

การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร
การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นางสาวศิริสา สอนศรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประถมศึกษา


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-682-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PUBLIC RELATIONS TOURISM STRATEGIES, AND MEDIA EXPOSURE ,
PERCEPTION AND PARTICIPATION OF PEOPLE IN MUANG DISTRICT, CHIANGMAI
PROVINCE



Miss Sirasa Sornsri

สภามหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication
Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-331-682-5

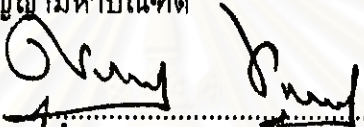
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดย นางสาว ศิรสา สอนศรี

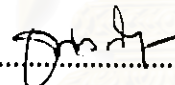
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

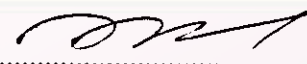
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา

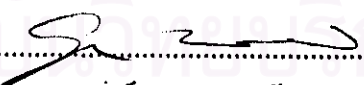
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญลือ)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

สภามหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศिरสา สอนศรี : การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของจังหวัดเชียงใหม่ การเปิดรับ
ข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่ (PUBLIC RELATIONS TOURISM STRATEGIES, AND MEDIA EXPOSURE,
PERCEPTION AND PARTICIPATION OF PEOPLE IN MUANG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE.)
อ.ที่ปรึกษา : รศ.พัชนี เขยจรยา, 217 หน้า. ISBN 974-331-682-5.

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด
เชียงใหม่ การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธี
การศึกษา 3 วิธีการคือ ศึกษาจากแผนงานและเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ศึกษาจากการ
สัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าหน้าที่สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ สื่อมวลชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ รวม
ทั้งศึกษาจากประชาชน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ
ค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และ F-test เพื่อการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่า
สัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. แผนการประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อหลัก โดยมีสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนเป็นสื่อรอง
2. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ ยังขาดความ
สม่ำเสมอและความต่อเนื่องของเนื้อหา
3. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูงมาก เปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ
และสื่อบุคคลในระดับปานกลาง
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วน
ร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน
5. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้
6. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมี
ส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
7. การรับรู้เรื่องของการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
8. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการรับรู้เรื่องของการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์
เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต ศิระสา สอนศรี
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

##408 53136 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : PUBLIC RELATIONS STRATEGIES / MEDIA EXPOSURE

SIRASA SORNSRI : PUBLIC RELATIONS TOURISM STRATEGIES, AND MEDIA EXPOSURE,
PERCEPTION AND PARTICIPATION OF PEOPLE IN MUANG DISTRICT, CHIANG MAI PROVINCE.
THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA. 217 pp. ISBN 974-331-662-5

The purpose of this study is to describe the public relations tourism strategies and media exposure, perception and participation of people in Muang district, Chiangmai province.

The study was conducted by using three methods the documentation, in-depth interviews of public relations officers; and survey of 500 Chiangmai respondents Percentage, t-test, ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation Coefficients were used for the data analysis.

1. The Amazing Thailand campaign used mass media as a major test of communication.
2. Public Relations division of Chiangmai province still lacks consistency and continuity in follow-up process.
3. Respondants exposure to mass media was veryhigh, however exposure to specialized, and interpersonal media were moderate.
4. Different demographic groups showed differences in exposure to the media as well as differences in campaign perception and participation.
5. There was a positive correlation between exposure of media (mass, specialized, and interpersonal), and campaign perception.
6. There was a positive correlation between exposure of media (mass, specialized, and interpersonal), and campaign participation.
7. There was a positive correlation between campaign perception and participation.
8. There was a positive correlation between exposure of media (interpersonal and specialized) campaign perception, and participation.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..... *ศิริวิภา* *โพธิ์*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *Patchanee Cheyjunya*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณา และความร่วมมือจากบุคคลหลายท่าน ดังต่อไปนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรยา อาจารย์ที่ปรึกษา ได้กรุณา ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนวดี บุญดี รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ และอาจารย์ วีระบุทธร เศรษฐเสถียร ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะคำแนะนำในการเรียบเรียง และการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอขอบคุณ คุณอรุณ ณรงค์ชัย ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ คุณสรวบ นิรามัย ผู้ช่วย ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ และเจ้าหน้าที่ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ทุกท่าน ในการอนุเคราะห์จัดหาข้อมูลและให้ข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล คุณวัชรภรณ์ จิวหานั่ง

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ได้โดยการพิมพ์และตรวจแก้ไขจาก คุณพินยดา ลีลาสงวน คุณกวีธ และคุณวรัญญา เกษม

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมชั้นเรียนโดยเฉพาะคุณวชิรภรณ์ อาทรมิตร ที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนรัก คุณสิริพัฒน์ ประดับศรีเดช สำหรับความช่วยเหลือและกำลังใจที่ดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณรัญจนา ตั้งศรีวงศ์ คุณพัชมา ลีลาสงวน คุณอดิเรก และคุณแววมณี คุ่มผาติ คุณพิทยา จิวหานั่ง ญาติพี่น้องทุกท่าน ตลอดจนคุณชาคร ศรีถาวร ที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ศิรสา สอนศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ซ
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
✓ แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารและการสื่อสารระหว่างบุคคล.....	6
✓ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ.....	12
✓ ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสื่อ.....	15
✓ ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร.....	16
✓ ทฤษฎีการรับรู้.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	19
✓ แนวความคิดด้านการประชาสัมพันธ์.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
3 ระเบียบวิธีวิจัย	
ส่วนที่ 1 การศึกษาแผนงานและเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์....	52
ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก.....	52
ส่วนที่ 3 การวิจัยเชิงสำรวจ.....	52
ประชากร.....	52
กลุ่มตัวอย่าง.....	53
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	53
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	54
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การทดสอบเครื่องมือ และค่าความน่าเชื่อถือ.....	55
เกณฑ์การให้คะแนน.....	56
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	58
การประมวลผลข้อมูล.....	59
บทที่	
4 ผลการวิจัย	
ส่วนที่ 1 การศึกษาแผนงานและเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	
กลุ่มเป้าหมาย.....	61
วัตถุประสงค์.....	61
สื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	62
งบประมาณของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่.....	63
การติดตามและประเมินผล.....	64
ข้อค้นพบจากการศึกษา.....	66
ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก	
เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่	
การดำเนินงานตามแผนงานประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของ	
จังหวัดเชียงใหม่.....	69
ความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายปีท่องเที่ยวไทย.....	69
แผนประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่.....	70
กลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	71
สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์.....	71
กลุ่มเป้าหมาย.....	73
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน.....	73
การประเมินผล.....	73
ผู้ประกอบการ	
ความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายปีท่องเที่ยวไทย.....	74
ผลของปีท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการดำเนินกิจการ.....	75
ความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของ	
สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่.....	75
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการ.....	76
กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์.....	76

สื่อมวลชนท้องถิ่น	
ความคิดเห็นที่มีต่อปีท่องเที่ยวไทย.....	77
สื่อมวลชนกับปีท่องเที่ยวไทย.....	77
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่.....	
78	78
ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยเชิงสำรวจ	
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	78
1.1 ข้อมูลลักษณะประชากร.....	78
1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล.....	84
1.3 การรับรู้.....	93
1.4 การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว.....	97
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	
สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารการรับรู้และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน.....	99
สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการรับรู้เรื่องปีท่องเที่ยวไทย.....	140
สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว.....	143
สมมติฐานที่ 4 การรับรู้เรื่องปีท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว.....	146
สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน.....	147
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
ส่วนที่ 1 สรุป การศึกษาแผนงานและเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.	148
ส่วนที่ 2 สรุปการสัมภาษณ์เจาะลึก.....	153
ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ.....	159
อภิปรายผล.....	167
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	179
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย.....	180

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รายการอ้างอิง.....	181
ภาคผนวก.....	186
แบบสอบถาม.....	187
แบบสัมภาษณ์.....	196
แผนงานประชาสัมพันธ์งานไม้ดอกไม้ประดับ.....	199
แผนงานประชาสัมพันธ์การแข่งขันฟุตบอลกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13.....	202
ประวัติผู้วิจัย.....	212



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	80
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	81
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพครอบครัว.....	82
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	84
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	85
7 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งของ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน (โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ).....	86
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายการวิทยุที่เปิดรับ.....	87
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับ.....	88
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ฉบับต่างๆ	89
11 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยจากการเปิดรับข่าวสารสื่อเฉพาะกิจเพื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภท รายการ.....	90
12 แสดงจำนวนร้อยละของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ.....	91
13 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน.....	92
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล.....	93
15 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับ การเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อบุคคล	94
16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร.....	95
17 แสดงจำนวนและร้อยละจากกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการรับรู้เรื่อง การท่องเที่ยวไทย.....	97
18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการ ท่องเที่ยว.....	98
19 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการมีส่วนร่วมในการ ท่องเที่ยว.....	99
20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จำแนกตามเพศ.....	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

21	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามเพศ.....	101
22	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล จำแนกตามเพศ.....	102
23	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จำแนกตามอายุ.....	103
24	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างทางการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ของ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่.....	105
25	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล จำแนกตามอายุ.....	107
26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ของ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพทาง ครอบครัว.....	109
27	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว.....	111
28	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว.....	113
29	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จำแนกตามการศึกษา.....	115
30	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างทางการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการศึกษา.....	117
31	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล จำแนกตามการศึกษา.....	119
32	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จำแนกตามอาชีพ.....	121
33	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจของ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ.....	122
34	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล จำแนกตามอาชีพ.....	124
35	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทางด้านสิ่งพิมพ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รายได้.....	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ จำแนกตามรายได้.....	127
37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล จำแนกตามรายได้.....	129
38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการรับรู้ จำแนกตามเพศ.....	131
39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ จำแนกตามอายุ.....	131
40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ จำแนกตามสถานภาพ ทางครอบครัว.....	132
41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	132
42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ จำแนกตามอาชีพ.....	133
43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการ จำแนกตามรายได้.....	134
44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ.....	135
45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ.....	135
46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว.....	136
47 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษา.....	136
48 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	137
49 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้.....	138
50 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับรู้.....	139
51 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ กับการรับรู้.....	140
52 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล กับการรับรู้.....	141
53 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยว.....	142

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
54 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ กับการมีส่วนร่วมในการ ท่องเที่ยว.....	143
55 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลกับ การมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว.....	144
ตารางที่	
56 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับการมีส่วนร่วม.....	145
57 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ.....	146



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย