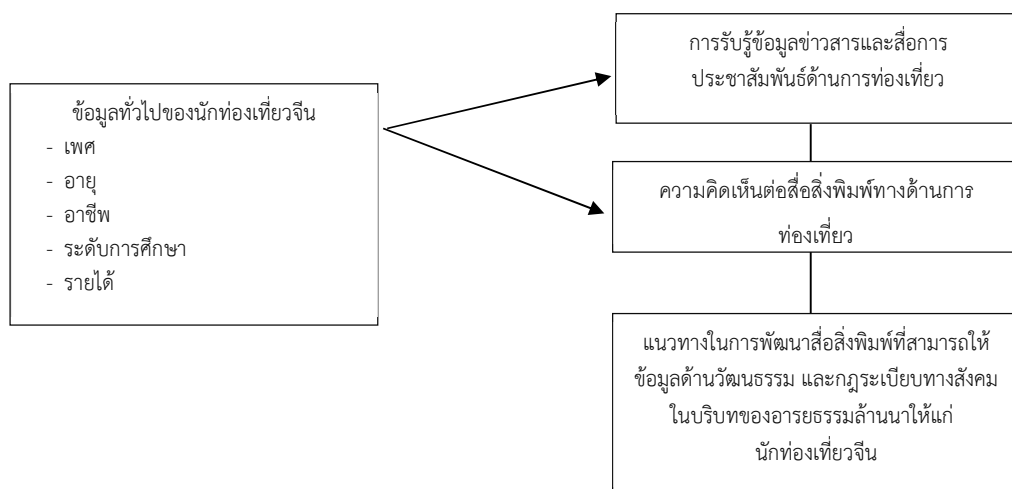
2. เก็บรักษายากเนื่องจากมีลักษณะ รูปทรง และขนาดแตกต่างกันมาก

3. การเก็บรักษาในระยะยาว สำหรับสิ่งพิมพ์จำนวนมากๆ ยากที่จะป้องกันให้พ้นจากความเปียกชื้น ความร้อน และฝุ่นละออง

4. การพิมพ์ในระบบที่มีคุณภาพต้องใช้การลงทุนสูงมาก โดยเฉพาะการพิมพ์ในระบบสีสี่

5. อาจมีปัญหาและอุปสรรคในการแจกจ่ายเนื่องจากวัสดุสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับการขนส่ง ถ้าหากการขนส่งหนังสือพิมพ์ไม่ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารด้วยวัสดุสิ่งพิมพ์ก็จะขาดตอนลง การใช้วัสดุสิ่งพิมพ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่รู้หนังสือ ต้องอาศัยการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีความหมาย และน่าสนใจ เนื่องจากผู้ที่ใช้วัสดุสิ่งพิมพ์ต้องใช้ความสนใจและอาศัยเวลามากกว่าการสื่อสารด้วย สื่ออื่นๆ

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



## วิธีการศึกษา (หรือ) วิธีวิจัย

### 1. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ครอบคลุมพื้นที่ 5 จังหวัดในภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า เชียงใหม่ และเชียงราย มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด ทำให้ผู้วิจัยเลือกศึกษานักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 259,027 คน และเชียงราย ปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 26,238 คน ซึ่งท่องเที่ยวในลักษณะที่มาเป็นกรุ๊ปทัวร์ และเดินทางมาเที่ยวเอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ,2560)

กลุ่มตัวอย่าง คือ การพิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาอาศัยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ในการเลือกค่า  $n$  ( $n$  คือ กลุ่มตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง) จากจำนวนประชากรที่ศึกษาทั้งสิ้น 285,265 คน โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ดังรายละเอียดการคำนวณดังต่อไปนี้

$$\text{สูตรของ Taro Yamane: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่  $n$  = จำนวนตัวอย่าง  
 $e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า  
 $N$  = จำนวนประชากรในการศึกษา

$$\text{แทนค่าตามสูตร } n = \frac{285,265}{1 + (285,265 \times 0.05^2)}$$
$$n = 399.53$$

ดังนั้น การศึกษานี้จึงใช้ขนาดตัวอย่างจำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบ ทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน ในการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบทดสอบเพื่อสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. เขียนนิยามปฏิบัติการของเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
4. สร้างแบบสอบถามตามนิยามปฏิบัติการ และขอบเขตของการวิจัยเป็นภาษาไทย และภาษาจีน
5. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ

แล้วหาดัชนีความสอดคล้องภายใน (index of item-objective congruence : IOC) ตามวิธีของ โรบินลลีและแฮมเบิลตัน (Rovinelli & Hambleton, 1977) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาเลือกคำถามที่มีความตรง คือ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 คัดเลือกไว้ใช้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5

ควรมีการปรับปรุง แก้ไขหรือตัดทิ้ง และปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและถูกต้องตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

6. นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) กับนักท่องเที่ยวจีนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรของ สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) วิธีการของครอนบาค (Cronbach , 1974) สำหรับเกณฑ์การยอมรับการทดสอบค่าความเที่ยงหรือค่าความเชื่อถือมั่น ของแบบสอบถาม (Test of Reliability) นั้น Vaus, de D.A. 1995; อ้างถึงใน สำเร็จ จันทรสุวรรณ (2547) ระบุ ว่า ค่าความเที่ยงหรือค่าความเชื่อถือมั่นของแบบสอบถาม (r) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป หรืออีกเกณฑ์หนึ่ง คือ เกณฑ์ของ Hair, Joseph F, and Others (1998) ระบุว่า ค่าความเที่ยงหรือค่าความเชื่อถือมั่นของแบบสอบถาม (r) คือมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 0.70 ก็ให้การยอมรับชุดเครื่องมือแบบสอบถามนั้นได้ ( $0.60 \leq r \leq 0.70$ ) โดยการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามชุดนี้พบว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .87

7. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพในการแต่งงาน มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย มณฑลและจังหวัดที่มา รูปแบบการเดินทาง ความถี่ในการมาท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 การรับรู้ถึงการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วยความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบทางสังคมและวัฒนธรรมล้านนา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมล้านนาจาก สื่อสิ่งพิมพ์

ตอนที่ 4 ประเมินความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวม ประกอบด้วย เนื้อหาและ ความเหมาะสมในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ภาษาและการดึงดูดใจของสื่อสิ่งพิมพ์

ตอนที่ 5 ประสิทธิภาพของสื่อที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย  
เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผู้วิจัยกำหนดความหมายแต่ละระดับดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับผู้วิจัยกำหนดความหมายแต่ละระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50-5.00 เป็นระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50-4.49 เป็นระดับความเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50-3.49 เป็นระดับความเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50-2.49 เป็นระดับความเห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.49 เป็นระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินงานเป็นขั้นตอนดังนี้

1. วางแผนในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประสานงานไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายในการเก็บข้อมูลเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. กำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวจีนต้องใช้ผู้ที่สามารถพูดและเขียนภาษาจีนได้
3. อธิบายให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในวัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่จะได้รับในการดำเนินการ
4. นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ และทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

### การวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ผู้วิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล และได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ (percentage)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว (สื่อสิ่งพิมพ์หมายถึง ป้าย แผ่นพับ เอกสาร หนังสือ ฯลฯ) โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรมและกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวจีนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยการวิเคราะห์การทดสอบค่าที (t-test แบบ independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

### ผลการวิจัย

#### ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด 463 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นร้อยละ

ละ 65.66 อายุต่ำกว่า 26 ปี ร้อยละ 42.33 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.94 ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 28.73 มีรายได้ต่อเดือน 6,000 หยวนขึ้นไป ร้อยละ 34.34 และมีสถานภาพ โสด ร้อยละ 52.27

### การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว

ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยวจีน พบว่า แหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม ล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท แผ่นพับ มากที่สุด ร้อยละ 19.52 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ร้อยละ 16.69 และหนังสือ ร้อยละ 18.71

ความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) เมื่อพิจารณาแต่ละระดับความเข้าใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับน้อยมากที่สุด ร้อยละ 39.74 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง ร้อยละ 34.99 และระดับมาก ร้อยละ 20.52 ในด้านการรับรู้ข้อมูล นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.53 แต่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 53.56 และมีค่าเฉลี่ยในการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีไทยน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 76.24 แต่หากนักท่องเที่ยวจะรับรู้ข้อมูลเหล่านี้ จะได้มาจากแผ่นพับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.52 และสามารถเข้าใจข้อมูลได้ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 39.74

### ความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.91, S.D. 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นการมีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.11, S.D. 0.77) อยู่ในระดับเห็นด้วย รองลงมาคือ ประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์มีรูปภาพประกอบชัดเจน เช่น ภาพถ่ายสีแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02, S.D. 0.83) อยู่ในระดับเห็นด้วย และประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์มีสีสันสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.96, S.D. 0.84) อยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ประเด็นการได้รับประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นอย่างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80, S.D. 0.92) อยู่ในระดับเห็นด้วย นักท่องเที่ยวเห็นว่า ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน สิ่งพิมพ์ควรมีภาพประกอบชัดเจน เช่น ภาพถ่ายสีแหล่งท่องเที่ยว และควรมีสีสันสวยงาม น่าสนใจ

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.40, S.D. 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ประเด็นสื่อประชาสัมพันธ์ควรแยกภาษาไทย ภาษาจีน ภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.49, S.D. 0.69) อยู่ในระดับเห็นด้วย รองลงมาคือ ประเด็นการจัดให้มีป้าย หรือสัญลักษณ์บอกจุดที่พัก ห้องน้ำ ภายในสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.44, S.D. 0.68) อยู่ในระดับเห็นด้วย และประเด็นสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีภาพประกอบการอธิบาย (ค่าเฉลี่ย 4.43, S.D. 0.70) อยู่ในระดับเห็นด้วย ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ประเด็นความสวยงามและความเหมาะสมของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย

4.31, S.D. 0.72) อยู่ในระดับเห็นด้วย

#### **แนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคม ในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน**

แนวทางในการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถให้ข้อมูลด้านวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน พบว่า ประเภทสื่อ สิ่งพิมพ์ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรับข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 18.72 และโปสเตอร์ ร้อยละ 18.20 นอกจากนี้ อยากให้แยกภาษาไทยกับภาษาจีนและภาษาอังกฤษในการประชาสัมพันธ์

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

#### **อภิปรายผล**

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์กับภูมิหลังของนักท่องเที่ยว พบว่า ภูมิหลังของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ อายุ อาชีพ และรายได้ ซึ่งจากผลความแตกต่างของความคิดเห็นจะส่งผลต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในการทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่น ๆ เพื่อให้กับนักท่องเที่ยวจึงต้องมีความหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยด้านสื่อสิ่งพิมพ์ของของ อภิวัฒน์ ปันทะธงและคณะ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนา สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ซึ่งผู้วิจัยได้เริ่มทำ การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มีการสัมภาษณ์กับประชาชนที่อาศัยอยู่รอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ จากนั้นสุ่มแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวภายในชุมชน รอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแล้วนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์จากเนื้อหา ความน่าสนใจ และรูปลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ ผลจากการวิจัยพบว่าชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยล้วนเป็นชุมชนประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและชุมชนซึ่งเป็นเจ้าขององค์ความรู้และเป็นเจ้าของพื้นที่ร่วมกันใช้องค์ความรู้ทางด้านวัฒนธรรมร่วมกันในการพัฒนาชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อชาวบ้านที่มีความรู้ (Knowledge) มีทัศนคติที่ดี (Attitude) ในการร่วมมือกันเผยแพร่ (Practice) ข้อมูล ข่าวสาร หรือ ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนให้นักท่องเที่ยว นอกจากจะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้มีทางเลือกมากขึ้นแล้วยังจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูล

ข่าวสาร เกี่ยวกับองค์ความรู้ที่นำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนรวมทั้งก่อให้เกิดรายได้เข้ามาสู่ชุมชนได้มากยิ่งขึ้น โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย กะทัดรัด และมีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสม

จากการงานวิจัยแนวทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน : กรณีศึกษาเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พบว่า ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน พบว่า แหล่งข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่เคยรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรมล้านนาจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสือ

ความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละระดับความเข้าใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจในพื้นฐานสังคมวัฒนธรรมล้านนาที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับน้อยมากที่สุด การรับรู้ข้อมูล นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์ มากที่สุด แต่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือ การรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีไทยน้อย แต่หากนักท่องเที่ยวจะรับรู้ข้อมูลเหล่านี้ จะได้จากแผ่นพับ มากที่สุด และสามารถเข้าใจข้อมูลได้ในระดับน้อย ดังนั้น หากต้องการสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน สามารถงานวิจัย ชลย์รัตน์ จิรัชยเชาวนน (2554) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่าการศึกษาเรื่องการจัดการเครือข่าย การท่องเที่ยวในชุมชน พื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ด้านการจัดการการตลาด เพื่อการประชาสัมพันธ์เครือข่ายด้านการท่องเที่ยว นั้น หากมองในแง่ของทัศนคติ (Attitude) แล้ว ชี้ให้เห็นว่าการปรับทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ นั้น มีผลต่อความสนใจ อีกทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ และความ เข้าใจในการท่องเที่ยวและเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ เพิ่มขึ้นและการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อคำพูดหรือสื่อที่เป็นภาพและเสียงต่างๆ ที่สื่อสารถ่ายทอดโดยตรงยัง นักท่องเที่ยวหรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ รวมถึงงานวิจัยของ พรทิพย์ ทวีพงษ์และปลื้มใจ ไพจิตร (2557) โดยการสร้างสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย แบบประเมินสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย อำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีและสร้างแบบ สอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จาก นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัยและประชาชนในอำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวัดระดับทัศนคติที่มีต่อสื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมศรีวิชัย หลายด้าน พบว่า ด้านช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ต้องตรงประเด็นและเข้าใจง่าย

ดังนั้น จะเห็นว่าผลการวิจัยมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อกลางที่สำคัญที่จะทำให้ ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องและผู้ส่งสารต้องการนำเสนอ อีกทั้งยังมีคุณสมบัติที่ได้เปรียบสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดอื่น คือ มีน้ำหนักเบา ใช้ง่าย สามารถใส่เนื้อหาได้มากพอ และสามารถทำรูปแบบ และสีสันให้สวยงามอย่างไรก็ได้ นอกจากนั้นการจะสร้างความเข้าใจเชิงวัฒนธรรม และกฎระเบียบทางสังคมในบริบทของอารยธรรมล้านนาให้แก่นักท่องเที่ยวจีน จำเป็นต้องทำเสนอข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ล้านนาหรือจังหวัดทางภาคเหนือผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อให้เกิดความรู้เบื้องต้นก่อนมาท่องเที่ยว ผนวกกับการนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อบุคคลเมื่อมาถึงสถานที่ท่องเที่ยว และเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ

## ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ด้วยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีไทยอยู่ในระดับรู้น้อยมาก โดยเฉพาะภาษาจีนและอังกฤษถือเป็นสิ่งสำคัญจึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวให้ครอบคลุมหรือมีความเป็นสากลมากที่สุด

2. ควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีล้านนา ผสมผสานกับข้อมูลการท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการและชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้ผู้ประกอบการชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยว อีกทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งจะทำให้ชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นให้ความร่วมมือ ในการเผยแพร่ข่าวสาร วัฒนธรรมและประเพณีล้านนาของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว

3. ควรมีการอบรมวิธีการ เทคนิค ความรู้เกี่ยวกับ ประเพณีวัฒนธรรมล้านนาให้กับมัคคุเทศก์ เพราะมัคคุเทศก์ที่เปรียบเสมือนประตูหน้า ด้านของประเทศไทย จะได้มีความรู้ ความสามารถและเข้าใจในประเพณีวัฒนธรรมล้านนา มากยิ่งขึ้นตลอดจนสามารถนำไปเผยแพร่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างถูกต้อง

4. ด้านการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจีนควร จะจัดทำสื่อมัลติมีเดีย Wireless Guide ในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมาแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจจะสามารถใช้บริการ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยว เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถเข้าใจประเพณีและ วัฒนธรรมล้านนาและได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องด้วย รวมถึงการนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบ 4.0

5. ดังนั้นควรมีป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับ เพราะจากการศึกษาพบว่าสื่อ สิ่งพิมพ์ ประเภทแผ่นพับสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานของภาครัฐหรือ ภาคเอกชนควรส่งเสริมจัดทำสื่อ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบ ทางสังคมและวัฒนธรรม ล้านนาที่มีการเขียนข้อมูลเนื้อหาให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย โดยแยกเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ แจก ตามจุดสถานที่ที่สำคัญที่ง่ายต่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวจีนได้

6. หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ควรร่วมมือกันกับชุมชนพื้นที่ ใช้ สื่อสิ่งพิมพ์ร่วมกับองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มาผสมผสานกันเพื่อให้ชาวบ้านมีความรู้ มี ทัศนคติที่ดี ก็จะร่วมมือกันเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร วัฒนธรรมของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจข้อมูล มากยิ่งขึ้น และจะทำให้ องค์ความรู้ที่อยู่ในชุมชนต่อไปและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

7. หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวควรมีการร่วมมือกันปรับปรุงป้าย และเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน และมีสีสันสวยงาม ประกอบกับมีป้าย บอกจุดสำคัญต่างๆ โดยแยกเป็นทั้งภาษาไทย จีน และอังกฤษ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยวจีนให้มากขึ้น และเป็นการกระตุ้นความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน

8. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนา สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย มีสีสัน มีตัวอักษรที่เหมาะสม คมชัด และสื่อ

ความหมายได้ดี พร้อมภาพประกอบที่ดึงดูดความสนใจและมีอัตลักษณ์ ประกอบกับแผ่นพับควรมีหลากหลายภาษาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภาษาจีน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนในด้านสื่อการรับรู้ด้านอื่นๆ เพิ่มเติมมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี การเข้าถึง Internet ซึ่งง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส อีกทั้งยังสะดวก รวดเร็ว ประหยัดทั้งเวลา และ ทรัพยากร ทำให้อนาคตรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป คณะผู้วิจัย จึงมีความเห็นว่าควรทำแบบสำรวจว่า นักท่องเที่ยวจีนนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก application จาก smart phone ตัวไหนมากที่สุด และต้องการให้ประเทศไทยพัฒนา หรือเพิ่มเติมการเข้าถึงข้อมูลผ่านทาง social network ด้านไหนบ้าง

2. ควรทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยว เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่น และ ภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว

## เอกสารอ้างอิง

- Allport, G. W. (1935). **Attitudes**. In C. M. Murchison (Ed.), *Handbook of Social Psychology*. Winchester, MA: Clark University Press.
- Bloom & Other. (1956). **Handbook on formation and summative of student learning**. New York: McGraw-Hill.
- Chalairat Jirachai Chaowanon (2011). **A Study of Attitudes and Public Relations Media Affecting Motives in Admission to Phetchabun Rajabhat University**. Research and Development Institute Journal Phetchabun Rajabhat University 13 (2).
- Hair, Joseph F., and Others. (1998). **Multivariate Data Analysis. Fifth Edition**. New Jersey : Practic-Hall International, Inc.
- Jarinya Napikul and Warat Mathayomburus. (2012). **A Study of Tourism Potential for Tourism Development in Chiang Rai Province. Master's thesis**. Phayao: University of Phayao.
- Mana Onthum. (1999). **Perception of the role of members of the Tambon Administrative Organization Council: a case study of the Tambon Administrative Organization Council in Ubon Ratchathani Province**. Master's thesis, Kasetsart University.
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). Available from <https://www.mots.go.th/news/category/435> Retrieved 18 September 2017.
- Muncharee Chotirathiti (2013). **Cross-Cultural Adaptation of Thai Students Abroad. (independent research)**. National Institute of Development Administration.
- Parama Satavethin. (1998). **Principles of Communication Arts. (2nd edition)**. Bangkok: Print.
- Pavin Ramingwong. (2008). **Corporate Identity Design and Production of Printed Media for Sales Promotion**. Thesis. Chiang Mai University.
- Pornthip Taweepong and Pleumjai Paichit. (2014). **Srivijaya cultural tourism media towards attitudes. of Thai tourists**. Journal of Management Science Surattani Rajabhat University. 1(2).
- Pornthip Taweepong and Pleumjai Paichit. (2014). **Srivijaya cultural tourism media towards attitudes. of Thai tourists**. Journal of Management Science Surattani Rajabhat University. 1(2).
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). **“On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity”**
- The Royal Institute Dictionary**. (2002). Royal Institute Dictionary 1982. Bangkok: Aksorn Charoen Pattana.
- Tourism Development Board of the Lanna Civilization Tourism Development Zone. (2015). **Tourism Development Action Plan within the Lanna Civilization Tourism Development Zone, B.E. 2016 – 2020**. Bangkok.

Wattana Juthawiphat (1999). **Development of print media for public relations.** (Thesis research). Department of Technology Srinakharinwirot University.