



การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่

A STUDY ON THE BEHAVIOR OF FOREIGN TOURISTS
IN CHIANG MAI



นายธีระวิทย์ พรายแย้ม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
พ.ศ. 2545

ลิขสิทธิ์ของโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

298/45



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์เกษตร

เศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร

สาขาวิชา

ภาควิชา

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่
A STUDY ON THE BEHAVIOR OF FOREIGN TOURISTS IN
CHIANG MAI

นามผู้วิจัย: นายธีระวิทย์ พรายแย้ม
ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนรักษ์ เมฆขยาย)

วันที่ 12 เดือน 20 พ.ศ. 2545

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ปัญญาวัตติ)

วันที่ 12 เดือน 20 พ.ศ. 2545

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์น้ำเพชร วินิจฉัยกุล)

วันที่ 12 เดือน 11 พ.ศ. 2545

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิชัย ต้นวัฒนากุล)

วันที่ 13 เดือน 11 พ.ศ. 2545

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(อาจารย์สรายุ เพิ่มพูล)

ประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 19 เดือน 11 พ.ศ. 2545

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

โดย

นายธีระวิทย์ พรายแย้ม

มีนาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนรักษ์ เมฆขยาย
ภาควิชา/คณะ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1)ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 2)พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 3)ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในการมาท่องเที่ยวและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 400 ราย โดยวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมาจากทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานในบริษัทเอกชน และมีรายได้น้อยกว่า 1,000 US \$ ต่อเดือน

นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด แหล่งข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ได้รับทราบจาก เพื่อน/ญาติมากที่สุด และเพียงพอแก่ความต้องการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน และเดินทางโดยเครื่องบิน ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร และเดินทางโดยสายการบินไทยมากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยไม่ใช้บริการบริษัททัวร์ ระยะเวลาเฉลี่ย

ที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 4 - 7 วัน ซึ่งเพียงพอต่อความต้องการ และนิยมที่จะพักแรมในโรงแรมมากที่สุด

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า ค่าใช้จ่ายทางด้านที่พัก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทัวร์ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า และของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสถานที่บันเทิง และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับค่าใช้จ่ายทางด้านอาหารและเครื่องดื่มมีราคาถูก

ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม, ความเป็นมิตรของผู้คน, วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น, โบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ และอากาศที่ปราศจากมลพิษ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ปัญหามลพิษทางน้ำและทางอากาศ และการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์ไว้ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โบราณสถานที่เก่าแก่, ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น, ธรรมชาติที่สวยงาม และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุง ได้แก่ ปัญหาการจราจรที่ติดขัดกับสภาพถนนที่แคบ, ปัญหามลพิษทางอากาศและน้ำ, ปรับปรุงด้านข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่, ปัญหาทางด้านความสะอาดของโบราณสถานที่เก่าแก่ ตลาดสด อาหาร และไนท์บาร์ซ่า, ปัญหาทางเดินเท้า และปัญหาสิทธิสตรีมิให้มาขายบริการทางเพศ

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประทับใจในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ภูเขา, น้ำตก, ทัวร์ป่า, น้ำพุร้อน, วัด, อนุสาวรีย์, งานแสดงวัฒนธรรม และงานประเพณีทางเหนือ มีระดับความพอใจอยู่ในระดับสูง

ในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความพอใจของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า

เพศของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภทน้ำตก, ทิวป่า, น้ำพุร้อน, อนุสาวรีย์, พิพิธภัณฑ, แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และโบราณสถานที่เก่าแก่ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภทน้ำตก, ทิวป่า, ถ้ำ, อนุสาวรีย์, พิพิธภัณฑ, งานแสดงวัฒนธรรม, สถานบันเทิง, งานประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภทงานประเพณี, แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่เก่าแก่ และแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภททิวป่า, น้ำพุร้อน, พิพิธภัณฑ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ประเภทน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Agricultural Economics

A STUDY ON THE BEHAVIOR OF FOREIGN TOURISTS IN CHIANG MAI

By

TEERAWIT PAYYAM

MARCH 2002

Chairman: Assistant Professor Thanarak Meckhayai
Department/ Faculty: Department of Agricultural Economics and Cooperatives. Faculty of Agricultural Business

The purposes of this research were to study 1) attitudes of foreign tourists towards costs of traveling in Chiang Mai; 2) their behavior in traveling in Chiang Mai; and 3) their opinions on factors encouraging and discouraging their traveling to Chiang Mai.

The data was collected by means of questionnaires from 400 samples of foreign tourists in Chiang Mai and analyzed by using the SPSS/PC.

The results indicated that most foreign tourists in Chiang Mai were from Europe and U.S.A., female and 15 - 24 years old. Most of them held a bachelor's degree, were employees in private companies and had an income lower than US \$ 1,000 per month.

The tourists obtained enough information about places in Chiang Mai from their friends. Most of them had not been in Chiang Mai before and they traveled from Bangkok to Chiang Mai by Thai Airways. They spent an average of 4 – 7 days in Chiang Mai and stayed at a hotel.

Most foreign tourists stated that the costs of accommodations, local transportation, shopping, entertainments, local sightseeing and miscellaneous items were moderate but the costs of food and beverages were cheap.

The factors encouraging travelers to visit Chiang Mai were beautiful natural scenery, friendly people, custom and way of life, historical places and good environments. The factors discouraging travelers to visit Chiang Mai were air and water pollution and tourist exploitation. Most tourists wanted Chiang Mai to maintain its historical places, friendly people, natural scenery, environment, way of life, local foods, forests, elephants and festivals. They wanted Chiang Mai to improve its traffic system, narrow streets, polluted air and water, tourist information, cleanliness of historical places, market, food and night bazaar.

The tourists had a high level of impression with mountains, waterfalls, trekking tours, hot springs, temples, monuments, cultures and festivals.

The hypothesis test indicated that sex was significantly correlated with their cultural attitudes; age with their satisfaction with waterfalls, trekking tours, hot springs, monuments, museums, natural scenery and historical places; nationality with their satisfaction with waterfalls, trekking tours, caves, monuments, museums, cultures, entertainments, festivals and natural scenery; income with their satisfaction with festivals, historical places and activities; occupation with their satisfaction with trekking tours, hot springs, monuments and natural scenery; and education with their satisfaction with hot springs.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ฉบับนี้ สมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือของคณะกรรมการที่ปรึกษาทุกท่าน ซึ่งประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนรักษ์ เมฆขยาย อาจารย์น้ำเพชร วินิจัยกุล และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วราภรณ์ ปัญญาวดี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการชี้แนะข้อบกพร่อง ตลอดจนคำแนะนำที่มีประโยชน์ในงานวิจัยฉบับนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการที่ปรึกษาทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูลิทธิ ชูชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำและชี้ถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมชัย ปัญญาดี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา อภิชาติกุล ผู้ทรงคุณวุฒิจากบัณฑิตวิทยาลัยที่ให้คำแนะนำและชี้ถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ในงานวิจัยฉบับนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณชลฤทัย คำมงคล, คุณสิรินา นพเก้าคุณ และ คุณรัตติการณ สุขสวัสดิ์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้

ผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงพระคุณของบิดา มารดา และขอขอบคุณญาติพี่น้อง และผู้ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา จนทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

หากงานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่บ้าง ขอยกความดีทั้งหมดให้แก่ผู้ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ หากมีข้อบกพร่องในการเขียนวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขออภัยแต่เพียงผู้เดียว

ธีระวิทย์ พรายแย้ม

มีนาคม 2545

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(8)
สารบัญเรื่อง	(9)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(15)
สารบัญตารางภาคผนวก	(16)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
นิยามศัพท์	12
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	15
ทฤษฎีอุปสงค์	15
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	18
ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งจูงใจ	25
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม	28
แนวความคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว	33
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	41
สมมติฐานการวิจัย	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	43
สถานที่ดำเนินการวิจัย	43
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	43

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
ขนาดของตัวอย่าง	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
การทดสอบแบบสอบถาม	46
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	46
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่	50
ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ	57
ตอนที่ 3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อค่าใช้จ่าย ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	64
ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ดึงดูดและที่เป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในการท่องเที่ยวและสิ่งให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อุสาหกรรม หรือปรับปรุงในจังหวัดเชียงใหม่	66
ตอนที่ 5 การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่ง ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	71
ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	75
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	133
สรุปผลการวิจัย	134
อภิปรายผลการวิจัย	142
ข้อเสนอแนะ	143
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	144

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	146
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. การพยากรณ์จำนวนประชากร และการคำนวณขนาดของตัวอย่าง	153
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	157
ภาคผนวก ค. ประวัติผู้วิจัย	163



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เปรียบเทียบรายรับของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการส่งออก หลักของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2538 และ ปี พ.ศ. 2539	2
2	รายรับทางด้านการท่องเที่ยว รายจ่ายทางการท่องเที่ยว ดุลการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2529 – 2542	4
3	รายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2538 - 2542	5
4	ร้อยละของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามประเภทของการใช้จ่าย ปี พ.ศ. 2541- 2542	6
5	การกระจายตัวการเดินทางในภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2542	8
6	เปรียบเทียบรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2542	9
7	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แยกเป็นรายประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 – 2542	11
8	ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	51
9	สัญชาติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	52
10	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	55
11	วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	57
12	แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับ	58
13	การได้รับข้อมูลข่าวสาร	59
14	จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่(ไม่รวมครั้งนี้)	59
15	รูปแบบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	60
16	การใช้บริการทัวร์	61
17	ความพอใจที่มีต่อการใช้บริการทัวร์	61
18	ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่	62
19	ความพอใจต่อระยะเวลาที่พำนักในจังหวัดเชียงใหม่	62
20	ระยะเวลาที่ต้องการจะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	63
21	ลักษณะการพักผ่อน	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	65
23	ปัจจัยที่ดึงดูดในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	67
24	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	68
25	ความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง	69
26	สิ่งนี้นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์ไว้ในจังหวัดเชียงใหม่	70
27	สิ่งนี้นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้ปรับปรุง	71
28	ระดับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่	72
29	ระดับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่	73
30	ระดับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่	74
31	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่	77
32	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา/ดอย ในจังหวัดเชียงใหม่	81
33	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ในจังหวัดเชียงใหม่	85
34	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททิวรีป่า ในจังหวัดเชียงใหม่	89
35	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ในจังหวัดเชียงใหม่	93
36	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงใหม่	97
37	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจ ในจังหวัดเชียงใหม่	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
38	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด ในจังหวัดเชียงใหม่	105
39	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ ในจังหวัดเชียงใหม่	109
40	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่	113
41	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม ในจังหวัดเชียงใหม่	117
42	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่	121
43	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง ในจังหวัดเชียงใหม่	125
44	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณี ในจังหวัดเชียงใหม่	129

สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว	22
2	รูปปิรามิดลำดับขั้นตามความต้องการ 5 ชั้นของ Maslow	27
3	แบบจำลองกรอบแนวความคิดในการวิจัย	41



สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวก

หน้า

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 - 2542 | 153 |
|---|---|-----|



บทที่ 1

บทนำ

(INTRODUCTION)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยมาหลายทศวรรษ จึงมีแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่นำเสนอมาพร้อมกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเกือบทุกฉบับ ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ บทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงถูกมองว่าจะช่วยฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจให้ดีขึ้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างเงินตราต่างประเทศ สร้างรายได้เชื่อมโยงไปยังสาขาการผลิตอื่น ๆ (linkage effect) สร้างรายได้ให้แก่รัฐบาลในรูปภาษีและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อีกทั้งยังสร้างการจ้างงานให้กับคนในประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ การพิจารณาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้โดยเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ (ดังตารางที่ 1) พบว่ารายรับจากการท่องเที่ยวสูงถึง 190,765 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 และรายรับเท่ากับ 219,364 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2539 ในปี พ.ศ. 2538 อุตสาหกรรมที่มีลำดับรายรับที่ลดลงตามลำดับคือ อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมพลาสติก ผลิตภัณฑ์ยาง อุตสาหกรรมส่วนประกอบวงจรไฟฟ้า อุตสาหกรรมรองเท้า กุ้งสดแช่แข็ง อัญมณี ข้าว และในปี พ.ศ. 2539 อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ยาง อุตสาหกรรมส่วนประกอบวงจรไฟฟ้า อุตสาหกรรมรองเท้า อัญมณี ข้าว กุ้งสดแช่แข็ง อาหารทะเลแช่แข็ง สร้างรายรับลดลงตามลำดับ เมื่อนำผลรวมรายรับจากอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับภาคการเกษตรเพื่อส่งออก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยางพารา กุ้งสดแช่แข็ง ข้าวและอาหารทะเลกระป๋องมาเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยว จะเห็นว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีค่ามากกว่าเล็กน้อย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากจะมีประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจแล้วยังมีประโยชน์ทางด้านสังคม ซึ่งช่วยให้ประชาชนได้เห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละท้องถิ่นและยังช่วยให้สภาพแวดล้อมของท้องถิ่นดีขึ้น เนื่องจากจะมีการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความสะอาด ปลอดภัย เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวยิ่งไปกว่านั้นการท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ เพราะในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปจะมีการสร้างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โรงแรมที่พักต่าง ๆ ตามมา เพื่อสนองความต้องการ และการสร้าง

วัตถุประสงค์ของเหล่านี้จะช่วยขจัดปัญหา หรือภัยที่เกิดจากการแทรกซึม หรือบ่อนทำลายต่าง ๆ ได้อย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความสำเร็จให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างมากมายอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ : 16-17) ฉะนั้นนานาประเทศจึงใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของตนให้มากที่สุด และส่งเสริมให้พลเมืองของตนสนใจท่องเที่ยวภายในประเทศของตนมากกว่าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบรายรับของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมส่งออกหลักของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2538 และ ปี พ.ศ. 2539

พ.ศ. 2538	รายได้ (ล้านบาท)	พ.ศ. 2539	รายได้ (ล้านบาท)
การท่องเที่ยว	190,765	การท่องเที่ยว	219,364
สิ่งทอ	142,440	คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	165,240
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	128,432	สิ่งทอ	118,521
พลาสติก	62,156	ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	106,569
ผลิตภัณฑ์ยาง	61,262	ผลิตภัณฑ์ยาง	68,370
วงจรไฟฟ้า	58,150	วงจรไฟฟ้า	58,483
รองเท้า	53,572	อัญมณี	51,494
กุ้งสดแช่แข็ง	50,302	ข้าว	50,737
อัญมณี	49,946	กุ้งสดแช่แข็ง	43,400
ข้าว	48,629	อาหารทะเลกระป๋อง	38,697

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2539.

ความสำคัญของปัญหา (Significance of the Problem)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะมีบทบาทเฉพาะเศรษฐกิจในท้องถิ่นเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวได้เข้าไปมีบทบาทที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจโดยรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวจนเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญกับเศรษฐกิจของประเทศได้ ซึ่งจาก ตารางที่ 2 จะพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่ารายจ่ายทำให้บัญชีดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น ดังจะเห็นได้ว่า ในปี พ.ศ. 2529 บัญชีดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกินดุลประมาณ 29,535 ล้านบาท และเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 6 เท่าเป็น 183,369 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2542 ผลของการเกินดุลในบัญชีดุลการท่องเที่ยวนอกจากจะเพิ่มเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศแล้วยังมีผลลดปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีอีกทางหนึ่งด้วย ขณะที่ปัจจุบันนี้ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่ โดยเฉพาะปัญหาการขาดดุลบัญชีเดินสะพัดและการขาดแคลนเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก รัฐบาลจึงได้พยายามที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยให้มากขึ้นดังเช่นอดีตที่ผ่านมา โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ อาทิเช่น การจัดโครงการ Amazing Thailand 1998-1999 เพื่อจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีก หลังจากที่เคยประสบผลสำเร็จมาแล้วในปี พ.ศ. 2530 ในรูปของโครงการ Visit Thailand Year เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การใช้กลยุทธ์นั้นเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แล้วมีความประทับใจ และต้องการที่จะพำนักอยู่ในประเทศไทยยาวนานขึ้น นั้นย่อมหมายความว่าค่าใช้จ่ายต่างๆ ของนักท่องเที่ยวย่อมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย อันจะนำมาซึ่งรายรับในรูปของเงินตราต่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น โดยดูได้จาก ในปี พ.ศ. 2538 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมีจำนวน 6,951,566คน มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันโดยเฉลี่ยประมาณ 3,693.41 บาท มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 7.43 วัน สามารถสร้างรายรับเข้าประเทศเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 190,765 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2542 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เพิ่มสูงขึ้นเป็น 8,580,332 คน คิดเป็นอัตราเพิ่มเฉลี่ยในระดับสูงประมาณร้อยละ 10.50 มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันโดยเฉลี่ยประมาณ 3,704.54 บาท มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 7.96 วัน สามารถสร้างรายรับเข้าประเทศเพิ่มสูงขึ้นประมาณ 253,018 ล้านบาท (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 2 รายรับทางการท่องเที่ยว รายจ่ายทางการท่องเที่ยว ดุลการท่องเที่ยว
ปี พ.ศ. 2529 - 2542

ปี	รายรับ (ล้านบาท)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%)	รายจ่าย (ล้านบาท)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%)	ดุลการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2529	37,321	17.48	7,786	2.62	29,535
2530	50,024	34.03	9,902	27.18	40,122
2531	78,859	57.64	15,209	53.60	63,650
2532	96,386	22.22	19,293	26.85	77,093
2533	100,572	14.72	21,822	13.11	88,750
2534	100,004	-9.56	32,277	47.91	67,727
2535	123,135	23.13	40,556	25.65	82,579
2536	127,802	3.79	53,315	31.46	74,487
2537	145,211	13.62	73,234	37.36	71,977
2538	190,765	31.37	83,948	14.62	106,817
2539	219,364	15.00	105,621	25.82	113,743
2540	220,755	0.63	59,125	-44.02	161,630
2541	242,177	9.70	59,073	-0.09	183,104
2542	253,018	4.48	69,649	17.90	183,369

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 1999.

ตารางที่ 3 รายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2538 – 2542

ปี	2538	2539	2540	2541	2542
จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (คน)	6,951,566	7,192,145	7,221,345	7,764,930	8,580,332
ค่าใช้จ่าย / คน / วัน (บาท)	3,693.41	3,706.02	3,671.87	3,712.93	3,704.54
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	7.43	8.23	8.33	8.40	7.96
รายรับทั้งหมด (ล้านบาท)	190,765	219,364	220,754	242,177	253,018

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 1999.

ถึงแม้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปที่มองไม่เห็น (invisible items) แต่ก็สามารถช่วยกระจายรายได้ และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในรายได้ของประชาชนให้น้อยลงได้ เพราะรายจ่ายของนักท่องเที่ยวนั้นสามารถที่จะจับจ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยวจะกระจายอยู่ตามภูมิภาคและท้องถิ่นต่าง ๆ ได้โดยตรงมากกว่า และผลของการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศนั้น ปรากฏว่าได้กระจายไปในรายการซื้อสินค้าของที่ระลึกในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือร้อยละ 29.02 และร้อยละ 34.72 ของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งหมดในปี พ.ศ. 2541 และ พ.ศ. 2542 ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายรองลงมาคือ ที่พักร้อยละ 27.29 และ 24.49 ของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี พ.ศ. 2541 และ พ.ศ. 2542 ตามลำดับ (ตารางที่ 4) ซึ่งการใช้จ่ายในลักษณะดังกล่าวจะสามารถช่วยการหมุนเวียนของเงินตราต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และเงินตราที่หมุนเวียนเข้ามาถือว่าเป็นแหล่งเงินตราภายนอกที่ช่วยแก้ไขปัญหาล่วงแล้วยังก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจรวดเร็วขึ้น

ตารางที่ 4 ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามประเภท
ของการใช้จ่าย ปี พ.ศ. 2541 – 2542

(หน่วย : ร้อยละ)

ประเภทของการใช้จ่าย	ปี พ.ศ. 2541	ปี พ.ศ. 2542
ค่าที่พัก	24.49	27.29
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	15.47	16.02
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	10.64	11.09
ค่าเดินทางภายในประเทศ	6.52	7.40
ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	34.72	29.02
ค่าบริการท่องเที่ยว	4.23	4.19
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	3.93	4.99
รวม	100.00	100.00

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 1999.

ปัญหาอีกประการหนึ่งที่ประเทศไทยกำลังประสบคือ ปัญหาการว่างงานที่เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เน้นการใช้แรงงาน (labor intensive) ซึ่งสามารถช่วยแก้ปัญหาการว่างงานได้เป็นอย่างดีในระดับหนึ่ง อีกทั้งมีความเหมาะสมกับแรงงานส่วนใหญ่ที่ไม่ต้องใช้เวลาเรียนรู้มากนัก (unskilled labor) จากการศึกษาของจำลอง อติกุลและ วุฒิเทพ อินทปัญญา (2528:47-49) ได้ประมาณความสำคัญของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี พ.ศ. 2526 พบว่ามีผลต่อการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมประมาณ 243,917 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.99 ของการจ้างงานทั้งประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดลักษณะอุปสงค์สืบเนื่อง (derived demand) ได้เป็นอย่างดีอีกทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐใช้งบประมาณในการลงทุนน้อย แต่ได้ผลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างคุ้มค่า

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ซึ่งเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ต่างประเทศและสามารถทำรายรับให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมหาศาล เหมาะที่จะใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะมีอยู่ประมาณ 6 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี(พัทยา) เชียงใหม่ ภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) นราธิวาส(สุโหง-โกลก) ตามลำดับ และจาก 6 จังหวัดดังกล่าวนี้หากยกเว้น กรุงเทพฯและพัทยาซึ่งอยู่ในกลุ่มท่องเที่ยวที่

ใกล้เคียงกันในภาคกลาง และ จังหวัดภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) และนราธิวาส(สุโขทัย-โกลก) อยู่ในกลุ่มท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกันในภาคใต้แล้ว นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่นิยมเดินทางไปยังภาคเหนือจะไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ทั้งนี้เพราะจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคที่เพียงพอ โดยเฉพาะสนามบินพาณิชย์ประจำจังหวัด ดังจะเห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ใน ปี พ.ศ. 2542 จาก (ตารางที่ 5) มีผู้มาเยี่ยมเยือนจำนวนทั้งสิ้น 3,319,692 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 11,674,396 คน มีนักท่องเที่ยวชาวไทย 2,012,735 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 9,028,572 คน และเป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 1,306,957 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมด 2,645,824 คน และสามารถสร้างรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่ง มีมูลค่า 34,045.18 ล้านบาทจากทั้งหมด 56,507.42 ล้านบาท ซึ่งมาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 16,407.93 ล้านบาท (ตารางที่ 6)

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการประเภทนี้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 1 โดยตรง เพราะสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปแก้ไขปรับปรุงธุรกิจของตนให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ต้องการเดินทางมาในจังหวัดเชียงใหม่ให้มากที่สุด เพื่อที่จะช่วยสร้างรายรับในรูปของเงินตราต่างประเทศให้เข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยเป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดนโยบายและกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ทางด้านธุรกิจนำเที่ยว

ตารางที่ 5 การกระจายตัวการเดินทางในภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2542

แหล่งท่องเที่ยว	ผู้เยี่ยมเยือน	คนไทย	ชาวต่างประเทศ
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)
เชียงใหม่	3,319,692	2,012,735	1,306,957
เชียงราย	1,034,597	694,145	340,452
แม่ฮ่องสอน	178,480	77,248	101,232
พิษณุโลก	1,857,414	1,530,542	326,872
สุโขทัย	658,988	333,699	325,289
ตาก	551,222	519,217	32,005
กำแพงเพชร	223,794	213,999	9,795
เพชรบูรณ์	540,551	520,070	20,481
ลำปาง	479,858	397,917	81,941
อื่นๆ	2,829,800	2,729,000	100,800
รวม	11,674,396	9,028,572	2,645,824

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 1999.

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2542

แหล่งท่องเที่ยว	ผู้เยี่ยมเยือน	คนไทย	ชาวต่างประเทศ
	รายได้ (ล้านบาท)	รายได้ (ล้านบาท)	รายได้ (ล้านบาท)
เชียงใหม่	34,045.18	17,637.25	16,407.93
เชียงราย	8,155.34	4,912.28	3,243.06
แม่ฮ่องสอน	808.64	312.54	496.10
พิษณุโลก	4,314.87	3,743.77	571.10
สุโขทัย	823.65	516.00	307.65
ตาก	1,494.54	1,441.75	52.79
กำแพงเพชร	298.94	289.07	9.87
เพชรบูรณ์	916.07	886.71	29.36
ลำปาง	1,447.22	1,121.25	325.97
อื่น ๆ	4,202.97	4,035.85	167.12
รวม	56,507.42	34,896.47	21,610.95

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 1999.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of the Study)

1. ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
3. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อบัณฑิตที่ดึงดูดและบัณฑิตที่เป็นอุปสรรคทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย (Scope and Limitation of the Study)

เนื่องจากในจังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศจากหลายประเทศ (ตารางที่ 7) และไม่สามารถที่จะถามได้ทุกประเทศ เพราะรูปแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามภาษาอังกฤษ ดังนั้นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมา ยังจังหวัดเชียงใหม่ จึงมีเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้เท่านั้น โดยแหล่งที่ใช้เก็บแบบสอบถาม คือ เคาน์เตอร์ให้ข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดเชียงใหม่, ธุรกิจประเภทที่พัก, ธุรกิจประเภทคมนาคมขนส่ง, ธุรกิจประเภทบริการ, ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจประเภทร้านค้า จึงทำให้การเก็บข้อมูลอยู่ในวงจำกัด และระยะเวลาที่ใช้เก็บข้อมูลจะอยู่ในช่วง เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2544 ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (low season) นอกจากนั้นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการอธิบายพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในเชิงพลวัต

ตารางที่ 7 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
แยกเป็นรายประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 - 2542

ประเทศ	พ.ศ. 2541	พ.ศ. 2542
มาเลเซีย	32,959	33,252
สิงคโปร์	34,655	42,212
จีน	20,257	15,504
ฮ่องกง	14,764	16,966
ญี่ปุ่น	113,864	110,045
เกาหลี	6,329	8,689
ไต้หวัน	40,026	33,237
ออสเตรเลีย	9,971	10,691
เบลเยียม	27,425	15,717
เดนมาร์ก	15,647	22,308
ฝรั่งเศส	105,945	105,712
เยอรมัน	71,252	85,484
อิตาลี	37,977	41,627
เนเธอร์แลนด์	60,380	55,048
สวีเดน	13,107	16,841
สวิตเซอร์แลนด์	24,482	28,617
อังกฤษ	84,342	88,269
อเมริกา	82,463	103,251
แคนาดา	19,371	24,445
ตะวันออกกลาง	17,975	25,169
ออสเตรเลีย	40,546	48,222
นิวซีแลนด์	7,252	8,711
อินเดีย	5,543	3,739
อื่น ๆ	54,871	41,394
รวม	941,403	985,150

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 1999.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)

1. สามารถนำข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลทางด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อปัจจัยทางบวกและปัจจัยทางลบของจังหวัดเชียงใหม่ มาพิจารณาประกอบการวางแผนเพื่อปรับปรุงส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น

นิยามศัพท์ (Definition of Terms)

ผู้เยี่ยมชมเยือน หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ ซึ่งมีโชถิ่นพำนักถาวรของตนเองเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใด ๆ โดยมีได้รับค่าจ้างในการดังกล่าวนั้น แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ผู้เยี่ยมชมที่ค้างคืน กับผู้เยี่ยมชมที่ไม่ค้างคืน

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับ หรือมิใช่เพื่อสินจ้าง โดยมีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวและต้องเดินทางกลับที่อยู่หรือภูมิลำเนาเดิม และเป็นการเดินทางที่มีได้มุ่งหมายเพื่อประกอบอาชีพ หรือไปอยู่ประจำ(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2537)

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องที่อื่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ และหมายรวมถึงผู้รับบริการ หรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยเสียค่าบริการด้วย(พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 : มาตรา 3)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง บุคคลที่มีได้มีสัญชาติไทยและเป็นผู้ที่มาเยี่ยมเยือนชั่วคราวที่พำนักอยู่ในประเทศที่ไปเยือนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ภูมิฐานะ รายได้ และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ในการมาจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง จุดมุ่งหมายเพื่อมาพักผ่อน มาเยี่ยมญาติ มาเพื่อซื้อของที่ระลึก และเพื่อมาประชุม

แหล่งข่าวสารทางการท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากแหล่งข่าวสารอื่น ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เพื่อน/ญาติ บริษัททัวร์ภายในประเทศไทย และบริษัททัวร์ต่างประเทศ

ทัศนคติที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ แพงมาก แพง ปานกลาง ถูก และถูกมาก

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อบริการที่เป็นอุปสรรคและปัจจัยที่ดึงดูดในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ เห็นด้วย และไม่เห็นด้วย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง อุตสาหกรรมใด ๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย โดยมีค่าตอบแทนและหมายถึง

1. ธุรกิจประเภทที่พัก เช่น ธุรกิจโรงแรม เกสต์เฮาส์ สถานที่พักตากอากาศ
2. ธุรกิจประเภทคมนาคมขนส่ง เช่น ธุรกิจการบิน รถไฟ รถทัวร์
3. ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร
4. ธุรกิจประเภทบริการ เช่น ธุรกิจการจัดนำเที่ยว
5. ธุรกิจประเภทร้านค้า เช่น ร้านค้าอัญมณี ของที่ระลึก

ปัจจัยที่ดึงดูดในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง สภาพภูมิอากาศที่ดี สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม โบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ รสชาติอาหารท้องถิ่น ความสะอาดสวยงาม ความเป็นมิตรและอบอุ่น วัฒนธรรมและประเพณี การซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพต่ำ สิ่งแวดล้อมที่ดี และการท่องเที่ยวในแหล่งบันเทิง

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง ปัญหาด้านภาษา ปัญหาอาหารขาดคุณภาพและสุขลักษณะ ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาผู้คนไม่เป็นมิตร ปัญหาการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัญหาค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพสูง ปัญหาการจราจร ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ ปัญหาการบริการทัวร์ และปัญหามลพิษทั้งทางน้ำและอากาศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หมายถึง ระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ต่ำ และต่ำมาก

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเด่น แปลก สวยงาม มีคุณค่าต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจ ได้แก่ ภูเขา/ดอย น้ำตก ทวีร์ป่า ถ้ำ และน้ำพุร้อน

แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อแสดงถึงประวัติความเป็นมาในอดีต ได้แก่ วัด อนุสาวรีย์ และพิพิธภัณฑ

แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับงานแสดงต่าง ๆ และกิจกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น งานแสดงวัฒนธรรม งานประเพณี และสถานบันเทิง

สกุลเงินดอลลาร์ หมายถึง สกุลเงินดอลลาร์ของประเทศสหรัฐอเมริกา

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

(REVIEW OF RELATED LITERATURE)

การตรวจเอกสารทำให้ทราบว่าควรจะมีแนวทางในการศึกษาเป็นอย่างไรซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้จากทฤษฎี หลักการและผลการวิจัย ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษาโดยค้นคว้าจากตำรา รายงานการวิจัย และเอกสารอื่น ๆ ที่เชื่อถือได้ สำหรับการตรวจเอกสารได้ค้นคว้าเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีอุปสงค์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งจูงใจ
4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม
5. แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีอุปสงค์

ทฤษฎีอุปสงค์โดยทั่วไปอธิบายถึงความสัมพันธ์โดยตรงที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่าย และสามารถซื้อสินค้าและบริการได้ในระดับราคาต่าง ๆ ในเวลาและสถานที่หนึ่งโดยให้ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่ ซึ่งมีสมมติฐานว่าด้วยความมีเหตุมีผลของผู้บริโภคที่จะทำการเลือกกระหว่างทางเลือกต่าง ๆ ในลักษณะที่ทำให้ได้รับความพอใจจากการบริโภคสินค้าหรือบริการมากที่สุด (ประเจิด สินทรัพย์, 2526)

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์สินค้า

จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาซื้อภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง มีปัจจัยที่กำหนดหลายประการด้วยกันปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สินค้าพอจะจำแนกได้ตามลำดับดังนี้ คือ

1. จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในตลาดขณะนั้น โดยทั่วไปแล้วสินค้าราคาแพงเท่าใดจำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อก็ยิ่งน้อย หรือจะกล่าวอย่างกว้าง ๆ ได้ว่า ถ้าราคาสินค้าต่ำผู้บริโภคจะต้องการซื้อสินค้านั้นมาก และถ้าราคาสูงก็ต้องการซื้อสินค้านั้นน้อย

2. จำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค โดยทั่วไปผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำภายในระยะเวลาที่เท่ากัน ณ ราคาเดียวกัน

3. จำนวนสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ด้วย ในบางกรณีผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่กล่าวถึงมากขึ้นเมื่อราคาสินค้าชนิดอื่นเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกรณีของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ ยกตัวอย่างเช่น ชาและกาแฟ ถ้าราคาของกาแฟมีราคาแพงขึ้น แล้วราคาของชาคงที่ ก็จะทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคชาแทนกาแฟเพิ่มมากขึ้น

4. รสนิยมและความพอใจในสินค้าก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดอุปสงค์สินค้าชนิดต่าง ๆ ด้วย เช่นในกรณีสินค้าที่มีผู้บริโภคนิยมในเรื่องแบบต่าง ๆ และความทันสมัย ผู้บริโภคอาจซื้อสินค้าชนิดที่เปลี่ยนแปลงแบบมากขึ้นโดยไม่คำนึงถึงราคาสินค้านั้นว่าจะถูกหรือแพง และไม่คำนึงแม้กระทั่งราคาสินค้าอย่างอื่น ๆ เป็นอย่างไร

5. จำนวนผู้บริโภคในตลาด เมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้นความต้องการสินค้าและบริการก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

6. การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต ซึ่งเป็นการพิจารณาระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น กรณีที่ผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาข้าวสารจะสูงขึ้นในอนาคต ก็จะมีผลให้ผู้บริโภคในขณะนี้รีบกักตุนข้าวสารไว้คือรีบซื้อก่อนที่จะราคาสินค้าจะสูงขึ้น ทำให้ความต้องการสินค้าในขณะนั้นเพิ่มสูงขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับตัวกำหนดเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ทางพีชคณิตได้ซึ่งเรียกว่า "ดีมานด์ฟังก์ชัน" (Demand Function)

ดีมานด์ฟังก์ชัน (demand function) หมายถึงการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการซื้อกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อต้องการซื้อสินค้าเป็นจำนวนเท่าไร คือ

$$Q_D = F(P_A, Y, T, P_S, N, E)$$

โดยกำหนดให้

Q_D = จำนวนสินค้าและบริการ ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ

P_A = ราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น

Y = รายได้ของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

T = รสนิยมของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

P_S = ราคาสินค้าชนิดอื่น ที่เกี่ยวข้อง

N = จำนวนผู้บริโภคในตลาด

E = การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต

จากฟังก์ชันที่แสดงข้างบน จะเห็นว่าตัวแปรที่จะกำหนดความต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งของผู้บริโภคนั้น ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าอย่างเดียวยังมีสาเหตุอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดอยู่เบื้องหลังอีกด้วย รายได้ของผู้ซื้อก็เป็นสาเหตุหนึ่งในการกำหนดจำนวนซื้อ คือถ้าผู้ซื้อมียาได้มาก ก็มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ถ้าผู้ซื้อมียาได้น้อยก็มีแนวโน้มที่จะซื้อน้อย รสนิยมของผู้ซื้อก็เช่นกันจะเป็นตัวกำหนดว่าจะซื้อสินค้ามากน้อยเพียงใด คือถ้าชอบสินค้านั้นก็จะซื้อมาก ตรงกันข้ามถ้าไม่ชอบก็จะไม่ซื้อเลย ส่วนราคาสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ถ้าเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันแล้ว เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้นก็จะไปซื้อสินค้าชนิดอื่นแทน แต่ถ้าเป็นสินค้าใช้ประกอบกันก็จะซื้อสินค้านั้นน้อยลง นอกจากนี้จำนวนผู้ซื้อก็มีผลสำคัญ คือ ถ้าจำนวนผู้ซื้อมากขึ้น ความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นก็ต่อมากขึ้นด้วย และการคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคตก็เช่นกัน ถ้าคาดว่าราคาจะสูงขึ้นก็จะซื้อกักตุนเพิ่มขึ้น

แต่อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาเชิงเศรษฐศาสตร์ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ในตัวแปรที่มี 2 ตัวโดยการควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ให้มีค่าคงที่ ฉะนั้นในการสร้างทฤษฎีจึงจำเป็นต้องตั้งข้อสมมติโดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ เช่น รายได้ รสนิยม ราคาสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวนประชากร การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคตให้อยู่คงที่หรือไม่เปลี่ยนแปลง ก็เพื่อช่วยให้การวิเคราะห์เป็นไปได้เฉพาะเรื่อง ซึ่งเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q_D = F(P_A)$$

ฟังก์ชันข้างบนแปลความหมายได้ว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า A จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับราคาสินค้า A โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือคงที่

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่าง และต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง เนื่องจาก การท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติ ทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคม วัฒนธรรม ดังกล่าวมาแล้ว นักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่โตและมีความสำคัญต่อมนุษยชาติ ในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เป็นอย่างยิ่ง ใน ค.ศ. 21 (Edgell, 1990 : 1-2)

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) กับการเดินทาง (Travel) สามารถใช้สลับเปลี่ยนกันได้ จนบางครั้งดูเหมือนว่าเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้วการเดินทางกับการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ในพจนานุกรมการท่องเที่ยว (The Dictionary of Tourism) ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่าง ๆ กัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมาถึงสถานที่เดิม” (Stevens, 1990: 3) หรือการเดินทาง คือการออกจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่อื่น ๆ เช่น การเดินทางออกจากบ้านตามปกติและการเดินทางเพื่อไปอาศัยที่อื่น (Gree et al. 1984 : 4)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมิได้เน้นการให้ความหมายคำนี้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของการท่องเที่ยวว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจ หรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวแล้วที่มีต่อการท่องเที่ยว (Holloway, 1983 : 1 และ Khan et al. 1993 : 544) อย่างไรก็ตาม การอธิบายความหมายของการท่องเที่ยว สามารถแยกแยะได้ดังนี้

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการและการอำนวยความสะดวก เพื่อให้เกิดความสุขสบายในการเดินทาง (Pond, 1993 : 35)

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว (Mill, 1990 : 359)

การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ระหว่าง นักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่นและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวแล้ว ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ (Coltman, 1989 : 3) ในความหมายดังกล่าวแล้ว การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการบริการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว อันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย ฯลฯ การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดนำเที่ยวหรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และประการสุดท้ายคือการต้อนรับด้วยไมตรีจิตจากประชาชนในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงาน ไปยังสถานที่อื่น ๆ ในระยะเวลาสั้นๆและคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตร หรือท่องเที่ยว (Holloway, 1983 : 3)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะเวลาสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว (Davidson, 1995 : 2) เช่น การพักผ่อน เล่นกีฬา การประชุม สัมมนา ฯลฯ

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้ว แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่นเดียวกับการท่องเที่ยว แต่การเดินทาง รวมถึงการออกจากที่พักเพื่อการประกอบอาชีพและการตั้งถิ่นฐานใหม่อย่างถาวร ส่วนการท่องเที่ยวมิได้รวมเอาความหมายของการประกอบอาชีพและการตั้งถิ่นฐานใหม่เป็นการถาวรไว้ ดังนั้นความหมายของการเดินทางจึงกว้างกว่าการท่องเที่ยว แต่คำทั้งสองก็ใช้แทนกันได้จนดูคล้ายเป็นความหมายเดียวกัน (ด้อย ชุมสาย และวิบูลย์พรหมโยธี, 2527 : 6)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนเกิดจากสาเหตุ 3 ประการ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร

2. การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ (Holloway, 1983 : 6)

เดวิดสัน (Davidson, 1995 : 2-4) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการเช่นเดียวกัน

1. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง (Leisure Tourism) ได้แบ่งวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวออกเป็นดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวในวันหยุดเช่นการเดินทางไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

1.2 การเล่นกีฬา เช่น การขี่ม้า การล่องเรือ ฯลฯ

1.3 การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม

1.4 การเยี่ยมญาติมิตร

2. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ (Business Tourism) การท่องเที่ยวทางธุรกิจแบ่งออกเป็นดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการติดต่อทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสินค้าหรือซื้อสินค้า

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อชมการแสดงสินค้า หรือการแสดงนิทรรศการ

2.3 การประชุมทางด้านธุรกิจ

3. การท่องเที่ยววัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้แก่ การศึกษาเล่าเรียนในระยะเวลาสั้น ๆ ประมาณ ไม่เกิน 2 เดือน การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวเพื่อศาสนิก

จากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ดังกล่าวแล้ว แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การติดต่อทางธุรกิจหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ แต่การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางชั่วคราว ไม่ใช่ประกอบอาชีพถาวร และไม่เป็นการถูกบังคับต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ

การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ หรือ 3As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Sites) และเหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต (Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปาจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

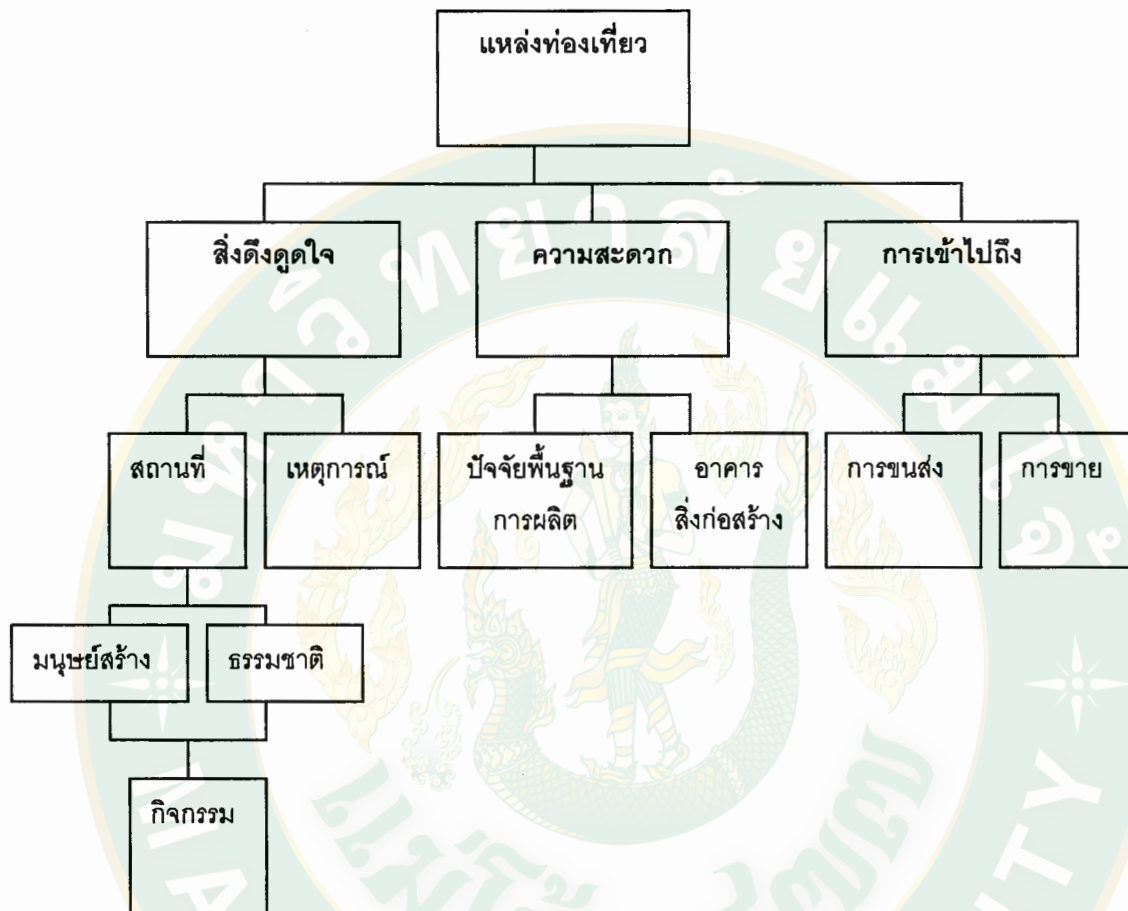
นอกจากนี้ สิ่งก่อสร้างอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ฯลฯ ตลอดจนระบบการกำจัดของเสียก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (The Way) พาหนะ (The Vehicle) สถานี (The Terminal) และผู้ประกอบการ (The Carrier) การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของ ไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการดังกล่าวแล้ว จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) แต่การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะอย่าง เช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มผจญภัย กลุ่มนักวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าวแล้ว ต้องการศึกษแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม การสร้างปัจจัยการผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวก ถ้าปราศจากการวางแผนที่ดีก็ย่อมกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการ เป็นผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (The Tourism Product) ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้รับการต้อนรับจากผู้มาเยือนหรือนักเที่ยว องค์ประกอบทั้ง 3 As สามารถเขียนเป็นแผนภูมิ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : Collier, Alan and Harraway (1997)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)

ข้อถกเถียงอีกอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวบางคนกล่าวว่า การท่องเที่ยวไม่จัดอยู่ในระบบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นแต่เพียงลักษณะของกิจกรรมซึ่งจัดให้แก่นักท่องเที่ยว (Mill, 1990 : 17) อย่างไรก็ตามนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวส่วนมากก็ยอมรับว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ (Hospitality Industry) ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการผลิต การบริโภค การกระจายผลผลิตด้วยการใช้ระบบตลาด และการส่งเสริมการจำหน่าย หลากหลายรูปแบบ การผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมโรงงาน ผลผลิตหรือสินค้ามีตัวตน (Tangible Product) สามารถสัมผัสได้ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า ฯลฯ แต่สินค้าที่เกิดจากอุตสาหกรรมบริการผลผลิตไม่มีตัวตน (Intangible Product) ไม่สามารถสัมผัสได้ ผลผลิต คือ การบริการ (Service) ซึ่งต้องสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือแขกให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

อุตสาหกรรมบริการประกอบด้วยธุรกิจหลายสาขา เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว ร้านอาหารและภัตตาคาร การขนส่ง การประกันภัย การธนาคาร ฯลฯ (Keiser, 1989 : 4 and Mullins, 1994 : 3) ก็จัดเป็นประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเรียกเฉพาะเจาะจงว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ขอบข่ายโดยตรงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจการบิน ธุรกิจการโรงแรม และร้านอาหารภัตตาคาร นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอย่างอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Khan et al. 1993 : 564) เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานบันเทิง หรือการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีขอบข่ายกว้างทั้งองค์กรของภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้น เพื่อบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นความหมายที่ค่อนข้างกว้างขวาง ครอบคลุมการดำเนินงานธุรกิจหลายสาขา อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐบาล และหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ของภาคเอกชน ที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Stevens, 1990 : 422) หรือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง หน่วยธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวก และจัดบริการให้แก่นักท่องเที่ยว (Davidson, 1995 : 17) จากความหมายดังกล่าวแล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีขอบข่ายกว้างครอบคลุมหน่วยธุรกิจและองค์กรอื่น ๆ ในทางด้านเศรษฐกิจโดยส่วนรวม (Khan et al. 1993 : 545) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงเกี่ยวข้องกับการซื้อ การขาย การสร้างผลผลิตและบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

โคลเลียร์ และฮาร์ราเวย์ (Collier and Harraway, 1997 : 18-19) กล่าวว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนคือ

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

2. ที่พัก (Accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท(Resorts) เรือนแรม(Guest House) ฯลฯ การจัดที่พักอาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการต่าง ๆ (Attractions, Activities and Ancillary Services) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจ และความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จากมนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ เช่น ประเพณี ลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การพ่อน้ำ ฯลฯ ความประทับใจอีกอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจ

สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ร้านขายสินค้า ร้านอาหาร ร้านซักรีด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว

4. การขาย (Sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่งบริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Retain Travel Agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทาง (Specialy Chandlers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วรถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

องค์ประกอบสำคัญทั้ง 4 ประการดังกล่าวเป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรง หรือผู้ผลิตโดยตรง (Direct Providers) กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งจูงใจ

ทฤษฎีสิ่งจูงใจของ McDougall

McDougall กล่าวว่าการกระทำหรือวัตถุเป็นตัวทำให้เกิดอารมณ์ขึ้น ซึ่งอารมณ์นี้จะทำให้เกิดการมุ่งสู่เป้าหมาย การกระทำที่มุ่งสู่เป้าหมายเรียกได้ว่าเป็นแรงจูงใจ แต่ McDougall เรียกว่า สัญชาตญาณ (Instincts) หรือความโน้มเอียงของจิตใจ (Propensities) ถ้าการกระทำหรือวัตถุนั้นไม่ทำให้เกิดอารมณ์ไม่ถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ (McDougall, 1953 : 34-35) ความต้องการทางจิตหรือแรงจูงใจตามทฤษฎีนี้ได้แบ่งตามพื้นฐานของพฤติกรรมมนุษย์ ดังนี้

1. การแสวงหาอาหาร
2. การรู้สึกรังเกียจ หลีกหนีในสิ่งที่ให้โทษ
3. ความต้องการทางเพศ การขอความรัก การสมรส
4. ความกลัว เกิดจากความฉลาด หนี
5. ความอยากรู้อยากเห็นออกไปในสถานที่แปลก ๆ
6. ความเป็นผู้ปกป้องคุ้มครองต่อผู้มีอายุน้อยกว่า
7. การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มก้อน มีการติดต่อ คบเพื่อน
8. การประกาศตนเอง ความเด่น ความเป็นผู้นำ แสดงตนก่อนผู้อื่น
9. ความอ่อนน้อม คล้อยตาม เชื่อฟัง ยอมอยู่ได้บังคับบัญชา
10. ความโลภ อยากรได้ อยากรเป็นเจ้าของ และต้องการเมื่อรู้ว่ามีประโยชน์

ทฤษฎีสิ่งจูงใจของ Hull

Hull เห็นว่าแรงขับเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดพฤติกรรมหรือกระทำโดยมีสิ่งจูงใจเป็นแรงหนุนเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมาย ความสัมพันธ์ของแรงบังคับเครื่องล่อมีหลายชนิดที่เป็นสิ่งช่วยจูงใจให้บุคคลกระตือรือร้น มีความสนใจทำงาน (Abraham, 1974 : 23-25) และสร้างแรงจูงใจที่ใช้กันมากจะใช้เครื่องล่อหรือวิธีการต่าง ๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. การให้รางวัล หมายถึงการให้สิ่งของ คำชมเชย สิทธิพิเศษ เป็นสินน้ำใจ
2. การลงโทษ หมายถึง การกล่าวคำตำหนิ กักขัง ตัดสิทธิบางอย่าง เชียนตี

ทฤษฎีสิ่งจูงใจของ McClland

McClland (1985 : 221-410) ได้เน้นถึงสิ่งจูงใจ 4 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ ความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยพยายามแข่งขันกับมาตรฐานอันดี มีความสบายใจเมื่อประสบผลสำเร็จและมีความวิตกกังวลเมื่อพบกับความล้มเหลว
2. สิ่งจูงใจใฝ่สัมพันธ์ คือ ความปรารถนาที่จะเป็นที่ยอมรับของคนอื่น ต้องการเป็นที่นิยมชมชอบหรือรักใคร่ชอบพอกับคนอื่น ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้มา ซึ่งการยอมรับจากผู้อื่น
3. สิ่งจูงใจใฝ่อำนาจ คือ ความปรารถนาที่จะได้มาซึ่งอิทธิพลเหนือผู้อื่นในสังคม ทำให้บุคคลแสวงหาอำนาจเพื่อจะเกิดความภูมิใจเมื่อหากทำอะไรได้เหนือผู้อื่น
4. สิ่งจูงใจใฝ่หลีกเลี่ยง คือ ความปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ตนไม่พอใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความกลัว โดยที่แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อจะให้หลุดพ้นจากปรากฏการณ์ดังกล่าว

ทฤษฎีสิ่งจูงใจของ Maslow

สิ่งจูงใจของคนนี้จะเกิดจากความต้องการของคน (Human needs) เป็นตัวกระตุ้นให้ความต้องการให้ได้รับการตอบสนอง โดย Maslow ได้กล่าวถึงลำดับความต้องการในทฤษฎีแรงจูงใจ (Maslow Theory of Human Motivations) อ้างใน Werther และ Davis (1982 : 261-263) ไว้ดังนี้

ความต้องการทางด้านร่างกาย Maslow ชี้ให้เห็นว่าบุคคลใดก็ตามที่อยู่ในภาวะการขาดแคลนอาหาร ความปลอดภัย การเข้าสังคม และความมีชื่อเสียงแล้ว บุคคลนั้นจะมีความต้องการในเรื่องอาหารมากกว่าสิ่งใด ๆ

ความต้องการทางด้านความปลอดภัย ความต้องการที่จะอยู่ระดับสูงขึ้นไปจะมีความสำคัญต่อเมื่อความต้องการด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการด้านความปลอดภัยเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการป้องกันเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับร่างกาย

ความต้องการทางด้านสังคม เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายและความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการทางด้านสังคมก็จะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อ

สำนัก เสดมุด มหาวิทยาลัยแม่โจ้

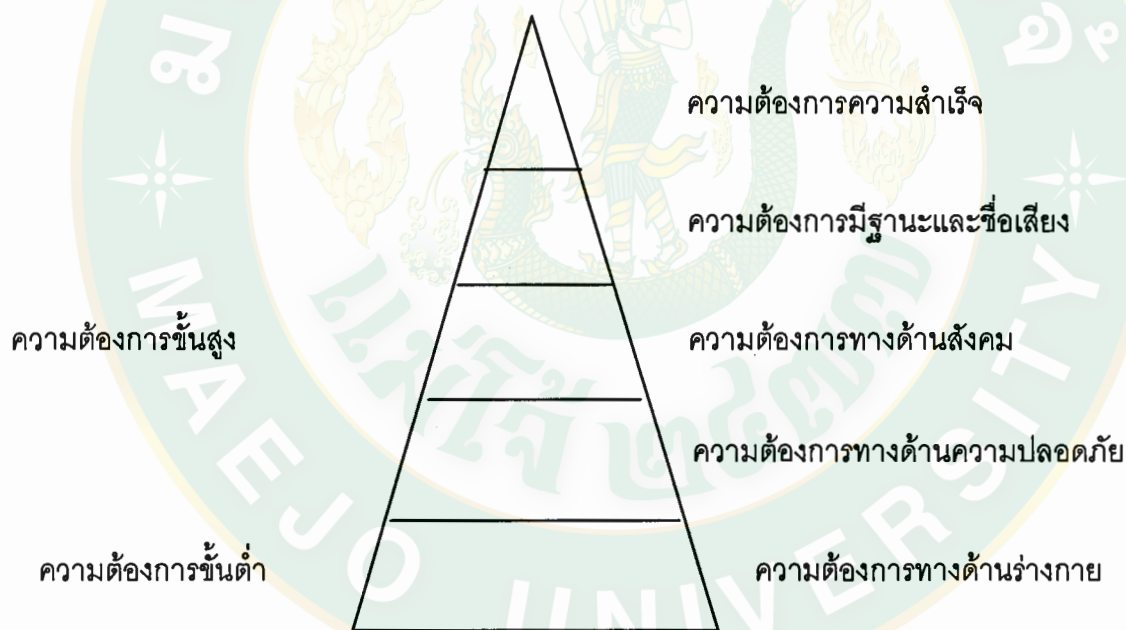
พฤติกรรมของตนตามปกติมีนิสัยชอบอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้นความต้องการทางด้านนี้จึงเป็นความต้องการที่เกี่ยวกับการอยู่ร่วมกัน และการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ

ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นหรือมีชื่อเสียง เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับความมั่นใจในตัวเองในเรื่องของความรู้ความสามารถ มีความต้องการที่จะให้บุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับนับถือของผู้อื่น และความต้องการทางด้านสถานภาพ

ความต้องการที่จะให้เกิดความสำคัญสมหวังในชีวิตของตนเอง ความต้องการประเภทนี้เป็นความต้องการระดับสูงสุด เป็นความต้องการที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จในสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดของตนเอง ความต้องการชนิดนี้จะมีมากขึ้นอยู่กับความสำเร็จต่าง ๆ ที่ผ่านมาก็จะเกิดกำลังใจและมองเห็นความต้องการในลำดับถัด ๆ ไป

จากแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ Maslow สามารถแสดงเป็นภาพได้ดัง

ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปปิรามิดลำดับขั้นตามความต้องการ 5 ชั้นของ Maslow

ที่มา : Werther and Davis (1982 : 264)

4. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม

นิพนธ์ คันธเสรี (2511 : 3) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่ซับซ้อนของการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งของบุคคล หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

สุชา จันทน์เอม (2524 : 80) ได้ให้ความหมายของทัศนคติโดยทั่ว ๆ ไป ว่าเป็นความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะเป็นไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ (2527 : 221) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นกิริยาท่าทีรวม ๆ ของบุคคลซึ่งเกิดจากความพร้อมหรือความโน้มเอียงของจิตใจ ซึ่งแสดงออกต่อสิ่งเร้าหนึ่ง ๆ เช่น วัตถุ สิ่งของ และสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม โดยแสดงออกในทางสนับสนุน ซึ่งมีความรู้สึกเห็นชอบต่อสิ่งเร้า นั้น หรือในทางไม่ติดต่อด้านซึ่งในความรู้สึกไม่เห็นด้วย ไม่เห็นชอบต่อสิ่งเร้า นั้น

สงวนศรี วิรัชชัย (2527 : 174) กล่าวว่า ทัศนคติ คือความโน้มเอียงหรือความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้ามีความสำคัญด้วยลักษณะอาการที่ได้มีการพิจารณาไว้ล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม ความโน้มเอียงทั้งหมดไม่ได้เป็นทัศนคติทุกอย่าง เราจะต้องระมัดระวังการแยกทัศนคติออกจากสภาพการจูงใจที่เกิดจากภายใน เช่น การจูงใจทางกาย เป็นต้น ทัศนคติอาจจะแตกต่างจากความโน้มเอียงต่าง ๆ เช่น อารมณ์หรือนิสัย และสภาพที่มีการจูงใจ

นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2531 : 131) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมของความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มในการตอบโต้ของเรา ต่อบุคคล วัตถุ หรือเรื่องราวทั้งปวง

ธงชัย สันติวงษ์ (2535 : 157) ทัศนคติเป็นลักษณะของแนวโน้มตามปกติของตัวบุคคลในการที่จะชอบ หรือเกลียดสิ่งของบุคคลและปรากฏการณ์ต่าง ๆ กล่าวคือ ทัศนคติจะเป็นลักษณะของระบบ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ (A System of Evaluative Orientation) และสำหรับแต่ละคนทัศนคติก็คือโลกแห่งความเป็นจริงของเขานั้นเอง

Guilford (1945 : 45) ได้นิยามทัศนคติว่า เป็นความรู้สึกซึ่งแต่ละบุคคลมีในระดับที่ต่างกัน โดยจะกระตุ้นให้บุคคลมีปฏิกิริยาตอบโต้สถานการณ์ต่าง ๆ ตามความรู้สึกที่บุคคลนั้นมีต่อสถานการณ์

ทัศนคติประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ

1. ส่วนของสติและเหตุผล (cognition component) เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึกหรือความเชื่อถือของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากบุคคลมีความรู้หรือเชื่อว่าสิ่งใดดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้ามหากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติไปในทิศทางตรงกันข้าม

2. ส่วนของความรู้สึก (feeling component) เป็นองค์ประกอบทางด้านความรู้สึกของบุคคลที่มีอารมณ์เกี่ยวข้องอยู่ด้วย หากบุคคลมีความรู้สึกชอบพอใจบุคคลใดหรือสิ่งใดก็จะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้นหรือสิ่งนั้นไปด้วย แต่ถ้าหากมีความรู้สึกเกลียดหรือโกรธบุคคลใดสิ่งใด ก็จะทำให้มีทัศนคติต่อบุคคลหรือสิ่งของนั้นไปในทางตรงกันข้าม

3. ส่วนของแบบพฤติกรรม (action component) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล คือ ความโน้มเอียงที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมตอบโต้บางอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา พฤติกรรมที่เขาแสดงออกมานั้นเกิดขึ้นจากความรู้และความรู้สึกที่เขามีอยู่เกี่ยวกับวัตถุเหตุการณ์หรือบุคคลนั้น ๆ นั้นเอง

องค์ประกอบทั้ง 3 อย่างข้างต้น มีความสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออกเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีความเข้มข้นแตกต่างกันไปอีกด้วย

จึงกล่าวได้ว่าหรือสรุปได้ว่า ทัศนคติก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation) ซึ่งก็หมายถึง ภาวะภายในจิตใจของบุคคลที่พร้อมจะกระตุ้นนำทางให้พฤติกรรมดำเนินไปตามเป้าหมายและแรงจูงใจ เป็นผู้กำหนดให้พฤติกรรมที่จะกระทำหรือละเว้นสิ่งต่าง ๆ เมื่อบุคคลมีทัศนคติในทางใดก็เกิดแรงจูงใจในแนวนั้น และจะต้องแสดงออกทางพฤติกรรมในแนวเดียวกัน ฉะนั้นการเปลี่ยนทัศนคติไปในแนวใดก็จะทำให้พฤติกรรมถูกเปลี่ยนไปด้วย (สุชา จันทน์เอม, 2524 : 82)

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติ

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคล Allport (สุชา จันทร์โฮม, 2524 : 80) เสนอความเห็นว่ ทัศนคติสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นจะเกิดขึ้นตามเงื่อนไข 4 ประการคือ

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กที่เกิดมาใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีจากบิดามารดาทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวทางการปฏิบัติของพ่อแม่ แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง นั่นคือ แยกสิ่งใดดี หรือไม่ดี
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป
4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน

ประโยชน์ของทัศนคติ

1. ช่วยทำให้เข้าใจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยการจัดรูป หรือจัดระบบสิ่งของต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเขา
2. ช่วยทำหน้าที่ปกป้องศักดิ์ศรีของบุคคล โดยช่วยให้บุคคลหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ หรือการกระทำอันจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ตนเองได้
3. ช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่สลับซับซ้อน ซึ่งการมีปฏิกิริยาตอบโต้ หรือการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดออกไปนั้น ส่วนมากจะทำในสิ่งที่นำความพอใจมาให้หรือเป็นบำเหน็จรางวัลจากสิ่งแวดล้อม
4. ช่วยให้ผู้บุคคลสามารถแสดงออกถึงค่านิยมของตนเอง ซึ่งแสดงว่าทัศนคตินั้น นำความพอใจมาให้บุคคลนั้น

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามแนวความคิดของเจเลียว บุรีภักดี (2517 : 218) ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามแนวความคิดเกิดได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ใหม่ที่บุคคลได้รับเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะทัศนคติเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ทั้งสิ้น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับชนิดของทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

ทัศนคติอาจเปลี่ยนไปได้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้ (สำเนาวิ ขจรศิลป์, 2524 : 25)

1. การเปลี่ยนทัศนคติไปในแนวทางสอดคล้องตามทัศนคติเดิม (congruent change) การเปลี่ยนทัศนคติในลักษณะนี้เกิดขึ้นได้ง่าย และเป็นไปได้ทั้งทางบวก (positive) และในทางลบ (negative)
2. การเปลี่ยนทัศนคติไปในแนวทางตรงกันข้ามกับทัศนคติเดิม (incongruent change) การเปลี่ยนทัศนคติในลักษณะนี้ เกิดขึ้นได้ยากกว่าการเปลี่ยนทัศนคติไปในแนวทางคล้ายตามทัศนคติเดิม

การวัดทัศนคติ

ในปัจจุบันนี้ยังไม่มีผู้ใดค้นพบวิธีการวัดทัศนคติของบุคคลโดยตรง อันเป็นดัชนีที่จะสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้อย่างชัดเจน แต่เท่าที่ปฏิบัติกันมา วิธีการวัดทัศนคติส่วนมากกระทำดังนี้ (ศักดิ์ชัย สหกุลบุญญรักษ์, 2524 : 56)

1. การออกแบบสัมภาษณ์ (survey interview) โดยอาจเป็นคำถามประเภทให้เลือกตอบ โดยกำหนดคำตอบไว้ให้แล้ว เช่น "ใช่" "ไม่ใช่" "ไม่แน่ใจ" หรืออาจใช้คำถามประเภทปลายเปิดให้ผู้ตอบตอบได้อย่างอิสระ
2. การแบ่งสเกล (special technique) เนื่องจากการวัดทัศนคตินั้นอาจประสบปัญหาข้อจำกัดในแง่ที่ผู้ตอบอาจตอบ เพื่อให้เป็นไปตามความเหมาะสมตามสภาพการณ์ของสังคม หรือตามปกติวิสัย ตามค่านิยม ตามการยอมรับ และไม่ยอมรับ หรือตามความเห็นไม่ชอบของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งเมื่อเป็นเช่นนี้ คำตอบที่ได้รับย่อมไม่ใช่ทัศนคติที่แท้จริงของผู้ตอบ จึงมีการเสาะหาวิธีการทางอ้อม เพื่อใช้วัดโดยไม่ต้องการให้ผู้ตอบทราบที่กำลังถูกทดสอบอะไรอยู่โดยอาจใช้วิธีให้บรรยายความรู้สึกและประสบการณ์จากรูปภาพที่นำมาให้ดู เป็นต้น

พฤติกรรม (Behavior)

เดโช สวานานนท์ (2516 : 4) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่ร่างกายกระทำคือ พฤติกรรมการเดิน การยืน การพูด การร้องไห้ ฯลฯ

สุชา จันทรเอม (2524 : 1) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมหมายถึง กิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ของสิ่งมีชีวิต ซึ่งเราอาจจะรู้ได้โดยการสังเกต หรือการใช้เครื่องมือช่วย

โยธิน คັນสนยุทธ และจุมพล พูลภัทรชีวีต (2525 : 6) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมหมายถึงการกระทำต่าง ๆ ของมนุษย์ หรือสัตว์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก และพฤติกรรมภายใน

- พฤติกรรมภายนอก ได้แก่ พฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถจะสังเกตได้โดยตรง (เป็นการสังเกตโดยผ่านประสาทสัมผัส)

- พฤติกรรมภายใน ได้แก่ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคล จะโดยรู้สึกตัวหรือไม่รู้สึกตัวก็ตาม เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นไม่สามารถจะทำการสังเกตได้โดยตรง ถ้าหากว่าบุคคลที่เป็นเจ้าของพฤติกรรมนั้นไม่บอก (ด้วยภาษาพูด ภาษาเขียน และภาษาท่าทางอื่น ๆ) หรือไม่แสดงพฤติกรรมภายนอกออกมาให้ผู้อื่นรู้ผู้อื่นก็ไม่สามารถจะล่วงรู้ได้

เริงชัย หมื่นชนะ (2538 : 4) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการรวมเอาสิ่งทั้งหลายที่มีชีวิตที่แสดงออกทางด้านการกระทำ ความคิด และความรู้สึก โดยไม่จำเป็นว่าพฤติกรรมนั้นจะสังเกตได้หรือไม่

Wolpe (1982 : 112) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกถึงอารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ กับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสมโดยไม่มีควมวิตกกังวล

5. แนวความคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว

อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวก็จะเป็นเช่นเดียวกับอุปสงค์โดยทั่วไป เพียงแต่สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อจะเป็นทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว (ผู้ซื้อ) เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและมีความต้องการซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับราคาสินค้านั้น ในระดับรายได้ที่แตกต่างกันของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อแต่ละบุคคล ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่สามารถกำหนดการท่องเที่ยวของผู้ซื้อ (ซูลิทธิ ชูชาติ, 2538) สามารถสรุปพอเป็นสังเขป ดังนี้

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบแต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (attractions)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities)
3. การขนส่ง (transportation)
4. การต้อนรับ (hospitality)

สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)

สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา ภูเขา หิน ภูมิอากาศ ภูเขา ฯลฯ สภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยว ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 4 ประการ คือ

1.1 สถานที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวมักจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ที่ตัวเองสนใจและพึงพอใจ

1.2 เหตุการณ์ที่น่าสนใจ ในบางฤดูมีประเพณีต่างๆ ซึ่งปฏิบัติติดต่อกันมาแต่โบราณมากมาย และกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ ประเพณีดังกล่าวอาจเกิดจากความเชื่อ ความศรัทธาที่แตกต่างกันซึ่งพอจำแนกประเภท ได้ดังนี้

1.2.1 ประเพณีเกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องผี วิญญาณ หรือสิ่งลึกลับ ก่อให้เกิดประเพณีพื้อมผีมือ ผีเม็งของภาคเหนือ การแห่ผีตาโขนของอำเภอด่านซ้ายจังหวัดเลย หรือประเพณีการไหว้ผีบ้าน ผีป่า ผีฝาย ผีน้ำ ของชาวเขา ในภาคเหนือของประเทศไทย

1.2.2 ประเพณีเกิดจากเรื่องของธรรมชาติ เช่น แหนางแมวขอฝน แหน่ปลาช่อนแล้วนำปลาช่อนไปปล่อย ซึ่งหมายถึงพระโพธิสัตว์ ปล่อยในแม่น้ำทา จังหวัดลำพูน ประเพณีบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร

1.2.3 ประเพณีเกิดจากพุทธศาสนา เช่นประเพณีตักบาตรเทโว ประเพณีชักพระ ประเพณีปล่อยสาบลง ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

1.2.4 ป่อเกิดของประเพณีอาจมีสาเหตุอื่น ๆ ประกอบมากกว่านี้ และประเพณีแต่ละอย่างที่เกิดขึ้นก็มีการผสมผสานระหว่างความเชื่อความศรัทธาหลาย ๆ อย่าง ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติซึ่งแสดงถึงรากฐานทางประวัติศาสตร์ และวิวัฒนาการของชนชาติที่ยาวนานเป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาอดีตเพื่อเข้าใจปัจจุบันและวางรากฐานของอนาคต

1.3 ภูมิอากาศ เป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยว และเป็นมนต์ลึงทำให้คนเกิดความประทับใจ และกลับไปเยือนอีกครั้งหนึ่ง เช่น ประชาชนส่วนมากนิยมไปเที่ยวภาคเหนือในฤดูหนาว เพราะอากาศหนาวเย็น ท้องฟ้าแจ่มใส มีดอกไม้สวยงาม ป่าไม้เขียวชีย นักท่องเที่ยวนิยมไปภาคใต้หรือชายทะเลจังหวัดอื่น ๆ ในฤดูร้อน เพราะได้รับลมจากชายทะเล และสามารถจัดกิจกรรมทางน้ำให้สอดคล้องกับบรรยากาศ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าภูมิอากาศเป็นตัวกำหนดวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง

1.4 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวถ้าที่ตั้งห่างไกลและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าไปถึงความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวก็ลดน้อยลง แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะมีความประทับใจก็ตาม

2. วัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้น ๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของประชาชน จารีตประเพณี ทั้งอดีต และปัจจุบัน

3. ชาติพันธุ์ เป็นเหตุผลอีกอย่างหนึ่ง ในการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมเพื่อนและญาติมิตรคนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยือนแผ่นดินของตนเอง

4. แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงในที่นี้ไม่ใช่ หมายถึงสถานเริงรมย์ยามราตรี เพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ ซึ่งแหล่งบันเทิงเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น เช่น การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ โอลิมปิก ฟุตบอลโลก เป็นต้น แหล่งบันเทิงที่ดีควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นด้วย มิใช่เป็นฝ่ายนั่งชมเพียงอย่างเดียว เช่น ให้ร่วมกิจกรรมกับการแสดงของสัตว์ ซึ่งจัดขึ้นในสวนสัตว์

สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

สิ่งดึงดูดในทางด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยชักนำประชาชนไปยังแหล่งท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงสถานที่ดังกล่าวแล้วสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตามมา คือ การอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เพราะแก่นักท่องเที่ยวยามเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ คือ

1. ที่พัก ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ หรือที่พักลักษณะอื่น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติ หรือเพื่อน
2. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าปกติเมื่อเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการด้านอาหารควรมีทั้งอาหารสากลและอาหารท้องถิ่น เพราะอาหารทั้งสองประเภทนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเป็นส่วนใหญ่
3. สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ ฯลฯ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้มีเพียงพอกับความต้องการ การลงทุนกิจกรรมด้านนันทนาการบางอย่างก็ลงทุนไม่สูงมาก เช่น การปั่นหน้าผา การดำน้ำดูปะการัง การว่ายน้ำ การเล่นเรือ การขี่ม้า ฯลฯ นับเป็นการสร้างงาน และการกระจายรายได้เป็นอย่างดีให้แก่บุคคลในท้องถิ่น ในด้านร้านขายของที่ระลึก นอกจากเป็นการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นแก่ประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย

4. ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ในแหล่งท่องเที่ยวมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะทำให้เกิดความสะดวกในการจองที่พัก การติดต่อกับครอบครัว ความสะดวกสบายในการเดินทาง และความสุขความเพลิดเพลินในการพักผ่อน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวแล้วนอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนาและส่งผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่นด้วย

การขนส่ง (Transportation)

การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกออกไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้น การขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ความสะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่ได้วัดในรูปของระยะทาง แต่วัดด้วยเวลาของการเดินทางไปถึงแม้ว่าระยะทางไกล ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

การต้อนรับ (Hospitality)

เป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับประเทศเจ้าบ้านอย่างเช่นประเทศไทย ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกลับไปยังสถานที่เดิมนั้น เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่ไม่น้อยไปกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นพื้นที่ใดเป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญในข้อนี้ด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว หรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถเป็นได้ทั้งปัจจัยที่เป็นตัวดึงดูดและอุปสรรคขัดขวางในการท่องเที่ยวได้ในขณะเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชุม สุวตถิ (2526) รายงานการวิจัยเรื่อง โครงสร้างการจัดเก็บภาษีจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้สำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศไว้ในรายงานการวิจัยส่วนหนึ่ง และให้ความคิดเห็นในเชิงคุณภาพว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย ในทัศนะของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ปัจจัยสำคัญที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว รองลงไป ได้แก่ ทัศนคติของคนไทย ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี และที่มีความสำคัญรองลงไป ได้แก่ ราคาสินค้า คุณภาพของที่พักราคาที่พัก ค่าอาหาร และค่าบริการ

กองสถิติและการวิจัย, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2528) การวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาและสำรวจการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2530. ได้จัดทำโครงการศึกษา และสำรวจการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวระหว่างปี 2530 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในระหว่างเดือนมกราคม-ธันวาคม 2530 จำนวนทั้งสิ้น 5,015 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ณ บริเวณผู้โดยสารขาออกท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ภูเก็ต และหาดใหญ่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับโดยทางอากาศและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ณ จุดตรวจด่านชายแดนของกองตรวจคนเข้าเมือง สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับทางบก ทั้งนี้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสัมภาษณ์

ผลจากการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ในเขตกรุงเทพฯ พบว่าพระบรมมหาราชวัง และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนิยมไปเยี่ยมชมมากที่สุดถึงร้อยละ 38 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาประเทศไทย ส่วนจังหวัดอื่น ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถแยกตามภาคต่าง ๆ คือ

1. ภาคกลาง ยกเว้นกรุงเทพฯ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ ออยุธยา สมุทรปราการ (ฟาร์มจระเข้และเมืองโบราณ) นครปฐม (พระปฐมเจดีย์และสวนสามพราน) ราชบุรี (ตลาดน้ำดำเนินสะดวก) กาญจนบุรี หัวหิน และชะอำ
2. ภาคเหนือ จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก คือ เชียงใหม่ เชียงราย สุโขทัย พิษณุโลก ลำปาง ลำพูน และแม่ฮ่องสอน

3. ภาคตะวันออก แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักคือจังหวัดขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี
5. ภาคใต้ สถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก คือ จังหวัดภูเก็ต เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อำเภอสุโขทัย จังหวัดสุโขทัย และจังหวัดกระบี่

กิจกรรมและสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยในรอบปี พ.ศ. 2531 มีความประทับใจในการรับประทานอาหารไทยมากที่สุด และสิ่งประทับใจอันดับรองต่อไป คือ วิถีชีวิตของคนไทย ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ปัญหาหรืออุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่พบมากที่สุด คือ การใช้ภาษาในการสื่อสาร ความเข้าใจกับคนท้องถิ่น ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ การให้ข้อมูลของการท่องเที่ยว ความรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สิน ตามลำดับ

Industrial Market Research Services and Development Services Ltd. (1986) ทำการวิจัยเรื่อง Tourism Market and Advertising Research for Phuket and Pattaya. จุดประสงค์เพื่อหาข้อมูลหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดพัทลุงและภูเก็ต การส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสองแห่งที่มีศักยภาพที่แตกต่างกันถึงแม้ว่าจะเป็นสถานที่ที่ติดทะเลและมีชายหาด แต่ก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนเป็นการเตรียมข้อมูลให้ Kenyon & Eckhardt เพื่อส่งเสริมและโฆษณาจุดเด่นในแต่ละจังหวัดต่อไป

วิธีการศึกษาการวิจัยนี้ ใช้การสำรวจข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 3,211 คน จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตามสถานที่ต่าง ๆ คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่สนามบินกรุงเทพฯ จำนวน 1,540 คน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางไปพัทลุงจำนวน 930 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังภูเก็ต จำนวน 425 คน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังปักษ์ใต้ จำนวน 316 คน ผลจากการสัมภาษณ์นำมาประเมินผลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ คือ Statistical Package for Social Sciences (SPSS) ปรากฏผลดังนี้

จังหวัดภูเก็ต ผลจากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาวมีวิชา
 ที่พหุการศึกษา รายได้ และเดินทางโดยอาศัยกรุ๊ปทัวร์เป็นส่วนใหญ่ เหตุผลหลักของนักท่องเที่ยว
 ทั่วประเทศที่เดินทางมายัง จังหวัดภูเก็ต คือ มีทิวทัศน์ หาดทราย และ
 ทะเลที่สวยงาม สาเหตุที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือมีการคมนาคมขนส่งที่สะดวก เป็นปัจจัยดึงดูด
 ที่สำคัญ จังหวัดภูเก็ตสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้
 เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการรณรงค์เพื่อที่จะพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งที่สองของ
 ประเทศไทยรองจากกรุงเทพฯ สามารถเป็นไปได้มาก นอกจากนี้การตั้งร้านค้าปลอดภาษีใน
 ภูเก็ตก็เป็นเรื่องประเทศไทยมีการศึกษาถึงความเป็นไปได้มาแล้ว เนื่องจากภูเก็ตเป็นสถานที่ที่
 ไม่ไกลจากป็นัง ประเทศมาเลเซียซึ่งมีชื่อเสียงทางด้านสินค้าปลอดภาษี และภูเก็ตเป็นจังหวัด
 ที่มีการคมนาคมจากป็นังได้โดยสะดวกอีกด้วย ตลาดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของภูเก็ตเป็นกลุ่ม
 ยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย เอเชีย ประกอบด้วยประเทศ ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง และ
 สิงคโปร์ การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากการบอกเล่าจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาก่อนแล้ว ดังนั้น
 จังหวัดภูเก็ตควรที่จะมีการพัฒนาส่งเสริมทางการท่องเที่ยว และทางด้านการค้าที่เกี่ยวข้อง
 และสนับสนุนกับการท่องเที่ยวโดยมีข้อที่ควรระวังคือ การค้าควรที่จะแยกโซนการค้าและบริเวณ
 ที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เพื่อป้องกันความเจริญที่จะทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมลง เช่น
 สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกจากนี้ควรที่จะส่งเสริมการโฆษณาจังหวัดภูเก็ตให้มากกว่านี้ รวมทั้ง
 การพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภค ความสะดวกสบาย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวระหว่าง
 ประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดภูเก็ตมากขึ้น

พหุวิชาและผลจากการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาเยือนส่วนมาก
 เป็นเพศชาย มีรายได้สูง และอยู่ในวัยหนุ่มสาวแต่ค่อนข้างที่จะมีอายุมากกว่าและยังมีการศึกษา
 ที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปจังหวัดภูเก็ตโดยเฉลี่ย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมายัง
 ประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง มีลักษณะการเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์ โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับพหุวิชา
 จากจลสารการท่องเที่ยว จุดดึงดูดหลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางมายังพหุวิชาคือ เป็นแหล่งท่องเที่ยว
 ที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สะดวกสบาย และมีที่ทำการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งอยู่
 สามารถขอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของพหุวิชาได้ง่าย การประชุมและสัมมนาที่มีส่วน
 ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพหุวิชาเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาทางการประชุมและสัมมนา
 ในพหุวิชาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภค ความสะดวกสบาย
 ทางด้านโรงแรม เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางด้วยจุดประสงค์ด้านนี้ คือ นักท่องเที่ยว
 จากยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลีย และเอเชีย ตามลำดับ

ในระยะยาว พัทยาจะมีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากขึ้น โดยการพัฒนากการท่องเที่ยวแบบครอบครัวเนื่องจากพัทยาคือสถานที่ซึ่งไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และมีการพัฒนาหาดจอมเทียนขึ้นเป็นอีกหาดหนึ่งที่จะรองรับผู้คนที่ไม่นิยมเที่ยวกลางคืน เพื่อพัฒนาพัทยาทให้มีหลากหลายและมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวของพัทยามากขึ้น

โครงการสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อม (2529) การวิจัยเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่เป็นการศึกษาวิธีการเก็บข้อมูล 3 วิธีผสมผสานกัน คือ

- 1) การใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น
- 2) การสัมภาษณ์ในรายละเอียดกับบุคคลที่มีความรู้ในเรื่องหัวข้อการวิจัยและ
- 3) การประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีประสบการณ์ใน

กิจกรรมการท่องเที่ยวและสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมของเชียงใหม่

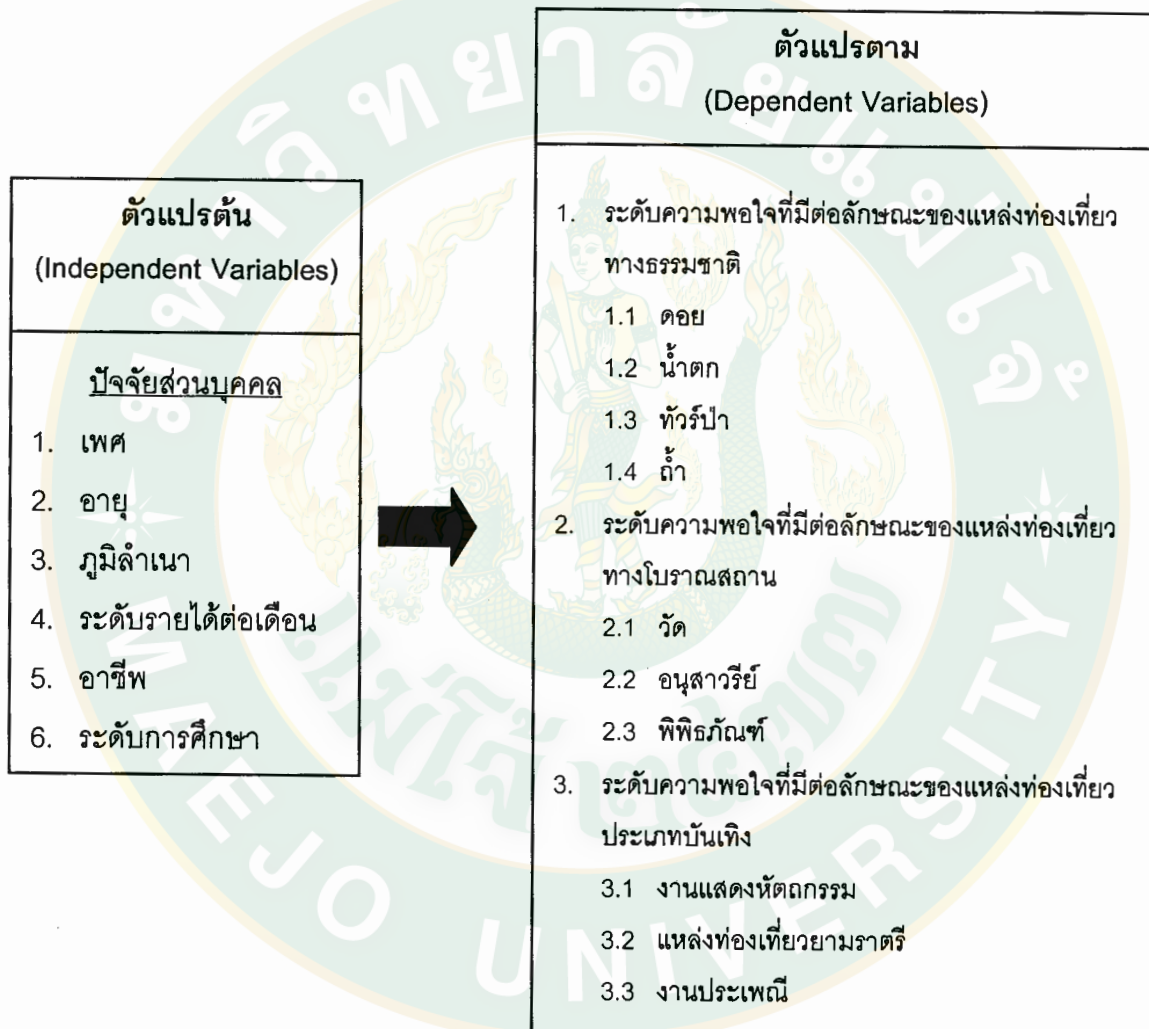
การเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ได้ทำการสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือนจำนวน 674 ครัวเรือน ที่อาศัยในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งบริเวณนอกตัวเมือง และในตัวเมืองเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังใช้วิธีการศึกษาหมู่บ้านที่เรียกว่า หมู่บ้านควบคุม เพื่อเพิ่มการเปรียบเทียบให้ได้ผลชัดเจนขึ้น หมู่บ้านควบคุมเป็นหมู่บ้านที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวน้อยที่สุดหรือกล่าวได้ว่าไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน วิธีการวิเคราะห์ผลกระทบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ พิจารณาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ 3 แบบคือ หมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเมือง หมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง และหมู่บ้านควบคุม การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นพบว่าหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเมืองมีลักษณะของความทันสมัยด้านการศึกษาและอาชีพมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองและสูงกว่าหมู่บ้านควบคุม

ผลการวิจัยพบว่าอิทธิพลของการท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับแรกจะมีผลโดยตรงต่อสังคมและวัฒนธรรมในด้านการสร้างงาน การสร้างอาชีพ รายได้ และราคาสินค้า ระดับที่สองคือจะส่งผลทางด้านการเปลี่ยนแปลงทางประเพณีในฐานะเป็นปัจจัยร่วมกับอิทธิพลอื่นๆ เช่น ความสัมพันธ์ทางสังคม มลภาวะ การย้ายถิ่น โสเภณี อาชญากรรม การใช้ภาษาพื้นเมือง กิจกรรมทางศาสนา การแต่งกาย การรับประทานอาหาร ดนตรี และค่านิยม และระดับที่สามคือสามารถเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น ปัญหาโสเภณี ปัญหาอาชญากรรม ศิลปการใช้ภาษา

และค่านิยมที่เปลี่ยนไป
ในงานวิจัยต่อ ๆ ไป

ผลการวิจัยได้เสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาและพิสูจน์หาข้อเท็จจริง

กรอบแนวความคิดในการวิจัย
(Conceptual Framework of the Study)



ภาพที่ 3 แบบจำลองกรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย
(Research Hypothesis)

ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อระดับความพอใจของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่
แตกต่างกัน



บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย
(RESEARCH METHODOLOGY)

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยใน การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศใน การมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย
(Local of the Study)

การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสถานที่ที่ใช้ในการ ดำเนินการวิจัย คือ แหล่งท่องเที่ยว แหล่งธุรกิจประเภทที่พัก แหล่งคมนาคมขนส่ง แหล่งธุรกิจ ประเภทบริการ และธุรกิจประเภทร้านค้า

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
(The Respondents and Sampling Procedure)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่สามารถพูดและเขียนภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดีเท่านั้น ซึ่งในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อ พักผ่อน มาเยี่ยมญาติ และเพื่อมาติดต่อทำธุรกิจ และวัตถุประสงค์อื่นๆ อันมิใช่เพื่อประจําใน ประเทศไทย

วิธีสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งจะเลือกแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่สามารถพูดและเขียน ภาษาอังกฤษได้

ขนาดของตัวอย่าง (Size of Sample)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณขนาดของตัวอย่างขั้นต่ำเพื่อให้ได้ตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรที่เชื่อถือได้ ตามสูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 95% หมายความว่า ยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 5

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร (140,386 คน)

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Error) (กำหนดให้เท่ากับ 5%)

เมื่อคำนวณขนาดของตัวอย่างตามสูตรของ Yamane แล้วพบว่าขนาดของตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง (ภาคผนวก ก) และเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดในการให้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยเพิ่มขนาดของตัวอย่างอีก 50 ตัวอย่าง จากเดิม 400 ตัวอย่าง เป็น 450 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (The Research Instrument)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้ตั้งไว้ และแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. แบบเลือกตอบ (Multiple Choice)
2. แบบประเมินค่า (Rating Scale)

เนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป้าหมายในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะที่พักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมจะไปพักแรมหรือค้างคืน และจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ใช้ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาทัศนคติที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ศึกษาปัจจัยที่ดึงดูดและปัจจัยที่เป็นอุปสรรค และศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

การทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test of the Research Instrument)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการทดสอบแบบสอบถามก่อนเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดังนี้

การทดสอบความถูกต้องและความครอบคลุมเนื้อหา ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างเสร็จแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และนำมาพิจารณาตรวจสอบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในงานวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)

- ขั้นที่ 1 ทำแบบสอบถามโดยอาศัยเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่
- ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ โดยถือเป็นตัวอย่างขั้นต้นในการออกแบบเพื่อปรับปรุงแบบสอบถามก่อนออกภาคสนามต่อไป จำนวน 20 ชุด
- ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้มาทดสอบ เพื่อหาจุดบกพร่องและปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
- ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่
- ขั้นที่ 5 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม ตามสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ ธุรกิจประเภทที่พัก ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจประเภทบริการ ธุรกิจประเภทร้านค้า และธุรกิจประเภทคมนาคมขนส่ง
- ขั้นที่ 6 รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้วทำการคัดเลือกเอาแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ แปลผลการวิจัย และสรุปผล

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้วจะมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยในการวิเคราะห์ได้ใช้ค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) เพื่อวัดค่าความเฉลี่ยของข้อมูลและการกระจายของข้อมูล เสนอในรูปตารางพรรณนาประกอบ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ตามช่วงอายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ
2. ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 มีระดับความเชื่อมั่น 95%
3. การวัดตัวแปรที่เกี่ยวกับระดับความพอใจที่มีต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ธรรมชาติ โบราณสถานเก่า และประเภทกิจกรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้สอบถามความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวภูเขา/ดอย น้ำตก ทิวป่า ถ้ำ และน้ำพุร้อน ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานเก่าแก่ ประกอบด้วย วัด อนุสาวรีย์ และพิพิธภัณฑสถาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม ประกอบด้วย งานแสดงวัฒนธรรม สถานบันเทิง และงานประเพณี โดยมีคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบตามความรู้สึกที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกคำตอบตามแบบสอบถามในลักษณะประมาณค่า (Rating Scale) จะมีอยู่ 4 ระดับตามหลักของ Likert คำตอบแต่ละคำตอบผู้วิจัยกำหนดคะแนนให้ดังนี้คือ

“สูงมาก” (4 คะแนน) หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูล ในระดับมากที่สุด

“สูง” (3 คะแนน) หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูล ในระดับมาก

“ต่ำ” (2 คะแนน) หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูล ในระดับน้อย

“ต่ำมาก” (1 คะแนน) หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูล ในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนจากคำตอบที่ผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบ มาคำนวณหาช่วงคะแนนเพื่อใช้เป็นค่าในการแปลผลข้อมูล โดยมีเกณฑ์การแปลผลซึ่งกำหนดค่าช่วงคะแนนและได้จำแนกการกำหนดค่าช่วงคะแนนตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ช่วงคะแนน 16 – 20 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 11 – 15 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับมาก

ช่วงคะแนน 6 – 10 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1 – 5 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อยที่สุด

ช่วงคะแนน	หมายถึง	การแปลความหมาย
16 – 20	หมายถึง	สูงมาก
11 – 15	หมายถึง	สูง
6 – 10	หมายถึง	ต่ำ
1 - 5	หมายถึง	ต่ำมาก

2. แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่

ช่วงคะแนน 10 – 12 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 7 – 9 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับมาก

ช่วงคะแนน 4 – 6 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1 – 3 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อยที่สุด

ช่วงคะแนน	การแปลความหมาย	
10 – 12	หมายถึง	สูงมาก
7 – 9	หมายถึง	สูง
4 – 6	หมายถึง	ต่ำ
1 - 3	หมายถึง	ต่ำมาก

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ช่วงคะแนน 10 – 12 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับมากที่สุด

ช่วงคะแนน 7 – 9 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับมาก

ช่วงคะแนน 4 – 6 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อย

ช่วงคะแนน 1 – 3 หมายถึง มีระดับความพอใจต่อลักษณะแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ให้ข้อมูลในระดับน้อยที่สุด

ช่วงคะแนน	การแปลความหมาย	
10 – 12	หมายถึง	สูงมาก
7 – 9	หมายถึง	สูง
4 – 6	หมายถึง	ต่ำ
1 - 3	หมายถึง	ต่ำมาก

บทที่ 4
ผลการวิจัย
(RESEARCH RESULTS)

ผลของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 404 คน ได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตอนที่ 3 ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ดึงดูดและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์หรือปรับปรุงในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 5 ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยในแต่ละตอนปรากฏผลดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในระหว่างเดือน มิถุนายน – กรกฎาคม 2544 สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ ภูมิลำเนา เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน

ภูมิสำเนา

จากการวิเคราะห์ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 8) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศในกลุ่มทวีปยุโรปมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.8 ส่วนประเทศในกลุ่มทวีปอเมริกา มีสัดส่วนรองลงมาเป็นอันดับที่สองประมาณ ร้อยละ 22.5 อันดับที่ 3 คือประเทศในกลุ่มทวีปเอเชียร้อยละ 16.0 ประเทศในกลุ่มทวีปโอเชียเนีย รองลงมาเป็นอันดับที่ 4 ประมาณร้อยละ 11.6 ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางอยู่ในอันดับที่ 5 ประมาณร้อยละ 6.2 และประเทศในกลุ่มแอฟริกา มีจำนวนน้อยที่สุด ประมาณร้อยละ 2.0 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ภูมิสำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ยุโรป	165	40.8
อเมริกา	91	22.5
เอเชีย	65	16.0
โอเชียเนีย	47	11.6
ตะวันออกกลาง	25	6.2
แอฟริกา	8	2.0
ไม่ตอบ	3	0.7
รวม	404	100.0

สัญชาติ

จากการวิเคราะห์สัญชาติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 17.8 ส่วนประเทศอังกฤษ มีสัดส่วนรองลงมาเป็นอันดับที่สองประมาณ ร้อยละ 13.4 อันดับที่ 3 คือประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 11.6 ประเทศออสเตรเลีย รองลงมาเป็นอันดับที่ 4 ประมาณร้อยละ 9.2 ประเทศเนเธอร์แลนด์อยู่ในอันดับที่ 5 ประมาณร้อยละ 8.9 ประเทศเยอรมันรองลงมาเป็นอันดับที่ 6 ประมาณร้อยละ 5.7 และประเทศอื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุด ไม่เกินร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 สัญชาติของนักท่องเที่ยวดังประเทศ

ชาว	จำนวน	ร้อยละ
เอเชีย		
ญี่ปุ่น	47	11.6
มาเลเซีย	8	2.0
บังกลาเทศ	3	0.7
เกาหลี	2	0.5
สิงคโปร์	2	0.5
ฮ่องกง	1	0.2
ไต้หวัน	1	0.2
ยุโรป		
อังกฤษ	54	13.4
เนเธอร์แลนด์	36	8.9
เยอรมัน	23	5.7
ฝรั่งเศส	14	3.5
ไอร์แลนด์	8	2.0
สวิตเซอร์แลนด์	7	1.7
เบลเยียม	7	1.7
สเปน	4	1.0
สวีเดน	4	1.0
อิตาลี	3	0.7
เดนมาร์ก	3	0.7
นอร์เวย์	2	0.5
โปรแลนด์	2	0.5
สกอตแลนด์	1	0.2
ยังการี	1	0.2

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ชาว	จำนวน	ร้อยละ
ทวีปอเมริกา		
สหรัฐอเมริกา	72	17.8
แคนาดา	15	3.7
เม็กซิโก	1	0.2
โอเชียเนีย		
ออสเตรเลีย	37	9.2
นิวซีแลนด์	10	2.5
ตะวันออกกลาง		
อิสราเอล	21	5.2
ซาอุดีอาระเบีย	1	0.2
บาเรน	1	0.2
คูเวต	1	0.2
สหรัฐอาหรับเอมิเรต	1	0.2
ทวีปแอฟริกา		
แอฟริกาใต้	7	1.7
เคนยา	1	0.2
ไม่ตอบ	3	0.7
รวม	404	100.0

เพศ

จากการวิเคราะห์เพศของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เป็นเพศหญิง ประมาณร้อยละ 51.5 เพศชาย ร้อยละ 48.3 (ตารางที่ 10)

อายุ

จากการวิเคราะห์กลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุระหว่าง 15 – 24 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 33.7 รองลงมาคือ กลุ่มวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ประมาณร้อยละ 31.4 ช่วงอายุระหว่าง 35 - 44 ปี ร้อยละ 13.6 ช่วงอายุ 45 - 54 ปี ร้อยละ 12.6 ช่วงอายุระหว่าง 55 - 64 ปี ร้อยละ 6.7 ช่วงอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.5 และช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี ร้อยละ 0.5 (ตารางที่ 10)

ระดับการศึกษา

จากการวิเคราะห์ด้านการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาเป็นการศึกษาระดับมัธยมปลาย ประมาณร้อยละ 23.0 การศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 12.4 การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ร้อยละ 7.2 การศึกษาระดับปริญญาเอก ร้อยละ 5.2 การศึกษาระดับมัธยมตอนต้น ประมาณร้อยละ 4.2 การศึกษาระดับอื่นๆ ร้อยละ 3.7 และการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 1.5 (ตารางที่ 10)

อาชีพ

จากการวิเคราะห์ด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.4 รองลงมาคือ นักศึกษา ร้อยละ 27 อาชีพรับราชการกับเจ้าของธุรกิจมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และอาชีพอื่นๆ ประมาณร้อยละ 4.2 (ตารางที่ 10)

ระดับรายได้ต่อเดือน

จากการวิเคราะห์รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีรายได้น้อยกว่า 1,000 US\$ต่อเดือน มีจำนวนมากที่สุด ประมาณร้อยละ 27.7 รายได้ระหว่าง 2,001 – 3,000 US\$ต่อเดือน ร้อยละ 18.8 รายได้ระหว่าง 1,001 – 2,000 US\$ต่อเดือน ร้อยละ 18.1 รายได้ระหว่าง 4,001 – 5,000 US\$ต่อเดือน ร้อยละ 9.2 รายได้ระหว่าง 3,001 – 4,000 US\$ต่อเดือนและรายได้มากกว่า 5,001 US\$ต่อเดือนขึ้นไป มีจำนวนเท่ากัน ประมาณร้อยละ 8.4 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวดังประเทศ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n = 404)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	195	48.3
หญิง	208	51.5
ไม่ตอบ	1	0.2
อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	2	0.5
15-24 ปี	136	33.7
25-34 ปี	127	31.4
35-44 ปี	55	13.6
45-54 ปี	51	12.6
55-64 ปี	27	6.7
65 ปีขึ้นไป	6	1.5
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	1.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	17	4.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	93	23.0
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง	29	7.2
ปริญญาตรี	163	40.3
ปริญญาโท	50	12.4
ปริญญาเอก	21	5.2
อื่น ๆ	15	3.7
ไม่ตอบ	10	2.5

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักศึกษา	109	27.0
พนักงานบริษัท	151	37.4
ข้าราชการ	49	12.1
เจ้าของธุรกิจ	49	12.1
ประกอบอาชีพอิสระ	17	4.2
แม่บ้าน	13	3.2
ข้าราชการเกษียณอายุ	9	2.2
ไม่ตอบ	7	1.7
ระดับรายได้ต่อเดือน		
ดอลลาร์สหรัฐ		
น้อยกว่า 1,000	112	27.7
1,001 – 2,000	73	18.1
2,001 – 3,000	76	18.8
3,001 – 4,000	34	8.4
4,001 – 5,000	37	9.2
มากกว่า 5,001	34	8.4
ไม่ตอบ	38	9.4
หมายเหตุ : อัตราแลกเปลี่ยน 1 ดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับ 40 บาท		

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน รองลงมาคือ มีวัตถุประสงค์หลายอย่าง ประมาณร้อยละ 20.0 เพื่อเยี่ยมเพื่อน/ญาติ ประมาณร้อยละ 3.2 เพื่อติดต่องานธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 2.0 เพื่อติดต่องานราชการ ร้อยละ 1.2 เพื่อมาประชุมสัมมนาที่จังหวัดเชียงใหม่ ประมาณร้อยละ 1.0 และเพื่อมาซื้อสินค้าและของที่ระลึก ร้อยละ 0.7 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อนวันหยุด	288	71.3
มีหลายวัตถุประสงค์	82	20.0
เพื่อเยี่ยมเพื่อน/ญาติ	13	3.2
เพื่อทำธุรกิจ	8	2.0
ติดต่อราชการ	5	1.2
เพื่อประชุม,สัมมนา	4	1.0
เพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึก	3	0.7
รวม	404	100.0

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับ

จากการวิเคราะห์แหล่งข้อมูลข่าวสารที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มาจากเพื่อน/ญาติมากที่สุด ร้อยละ 33.9 รองลงมาคือหนังสือนำเที่ยว ร้อยละ 14.6 บริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 13.6 ข้อมูลการนำเที่ยวจากหลายแห่ง ร้อยละ 6.9 อินเทอร์เน็ต ประมาณร้อยละ 5.4 บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย ประมาณร้อยละ 4.5 และเพื่อน/ญาติกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 2.7 เพื่อน/ญาติกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย และหนังสือนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเท่ากัน ประมาณร้อยละ 1.7 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 แหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับ

แหล่งข้อมูลที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน/ญาติ	137	33.9
หนังสือแนะนำเที่ยว	59	14.6
บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศ	55	13.6
หลายแหล่งข้อมูล	28	6.9
อินเทอร์เน็ต	22	5.4
เพื่อน/ญาติกับหนังสือแนะนำเที่ยว	20	5.0
บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย	18	4.5
เพื่อน/ญาติกับอินเทอร์เน็ต	11	2.7
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	10	2.5
อินเทอร์เน็ตกับหนังสือแนะนำเที่ยว	8	2.0
เพื่อน/ญาติกับบริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศ	7	1.7
บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยกับหนังสือแนะนำเที่ยว	7	1.7
เพื่อน/ญาติกับบริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย	4	1.0
อินเทอร์เน็ตกับบริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศ	3	0.7
บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศกับหนังสือแนะนำเที่ยว	3	0.7
เพื่อน/ญาติกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3	0.7
อินเทอร์เน็ตกับบริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศ	2	0.5
บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2	0.5
บริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยกับบริษัทธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศ	2	0.5
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับหนังสือแนะนำเที่ยว	1	0.2
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	404	100.0

การได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

จากการศึกษาการได้รับข้อมูลข่าวสารในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เพียงพอแก่ความต้องการ ร้อยละ 76.0 และไม่เพียงพอแก่ความต้องการ ร้อยละ 23.8 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 การได้รับข้อมูลข่าวสาร

การได้รับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอ	307	76.0
ไม่เพียงพอ	96	23.8
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	404	100.0

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ไม่รวมครั้งนี้)

จากการศึกษาจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ไม่เคยมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 66.1 รองลงมาคือเคยมาแล้วหนึ่งครั้ง ร้อยละ 17.8 เคยมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง มีประมาณร้อยละ 8.4 และเคยมาประมาณ 2 ครั้ง ร้อยละ 6.2 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่(ไม่รวมครั้งนี้)

จำนวนครั้งในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	267	66.1
เคย 1 ครั้ง	72	17.8
2 ครั้ง	25	6.2
3-4 ครั้ง	34	8.4
ไม่ระบุ	6	1.5
รวม	404	100.0

รูปแบบการเดินทาง

จากการวิเคราะห์รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จะนิยมเดินทางโดยทางเครื่องบินมากที่สุด ร้อยละ 47.3 รองลงมาคือรถทัวร์ ร้อยละ 27.2 การเดินทางโดยรถไฟ มีประมาณร้อยละ 19.6 และรถยนต์ส่วนตัวหรือรถเช่าน้อยที่สุด ร้อยละ 4.2 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 รูปแบบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

รูปแบบการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	191	47.3
รถทัวร์	110	27.2
รถไฟ	79	19.6
รถเช่า/รถส่วนตัว	17	4.2
ไม่ตอบ	7	1.7
รวม	404	100.0

การใช้บริการบริษัททัวร์

จากการศึกษาการใช้บริการทัวร์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เป็นการเดินทางโดยไม่ใช้บริการบริษัททัวร์ ร้อยละ 57.9 และใช้บริการทัวร์ ร้อยละ 40.6 (ตารางที่ 16) จากจำนวนผู้ใช้บริการทัวร์นั้น พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่พอใจในบริการทัวร์ ร้อยละ 61.0 ไม่พอใจ ร้อยละ 1.8 และไม่ตอบ ร้อยละ 14.6 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 16 การใช้บริการทัวร์

การใช้บริการทัวร์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้	164	40.6
ไม่ใช้	234	57.9
ไม่ตอบ	6	1.5
รวม	404	100

ตารางที่ 17 ความพอใจที่มีต่อการใช้บริการบริษัททัวร์

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการทัวร์	จำนวน	ร้อยละ
- พอใจ	100	61.0
- ไม่พอใจ	3	1.8
- ไม่ตอบ	61	37.2
รวม	164	100.0

ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่จะใช้เวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ 4 - 7 วัน มีจำนวนมากที่สุด มีประมาณร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ น้อยกว่า 3 วัน ร้อยละ 36.6 ใช้ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 8 - 14 วัน ร้อยละ 11.1 ใช้ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 15 - 21 วัน ร้อยละ 5.0 และใช้ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 30 วัน ร้อยละ 3.7 และใช้ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ 22-30 วันประมาณร้อยละ 3.7 (ตารางที่ 18)

ความพอใจต่อระยะเวลาที่พำนักในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเวลาที่ใช้พำนักในจังหวัดเชียงใหม่เพียงพอต่อความต้องการ ประมาณร้อยละ 66.1 และที่เหลืออีกประมาณ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ได้ระบุว่า มีเวลาไม่เพียงพอแก่ความต้องการที่จะพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 19)

ระยะเวลาที่ต้องการจะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องการที่จะพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ 4 - 7 วัน มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ ต้องการที่จะพำนักในจังหวัดเชียงใหม่อีก ประมาณ 8 - 14 วัน ร้อยละ 22.9 ต้องการที่จะพำนักในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 30 วัน กับต้องการที่จะพำนักไม่เกิน 3 วัน มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 11.9 และต้องการที่จะพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ ประมาณ 22 - 30 วัน ร้อยละ 5.1 และต้องการที่จะพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ 15 - 21 วัน ร้อยละ 3.4 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 18 ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่พำนักในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 วัน	148	36.6
4 - 7 วัน	165	40.8
8 - 14 วัน	45	11.1
15 - 21 วัน	20	5.0
22 - 30 วัน	11	2.7
มากกว่า 30 วัน	15	3.7
รวม	404	100.0

ตารางที่ 19 ความพอใจต่อระยะเวลาที่พำนักในจังหวัดเชียงใหม่

ความพอใจต่อระยะเวลาที่พำนักในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
- พอใจ	267	66.1
- ไม่พอใจ	118	29.2
- ไม่ตอบ	19	4.7
รวม	404	100.0

ตารางที่ 20 ระยะเวลาที่ต้องการจะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่ต้องการจะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 วัน	14	11.9
4 – 7 วัน	53	44.9
8 – 14 วัน	27	22.9
15 – 21 วัน	4	3.4
22 – 30 วัน	6	5.1
มากกว่า 30 วัน	14	11.9
รวม	404	100.0

ลักษณะการพักผ่อน

จากการวิเคราะห์ลักษณะการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เป็นการพักผ่อนในโรงแรมมากที่สุด ประมาณร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ เกสต์เฮ้าส์ ร้อยละ 35.4 บ้านเพื่อนและญาติ ร้อยละ 3.7 และพักผ่อนในที่อื่น ๆ เช่น สถาบันการศึกษา มีจำนวน ร้อยละ 5.2 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ลักษณะการพักผ่อน

ประเภทของที่พักแรม	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	224	55.4
เกสต์เฮ้าส์	143	35.4
สถาบันการศึกษา	21	5.2
บ้านเพื่อน/ญาติ	15	3.7
ไม่ตอบ	1	0.2
รวม	404	100.0

ตอนที่ 3 ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อค่าใช้จ่าย ในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการจำแนกค่าใช้จ่ายเป็น 6 ประเภท คือ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทาง ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าบันเทิง ค่าบริการทัวร์ และ ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ผลจากการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 22)

1. ค่าใช้จ่ายทางด้านที่พัก พบว่า ค่าที่พักมีราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 25.7 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 5.9 มีราคาแพง ร้อยละ 5.0 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 0.2 และไม่ตอบ ร้อยละ 6.7
2. ค่าใช้จ่ายทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ค่าใช้จ่ายทางด้านอาหารและเครื่องดื่มมีราคาอยู่ในระดับถูก มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มีราคาปานกลาง ร้อยละ 37.4 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 13.6 มีราคาแพง ร้อยละ 3.2 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 1.0 และไม่ตอบ ร้อยละ 4.0
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาอยู่ในระดับราคาปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมาคือมีราคาถูก ร้อยละ 30.9 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 12.4 มีราคาแพง ร้อยละ 5.9 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 0.7 และไม่ตอบ ร้อยละ 7.7
4. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก พบว่า ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึกมีราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 35.1 มีราคาแพง ร้อยละ 10.6 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 7.9 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 1.0 และไม่ตอบ ร้อยละ 5.8
5. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสถานที่บันเทิง พบว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสถานที่บันเทิงมีราคาอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 17.3 มีราคาแพง ประมาณร้อยละ 74.0 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 5.4 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 0.7 และไม่ตอบ ร้อยละ 14.6

6. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทัวร์ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทัวร์อยู่ในระดับราคาปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 13.9 มีราคาแพง ร้อยละ 12.1 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 3.7 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 2.5 และไม่ตอบ ร้อยละ 13.6

7. ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด พบว่า ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอยู่ในระดับราคาปานกลาง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ มีราคาถูก ร้อยละ 16.3 มีราคาถูกมาก ร้อยละ 4.5 มีราคาแพง ร้อยละ 2.2 มีราคาแพงมาก ร้อยละ 0.2 และไม่ตอบ ร้อยละ 36.4

ตารางที่ 22 ทศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ประเภทของ ค่าใช้จ่าย	จำนวน (คน)						รวม
	แพงมาก	แพง	ปานกลาง	ถูก	ถูกมาก	ไม่ระบุ	
ค่าที่พัก	1 (0.2)	20 (5.0)	228 (56.4)	104 (25.7)	24 (5.9)	27 (6.7)	404 (100)
ค่าอาหาร	4 (1.0)	13 (3.2)	151 (37.4)	165 (40.8)	55 (13.6)	16 (4.0)	404 (100)
ค่าเดินทาง	3 (0.7)	24 (5.9)	171 (42.3)	125 (30.9)	50 (12.4)	31 (7.7)	404 (100)
ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	4 (1.0)	43 (10.6)	166 (41.1)	142 (35.1)	32 (7.9)	17 (4.2)	404 (100)
ค่าบันเทิงยามราตรี	3 (0.7)	30 (7.4)	220 (54.5)	70 (17.3)	22 (5.4)	59 (14.6)	404 (100)
ค่าบริการทัวร์	10 (2.5)	49 (12.1)	218 (54.0)	56 (13.9)	15 (3.7)	55 (13.6)	404 (100)
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1 (0.2)	9 (2.2)	163 (40.3)	66 (16.3)	18 (4.5)	147 (36.4)	404 (100)

หมายเหตุ: () ค่าในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ดึงดูดและที่เป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการท่องเที่ยว และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์หรือปรับปรุงในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่ดึงดูดในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 23) พบว่า สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเห็นด้วยมากที่สุด ร้อยละ 93.3 รองลงมาคือ ความเป็นมิตรของผู้คน ร้อยละ 91.3 วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น ร้อยละ 85.4 โบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ ร้อยละ 85.1 ปราศจากมลพิษ ร้อยละ 80.7 รสชาติอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 79.7 สภาพอากาศที่ดี ร้อยละ 77.2 ค่าครองชีพที่ต่ำ ร้อยละ 77.0 การซื้อสินค้าและของที่ระลึก ร้อยละ 75.0 ความสะดวกสบายของที่พัก ร้อยละ 72.0 และงานประเพณี ร้อยละ 51.7

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยที่ไม่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 24) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศ เห็นด้วยกับปัญหามลพิษทางน้ำมากที่สุด ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ การเอาวัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 41.3 ปัญหามลพิษทางอากาศ ร้อยละ 40.1 จากการศึกษา พบว่า ปัญหาทางด้านภาษา ปัญหาทางด้านอาหารขาดคุณภาพ ปัญหาด้านข้อมูลการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ปัญหาด้านโรคเอดส์ ปัญหาด้านอาชญากรรม ปัญหาด้านการขอวีซ่า ปัญหาด้านค่าครองชีพที่สูง และปัญหาความไม่เป็นมิตรของผู้คน ไม่เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 23 ปัจจัยที่ดึงดูดในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยดึงดูด ในการท่องเที่ยว	เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ)	ไม่ระบุ (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)
สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม	377 (93.3)	16 (4.0)	10 (2.5)	404 (100.0)
ความเป็นมิตรของผู้คน	369 (91.3)	21 (5.2)	14 (3.5)	404 (100.0)
วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิต	345 (85.4)	37 (9.2)	22 (5.4)	404 (100.0)
โบราณสถานที่เก่าแก่	344 (85.1)	44 (10.9)	15 (3.7)	404 (100.0)
ไม่มีมลพิษ	326 (80.7)	57 (14.1)	21 (5.2)	404 (100.0)
รสชาติอาหารพื้นเมือง	322 (79.7)	67 (16.6)	14 (3.5)	404 (100.0)
สภาพอากาศที่ดี	312 (77.2)	77 (19.1)	15 (3.7)	404 (100.0)
ค่าครองชีพที่ต่ำ	311 (77.0)	71 (17.6)	22 (5.4)	404 (100.0)
การซื้อสินค้า	303 (75.0)	85 (21.0)	16 (4.0)	404 (100.0)
ความสะดวกสบายของที่พักร	291 (72.0)	93 (23.0)	20 (5.0)	404 (100.0)
ประเพณี	209 (51.7)	150 (37.1)	45 (11.1)	404 (100.0)
แหล่งบันเทิงยามราตรี	187 (46.3)	169 (41.8)	48 (11.9)	404 (100.0)

หมายเหตุ: () ค่าในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

ตารางที่ 24 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่ระบุ	รวม
มลพิษทางน้ำ	186 (46.0)	188 (46.5)	30 (7.4)	404 (100.0)
การเอาวัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	167 (41.3)	207 (51.2)	30 (7.4)	404 (100.0)
มลพิษทางอากาศ	162 (40.1)	214 (53.0)	28 (6.9)	404 (100.0)
การจราจรติดขัด	131 (32.4)	247 (61.1)	26 (6.4)	404 (100.0)
ด้านภาษา	124 (30.7)	259 (64.1)	21 (5.2)	404 (100.0)
อาหารขาดคุณภาพ	99 (24.5)	277 (68.6)	28 (6.9)	404 (100.0)
บริษัททัวร์ขาดความรับผิดชอบ	98 (24.3)	266 (65.8)	40 (9.9)	404 (100.0)
ข้อมูลการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ	91 (22.5)	283 (70.0)	30 (7.4)	404 (100.0)
โรคเอดส์	87 (21.5)	274 (67.8)	43 (10.6)	404 (100.0)
อาชญากรรม	60 (14.9)	313 (77.5)	31 (7.7)	404 (100.0)
การขอวีซ่า	48 (11.9)	318 (78.7)	38 (9.4)	404 (100.0)
ค่าครองชีพสูง	47 (11.6)	331 (81.9)	26 (6.4)	404 (100.0)
ความไม่เป็นมิตรของผู้คน	36 (8.9)	343 (84.9)	25 (6.2)	404 (100.0)

หมายเหตุ: () ค่าในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

ความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ แล้วต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง (ตารางที่ 25) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องการเดินทางกลับมาจังหวัดเชียงใหม่ ประมาณร้อยละ 92.3 และที่ไม่ต้องการเดินทางกลับมาเที่ยวอีก ร้อยละ 5.4 และไม่ระบุ ร้อยละ 2.2 นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ให้ความเห็นว่า ไม่ต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีก

ตารางที่ 25 ความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง

ความต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้ง	373	92.3
ไม่ต้องการเดินทางกลับมาอีก	22	5.4
ไม่ตอบ	9	2.2
รวม	404	100.0

สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์ในจังหวัดเชียงใหม่

สำหรับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์ไว้ (ตารางที่ 26) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์โบราณสถานที่เก่าแก่มากที่สุด ร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น ร้อยละ 15.3 ธรรมชาติที่สวยงาม ร้อยละ 11.1 วัฒนธรรมที่สวยงาม ร้อยละ 14.2 สิ่งแวดล้อมที่ดี ร้อยละ 8.5 วิธีการดำเนินชีวิตของคนล้านนา ร้อยละ 5.4 รสชาติอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 4.4 ป่าไม้ ร้อยละ 3.7 ช่างหัตถกรรม ร้อยละ 2.4 อนุรักษ์ช้าง ร้อยละ 2.2 งานประเพณี ร้อยละ 1.7 ไนท์บาร์ซ่า ร้อยละ 1.4 และอื่น ๆ เช่น แม่น้ำ ชาวเขา มาตรฐานของราคาสินค้าและของที่ระลึก มีประมาณร้อยละ 5.7 จากผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 239 คน

ตารางที่ 26 สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้อนุรักษ์ไว้ในจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งที่ต้องการให้อนุรักษ์	จำนวน(n = 239)	ร้อยละ
โบราณสถานที่เก่าแก่	57	19.3
ความเป็นมิตรของผู้คน	45	15.3
สถาปัตยกรรมที่สวยงาม	44	14.9
วัฒนธรรม	42	14.2
สิ่งแวดล้อมที่ดี	25	8.5
วิถีการดำเนินชีวิตของคนล้านนา	16	5.4
รสชาติอาหารพื้นเมือง	13	4.4
ป่าไม้	11	3.7
ช่างหัตถกรรม	7	2.4
ช้าง	9	2.2
ประเพณี	5	1.7
ไนท์บาร์ชา	4	1.4
อื่น ๆ	17	5.7

สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้ปรับปรุงในจังหวัดเชียงใหม่

สำหรับสิ่งที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 155 คน ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด ได้แก่ ปรับปรุงปัญหาการจราจรที่ติดขัดและสภาพถนนที่แคบ ร้อยละ 22.0 มลพิษทางอากาศและน้ำ ร้อยละ 17.6 รองลงมาคือ ปรับปรุงด้านข้อมูลการท่องเที่ยว ร้อยละ 9.1 ปรับปรุงปัญหาทางด้านความสะอาดของในตัวเมือง เช่นโบราณสถานที่เก่าแก่ ตลาดสด และไนท์บาร์ชา ร้อยละ 6.7 ปรับปรุงด้านความสะอาดของอาหารกับขยายทางเดินเท้า มีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 5.5 ปกป้องสิทธิสตรีมิให้มาขายบริการทางเพศ ร้อยละ 4.8 การใช้ภาษาสากล ร้อยละ 3.7 และอื่น ๆ เช่น ปรับปรุงปัญหาการเอารถเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พื้นฟูสภาพแม่น้ำท่า การอนุรักษ์สัตว์ป่า ปัญหาสุนัขจรจัด และสายไฟฟ้าที่ชำรุด ประมาณร้อยละ 14.5 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้ปรับปรุง

สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุง	จำนวน(n = 155)	ร้อยละ
การจราจรติดขัดและถนนแคบ	36	22.0
มลพิษทางอากาศและน้ำ	26	17.6
ข้อมูลการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ	15	9.1
ความสะอาดของตัวเมือง	11	6.7
การเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยว	11	6.7
อาหารขาดคุณภาพ	9	5.5
ทางเดินเท้าไม่เพียงพอและแคบ	9	5.5
แหล่งท่องเที่ยวยามราตรี	8	4.8
ด้านภาษา	6	3.7
อื่น ๆ	24	14.5

ตอนที่ 5 การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศนิยมเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่และมีความประทับใจ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทบันเทิง และอื่น ๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม (ตารางที่ 28) ดังนี้

1.1 ภูเขาและดอย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 55.9 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 28.0 มีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 12.4 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 1.5 และไม่ตอบ ร้อยละ 2.2

1.2 น้ำตก พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 51.7 รองลงมาคือความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 21.3 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 17.3 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 3.5 และไม่ตอบ ร้อยละ 6.2

1.3 ทวีร์ป้า พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 33.4 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 28.5 มีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 20.3 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 12.1 และไม่ตอบ ร้อยละ 5.7

1.4 ถ้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับต่ำ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 36.9 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูง ร้อยละ 30.7 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 13.9 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 8.9 และไม่ตอบ ร้อยละ 0.7

1.5 น้ำพุร้อน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.6 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 34.2 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 10.1 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 7.4 และไม่ตอบ ร้อยละ 7.7

ตารางที่ 28 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยว	สูงมาก	สูง	ต่ำ	ต่ำมาก	ไม่ระบุ	รวม
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ภูเขาและดอย	113 (28.0)	226 (55.9)	50 (12.4)	6 (1.5)	9 (2.2)	404 (100.0)
น้ำตก	70 (17.3)	209 (51.7)	86 (21.3)	14 (3.5)	25 (6.2)	404 (100.0)
ทวีร์ป้า	115 (28.5)	135 (33.4)	82 (20.3)	49 (12.1)	23 (5.7)	404 (100.0)
ถ้ำ	36 (8.9)	124 (30.7)	149 (36.9)	56 (13.9)	39 (9.7)	404 (100.0)
น้ำพุร้อน	30 (7.4)	164 (40.6)	138 (34.2)	41 (10.1)	31 (7.7)	404 (100.0)

หมายเหตุ: () ค่าในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม (ตารางที่ 29) คือ

2.1 วัด พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 49.8 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 26.2 มีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 18.1 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 3.0 และไม่ตอบ ร้อยละ 3.0

2.2 อนุสาวรีย์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 39.4 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 38.9 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 10.4 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 5.0 และไม่ตอบ ร้อยละ 6.0

2.3 พิพิธภัณฑสถาน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับต่ำ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.3 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูง ร้อยละ 34.4 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 8.9 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 5.9 และไม่ตอบ ร้อยละ 8.4

ตารางที่ 29 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานเก่าแก่ ในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยว	สูงมาก	สูง	ต่ำ	ต่ำมาก	ไม่ระบุ	รวม
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
วัด	106 (26.2)	201 (49.8)	73 (18.1)	12 (3.0)	12 (3.0)	404 (100.0)
อนุสาวรีย์	42 (10.4)	159 (39.4)	157 (38.9)	20 (5.0)	26 (6.4)	404 (100.0)
พิพิธภัณฑสถาน	24 (5.9)	139 (34.4)	171 (42.3)	36 (8.9)	34 (8.4)	404 (100.0)

หมายเหตุ: () ค่าในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทบันเทิง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม (ตารางที่ 30) คือ

3.1 กลุ่มที่ชอบทางด้านวัฒนธรรมและศิลปหัตถกรรมทางเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 52.7 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 29.5 มีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 14.9 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 1.5 และไม่ตอบ ร้อยละ 1.5

3.2 กลุ่มที่ชอบท่องเที่ยวสถานที่บันเทิงยามราตรี พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับต่ำ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 42.8 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับสูง ร้อยละ 26.5 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 18.3 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 7.2 และไม่ตอบ ร้อยละ 5.2

3.3 กลุ่มที่ชอบงานประเพณีและงานแสดงต่าง ๆ ทางเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 35.6 รองลงมาคือมีความประทับใจในระดับต่ำ ร้อยละ 33.4 มีความประทับใจในระดับสูงมาก ร้อยละ 14.9 มีความประทับใจในระดับต่ำมาก ร้อยละ 8.2 และไม่ตอบ ร้อยละ 7.9

ตารางที่ 30 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิง ในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยว	สูงมาก	สูง	ต่ำ	ต่ำมาก	ไม่ระบุ	รวม
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ศูนย์แสดง	119	213	60	6	6	404
วัฒนธรรม	(29.5)	(52.7)	(14.9)	(1.5)	(1.5)	(100.0)
สถานที่บันเทิง	29	107	173	74	21	404
	(7.2)	(26.5)	(42.8)	(18.3)	(5.2)	(100.0)
งานประเพณี	60	144	135	33	32	404
	(14.9)	(35.6)	(33.4)	(8.2)	(7.9)	(100.0)

หมายเหตุ: () ค่าในวงเล็บ หมายถึง ร้อยละ

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยคือ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมหรือระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีความสัมพันธ์กัน โดยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวได้แบ่งดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ทวีร์ป่า ถ้ำ และน้ำพุร้อน แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เก่าแก่ ได้แก่ วัด อนุสาวรีย์ และพิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม ได้แก่ การแสดงศิลปวัฒนธรรม สถานบันเทิง และงานประเพณี โดยใช้การทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square test) ในการทดสอบสมมติฐานและกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่
 - 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อภูเขาและดอย ในจังหวัดเชียงใหม่
 - 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อน้ำตกในจังหวัดเชียงใหม่
 - 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อทวีร์ป่าในจังหวัดเชียงใหม่
 - 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อถ้ำในจังหวัดเชียงใหม่
 - 1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงใหม่

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานเก่าแก่ในจังหวัดเชียงใหม่
 - 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อวัดในจังหวัดเชียงใหม่
 - 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่
 - 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่ออนุสาวรีย์ ในจังหวัดเชียงใหม่
3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่
 - 3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่องานแสดงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่
 - 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวยามราตรี ในจังหวัดเชียงใหม่
 - 3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่องานประเพณี ในจังหวัดเชียงใหม่

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อ
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	5 (2.6)	28 (14.6)	125 (65.1)	34 (17.7)	192 (100.0)
หญิง	6 (3.0)	20 (9.9)	134 (66.3)	42 (20.8)	202 (100.0)
$\chi^2 = 2.327$ $df = 3$ $Sig = 0.507$					
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	0 (0.0)	7 (5.1)	89 (65.0)	41 (29.9)	137 (100.0)
24-44 ปี	5 (2.8)	19 (10.7)	127 (71.3)	27 (15.2)	178 (100.0)
45 ปีขึ้นไป	6 (7.5)	23 (28.8)	43 (53.8)	8 (10.0)	80 (100.0)
$\chi^2 = 49.574$ $df = 6$ $Sig = 0.000$					

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	3 (4.7)	7 (10.9)	42 (65.6)	12 (18.8)	64 (100.0)
ยุโรป	4 (2.5)	22 (13.6)	103 (63.6)	33 (20.4)	162 (100.0)
อเมริกา	0 (0.0)	7 (8.0)	56 (64.4)	24 (27.6)	87 (100.0)
โอเชียเนีย	4 (8.7)	11 (23.9)	28 (60.9)	3 (6.5)	46 (100.0)
ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้	0 (0.0)	1 (3.0)	28 (84.8)	4 (12.1)	33 (100.0)
$\chi^2 = 28.986$ $df = 12$ $Sig = 0.004$					
ระดับรายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	3 (2.7)	11 (9.9)	75 (67.6)	22 (19.8)	111 (100.0)
1,001-3,000 us \$	3 (2.1)	25 (17.1)	95 (65.1)	23 (15.8)	146 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	2 (1.9)	10 (9.7)	66 (64.1)	25 (24.3)	103 (100.0)
$\chi^2 = 6.175$ $df = 6$ $Sig = 0.404$					

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	0 (0.0)	3 (2.8)	78 (72.2)	27 (25.0)	108 (100.0)
ข้าราชการ	2 (3.5)	12 (21.1)	39 (68.4)	4 (7.0)	57 (100.0)
พนักงานบริษัท	3 (2.0)	20 (13.6)	93 (63.3)	31 (21.1)	147 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	3 (3.9)	13 (16.9)	47 (61.0)	14 (18.2)	77 (100.0)
$\chi^2 = 24.674$			df = 9	Sig = 0.003	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	7 (9.5)	24 (25.1)	96 (46.5)	30 (18.9)	157 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	2 (8.4)	17 (29.2)	112 (41.9)	32 (20.6)	163 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	1 (9.3)	6 (23.6)	47 (50.2)	11 (16.9)	65 (100.0)
$\chi^2 = 6.976$			df = 6	Sig = 0.323	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ ภูมิภาค และอาชีพ (ตารางที่ 31)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 46.6 และ 44.2 โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.507 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 67.6, 65.1 และ 64.1 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.404 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.323 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี, นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 65.0, 71.3 และ 53.8 ตามลำดับ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย, ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 65.6, 63.6, 64.4, 60.9 และ 84.4 ตามลำดับ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงเช่นเดียวกัน แต่มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงมากและระดับต่ำที่ต่างกัน โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา/ดอยในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 32 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา/ดอยในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท ภูเขา/ดอยในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	3 (1.6)	22 (11.5)	117 (60.9)	50 (26.0)	192 (100.0)
หญิง	3 (1.5)	27 (13.4)	109 (54.0)	63 (31.2)	202 (100.0)
$\chi^2 = 2.036$ $df = 3$ $Sig = 0.565$					
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	1 (0.7)	14 (10.2)	80 (58.4)	42 (30.7)	137 (100.0)
24-44 ปี	3 (1.7)	24 (13.5)	105 (59.0)	46 (25.8)	178 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	2 (2.5)	12 (15.0)	41 (51.3)	25 (31.3)	80 (100.0)
$\chi^2 = 3.688$ $df = 6$ $Sig = 0.719$					

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	ภูเขา/ดอยในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	1 (1.6)	12 (18.8)	38 (59.4)	13 (20.3)	64 (100.0)
ยุโรป	1 (0.6)	21 (13.0)	88 (54.3)	52 (32.1)	162 (100.0)
อเมริกา	1 (1.1)	4 (4.6)	56 (64.4)	26 (29.9)	87 (100.0)
โอเชียเนีย	3 (6.5)	6 (13.0)	23 (50.0)	14 (30.4)	46 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	0 (0.0)	5 (15.2)	20 (60.6)	8 (24.2)	33 (100.0)
$\chi^2 = 19.716$	df = 12				Sig. = 0.073
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	3 (2.7)	12 (10.8)	64 (57.7)	32 (28.8)	111 (100.0)
1,001-3,000 us \$	1 (0.7)	21 (14.4)	87 (59.6)	37 (25.3)	146 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	1 (1.0)	15 (14.6)	53 (51.5)	34 (33.0)	103 (100.0)
$\chi^2 = 4.774$	df = 6				Sig. = 0.573

ตารางที่ 32 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	ภูเขา/ดอยในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	2 (1.9)	13 (12.0)	68 (63.0)	25 (23.1)	108 (100.0)
ข้าราชการ	2 (3.5)	8 (14.0)	32 (56.1)	15 (26.3)	57 (100.0)
พนักงานบริษัท	0 (0.0)	19 (12.9)	80 (54.4)	48 (32.7)	147 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	1 (1.3)	7 (9.1)	44 (57.1)	25 (32.5)	77 (100.0)
$\chi^2 = 8.418$	df = 9		Sig. = 0.493		
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	1 (0.6)	24 (15.3)	88 (56.1)	44 (28.0)	157 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	4 (2.5)	15 (9.2)	96 (58.9)	48 (29.4)	163 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	1 (1.5)	7 (10.8)	38 (58.5)	19 (29.2)	65 (100.0)
$\chi^2 = 4.444$	df = 6		Sig. = 0.617		

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทภูเขา/ดอย ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล (ตารางที่ 32)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับต่ำมาก, ต่ำ และ สูงมา โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.565 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.719 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 59.4, 54.3, 64.4, 50.0 และ 60.6 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.073 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 57.7, 59.6 และ 51.5 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.573 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีประกอบอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.493 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 56.1, 58.9 และ 58.5 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.617 ซึ่งมากกว่า 0.05

1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 33 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	9 (4.8)	47 (25.3)	98 (52.7)	32 (17.2)	186 (100.0)
หญิง	5 (2.6)	38 (19.8)	111 (57.8)	38 (19.8)	192 (100.0)
$\chi^2 = 3.324$	$df = 3$				$Sig. = 0.344$
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	4 (2.9)	22 (16.1)	73 (53.3)	38 (27.7)	137 (100.0)
24-44 ปี	5 (3.0)	38 (22.5)	107 (63.3)	19 (11.2)	169 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	5 (6.8)	26 (35.6)	29 (39.7)	13 (17.8)	73 (100.0)
$\chi^2 = 26.917$	$df = 6$				$Sig. = 0.000$

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	0 (0.0)	15 (25.4)	36 (61.0)	8 (13.6)	59 (100.0)
ยุโรป	4 (2.6)	38 (24.5)	82 (52.9)	31 (20.0)	155 (100.0)
อเมริกา	4 (4.6)	15 (17.2)	47 (54.0)	21 (24.1)	87 (100.0)
โอเชียเนีย	5 (11.9)	11 (26.2)	20 (47.6)	6 (14.3)	42 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	0 (0.0)	5 (15.2)	24 (72.7)	4 (12.1)	33 (100.0)
$\chi^2 = 21.496$ $df = 12$ $Sig. = 0.044$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	3 (2.8)	17 (15.7)	64 (59.3)	24 (22.2)	108 (100.0)
1,001-3,000 us \$	5 (3.5)	38 (27.0)	78 (55.3)	20 (14.2)	141 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	4 (4.0)	24 (24.2)	51 (51.5)	20 (20.2)	99 (100.0)
ขึ้นไป					
$\chi^2 = 6.730$ $df = 6$ $Sig. = 0.347$					

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	2 (1.9)	21 (19.4)	61 (56.5)	24 (22.2)	108 (100.0)
ข้าราชการ	5 (9.1)	13 (23.6)	31 (56.4)	6 (10.9)	55 (100.0)
พนักงานบริษัท	6 (4.3)	32 (22.7)	73 (51.8)	30 (21.3)	141 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	1 (1.4)	19 (26.4)	42 (58.3)	10 (13.9)	72 (100.0)
$\chi^2 = 11.775$			df = 9		Sig. = 0.226
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	7 (4.7)	32 (21.6)	86 (58.1)	23 (15.5)	148 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	6 (3.8)	37 (23.3)	84 (52.8)	32 (20.1)	159 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	1 (1.6)	14 (22.2)	36 (57.1)	12 (19.0)	63 (100.0)
$\chi^2 = 2.588$			df = 6		Sig. = 0.859

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำตกไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับรายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ และภูมิลําเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 33)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 52.7 และ 57.8 โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.344 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 59.3, 55.3 และ 51.5 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.347 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในระดับสูงเช่นเดียวกัน ร้อยละ 56.5, 56.4, 51.8 และ 58.3 โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 58.1, 52.8 และ 57.1 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.859 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี, นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 53.3, 63.3 และ 39.7 ตามลำดับ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย, ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนียล และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 61.0, 52.9, 54.0, 47.6 และ 72.7 ตามลำดับ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่า ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	26 (13.4)	45 (23.2)	63 (32.5)	50 (25.8)	194 (100.0)
หญิง	23 (11.7)	36 (18.4)	72 (36.7)	62 (33.2)	196 (100.0)
$\chi^2 = 3.365$	df = 3			Sig. = 0.339	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	7 (5.1)	22 (16.1)	51 (37.2)	57 (41.6)	137 (100.0)
24-44 ปี	27 (15.5)	38 (21.8)	60 (34.5)	49 (28.2)	174 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	15 (21.4)	22 (31.4)	24 (34.3)	9 (12.9)	70 (100.0)
$\chi^2 = 29.765$	df = 6			Sig. = 0.000	

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่า				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	2 (3.3)	26 (42.6)	23 (37.7)	10 (16.4)	61 (100.0)
ยุโรป	21 (13.6)	27 (17.5)	53 (34.4)	53 (34.4)	154 (100.0)
อเมริกา	12 (13.8)	14 (16.1)	35 (40.2)	26 (29.9)	87 (100.0)
โอเชียเนีย	13 (30.2)	11 (25.6)	7 (16.3)	12 (27.9)	43 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	0 (0.0)	4 (12.1)	15 (45.5)	14 (42.4)	33 (100.0)
$\chi^2 = 48.087$ $df = 12$ $Sig. = 0.000$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	18 (16.7)	16 (14.8)	40 (37.0)	34 (31.5)	108 (100.0)
1,001-3,000 us \$	15 (10.6)	33 (23.2)	53 (37.3)	41 (28.9)	142 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	11 (11.0)	23 (23.0)	33 (33.0)	33 (33.0)	100 (100.0)
$\chi^2 = 5.305$ $df = 6$ $Sig. = 0.505$					

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่า				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	8 (7.4)	16 (14.8)	45 (41.7)	39 (36.1)	108 (100.0)
ข้าราชการ	12 (21.8)	13 (23.6)	24 (43.6)	6 (10.9)	55 (100.0)
พนักงานบริษัท	18 (12.8)	26 (18.4)	46 (32.6)	51 (36.2)	141 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	11 (14.9)	24 (32.4)	20 (27.0)	19 (25.7)	74 (100.0)
$\chi^2 = 27.428$		df = 9		Sig. = 0.001	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	22 (14.9)	39 (26.4)	47 (31.8)	40 (27.0)	148 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	19 (11.7)	34 (21.0)	54 (33.3)	55 (34.0)	162 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	8 (12.5)	8 (12.5)	30 (46.9)	18 (28.1)	64 (100.0)
$\chi^2 = 9.107$		df = 6		Sig. = 0.168	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภททัวร์ป่าไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ ภูมิภาค และอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 34)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 32.5 และ 36.7 โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.339 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 37.0, 37.3 และ 33.0 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.505 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 31.8, 33.3 และ 46.9 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.168 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี, นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 41.6, 28.2 และ 12.9 ตามลำดับ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นไป โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย, ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนียล และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 37.7, 34.4, 40.2, 16.3 และ 45.5 ตามลำดับ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในระดับสูงเช่นเดียวกัน ร้อยละ 41.7, 43.6, 32.6 และ 27.0 โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	26 (15.7)	45 (42.1)	63 (32.0)	60 (10.1)	178 (100.0)
หญิง	23 (15.1)	36 (39.2)	72 (36.0)	65 (9.7)	186 (100.0)
$\chi^2 = 0.658$	df = 3			Sig. = 0.883	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	17 (12.9)	53 (40.2)	43 (32.6)	19 (14.4)	132 (100.0)
24-44 ปี	23 (13.8)	69 (41.3)	60 (35.9)	15 (9.0)	167 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	16 (24.2)	27 (40.9)	21 (31.8)	2 (3.0)	66 (100.0)
$\chi^2 = 10.580$	df = 6			Sig. = 0.102	

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้า				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	4 (6.8)	22 (37.3)	29 (49.2)	4 (6.8)	59 (100.0)
ยุโรป	24 (16.3)	65 (44.2)	45 (30.6)	13 (8.8)	147 (100.0)
อเมริกา	11 (13.1)	29 (34.5)	30 (35.7)	14 (16.7)	84 (100.0)
โอเชียเนีย	10 (24.4)	20 (48.8)	8 (19.5)	3 (7.3)	41 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	7 (22.6)	10 (32.3)	12 (38.7)	2 (6.5)	31 (100.0)
$\chi^2 = 21.474$	df = 12		Sig. = 0.044		
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	22 (21.0)	43 (41.0)	32 (30.5)	8 (7.6)	105 (100.0)
1,001-3,000 us \$	18 (13.7)	48 (36.6)	54 (41.2)	11 (8.4)	131 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	13 (13.4)	45 (46.4)	25 (25.8)	14 (14.4)	97 (100.0)
$\chi^2 = 10.973$	df = 6		Sig. = 0.089		

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	17 (16.0)	43 (40.6)	34 (32.1)	12 (11.3)	106 (100.0)
ข้าราชการ	14 (26.9)	17 (32.7)	19 (36.5)	2 (3.8)	52 (100.0)
พนักงานบริษัท	18 (13.2)	57 (41.9)	45 (33.1)	16 (11.8)	136 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	7 (10.3)	29 (42.6)	26 (38.2)	6 (8.8)	66 (100.0)
$\chi^2 = 10.257$			df = 9		Sig. = 0.330
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	24 (19.8)	52 (43.0)	27 (22.3)	18 (14.9)	121 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	22 (14.1)	73 (46.8)	45 (28.8)	16 (10.3)	156 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	10 (16.7)	22 (36.7)	26 (43.3)	2 (3.3)	60 (100.0)
$\chi^2 = 9.050$			df = 6		Sig. = 0.171

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้าไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับรายได้ อาชีพและระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 35)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 36.0 และ 32.0 โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.883 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี, นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าในระดับต่ำเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 40.2, 41.3 และ 40.9 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.102 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าในระดับต่ำเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 41.0, 36.6 และ 46.4 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.089 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าในระดับต่ำเช่นเดียวกัน ร้อยละ 40.6, 32.7, 41.9 และ 42.6 โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.171 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าอยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน ประมาณร้อยละ 36.9, 46.8 และ 36.7 ตามลำดับ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.330 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปยุโรป และเอเชียเนี่ยล มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้าในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่าในระดับสูง โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว
ประเภทน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มี
ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
	เพศ				
ชาย	24 (13.1)	71 (38.8)	73 (39.9)	15 (8.2)	183 (100.0)
หญิง	17 (9.0)	66 (34.9)	91 (48.1)	15 (7.9)	189 (100.0)
$\chi^2 = 3.257$	$df = 3$			Sig. = 0.354	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	10 (7.6)	40 (30.3)	62 (47.0)	20 (15.2)	132 (100.0)
24-44 ปี	15 (9.0)	76 (45.5)	73 (43.7)	3 (1.8)	167 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	16 (21.6)	22 (29.7)	29 (39.2)	7 (9.5)	74 (100.0)
$\chi^2 = 32.784$	$df = 6$			Sig. = 0.000	

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	4 (6.9)	17 (29.3)	32 (55.2)	5 (8.6)	58 (100.0)
ยุโรป	20 (13.3)	59 (39.3)	63 (42.0)	8 (5.3)	150 (100.0)
อเมริกา	8 (9.3)	28 (32.6)	41 (47.7)	9 (10.5)	86 (100.0)
โอเชียเนีย	8 (18.2)	19 (43.2)	14 (31.8)	3 (6.8)	44 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	1 (3.1)	13 (40.6)	14 (43.8)	4 (12.5)	32 (100.0)
$\chi^2 = 14.306$ $df = 12$ $Sig. = 0.282$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	14 (13.2)	35 (33.0)	46 (43.4)	11 (10.4)	106 (100.0)
1,001-3,000 us \$	18 (13.1)	49 (35.8)	58 (42.3)	12 (8.8)	137 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	5 (5.1)	47 (47.5)	42 (42.4)	5 (5.1)	99 (100.0)
$\chi^2 = 9.346$ $df = 6$ $Sig. = 0.155$					

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	10 (9.4)	27 (25.5)	55 (51.9)	14 (13.2)	106 (100.0)
ข้าราชการ	11 (20.4)	21 (38.9)	21 (38.9)	1 (1.9)	54 (100.0)
พนักงานบริษัท	14 (10.2)	54 (39.4)	61 (44.5)	8 (5.8)	137 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	6 (8.5)	35 (49.3)	25 (35.2)	5 (7.0)	71 (100.0)
$\chi^2 = 22.286$			$df = 9$		$Sig. = 0.008$
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	16 (11.0)	39 (26.7)	76 (52.1)	15 (10.3)	146 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	16 (10.1)	74 (46.8)	55 (34.8)	13 (8.2)	158 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	9 (14.8)	23 (37.7)	27 (44.3)	2 (3.3)	61 (100.0)
$\chi^2 = 16.896$			$df = 6$		$Sig. = 0.010$

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำพุร้อนไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ภูมิลำเนา และระดับรายได้ แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 36)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.354 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.282 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในระดับต่ำเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.155 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในระดับสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 25 - 44 ปี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา และพนักงานบริษัท มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในระดับสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ทำงานรับราชการ และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนอยู่ในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานเก่าแก่ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 37 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานเก่าแก่ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานเก่าแก่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
	เพศ				
ชาย	5 (2.6)	38 (19.8)	116 (60.4)	33 (17.2)	192 (100.0)
หญิง	7 (3.5)	47 (23.6)	116 (58.3)	29 (14.6)	199 (100.0)
	$\chi^2 = 1.419$	df = 3		Sig = 0.701	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	2 (1.5)	37 (27.2)	84 (61.8)	13 (9.6)	136 (100.0)
24-44 ปี	6 (3.4)	32 (18.2)	109 (61.9)	29 (16.5)	176 (100.0)
45 ปีขึ้นไป	4 (5.0)	16 (20.0)	40 (50.0)	20 (25.0)	80 (100.0)
	$\chi^2 = 14.377$	df = 6		Sig = 0.026	

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทาง				รวม (ร้อยละ)
	โบราณสถานที่เกี่ยวข้อง				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิภาค					
เอเชีย	2 (3.1)	12 (18.8)	40 (62.5)	10 (15.6)	64 (100.0)
ยุโรป	8 (4.9)	38 (23.2)	94 (57.3)	24 (14.6)	164 (100.0)
อเมริกา	0 (0.0)	13 (14.6)	57 (64.0)	19 (21.3)	89 (100.0)
โอเชียเนีย	2 (4.4)	13 (28.9)	27 (60.0)	3 (6.7)	45 (100.0)
ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้	2 (6.1)	5 (15.2)	20 (60.6)	6 (18.2)	33 (100.0)
$\chi^2 = 13.778$			df = 12		Sig = 0.315
ระดับรายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	1 (0.9)	25 (22.9)	66 (60.6)	17 (15.6)	109 (100.0)
1,001-3,000 us \$	6 (4.1)	33 (22.3)	96 (64.9)	13 (8.8)	148 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	4 (3.8)	14 (13.5)	60 (57.7)	26 (25.0)	104 (100.0)
$\chi^2 = 16.313$			df = 6		Sig = 0.012

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทาง				รวม (ร้อยละ)
	โบราณสถานที่เกี่ยวข้อง				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	0 (0.0)	24 (22.0)	68 (62.4)	17 (15.6)	109 (100.0)
ข้าราชการ	2 (3.4)	12 (20.7)	34 (58.6)	10 (17.2)	58 (100.0)
พนักงานบริษัท	8 (5.4)	25 (16.8)	93 (62.4)	23 (15.4)	149 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	4 (5.2)	19 (24.7)	42 (54.5)	12 (15.6)	77 (100.0)
$\chi^2 = 8.353$			df = 9		Sig = 0.499
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	8 (5.1)	31 (19.6)	95 (60.1)	24 (15.2)	158 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	2 (1.2)	38 (23.5)	94 (58.0)	28 (17.3)	162 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3 (4.3)	13 (18.8)	44 (63.8)	9 (13.0)	69 (100.0)
$\chi^2 = 5.385$			df = 6		Sig = 0.495

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ภูมิลำเนา อาชีพและระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับรายได้ และอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 37)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.701 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.495 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.499 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.495 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในระดับต่ำมาก ต่ำ และสูงมากมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 - 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในระดับต่ำมาก ต่ำ และสูงมากมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	5 (2.6)	38 (19.8)	93 (48.4)	56 (29.2)	192 (100.0)
หญิง	7 (3.5)	35 (17.6)	107 (53.8)	50 (25.1)	199 (100.0)
$\chi^2 = 2.036$		df = 3			Sig = 0.565
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	6 (4.4)	33 (24.3)	75 (55.1)	22 (16.2)	136 (100.0)
24-44 ปี	5 (2.8)	27 (15.3)	91 (51.7)	53 (30.1)	176 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	1 (1.3)	13 (16.3)	35 (43.8)	31 (38.8)	80 (100.0)
$\chi^2 = 3.688$		df = 6			Sig. = 0.719

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	1 (1.6)	8 (12.5)	34 (53.1)	21 (32.8)	64 (100.0)
ยุโรป	2 (1.2)	24 (14.6)	92 (56.1)	46 (28.0)	164 (100.0)
อเมริกา	6 (7.0)	20 (23.3)	35 (40.7)	25 (29.1)	86 (100.0)
โอเชียเนีย	1 (2.3)	9 (20.9)	21 (48.8)	12 (27.9)	43 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	2 (6.3)	10 (31.3)	18 (56.3)	2 (6.3)	32 (100.0)
$\chi^2 = 19.716$	$df = 12$			$Sig. = 0.073$	
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	6 (5.5)	22 (20.0)	62 (56.4)	20 (18.2)	110 (100.0)
1,001-3,000 us \$	3 (2.1)	26 (18.1)	77 (53.5)	38 (26.4)	144 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	2 (1.9)	20 (19.4)	41 (39.8)	40 (38.8)	103 (100.0)
ขึ้นไป					
$\chi^2 = 4.774$	$df = 6$			$Sig. = 0.573$	

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	6 (5.6)	26 (24.1)	60 (55.6)	16 (14.8)	108 (100.0)
ข้าราชการ	4 (6.9)	5 (8.6)	27 (46.6)	22 (37.9)	58 (100.0)
พนักงานบริษัท	2 (1.4)	20 (13.9)	77 (53.5)	45 (31.3)	144 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	0 (0.0)	19 (24.7)	35 (45.5)	23 (29.9)	77 (100.0)
$\chi^2 = 8.418$		df = 9		Sig. = 0.493	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	6 (3.8)	39 (25.0)	69 (44.2)	42 (26.9)	156 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	6 (3.7)	22 (13.7)	91 (56.5)	42 (26.1)	161 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	0 (0.0)	11 (16.9)	33 (50.8)	21 (32.3)	65 (100.0)
$\chi^2 = 4.444$		df = 6		Sig. = 0.617	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานเก่าแก่ประเภทวัดไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล (ตารางที่ 38)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.565 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในระดับต่ำมาก ต่ำ และสูงมาก โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.719 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.073 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.573 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.493 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดอยู่ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.617 ซึ่งมากกว่า 0.05

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 39 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
	เพศ				
ชาย	7 (3.7)	76 (40.6)	81 (43.3)	23 (12.3)	187 (100.0)
หญิง	13 (6.8)	80 (42.1)	78 (41.1)	19 (10.0)	190 (100.0)
$\chi^2 = 3.324$	df = 3			Sig. = 0.344	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	5 (3.7)	62 (45.9)	60 (44.4)	8 (5.9)	135 (100.0)
24-44 ปี	11 (6.6)	67 (40.1)	68 (40.7)	21 (12.6)	167 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	4 (5.3)	28 (36.8)	31 (40.8)	13 (17.1)	76 (100.0)
$\chi^2 = 26.917$	df = 6			Sig. = 0.000	

ตารางที่ 39 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางอนุสาวรีย์				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	2 (3.4)	28 (48.3)	22 (37.9)	6 (10.3)	58 (100.0)
ยุโรป	9 (5.7)	60 (37.7)	68 (42.8)	22 (13.8)	159 (100.0)
อเมริกา	6 (7.1)	30 (35.3)	41 (48.2)	8 (9.4)	85 (100.0)
โอเชียเนีย	2 (4.8)	17 (40.5)	17 (40.5)	6 (14.3)	42 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	1 (3.2)	19 (61.3)	11 (35.5)	0 (0.0)	31 (100.0)
$\chi^2 = 21.496$ $df = 12$ $Sig. = 0.044$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	7 (6.5)	52 (48.6)	37 (34.6)	11 (10.3)	107 (100.0)
1,001-3,000 us \$	8 (5.8)	64 (46.7)	53 (38.7)	12 (8.8)	137 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	4 (4.0)	34 (34.0)	48 (48.0)	14 (14.0)	100 (100.0)
$\chi^2 = 6.730$ $df = 6$ $Sig. = 0.347$					

ตารางที่ 39 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางอนุสาวรีย์				รวม (ร้อยละ)
	ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	3 (2.8)	52 (48.6)	46 (43.0)	6 (5.6)	107 (100.0)
ข้าราชการ	5 (8.9)	12 (21.4)	27 (48.2)	12 (21.4)	56 (100.0)
พนักงานบริษัท	6 (4.3)	57 (41.3)	58 (42.0)	17 (12.3)	138 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	6 (8.2)	33 (45.2)	27 (37.0)	7 (9.6)	73 (100.0)
$\chi^2 = 11.775$		df = 9		Sig. = 0.226	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	6 (4.0)	65 (43.6)	64 (43.0)	14 (9.4)	149 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	10 (6.3)	63 (39.9)	71 (44.9)	14 (8.9)	158 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4 (6.3)	26 (41.3)	19 (30.2)	14 (22.2)	63 (100.0)
$\chi^2 = 2.588$		df = 6		Sig. = 0.859	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เก่าแก่ประเภทอนุสาวรีย์ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับรายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับอายุและภูมิภาค อาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 39)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.344 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.347 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ทำงานรับราชการ และพนักงานบริษัท มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์อยู่ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.859 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 40 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	15 (8.3)	79 (43.9)	71 (39.4)	15 (8.3)	180 (100.0)
หญิง	21 (11.1)	91 (48.1)	68 (36.0)	9 (4.8)	189 (100.0)
$\chi^2 = 3.365$		df = 3		Sig. = 0.339	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	18 (13.3)	64 (47.4)	48 (35.6)	5 (3.7)	135 (100.0)
24-44 ปี	14 (8.6)	75 (46.0)	65 (39.9)	9 (5.5)	163 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	4 (5.6)	32 (44.4)	26 (36.1)	10 (13.9)	72 (100.0)
$\chi^2 = 29.765$		df = 6		Sig. = 0.000	

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิภาค					
เอเชีย	1 (1.8)	24 (42.1)	26 (45.6)	6 (10.5)	57 (100.0)
ยุโรป	20 (13.1)	49 (51.6)	48 (31.4)	6 (3.9)	153 (100.0)
อเมริกา	6 (7.0)	31 (36.0)	42 (48.8)	7 (8.1)	86 (100.0)
โอเชียเนีย	5 (12.2)	15 (36.6)	16 (39.0)	5 (12.2)	41 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	4 (13.3)	20 (66.7)	6 (20.0)	0 (0.0)	30 (100.0)
$\chi^2 = 48.087$ $df = 12$ $Sig. = 0.000$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	17 (16.3)	49 (47.1)	33 (31.7)	5 (4.8)	104 (100.0)
1,001-3,000 us \$	14 (10.4)	66 (49.3)	49 (36.6)	5 (3.7)	134 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	4 (4.0)	45 (45.0)	40 (40.0)	11 (11.0)	100 (100.0)
$\chi^2 = 5.305$ $df = 6$ $Sig. = 0.505$					

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	13 (12.3)	53 (50.0)	36 (34.0)	4 (3.8)	106 (100.0)
ข้าราชการ	6 (11.3)	15 (28.3)	24 (45.3)	8 (15.1)	53 (100.0)
พนักงานบริษัท	13 (9.5)	67 (48.9)	49 (35.8)	8 (5.8)	137 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	4 (5.7)	33 (47.1)	29 (41.4)	4 (5.7)	70 (100.0)
$\chi^2 = 27.428$		df = 9		Sig. = 0.001	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	13 (8.8)	70 (47.6)	54 (36.7)	10 (6.8)	147 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	17 (11.1)	68 (44.4)	59 (38.6)	9 (5.9)	153 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4 (6.5)	30 (48.4)	23 (37.1)	5 (8.1)	62 (100.0)
$\chi^2 = 9.107$		df = 6		Sig. = 0.168	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประเภทพิพิธภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ ภูมิภาค และอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 40)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์อยู่ในระดับต่ำเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.339 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์อยู่ในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.168 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในระดับต่ำมาก และสูงมาก โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.505 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา และโอเชียเนีย มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในระดับสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปยุโรป และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ทำงานรับราชการ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 41 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	9 (4.7)	41 (21.2)	114 (59.1)	29 (15.0)	193 (100.0)
หญิง	5 (2.5)	41 (20.1)	125 (61.3)	33 (16.2)	204 (100.0)
	$\chi^2 = 1.604$		df = 3	Sig = 0.659	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	2 (1.4)	29 (21.0)	81 (58.7)	26 (18.8)	138 (100.0)
24-44 ปี	6 (3.4)	31 (17.3)	118 (65.9)	24 (13.4)	179 (100.0)
45 ปีขึ้นไป	6 (7.4)	22 (27.2)	41 (50.6)	12 (14.8)	81 (100.0)
	$\chi^2 = 11.586$		df = 6	Sig = 0.072	

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว				รวม (ร้อยละ)
	ประเภทกิจกรรม				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิภาค					
เอเชีย	2 (3.1)	12 (18.8)	40 (62.5)	10 (15.2)	64 (100.0)
ยุโรป	8 (4.9)	38 (23.2)	94 (57.3)	24 (14.6)	164 (100.0)
อเมริกา	0 (0.0)	13 (14.6)	57 (64.0)	19 (21.3)	89 (100.0)
โอเชียเนีย	2 (4.4)	13 (28.9)	27 (60.0)	3 (6.7)	45 (100.0)
ตะวันออกกลาง และแอฟริกาใต้	2 (6.1)	5 (15.2)	20 (60.6)	6 (18.2)	33 (100.0)
$\chi^2 = 13.778$ $df = 12$ $Sig = 0.315$					
ระดับรายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	1 (0.9)	25 (22.9)	66 (60.6)	17 (15.6)	109 (100.0)
1,001-3,000 us \$	6 (4.1)	33 (22.3)	96 (64.9)	13 (8.8)	148 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$ ขึ้นไป	4 (3.8)	14 (13.5)	60 (57.7)	26 (25.0)	104 (100.0)
$\chi^2 = 16.313$ $df = 6$ $Sig = 0.012$					

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว				รวม (ร้อยละ)
	ประเภทกิจกรรม				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	0 (0.0)	24 (22.0)	68 (62.4)	17 (15.6)	109 (100.0)
ข้าราชการ	2 (3.4)	12 (20.7)	34 (58.6)	10 (17.2)	58 (100.0)
พนักงานบริษัท	8 (5.4)	25 (16.8)	93 (62.4)	23 (15.4)	149 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	4 (5.2)	19 (24.7)	42 (54.5)	12 (15.6)	77 (100.0)
$\chi^2 = 8.353$			df = 9		Sig = 0.499
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	8 (5.1)	31 (19.6)	95 (60.1)	24 (15.2)	158 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	2 (1.2)	38 (23.5)	94 (58.0)	28 (17.3)	162 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3 (4.3)	13 (18.8)	44 (63.8)	9 (13.0)	69 (100.0)
$\chi^2 = 5.385$			df = 6		Sig = 0.495

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 41)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.659 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนียและตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมอยู่ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.315 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.499 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมอยู่ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.495 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 - 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในระดับสูงมาก ต่ำ และต่ำมากที่ต่างกัน โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 42 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	5 (2.6)	38 (19.7)	103 (53.4)	47 (24.4)	193 (100.0)
หญิง	1 (0.5)	22 (10.8)	109 (53.4)	72 (35.3)	204 (100.0)
$\chi^2 = 12.060$		df = 3			Sig = 0.007
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	2 (1.4)	18 (13.0)	80 (58.0)	38 (27.5)	138 (100.0)
24-44 ปี	2 (1.1)	30 (16.8)	95 (53.1)	52 (29.1)	179 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	2 (2.5)	12 (14.8)	38 (46.9)	29 (35.8)	81 (100.0)
$\chi^2 = 3.822$		df = 6			Sig = 0.701

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	งานแสดงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	0 (0.0)	12 (21.9)	37 (57.8)	13 (20.3)	64 (100.0)
ยุโรป	2 (1.2)	24 (14.6)	86 (52.4)	52 (31.7)	164 (100.0)
อเมริกา	0 (0.0)	8 (9.0)	45 (50.6)	36 (40.4)	89 (100.0)
โอเชียเนีย	2 (4.4)	5 (11.1)	25 (55.6)	13 (28.9)	45 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	2 (6.1)	7 (21.2)	19 (57.6)	5 (15.2)	33 (100.0)
$\chi^2 = 23.351$ $df = 12$ $Sig. = 0.025$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	1 (0.9)	16 (14.7)	60 (55.0)	32 (29.4)	109 (100.0)
1,001-3,000 us \$	3 (2.0)	25 (16.9)	84 (56.8)	36 (24.3)	148 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	2 (1.9)	15 (14.4)	51 (49.0)	36 (34.6)	104 (100.0)
$\chi^2 = 3.801$ $df = 6$ $Sig. = 0.704$					

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	งานแสดงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	1 (0.9)	13 (11.9)	64 (58.7)	31 (28.4)	109 (100.0)
ข้าราชการ	1 (1.7)	11 (19.0)	30 (51.7)	16 (27.6)	58 (100.0)
พนักงานบริษัท	4 (2.7)	22 (14.8)	79 (53.0)	44 (29.5)	149 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	0 (0.0)	14 (18.2)	37 (48.1)	26 (33.8)	77 (100.0)
$\chi^2 = 6.130$		df = 9		Sig. = 0.727	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3 (1.9)	20 (12.7)	86 (54.4)	49 (31.0)	158 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	2 (1.2)	29 (17.9)	88 (54.3)	43 (26.5)	162 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	1 (1.4)	9 (13.0)	33 (47.8)	26 (37.7)	69 (100.0)
$\chi^2 = 4.381$		df = 6		Sig. = 0.625	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางกิจกรรมประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์เพศ และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 42)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.701 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.704 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.727 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมอยู่ในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.625 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมอยู่ในระดับต่ำมาก ต่ำ และสูงมาก โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา โอเชียเนียล และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมในระดับต่ำมาก ต่ำ และสูงมาก โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 43 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
	เพศ				
ชาย	35 (18.5)	88 (33.3)	53 (28.0)	13 (6.9)	189 (100.0)
หญิง	39 (20.2)	85 (44.0)	53 (27.5)	16 (8.3)	193 (100.0)
$\chi^2 = 0.537$	df = 3			Sig. = 0.911	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	25 (18.5)	54 (40.0)	40 (29.6)	16 (11.9)	135 (100.0)
24-44 ปี	31 (17.8)	86 (49.4)	49 (28.2)	8 (4.6)	174 (100.0)
45 ปี ขึ้นไป	18 (24.3)	33 (44.6)	18 (24.3)	5 (6.8)	74 (100.0)
$\chi^2 = 8.560$	df = 6			Sig. = 0.200	

ตารางที่ 43 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถาน				รวม (ร้อยละ)
	บันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	7 (11.5)	26 (42.6)	22 (36.1)	6 (9.8)	61 (100.0)
ยุโรป	25 (16.1)	79 (51.0)	42 (27.1)	9 (5.8)	155 (100.0)
อเมริกา	20 (22.5)	38 (42.7)	25 (28.1)	6 (6.7)	89 (100.0)
โอเชียเนีย	14 (31.8)	20 (45.5)	8 (18.2)	2 (4.5)	44 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	7 (22.6)	8 (25.8)	10 (32.3)	6 (19.4)	31 (100.0)
$\chi^2 = 21.377$ $df = 12$ $Sig. = 0.045$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	26 (24.1)	44 (40.7)	27 (25.0)	11 (10.2)	108 (100.0)
1,001-3,000 us \$	23 (16.5)	70 (50.4)	35 (25.2)	11 (7.9)	139 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	14 (13.7)	46 (45.1)	37 (36.3)	5 (4.9)	102 (100.0)
ขึ้นไป					
$\chi^2 = 9.726$ $df = 6$ $Sig. = 0.137$					

ตารางที่ 43 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถาน บันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก	ต่ำ	สูง	สูงมาก	
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	24 (22.2)	44 (40.7)	31 (28.7)	9 (8.3)	108 (100.0)
ข้าราชการ	11 (19.3)	30 (52.6)	11 (19.3)	5 (8.8)	57 (100.0)
พนักงานบริษัท	23 (16.1)	66 (46.2)	45 (31.5)	9 (6.3)	143 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	14 (17.7)	33 (41.8)	26 (32.9)	6 (7.6)	69 (100.0)
$\chi^2 = 5.880$		df = 9		Sig. = 0.752	
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	29 (19.6)	61 (41.2)	45 (30.4)	13 (8.8)	148 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	32 (20.1)	75 (47.2)	39 (24.5)	13 (8.2)	159 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	11 (16.7)	35 (53.0)	18 (27.3)	2 (3.0)	66 (100.0)
$\chi^2 = 4.942$		df = 6		Sig. = 0.551	

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางกิจกรรมประเภทสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์ภูมิภวณของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 43)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.911 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในระดับต่ำเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.200 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 - 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.137 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.752 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงอยู่ในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.551 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา และโอเชียเนียล มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงในระดับสูง โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 44 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่				รวม (ร้อยละ)
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
เพศ					
ชาย	17 (9.4)	60 (33.3)	74 (41.1)	29 (16.1)	180 (100.0)
หญิง	16 (8.4)	75 (39.3)	69 (36.1)	31 (16.2)	191 (100.0)
$\chi^2 = 1.614$	df = 3			Sig. = 0.656	
อายุ					
ต่ำกว่า 24 ปี	9 (6.8)	51 (38.3)	50 (37.6)	23 (17.3)	133 (100.0)
24-44 ปี	14 (8.3)	59 (34.9)	71 (42.0)	25 (14.8)	169 (100.0)
45 ปีขึ้นไป	10 (14.3)	25 (35.7)	23 (32.9)	12 (17.1)	70 (100.0)
$\chi^2 = 4.774$	df = 6			Sig. = 0.573	

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	งานประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
ภูมิลำเนา					
เอเชีย	2 (3.4)	15 (25.4)	33 (55.9)	9 (15.3)	59 (100.0)
ยุโรป	17 (11.3)	72 (48.0)	42 (28.0)	19 (12.7)	150 (100.0)
อเมริกา	6 (6.8)	27 (30.7)	33 (37.5)	22 (25.0)	88 (100.0)
โอเชียเนีย	6 (15.0)	10 (25.0)	20 (50.0)	4 (10.0)	40 (100.0)
ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้	2 (6.3)	10 (31.3)	14 (43.8)	6 (18.8)	32 (100.0)
$\chi^2 = 32.341$ $df = 12$ $Sig. = 0.001$					
รายได้					
น้อยกว่า 1,000 us \$	6 (5.8)	40 (38.5)	47 (45.2)	11 (10.6)	104 (100.0)
1,001-3,000 us \$	13 (9.4)	56 (40.6)	54 (39.1)	15 (10.9)	138 (100.0)
มากกว่า 3,001 us \$	8 (8.1)	33 (33.3)	29 (29.3)	29 (29.3)	99 (100.0)
$\chi^2 = 20.235$ $df = 6$ $Sig. = 0.003$					

ตารางที่ 44 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภท				รวม (ร้อยละ)
	งานประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่				
	ต่ำมาก (ร้อยละ)	ต่ำ (ร้อยละ)	สูง (ร้อยละ)	สูงมาก (ร้อยละ)	
อาชีพ					
นักศึกษา	9 (8.5)	38 (35.8)	44 (41.5)	15 (14.2)	106 (100.0)
ข้าราชการ	9 (16.4)	11 (20.0)	22 (40.0)	13 (23.6)	55 (100.0)
พนักงานบริษัท	10 (7.2)	61 (44.2)	47 (34.1)	20 (14.5)	138 (100.0)
เจ้าของธุรกิจ	5 (7.1)	25 (35.7)	28 (40.0)	12 (17.1)	70 (100.0)
$\chi^2 = 13.921$			df = 9		Sig. = 0.125
ระดับการศึกษา					
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	14 (9.9)	42 (29.8)	60 (42.6)	25 (17.7)	141 (100.0)
ระดับปริญญาตรี	12 (7.5)	66 (41.3)	55 (34.4)	27 (16.9)	160 (100.0)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	7 (11.1)	26 (41.3)	23 (36.5)	7 (11.1)	63 (100.0)
$\chi^2 = 6.543$			df = 6		Sig. = 0.365

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ () หมายถึง ค่าร้อยละ

จากการทดสอบค่าสถิติไค-สแควร์ พบว่า ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางกิจกรรมประเภทงานประเพณีในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา แต่มีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนา และระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ตารางที่ 44)

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีอยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.656 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 - 44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.573 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ทำงานรับราชการ พนักงานบริษัท และเจ้าของธุรกิจมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในระดับสูง โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.125 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีอยู่ในระดับต่ำ โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.365 ซึ่งมากกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา โอเชียเนีย และ ตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในระดับสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปยุโรป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในระดับต่ำ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 1,000 ดอลลาร์ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในระดับสูง นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 1,001 - 3,000 ดอลลาร์ และ ที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีในระดับต่ำเช่นเดียวกัน โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Sig = 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ (SUMMARY AND RECOMMENDATIONS)

การศึกษานี้ พุทธิกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
3. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อบัณฑิตดุจดและบัณฑิตที่เป็นอุปสรรคทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคาน์เตอร์ให้ข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดเชียงใหม่, ธุรกิจประเภทที่พัก, ธุรกิจประเภทคมนาคมขนส่ง, ธุรกิจประเภทบริการ, ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจประเภทร้านค้า เนื่องจากในจังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศจากหลายประเทศ และไม่สามารถที่จะถามได้ทุกประเทศ เพราะว่าแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามภาษาอังกฤษ ดังนั้นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมา ยังจังหวัดเชียงใหม่ จึงมีเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สามารถอ่านและเขียนภาษาอังกฤษได้เท่านั้น กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 404 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package Social Sciences หรือ SPSS/PC⁺) โดยวิเคราะห์ในส่วนของการแจกแจงค่าร้อยละ และ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ซึ่งผลการศึกษานี้ได้แบ่งออกเป็น 6 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
- ตอนที่ 3 ทักษะคิของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
- ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ดึงดูดและที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศและความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อุรักษ์หรือปรับปรุงในจังหวัดเชียงใหม่
- ตอนที่ 5 การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

(Summary)

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 40.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมาจากทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา มีจำนวนมากที่สุด นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นักท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณร้อยละ 33.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ร้อยละ 37.4 มีอาชีพเป็นพนักงานในบริษัท นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนมาก มีรายได้ไม่น้อยกว่า 1,000 US\$ต่อเดือน

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด แหล่งข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รับทราบจากเพื่อน/ญาติมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพียงพอแก่ความต้องการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มาก่อน และโดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยทางเครื่องบิน ใช้บริการสายการบินไทย และเดินทางมาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด ส่วนใหญ่เดินทางโดยไม่ใช้บริการบริษัททัวร์ จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทัวร์นั้น ส่วนใหญ่มีความพอใจในบริการทัวร์ ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 40.8 ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ 4 - 7 วัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้เวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่เพียงพอต่อความต้องการ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ใช้เวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ น้อยกว่า 3 วัน มีความคิดเห็นว่าการใช้เวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ไม่เพียงพอแก่ความต้องการ ส่วนใหญ่ต้องการที่จะพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ต่ออีก 4 - 7 วัน มีจำนวนมากที่สุด นักท่องเที่ยวเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะเข้าพักแรมในโรงแรมมากที่สุด

ตอนที่ 3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความคิดเห็นว่าการใช้จ่ายทางด้านที่พัก, ราคาค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่, ราคาค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก, ราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสถานที่บันเทิง และราคาค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด อยู่ในระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ ร้อยละ 40.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความคิดเห็นว่าการใช้จ่ายทางด้านอาหารและเครื่องดื่มมีราคาถูก นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ใช้บริการทัวร์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้จ่ายในการใช้บริการทัวร์มีความเหมาะสม

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ดึงดูดและที่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์หรือปรับปรุงในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม, ความเป็นมิตรของผู้คน, วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น, โบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ และปราศจากมลพิษ สำหรับปัจจัยที่ไม่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างประเทศ เห็นว่าปัญหามลพิษทางน้ำและทางอากาศ และการเอาัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นอกจากนั้น ปัญหาทางด้านภาษา ปัญหาทางด้านอาหารขาดคุณภาพ ปัญหาด้านข้อมูลการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ ปัญหาด้านโรคเอดส์ ปัญหาด้านอาชญากรรม ปัญหาด้านการขอวีซ่า ปัญหาด้านค่าครองชีพที่สูง และปัญหาความไม่เป็นมิตรของผู้คน ไม่เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่แล้วต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งส่วนใหญ่ต้องการเดินทางกลับมาจังหวัดเชียงใหม่ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้อนุรักษ์ไว้ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ต้องการให้อนุรักษ์โบราณสถานที่เก่าแก่, ความเป็นมิตรของผู้คนท้องถิ่น, ธรรมชาติที่สวยงาม, วัฒนธรรมที่ดั้งเดิม, สิ่งแวดล้อมที่ดี, การดำเนินชีวิตของผู้คน, รสชาติอาหารท้องถิ่น, ป่าไม้, ช่างหัตถกรรม, อนุรักษ์ช้างไทย และงานประเพณี สำหรับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศต้องการให้ปรับปรุง พบว่า ปัญหาการจราจรที่ติดขัดกับสภาพถนนที่แคบ, ปัญหามลพิษทางอากาศและน้ำ, ปรับปรุงด้านข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่, ปัญหาทางด้านความสะอาดของโบราณสถานที่เก่าแก่ ตลาดสด และไนท์บาร์ชา, ปรับปรุงด้านความสะอาดของอาหารกับขยายทางเดินเท้า และปกป้องสิทธิสตรีมิให้มาขายบริการทางเพศ

ตอนที่ 5 การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศนิยมเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่และมีความประทับใจ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทบ้านเทิง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

ภูเขาและดอย, น้ำตก, ทิวไร่ และน้ำพุร้อน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับต่ำ มีจำนวนมากที่สุด

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่

วัด และอนุสาวรีย์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและสถานที่ประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ ประเภท พิพิธภัณฑสถาน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความประทับใจในระดับต่ำ มีจำนวนมากที่สุด

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทบ้านเทิง

แหล่งท่องเที่ยวการแสดงทางด้านวัฒนธรรมและศิลปหัตถกรรม และงานแสดงประเพณีทางเหนือ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความประทับใจในระดับสูง มีจำนวนมากที่สุด นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่ชอบท่องเที่ยวสถานที่บ้านเที่ยมราตรี พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความประทับใจในระดับต่ำ มีจำนวนมากที่สุด

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์ไค-สแควร์ (Chi-square) ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นดังนี้ คือ

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 44 ปี ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากเอเชียเนี่ยล ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอื่น นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า 3,000 ดอลลาร์ มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่เป็นนักศึกษา และพนักงานบริษัท มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่านักท่องเที่ยวที่ทำงานรับราชการ และเป็นเจ้าของธุรกิจ

1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภูเขาและดอย ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่แตกต่างกัน มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทภูเขา/ดอย ในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อน้ำตก ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 44 ปี มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทัวร์ป่า ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปอเมริกา และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี ที่เป็นนักศึกษา และทำงานรับราชการ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่ามากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นไป โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อถ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปยุโรป และโอเชียเนียล ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย ทวีปอเมริกา และตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อน้ำพุร้อน ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป ที่เป็นนักศึกษา และทำงานพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 25 – 44 ปี ที่ทำงานรับราชการ และเจ้าของธุรกิจ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ไม่ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 44 ปี โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาใต้ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เป็นนักศึกษา ไม่ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่น่าสนใจ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อวัดในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่แตกต่างกัน มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เก่าแก่ ประเภทวัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อพิพิธภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยว ประเภทพิพิธภัณฑ์มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 44 ปี โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปยุโรป และตะวันออกกลางและแอฟริกาได้ ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่เป็นนักศึกษา และทำงานบริษัท ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่ออนุสาวรีย์ ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุ 25 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว ประเภทอนุสาวรีย์มากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีอายุต่ำกว่า 24 ปี โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่เดินทางมาจากตะวันออกกลางและแอฟริกาได้ไม่นิยมที่จะไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาได้ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่องานแสดงวัฒนธรรม ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพอใจต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมต่างกัน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจาก
ทวีปยุโรป และทวีปอเมริกา ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมมาก
กว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากภูมิภาคอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อแหล่งท่องเที่ยวสถานบันเทิง ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย และตะวันออกกลางและแอฟริกาได้
มีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่
มาจากภูมิภาคอื่น โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่องานประเพณี ในจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากทวีปเอเชีย และโอเชียเนียล ให้ความสำคัญ
ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาจากภูมิภาคอื่น
โดยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีรายได้น้อยกว่า
1,000 ดอลลาร์ ให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีมากกว่านักท่องเที่ยวที่มี
รายได้ 1,001 – 3,000 ดอลลาร์ และที่มีรายได้มากกว่า 3,001 ดอลลาร์ ขึ้นไป โดยมีความ
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย (Implications)

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขึ้นไป มีดังนี้

เพศของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทงานแสดงวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้มีระดับความพอใจไม่แตกต่างกัน

อายุของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก, แหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่า, แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน, แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เก่าแก่, แหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทอนุสาวรีย์มีระดับความพอใจที่แตกต่างกัน

ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิลำเนาที่ต่างกันมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา/ดอย, แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เก่าแก่ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้มีระดับความพอใจที่แตกต่างกัน

รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานที่เก่าแก่, ประเภทกิจกรรม และ แหล่งท่องเที่ยวประเภทงานประเพณีมีความแตกต่างกัน

อาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า ความแตกต่างทางด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีผลทำให้ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, ทางโบราณสถานที่เก่าแก่, แหล่งท่องเที่ยวประเภททัวร์ป่า, น้ำพุร้อน และ พิพิธภัณฑ์ มีความแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนมีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ดึงดูด และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 1 ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้ปรับปรุงในการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวในจุดประสงค์ทางด้านอื่น ๆ ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีรูปแบบหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นและเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านการเดินทางมาจัดประชุม
2. จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงาม, ความเป็นมิตรของผู้คน, วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น และโบราณสถานที่น่าสนใจ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาส่งเสริมและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในจุดเด่นของจังหวัดเชียงใหม่ที่น่าสนใจ ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่สำคัญ เป็นต้น เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบการเดินป่า และงานแสดงวิถีชีวิตของชาวชนบท (บ้านควายไทย)
3. จากการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจอยู่ในระดับสูง ดังนั้น หน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการดูแล และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ไว้ ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม ฉะนั้นจึงควรมีการดูแลรักษาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่เสมอเพื่อป้องกันมิให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว

4. จากการวิจัย พบว่า ปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบจากคนในท้องถิ่น และ ปัญหาข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นปัญหาสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ภาครัฐบาลควรมีมาตรการในการดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้น เพราะ นักท่องเที่ยวต่างชาติมักจะประสบปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบจากคนในท้องถิ่น และปัญหา ข้อมูลในการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ดังนั้นควรมีการจัดอบรมการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างถูกต้อง และควรมีการออกมาตรการหรือกฎระเบียบในการควบคุมที่ชัดเจนและรัดกุม เพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนปัญหาข้อมูล การท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ควรที่จะ สนับสนุนในเรื่องของข้อมูลที่ให้แก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด เช่น มีแหล่งอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว หรือตามสถานีขนส่งทั้ง ทางบก และอากาศ เช่น สถานีรถไฟ สถานีอาเขต และท่าอากาศยานเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป (Recommendations for Future Study)

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยไม่ได้เจาะจงศึกษาแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะ ดังนั้นผลของการวิจัยจะอธิบายถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในลักษณะรวม หากมีการนำผลการวิจัยไปใช้กับแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งโดยเฉพาะอาจจะไม่ได้ผลอย่างเต็มที่ แต่อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้จะทำให้เห็นภาพโดยรวมของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หากมีผู้สนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งต่อไป น่าจะทำการศึกษาถึงอุปสงค์และอุปทานของแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมีความเหมาะสมในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ และกลยุทธ์ในการที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หากมีการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความแตกต่างกันหรือไม่

3. การวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้ถึงผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัด เชียงใหม่ หากมีการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อ สิ่งแวดล้อมในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากว่ามรดกทางธรรมชาติเป็นวัตถุดิบที่สำคัญของ กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ถึงแม้ว่าการพัฒนา การท่องเที่ยวจะส่งผลทำให้เกิดสภาพ แวดล้อมที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มความสวยงาม ทำให้ประชาชนมีพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น และอาจจะสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนมากขึ้น อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวย่อมส่ง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาจเกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ปัญหาน้ำเสีย ปัญหามลพิษ และความสกปรก เป็นต้น ประเทศทั้งหลายให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัญหา สิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษ และความเสื่อมโทรมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่เกิดจาก การกระทำของมนุษย์

4. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมา ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น หากมีการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะศึกษาถึงผลกระทบของการ ท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและวัฒนธรรมต่อ การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมและเรียบง่ายเดิมของชุมชนจะ ถูกแทรกซึมจากวัฒนธรรมต่างชาติ ทำให้สูญเสียวัฒนธรรม ดั้งเดิม และทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมให้ กลายเป็นสินค้า และสูญเสียความหมายในฐานะเป็นสัญลักษณ์เครื่องยึดเหนี่ยวของชุมชน รวมถึงอาจจะทำให้สภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของชุมชนเสื่อมโทรมลง จากการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์). สำนักงาน ททท. สาขาในประเทศ.
กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กองสถิติและวิจัย, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2528. รายงานโครงการศึกษาและสำรวจ
การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พ.ศ. 2530.
- โครงการสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อม. 2529. ผลกระทบของการท่องเที่ยวสังคมและวัฒนธรรม
กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จำลอง อติกุล และวุฒิเทพ อินทปัญญา. 2528. ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เจลีว บุรีภักดี. 2517. วิทยาศาสตร์สังคม. สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา. 218.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2538. "องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว". จุลสารการท่องเที่ยว.
(4 ตุลาคม - ธันวาคม 2538). 38-45.
- เดโช สนวนานนท์. 2516. ประเทศไทยกับการสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนา
พานิช.
- ด้อย ชุมสาย, ม.ล., และณิพันธ์ พรหมโยธี. 2527. ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว.
กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2535. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บุ๊คส์แอนด์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2539. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน. กรุงเทพมหานคร.

นวลศิริ เปาโรหิตย์. 2531. จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.

นิพนธ์ คันธเสรี. 2511. สรุปรายงานการวิจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติของคนไทยบางกลุ่มต่อทหารอเมริกันที่ประจำในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักส่งเสริม.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2527. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมและมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2537. เอกสารประกอบการอบรมมัคคุเทศก์ ภาคเหนือ รุ่นที่ 10. คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (อัดสำเนา)

ประชุม สุวัตถิ. 2526. โครงสร้างการจัดเก็บภาษีจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ประเจิด สินทร์พย์. 2526. เศรษฐศาสตร์จุลภาค เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

"พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535". ราชกิจจานุเบกษา. 2535. เล่มที่ 109 ตอนที่ 25.

โยธิน คันสนยุทธ และจุมพล พูลภัทรชีวิต. 2525. มนุษย์สัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เริงชัย หมื่นชนะ. 2538. จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์.

- ศักดิ์ชัย สหกุลบุญญรักษ์. 2524. **ทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อสหกรณ์การเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัดกาญจนบุรี.** กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุชา จันทน์เอม. 2524. **จิตวิทยาสังคม.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช.
- สงวนศรี วิรัชชัย. 2527. **จิตวิทยาสังคมเพื่อการศึกษา.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ บริษัทศึกษาพร จำกัด.
- สำเนาวิ ขจรศิลป์. 2524. **ทัศนคติของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Abraham, K.K. 1974. **The Psychology of Motivation.** New York : Pentice-Hall Inc.
- Collier, Alan and Harraway, Sue. 1997. **The New Zealand Tourism Industry.** Auckland : Logman.
- Coltman, Michael M. 1989. **Tourism Marketing.** New York : Van Nostrand Reinhold.
- Davidson, Rob. 1995. **Tourism.** 2 nd.ed, Singapore : Longman Group Limited.
- Edgell, David L. 1990. **International Tourism Policy.** New York : Van Nostrand Reinhold.
- Gee, Chuck Y., Choy, Dexter J.L. and Makens James C. 1984. **The Travel Industry.** Connecticut : The AVI Publishing Company, Inc..
- Guilford, J.B. 1945. **Personality.** New York : McGraw Hill Book Co.

Holloway, J. Christopher. 1983. **The Business of Tourism**. Plymouth : Macdonald and Evans Ltd.

Industrial Market Research Services and Development Services LTD. 1986. **Tourism Market and Advertising Research for Phuket and Pattaya**. Bangkok.

Keiser, James R. 1989. **Principles and Practices of Management in the Hospitality Industry**. 2 nd.ed. New York : Van Wostrand Reinhold.

Khan, Mahmood A., Olsen, Michael D. and Var, Turgut. 1993. **VNR'S Encyclopedia of Hospitality and Tourism**. New York : Van Nostrand Reinhold.

McCelland, D.C. 1985. **Human Motivation**. New York : Scott Foresman.

McDougall, D.C. 1953. **The Achievement Motive**. New York : Appleton Century Crofts, Inc.

Mill, Robert Christie. 1990. **Tourism The International Business**. New Jersey : Prentice Hall.

Mullins, Laurie J. 1994. **Hospitality Management A Human Resources Approach**. London : Pitman Publishing.

Pond, Kathleen Lingle. 1993. **The Professional Guide : Dynamics of Tour Guiding**. New York : Van Nostrand Reinhold.

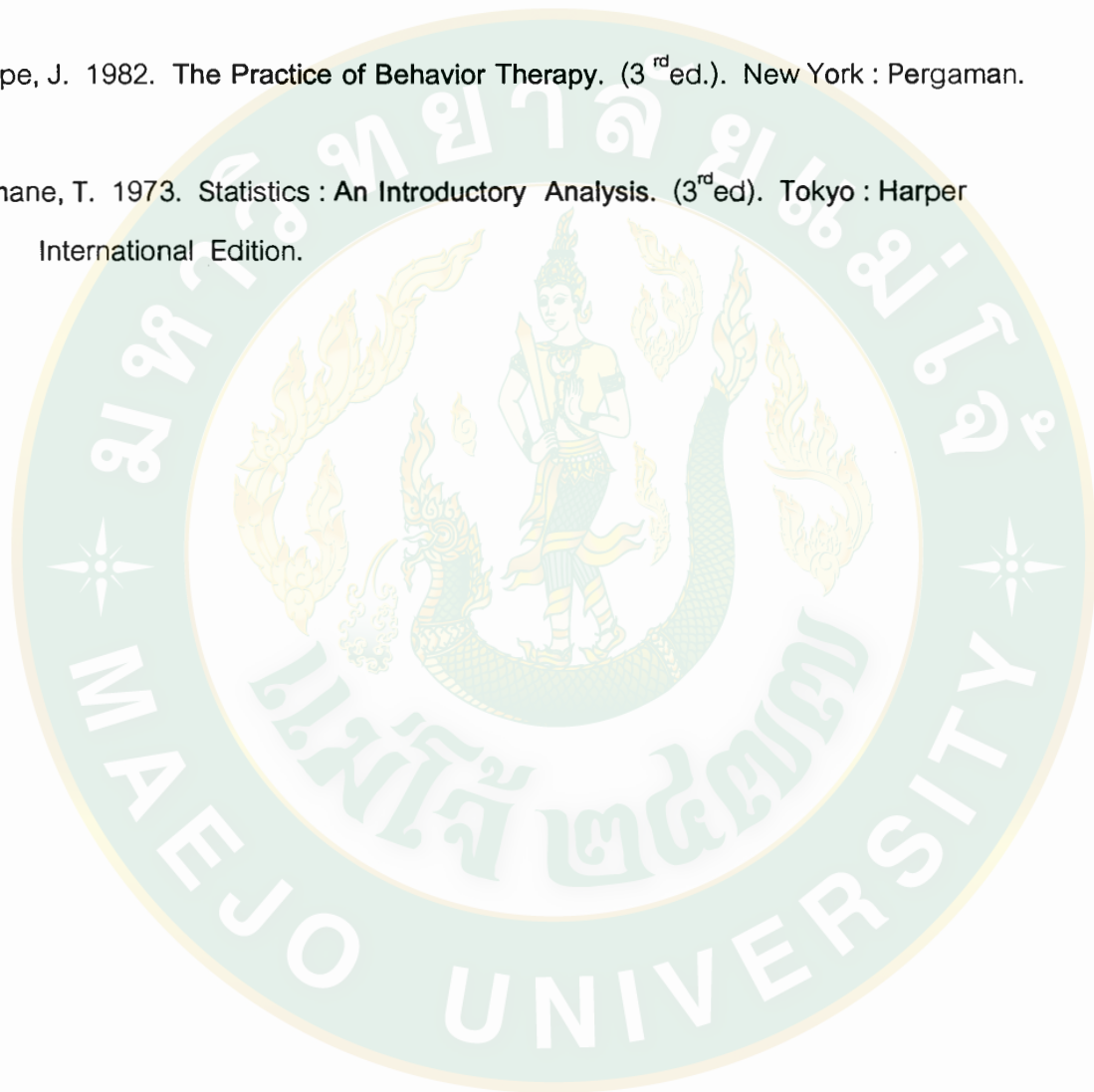
Stevens, Laurence. 1990. **Guide to Starting and Operating A Successful Travel Agency**. 3 rd.ed. New York.

Tourism Authority of Thailand. 1999. **Annual Statistical Report on Tourism in Thailand.** Bangkok.

Werther, W.B. and Davis, K. 1982. **Personnel Management and Human Resources.** New York : McGraw-Hill Inc.

Wolpe, J. 1982. **The Practice of Behavior Therapy.** (3rded.). New York : Pergaman.

Yamane, T. 1973. **Statistics : An Introductory Analysis.** (3rded.). Tokyo : Harper International Edition.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.
การพยากรณ์จำนวนประชากร
และการคำนวณขนาดของตัวอย่าง

ตารางภาคผนวก 1 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 - 2542

เดือน	ปี 2539	ปี 2540	ปี 2541	ปี 2542
มกราคม	60,016	63,090	78,364	81,520
กุมภาพันธ์	59,221	67,270	74,400	85,355
มีนาคม	53,261	58,205	65,307	75,600
เมษายน	50,665	53,252	58,947	81,820
พฤษภาคม	40,138	41,036	50,707	42,799
มิถุนายน	49,802	39,658	42,216	64,156
กรกฎาคม	65,541	71,281	77,439	76,230
สิงหาคม	69,216	75,301	96,590	100,547
กันยายน	56,022	61,755	72,694	55,483
ตุลาคม	64,945	78,197	87,342	99,150
พฤศจิกายน	69,439	100,379	129,085	123,144
ธันวาคม	86,746	101,162	108,312	99,346
รวม	725,012	810,586	941,403	985,150

ที่มา : Tourism Authority of Thailand, 1999.

เนื่องจากในเดือนพฤษภาคมและเดือนมิถุนายนตั้งแต่ปี 2539 ถึงปี 2542 ซึ่งเป็นนอกฤดูการท่องเที่ยว (low season) เป็นช่วงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนไม่มากในแต่ละปี

การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในระหว่างเดือนพฤษภาคมและเดือนมิถุนายน 2544 ซึ่งในที่นี้จะเรียกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศว่า “ประชากร” และผู้วิจัยได้ทำการพยากรณ์จำนวนประชากรที่จะนำมาศึกษา โดยการหาอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรในช่วงเวลาเดียวกันในปี 2542 โดยมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

เดือนพฤษภาคมและเดือนมิถุนายน ของปี 2542 มีจำนวนประชากรเท่ากับ

$$64,156 + 76,230 = 140,386 \text{ คน}$$

วิธีการคำนวณขนาดของตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้สูตรของ Yamane ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นของการสุ่มตัวอย่างให้มีค่าเท่ากับ 95% หมายความว่า ในการวิจัยครั้งนี้ ยอมให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 5% โดยมีวิธีการคำนวณดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Error)

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขนาดของประชากร = 140,386 คน และมีความคลาดเคลื่อน = 5%

$$\text{จะได้ } n = \frac{140,386}{1 + (140,386)(0.05)^2}$$

$$n = \frac{140,386}{1 + (14,032.1)(0.0025)}$$

$$n = 388.92$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จะมีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อยประมาณ 400 ตัวอย่าง





ภาคผนวก ข.
แบบสอบถาม

QUESTIONNAIRES
A STUDY ON THE BEHAVIOR OF FOREIGN TOURISTS
IN CHIANGMAI

This questionnaire is prepared to collece information as part of the study and research regard as fulfillment for a Master'degree of Science in agricultural economics of Maejo University

Please complete this questionnaire which will be kept confidential.
(Don't write your name and address)

This questionnaire has 2 parts :

Part 1 : personal data

Part 2 : Information about decision on visiting Chiang Mai

Please check ✓ in Or Complete the space given

Questionnaires

PART 1

Office

1. Nationality..... ID [][][] 1-3
Country of Residence..... Country [][]4-5
Zone []6
2. Sex :
 1. Male 2. Female SEX []7
3. Age
 1. Under 15 2. 15-24
 3. 25-34 4. 35-44
 5. 45-54 6. 55-64
 7. 65 and over AGE []8
4. Education
 1. Primary School 2. Secondary School 3. High School
 4. Vocational education 5. Bachelor Degree 6. Master Degree
 7. Doctorate degree 8. Others : Please specify..... EDU []9
5. Occupation
 1. Student 2. Government official
 3. Private Company 4. Own Business
 5. Housewife 6. Others(Please specify.....) OCC []10
6. Purpose of Visit
 1. Holiday 2. Business
 3. Shopping 4. Convention/Conference/Exhibition
 5. Official 6. Visiting friend/Relatives
 7. Other(Please mention.....) PUR []11
7. Where do you get information about Chiang Mai ?
 1.Friend/Relatives'houses 2.Internet
 3.Tourism agencies in Thailand 4.Tourism Authority of Thailand
 5.Tourism agencies in aboard 6.Other (Please specify.....) INF []12
8. Do you get enough information about Chiang Mai?
 1. Yes 2. No EIN []13
9. How many times have you been to Chiang Mai (excluding this trip) ?
 1. None 2. One time
 3. Two times 4. Three times or more TIME []14

10. How did you come to Chiang Mai?

- 1. Airways (What airline.....from.....)
- 2. Bus (from.....)
- 3. Train (from.....)
- 4. Private car/ car rent (from.....)

COME[]15 FROM []16

11. Did you travel with a travel agency ?

- Yes (Were you satisfied with the service?.....)
- No

TRAG[]17

12. How many days did you spend in Chiang Mai?.....days.

DAY [][]18-19

13. Do you think your length of staying is enough?

- 1. Yes
- 2. No , it should be.....days.

EDAY [][]20-21

14. Income per month (after tax)

- 1. Less than 1,000 US \$
- 2. US \$ 2,001 - 3,000
- 3. US \$ 4,001 - 5,000
- 4. US \$ 1,001 - 2,000
- 5. US \$ 3,001 - 4,000
- 6. Over US \$5,001

INCOME[]22

15. What do you think of the cost of travelling in Chiang Mai?

(Please check as you think)

F1 - F7

Cost of travelling in Chiang Mai	Very Expensive (5)	Expensive (4)	Reasonable (3)	Cheap (2)	Very Cheap (1)	
1.Acommodation						[]23
2.Food & Beverage						[]24
3.Local transportation						[]25
4.Shopping						[]26
5.Entertainment & Recreation						[]27
6.Local sightseeing tours						[]28
7. Miscellaneous						[]29

PART 2

16. How do these destinations and activities in Chiang Mai attract you?

(Please check as you think)

Natural scenery	HIGHEST	HIGH	LOW	LOWEST	
1. Mountains/Doi					[] 30
2. Waterfall					[] 31
3. Trekking Tour					[] 32
4. Tam/Cave					[] 33
5. Hot spring					[] 34
6. Other(Please specify)					[] 35
Historical/Architectural	HIGHEST	HIGH	LOW	LOWEST	
1. Wat / temple					[] 36
2. Monument					[] 37
3. Museum					[] 38
4. Other(Please specify)					[] 39
Activities	HIGHEST	HIGH	LOW	LOWEST	
1. The culture / handicraft					[] 40
2. The entertainment(nightclub, massage etc.)					[] 41
3. Festival / event					[] 42
4. Other(Please specify)					[] 43

17. Below is a list of factors which make travelers want to visit Chiang Mai

(Please whether you agree or disagree on each item:)

T1 – T11

Favorable	Yes (1)	No (2)	
1.Good Climate			[] 44
2.Beautiful Natural scenery			[] 45
3.Historical places EX. Temple, pagoda, ect.			[] 46
4.Thai food/Local food EX. Kuntork			[] 47
5.Comfortable Accommodation			[] 48
6.Warm , friendly people			[] 49
7.Custom and way-of-life			[] 50
8. Festival / Event			[] 51
9.Shopping			[] 52
10.Cheap cost of living			[] 53
11.Good Environment			[] 54
12.Entertainment(night club, massage , ect.)			[] 55
13.Other(Please specify)			[] 56

18. Below is a list of factors which may discourage travelers to visit Chiang Mai

(Please whether you agree or disagree on each item:)

X1 – X14

Unfavorable	Yes (1)	No (2)	
1.Language' s Problem			[]57
2.Unsanitary condition/Lack of nutrient food			[]58
3.Criminal			[]59
4.Unfriendly people			[]60
5.Taking advantage on tourist			[]61
6.High cost of living and high expense			[]62
7.Traffic jam			[]63
8.Application for Visa			[]64
9.AIDS			[]65
10.Inadequate Tourist information			[]66
11.Irresponsibility of travel agency			[]67
12.Pollution (AIR)			[]68
13.Pollution (WATER)			[]69
14.Other(Please specify)			[]70

19. What type of accommodation did you stay in Chiang Mai?

- 1.Hotel
- 2.Residence of friends /Relatives
- 3.Bungalow
- 4.Guest House
- 5.Other (Please specify.....)

STAY [] 71

20. What do you want to conserve in Chiang Mai?

(Please specify.....)

CONSERVE [] 72

21. Is there anything you want to be improved in Chiang Mai?

- 1.Yes (Please specify.....)
- 2.No

IMPROVE [] 73

22. Do you want to come back to Chiang Mai again?

- 1.Yes
- 2.No(Because.....)

BACK [] 74



ภาคผนวก ค.
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายธีระวิทย์ พรายแยม
วัน เดือน ปี เกิด	23 ธันวาคม 2518
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จากโรงเรียนปิ่นสร้อยแยลวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2534 - สำเร็จการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการบัญชี จากโรงเรียนพาณิชย์การลานนาเชียงใหม่ เมื่อปี พ.ศ. 2539 - สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เมื่อปี พ.ศ. 2541

