

บทที่ 5

การสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้รวบรวมวิเคราะห์ผลตามที่ได้แสดงในบทที่ 4 ทั้งนี้เพื่อความกระชับ เข้าใจได้ง่าย ผู้เขียนจึงได้สรุปผลการศึกษามาในบทนี้ การสรุปผล การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ จะสามารถแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การสรุปผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

1.2 ข้อมูลด้านความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.3 ปัญหา ข้อคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผล คือการนำผลการศึกษามาอภิปรายเปรียบเทียบกับทฤษฎีที่ได้ อ้างไว้ในบทที่ 2

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบ คือการนำเสนอประเด็นที่น่าสนใจที่ค้นพบจากการศึกษา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ คือการนำผลที่ได้จากการศึกษา มาวางแผนในการปฏิบัติ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรได้ดียิ่งขึ้น

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จำนวนมากที่สุดมีอายุระหว่าง 21-30 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ทางด้านอาชีพนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีอาชีพอิสระ หรือช่างเทคนิค รองลงมาได้แก่ อาชีพผู้จัดการ เจ้าของกิจการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสถานภาพแต่งงานแล้ว โดยเกือบทั้งหมด มีเชื้อชาติอังกฤษ

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่นั้นแทบทั้งหมดไม่เคยเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ก่อนเลย โดยส่วนใหญ่จะพักอยู่ในเชียงใหม่ 3-5 คืน โดยการ

เดินทางท่องเที่ยวเชียงใหม่ในครั้งนี้อย่างน้อยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเดินทางมากับคู่สมรส นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีรายได้ระหว่าง 10,001-25,000 ปอนด์ต่อ

ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรได้แก่ เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน สื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรได้แก่ หนังสือโฆษณาของบริษัทนำเที่ยว

ข้อมูลด้านความสำคัญขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสูงสุดในระดับ "สำคัญมาก" ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ โรงแรมที่พัก โครงสร้างพื้นฐาน บริษัทนำเที่ยว และ ภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวยามราตรีและให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อย" ต่อองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมาก" ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตและอัญมณีไม้ตรีของประชาชน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ อุทยาน และสภาพอากาศ และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อย" ต่อแหล่งท่องเที่ยวด้าน แหล่งจับจ่ายใช้สอย และ ด้านกีฬา สันทนาการ และการศึกษา

ด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมากที่สุด" ต่อองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญมาก" ต่อองค์ประกอบด้านสถานที่ สถาปัตยกรรมและการตกแต่ง สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม บริการเสริมของโรงแรม พนักงาน ราคา ความสะดวกในการจอง และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อย" ต่อองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมากที่สุด" ต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญมาก" ต่อองค์ประกอบด้านสถานที่

สถาปัตยกรรมและการตกแต่ง รายการอาหารและเครื่องดื่ม พนักงาน และราคา และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อย" ต่อดองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย และ ดนตรี เกม การแสดง

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมาก" ต่อดคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้า ความหลากหลายของสินค้า ร้านค้าและการตกแต่ง และ พนักงาน และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อย" ต่อดองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการขาย และบริการอื่นๆ

ด้านบริษัทนำเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมากที่สุด" ต่อดองค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงานให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญมาก" ต่อดองค์ประกอบอื่นๆ ทุกองค์ประกอบ

ด้านโครงสร้างพื้นฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "สำคัญมากที่สุด" ต่อดการจัดขยะมูลฝอย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญมาก" ต่อดโครงสร้างพื้นฐานด้าน ถนนและการจราจร การขนส่งมวลชน สายการบินและท่าอากาศยาน ไฟฟ้า น้ำประปา และ โรงพยาบาล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อย" ต่อดโทรศัพท์ และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับ "สำคัญน้อยที่สุด" ต่อดรถไฟและสถานีรถไฟ และ อินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจมากที่สุด" ต่อดองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านบริษัทนำเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจ" ต่อดองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ทุกด้าน

ด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจมากที่สุด" ต่อดแหล่งท่องเที่ยวประเภท วิถีชีวิตและอริยาศัยของประชาชน และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจ" ต่อดแหล่งท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ทุกด้าน

ด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจมากที่สุด" ต่อดองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านพนักงาน และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจ" ต่อดองค์ประกอบด้านอื่นๆ ทุกด้าน

ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี และ ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจ" ต่อทุกองค์ประกอบ

ด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจมากที่สุด" ต่อองค์ประกอบด้าน มัคคุเทศก์และพนักงาน รายการนำเที่ยวน่าสนใจ และความหลากหลายของรายการนำเที่ยว และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจ" ต่อองค์ประกอบด้านอื่นๆ ทุกด้าน

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจมากที่สุด" ต่อองค์ประกอบด้าน ระบบไฟฟ้าและมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับ "พึงพอใจ" ต่อโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ ทุกด้าน

- เมื่อพิจารณาจำแนกตามเพศ

เพศหญิง

เพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แก่องค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่าเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแก่แหล่งท่องเที่ยวด้าน วิถีชีวิต และอัยาศัยไมตรีของประชาชน ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก คุณภาพและรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มสำหรับองค์ประกอบด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ราคาสินค้าสำหรับองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า คุณภาพและอัยาศัยของมัคคุเทศก์และพนักงานสำหรับองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว และระบบการกำจัดขยะมูลฝอยสำหรับองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวด้าน วิถีชีวิตและอัยาศัยไมตรีของประชาชนสำหรับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก ด้านพนักงานสำหรับองค์ประกอบด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ราคาสินค้าสำหรับองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า คุณภาพและ

อรรถศาสตร์ของมัคคุเทศก์และพนักงานสำหรับองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว และระบบไฟฟ้า สำหรับองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน

เพศชาย

เพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติสำหรับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก คุณภาพและรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มสำหรับองค์ประกอบด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี คุณภาพสินค้าสำหรับองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า คุณภาพและอรรถศาสตร์ของมัคคุเทศก์และพนักงานสำหรับองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว และระบบการกำจัดขยะมูลฝอย และ ระบบน้ำประปาสำหรับองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่าเพศชายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พึงพอใจสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ สำหรับองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก ด้านคุณภาพและรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มสำหรับองค์ประกอบด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ราคาสินค้า สำหรับองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า คุณภาพและอรรถศาสตร์ของมัคคุเทศก์และพนักงานสำหรับองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว และระบบไฟฟ้าสำหรับองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน

- เมื่อพิจารณาจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรช่วงอายุ 21-30 ปี และ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แก่องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ช่วงอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแก่องค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ช่วงอายุ 21-40 และ ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแก่ แหล่งท่องเที่ยวด้าน วิถีชีวิต และอรรถศาสตร์

ไมตรีของประชาชน ในขณะที่ ช่วงอายุ 31-60 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแก่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก พบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็นความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากกว่าปัจจัยอื่น เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรี พบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็นคุณภาพ รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และศูนย์การค้า พบว่าทุกช่วงอายุ ยกเว้นช่วงอายุ 41-50 ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อเรื่องคุณภาพสินค้า ในขณะที่ ช่วงอายุ 41-50 ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านราคา มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่าช่วงอายุ 21-30 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อคุณภาพ และอรรถยาศัยของมัคคุเทศก์ และพนักงาน ช่วงอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อคุณภาพ และอรรถยาศัยของมัคคุเทศก์ และพนักงาน และบริการอื่นๆ เช่น การจองห้องพัก การจองตั๋วเครื่องบิน ฯลฯ ช่วงอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว และ ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อ บริการอื่นๆ เช่น การจองห้องพัก การจองตั๋วเครื่องบิน ฯลฯ มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าช่วงอายุ 21-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อระบบกำจัดขยะมูลฝอย ในขณะที่กลุ่มอายุ 51-60 ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อระบบน้ำประปา และ ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแก่ 3 ปัจจัยได้แก่ ระบบกำจัดมูลฝอย ระบบน้ำประปา และ โรงพยาบาล

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่อองค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าช่วงอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ช่วงอายุ 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้าน บริษัทนำเที่ยว และ ช่วงอายุ 41-50 ปี และ ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าองค์ประกอบอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่าช่วงอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ขณะที่ช่วงอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และอรรถยาศัยไมตรีของประชาชน

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก พบว่าช่วงอายุ 21-30 ปี และช่วงอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ขณะที่ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้าน ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และคุณภาพ และอรรถาศัยของพนักงานโรงแรม ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพ และอรรถาศัยของพนักงานโรงแรม และ ความสวยงาม และสถานที่ตั้ง ของตัวโรงแรม ขณะที่ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพ และอรรถาศัยของพนักงานโรงแรม มากกว่าปัจจัยด้านอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรี พบว่าช่วงอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านราคา ช่วงอายุ 31-40 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพ และรสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ในขณะที่ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพ และอรรถาศัยของพนักงานร้านอาหาร

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และศูนย์การค้า พบว่า ช่วงอายุ 21-64 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านราคา ช่วงอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านความหลากหลายของสินค้า ช่วงอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านบริการเสริมอื่นๆ เช่นบริการจัดส่งสินค้า ฯลฯ และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพ และอรรถาศัยของพนักงานขาย มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่าช่วงอายุ 21-30 มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อรายการทัวร์ที่มีความน่าสนใจ ในขณะที่ช่วงอายุ 31 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อ คุณภาพและอรรถาศัยของมัคคุเทศก์ และพนักงาน

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ช่วงอายุ 21-30 ปี และ 41-60 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้าน ระบบไฟฟ้า ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านโรงพยาบาล ส่วนช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อปัจจัยด้านสายการบิน มากกว่าปัจจัยด้านอื่น

- เมื่อพิจารณาจำแนกตามระดับรายได้ต่อไป

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับ ต่ำกว่า 10000 ปอนด์ และ 50001- 100000 ปอนด์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ต่อองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก ระดับรายได้ 10001-50000 ปอนด์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 100001 ปอนด์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านภัตตาคาร ร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ น้อยกว่า 25000 ปอนด์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแก่ แหล่งท่องเที่ยวด้าน วิถีชีวิต และ ทัศนียภาพไม่ตรีของประชาชน และ ระดับรายได้สูงกว่า 25001 ปอนด์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูง สุดแก่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก พบว่านักท่องเที่ยวทุกระดับรายได้ให้ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อประเด็นความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากกว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรี พบว่าทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็นคุณภาพ รสชาติของอาหารและ เครื่องดื่ม

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และศูนย์การค้า พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 10000 ปอนด์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็น ความ สดวยงาม ความยิ่งใหญ่ ความสะอาด ของร้านค้า และ คุณภาพ และทัศนียภาพของพนักงานขาย ใน ขณะที่ นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10001-100000 ปอนด์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูง สุดต่อคุณภาพของสินค้า และนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 100001 ปอนด์ขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็น ความสวยงาม ความยิ่งใหญ่ ความสะอาด ของร้านค้า มาก กว่าปัจจัยอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ น้อย กว่า 10000 ปอนด์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็น ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของ บริษัทนำเที่ยว และ บริการเสริมอื่นๆ เช่นการจองห้องพัก การจองตั๋วเครื่องบิน ฯลฯ และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 10001 ปอนด์ขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อประเด็น คุณภาพ และทัศนียภาพของมัคคุเทศก์ และพนักงาน

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10000 ปอนด์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อ โรงพยาบาล ที่ระดับรายได้ 10001-25000 ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อระบบกำจัดขยะมูลฝอย นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25001-100000 ปอนด์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อระบบน้ำประปา ในขณะที่ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า 100001 ปอนด์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อ 5 ปัจจัยคือ ถนนและการจราจร สายการบินและท่าอากาศยาน น้ำประปา การกำจัดขยะมูลฝอย และ โรงพยาบาล

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่อองค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10000 ปอนด์มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก ที่ระดับรายได้ 10001-25000 ปอนด์ และ 50001 ปอนด์ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว ระดับรายได้ 25001 - 50000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ระดับรายได้ต่ำกว่า 25000 ปอนด์ และ 50001-100000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และอัยาศัยไมตรีของประชาชน ขณะที่ ระดับรายได้ 25001-50000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และระดับรายได้ 100001 ปอนด์ขึ้นไปมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์และด้านอนุภูมิและสภาพอากาศ มากกว่าประเภทอื่นๆ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก พบว่าที่ระดับรายได้ต่ำกว่า 25000 ปอนด์ และสูงกว่า 50001 ปอนด์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ขณะที่ ระดับรายได้ 250001-50000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัจจัยด้าน คุณภาพ และอัยาศัยของพนักงานโรงแรม

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรี พบว่าที่ระดับรายได้ต่ำกว่า 25000 ปอนด์มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัจจัยด้านคุณภาพและอัยาศัยของพนักงานร้านอาหาร ขณะที่ ระดับรายได้ 25001 - 100000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัจจัยด้านคุณภาพ และรสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ขณะที่ระดับรายได้สูงกว่า 100001 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัจจัยด้านราคามากกว่าบัจจัยด้านอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และศูนย์การค้า พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัจจัย

ด้านความหลากหลายของสินค้า ระดับรายได้ 10001-25000 ปอนด์ และ 50001 ปอนด์ขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัณฑิตด้านราคา และระดับรายได้ 25001-50000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัณฑิตด้านบริการเสริมอื่นๆ เช่นบริการจัดส่งสินค้า ฯลฯ และบัณฑิตด้านคุณภาพ และอรรถาศัยของพนักงานขายมากกว่าบัณฑิตอื่น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อรายการทัวร์ที่มีความน่าสนใจ ในขณะที่ระดับรายได้ 10001-50000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อ คุณภาพและอรรถาศัยของมัคคุเทศก์ และพนักงาน ระดับรายได้ 50001-100000 ปอนด์ พบว่ามีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความง่ายในการจองการบริการนำเที่ยว และระดับรายได้สูงกว่า 100001 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านความง่ายในการจองการบริการนำเที่ยว และ ด้านบริการเสริมอื่นๆ เช่นการจองห้องพัก การจองตั๋วเครื่องบิน ฯลฯ

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านระบบโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10000 ปอนด์ และ ระหว่าง 50001-100000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัณฑิตด้านสายการบิน สนามบิน ระดับรายได้ 10001-25000 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อบัณฑิตด้าน ระบบไฟฟ้า ระดับรายได้ 25001-50000 ปอนด์ และระดับรายได้สูงกว่า 100001 ปอนด์ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้าน บริการอินเทอร์เน็ต และรถไฟ สถานีรถไฟ มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรประกอบด้วยประเด็นต่อไปนี้

ด้านแหล่งท่องเที่ยว

- มีการจำหน่ายของที่ระลึกอยู่มากเกินไป และเหมือนๆ กันอยู่ทุกแห่ง
- บุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่หาผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวในลักษณะยึดเยียด และสร้างความรำคาญ หุดหู่ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ผู้ขายนกให้นักท่องเที่ยวปล่อยนก ขอทาน การนำช้างมาเดินในเมืองเพื่อขายอาหารช้าง ฯลฯ

- ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านโรงแรมที่พัก

- ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ขาดห้องออกกำลังกาย ขาดชุดชง ชา กาแฟในห้องพักของนักท่องเที่ยว เต็มยอบแดดบริเวณรอบสระน้ำของโรงแรม เป็นต้น

- ความไม่สะอาดของโรงแรม และวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องใช้ไม้สอยของโรงแรม
- ราคาค่าบริการอื่นๆ ในโรงแรม เช่นค่าโทรศัพท์ ชักกรีด อาหาร ในโรงแรมค่อนข้างสูง
- การจัดเตรียมอาหารยังไม่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับโรงแรมในกรุงเทพฯ
- ควรตรวจสอบชื่อนักท่องเที่ยว หรือให้นักท่องเที่ยวระบุตัวทุกครั้งที่มาขอรับกุญแจ

ห้องพัก

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และ ศูนย์การค้า

- ยึดเยียดขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

- คนขับรถรับจ้างมักโกงราคา เมื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว
- ความไม่สะอาดของเมือง

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ซึ่ง สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรคือ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากต่อ ทุกๆ หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน ได้แก่ พนักงานโรงแรม พนักงานภัตตาคารร้านอาหาร พนักงานร้านขายของที่ระลึก และมัคคุเทศก์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต้องการ การบริการที่เห็นอกเห็นใจ สุภาพ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือ การให้เกียรติ ตรงกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow ในด้านความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belonging Needs) และ ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs)

นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังได้ใช้โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) S-R Theory ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ได้รับสิ่งกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ทำให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดังจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก ด้านบริษัทนำเที่ยว ด้านภัตตาคารร้านอาหาร และด้านโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจต่อองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตรงกับแนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้าน สิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรยังได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากกับปัจจัยด้านราคาของทุกๆ องค์ประกอบ ได้แก่ ราคาโรงแรมที่พัก ราคาบริการนำเที่ยว ราคาอาหาร และราคาสินค้าที่ระลึก นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของทุกๆ องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตรงกับแนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคา

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรยังได้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมากกับปัจจัยด้านความสะดวกในการจอง (ช่องทางการจัดจำหน่าย) ของทุกๆ องค์

ประกอบ ได้แก่ โรงแรมที่พัก บริการนำเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านความสะดวกในการจองของทุกๆ องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตรงกับแนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่

อนึ่ง นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญน้อย กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายขององค์ประกอบด้าน โรงแรมที่พัก ภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า มีเพียงองค์ประกอบด้านบริษัทนำเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับพึงพอใจ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายขององค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นเป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตรงกับแนวคิดด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาถึงแนวคิดด้านองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและจากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างกัน องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ต่อความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรคือ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวจากการศึกษายังพบอีกว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และอรรถาศัยของประชาชน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเภทของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาถึงแนวคิดด้านส่วนผสมการตลาดของและจากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือด้านโรงแรมที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือองค์ประกอบด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดต่อส่วนผสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือองค์ประกอบด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้าพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดต่อส่วนผสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือด้านคุณภาพของสินค้า ด้านบริษัทนำเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยสูงสุดต่อส่วนผสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ กล่าวคือองค์ประกอบด้านมัคคุเทศก์และพนักงาน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษานี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งหญิง และชาย ทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีเชื้อสายอังกฤษ มีทุกสาขาอาชีพ ยกเว้นเกษตรกร และผู้ว่างงาน มีทั้งที่เคยเดินทางมาเชียงใหม่แล้ว และไม่เคยมา ระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดเชียงใหม่จะอยู่ระหว่าง 2-5 คืน ส่วนใหญ่จะเดินทางมาพร้อมกับผู้อื่น ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือเพื่อน หรือ เพื่อนร่วมงาน ขณะที่ ผู้ที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่คือ ญาติ สื่อวิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรน้อยที่สุดตามลำดับ

ด้านองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก น้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่อกภัตตาคาร ร้านอาหาร และสถานบันเทิงยามราตรีน้อยที่สุด

ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬา สันทนาการ และการศึกษา น้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬา สันทนาการ และการศึกษา น้อยที่สุดด้วยเช่นกัน

ด้านโรงแรมที่พัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อการส่งเสริมการขาย น้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยจากการส่งเสริมการขายน้อยที่สุดด้วยเช่นกัน

ด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร และสถานบันเทิงยามราตรี พบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อ ดนตรี เกม และการแสดงน้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยจากดนตรี เกม และการแสดงน้อยที่สุดด้วยเช่นกัน

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และศูนย์การค้าพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อการส่งเสริมการขาย น้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยจากการส่งเสริมการขายน้อยที่สุดด้วยเช่นกัน

ด้านบริษัทนำเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อการส่งเสริมการขาย น้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยจากการส่งเสริมการขายน้อยที่สุดด้วยเช่นกัน

ด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่ออินเทอร์เน็ต น้อยที่สุด และได้รับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยจากรถไฟและสถานีรถไฟน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาโมเดลวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินการ (Importance-Performance Analysis Model) ขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านต่างๆ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อ องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้ง 6 องค์ประกอบในระดับสูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับความพึงพอใจในระดับสูงด้วย

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวด้าน วิถีชีวิต ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อุณหภูมิสภาพอากาศ และแหล่งจับจ่ายใช้สอยในระดับสูง และนักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูง ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬา สันทนาการ และการศึกษา นั้น นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทกีฬา สันทนาการ และการศึกษาในระดับต่ำ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูง

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อทุกองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พักในระดับสูง และ นักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบด้าน การบริการของพนักงาน คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม รายการอาหารและเครื่องดื่ม ราคา และสถานที่ สถาปัตยกรรม และการตกแต่ง ในระดับสูง และ นักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน ต่อองค์ประกอบข้างต้น ในขณะที่องค์ประกอบด้าน การส่งเสริมการขาย และ ดนตรี เกม การแสดง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบดังกล่าวในระดับต่ำ แต่นักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบดังกล่าวในระดับสูง

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อทุกๆ องค์ประกอบขององค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า และ บริษัทนำเที่ยว ในระดับสูง และ นักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน อย่างไรก็ตามพบว่า ในองค์ประกอบขององค์ประกอบด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านคุณภาพของสินค้า ในขณะที่มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดต่อองค์ประกอบดังกล่าว

นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญต่อโครงสร้างพื้นฐาน ด้าน ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนและการจราจร การขนส่งมวลชน โทรศัพท์ สายการบินและท่าอากาศยาน โรง

พยาบาล และ การกำจัดขยะมูลฝอย ในระดับสูง และ นักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจในระดับสูงเช่นกัน ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานด้าน อินเทอร์เน็ต และ รถไฟและสถานีรถไฟ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบดังกล่าวในระดับต่ำ แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบดังกล่าวในระดับสูง

นอกจากนี้ มีบางปัจจัยของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญและความพึงพอใจไม่สอดคล้องกัน ได้แก่ องค์ประกอบด้าน องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านร้านอาหารสินค้าที่ระลึกและศูนย์การค้า และ องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน

และยังพบปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาความไม่สะอาดของจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม และปัญหาค่าบริการต่างๆ ของโรงแรมมีราคาค่อนข้างแพง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้จังหวัดเชียงใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักรได้ดียิ่งขึ้น ควรวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเช่น กลุ่มลูกค้าชาวสหราชอาณาจักรที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะให้ความสำคัญสูงสุดต่อองค์ประกอบด้านโรงแรมที่พัก และ บริษัทนำเที่ยว มากกว่าองค์ประกอบอื่น ประกอบกับต้องแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทุกปัญหาไม่ว่าเป็นปัญหามาก หรือเป็นปัญหาน้อย อีกทั้งควรให้ความสำคัญในการแก้ไของค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญสูง แต่ยังมีระดับความพึงพอใจค่อนข้างต่ำเช่น ด้านคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญในสูงมาก แต่มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบดังกล่าวค่อนข้างน้อย และรักษาองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงให้มีคุณภาพ และระดับบริการที่ดีต่อไป

เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกัน ปรับปรุง พัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีความเหมาะสมตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้

ด้านการประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร จากการศึกษาพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่คือหนังสือโฆษณาของบริษัทนำเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานเอกชน เช่น สมาคมฯ โรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ในการร่วมมือกัน ผลักดันให้มีการนำเสนอจังหวัดเชียงใหม่ในโบรชัวร์ของบริษัทนำเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ดึงดูดความสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีแนวทางในการปฏิบัติดังนี้

ก. จัดทำศูนย์ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ให้หน่วยงานที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในการประกอบการทำรายการนำเที่ยว สามารถค้นหา และนำไปใช้ได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว มีข้อมูลที่ทันสมัย และถูกต้อง

ข. จัดห้องสมุดรูปภาพ รวบรวมรูปภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผู้คน งาน ประเพณี วัฒนธรรม ฯลฯ ที่น่าสนใจของจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์ สไลด์ รูปภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ ซีดีรอม ฯลฯ เพื่อที่บริษัทนำเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศสามารถนำรูปภาพเหล่านี้

นั้นไปได้ (อาจใช้ลักษณะการให้เช่า) ในการประกอบการทำหนังสือโฆษณาชักจูงนักท่องเที่ยวมายังจังหวัดเชียงใหม่ได้ดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น

ด้านแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และอัญมณีและเครื่องประดับของประชาชน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นเพื่อที่จะสามารถตอบสนองให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ย ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น จังหวัดเชียงใหม่จึงควรอนุรักษ์ และพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวทั้งสองประเภทดังกล่าวให้คงความน่าสนใจ สวยงามต่อไป ดังยกตัวอย่างต่อไปนี้

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต และอัญมณีและเครื่องประดับของประชาชน ได้แก่สถานที่ต่างๆ ที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น ชาวเขา ชนกลุ่มน้อย ซึ่งมีแนวทางในการ อนุรักษ์พัฒนาดังนี้

ก. รณรงค์ให้ชาวเชียงใหม่ แต่งกายชุดพื้นเมือง ชาวเขาแต่งชุดประจำเผ่า
ข. รณรงค์การใช้ภาษาถิ่น เช่นรณรงค์ให้ชาวเชียงใหม่พูดคำเมือง เป็นต้น
ค. ให้การศึกษาแก่ชาวเขา ชนกลุ่มน้อย ในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง เหมาะสม ให้พวกเขาตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณีประจำเผ่าของตน เพื่อที่พวกเขาจะสืบทอดต่อไปยังลูกหลานต่อไป

ง. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิต ใหม่ ๆ เช่น การพัฒนาศูนย์แพทย์แผนโบราณ การนวดแผนโบราณ โรงเรียนสอนทำอาหาร ฯลฯ

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวประเภท ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเลสาบ ทิวทัศน์ ฯลฯ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย เช่น กรมป่าไม้ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต่างๆ ฯลฯ ในการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติให้คงอยู่สืบไป ซึ่งมีแนวทางในการอนุรักษ์พัฒนาดังต่อไปนี้

ก. ส่งเสริมให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนา และรักษาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน โดยให้ตัวแทนของชาวบ้าน เช่นสภาตำบล มีส่วนในการกำหนดนโยบายในการบริหารแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของตน เพื่อให้ท้องถิ่นเกิดรายได้ และความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

ข. ให้กรมป่าไม้จัดกิจกรรม ให้ความรู้แก่ชาวบ้าน โดยเฉพาะชาวบ้านในเขตแหล่งท่องเที่ยว เช่น ในอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ดอยสุเทพ-ปุย ในด้านความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ความรู้เกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันของคนและป่า ฯลฯ

ค. ให้กรมป่าไม้ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดอบรมมัคคุเทศก์ และบริษัทนำเที่ยว เกี่ยวกับการนำเที่ยวในเขตอุทยาน เพื่อให้บริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ตระหนักถึงความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในการรักษาธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

ง. บังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างเข้มงวด และให้มีการแก้ไขกฎหมาย บทลงโทษ หากมีความจำเป็น

ด้านโรงแรมที่พัก โรงแรมทุกแห่งสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยแก่นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษได้โดยการ ฝึกอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่การงาน ให้มีความกระตือรือร้น มีอัธยาศัยยนบ้น้อม มีบุคลิกน่าเชื่อถือ และเข้าใจลูกค้า และโดยการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกให้พอเพียง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ควรดำเนินการดังนี้

ค. กำหนดให้ผู้พักในโรงแรมต้องแสดงตนทุกครั้งที่ขอกุญแจห้องจากพนักงานต้อนรับของโรงแรม

ง. มีการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณทางเดินระหว่างห้องพักทุกๆ ชั้นของโรงแรม เพื่อใช้ตรวจสอบกรณีมีของสูญหายในห้องพักของโรงแรม

จ. ให้มีการติดตั้งตู้นิรภัยภายในห้องพักทุกๆ ห้อง

ฉ. กำหนดบทลงโทษขั้นหนัก สำหรับพนักงานที่ลักทรัพย์ และละเมิดกฎความปลอดภัยในการทำงาน

ช. ติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัย เช่น เครื่องตรวจจับควัน เครื่องพ่นน้ำ ฯลฯ

- ด้านพนักงานโรงแรม ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ควรดำเนินการดังนี้

ก. ฝึกอบรมพนักงานของโรงแรมให้ทุกฝ่ายบริการพนักงานด้วยอัธยาศัยไมตรี ช่วยเหลือ เห็นอกเห็นใจ สุภาพ ให้เกียรติ

ข. ให้มีการประชุมของพนักงานแต่ละฝ่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีการย้ำ เน้นถึงความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยของการบริการด้วยอัตราคีย์ไมตรี ช่วยเหลือ เห็นอกเห็นใจ สุภาพ ให้เกียรติ

ค. ให้รางวัลสูงใจสำหรับพนักงานที่บริการลูกค้าด้วยอัตราคีย์ไมตรี ช่วยเหลือ เห็นอกเห็นใจ สุภาพ ให้เกียรติ

ง. ลงโทษพนักงานที่ปฏิบัติต่อลูกค้าไม่เหมาะสม เช่นการไม่ขึ้นเงินเดือน การสั่งพักงาน การให้ออก ฯลฯ

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ควรดำเนินการดังนี้

ก. ทำการศึกษาถึงระดับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้พักใน โรงแรม เพื่อสามารถพิจารณาเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกที่กลุ่มลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้อง

ข. เพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่แล้วให้เพียงพอต่อความต้องการ เช่น เพิ่มเก้าอี้อาบน้ำแดดบริเวณรอบสระว่ายน้ำ ฯลฯ

ด้านภัตตาคารร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงยามราตรี เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยแก่นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ควรพัฒนาด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ก. พัฒนา คุณภาพและรสชาติอาหารให้ตรงกับรสนิยม และความต้องการของชาวอังกฤษ โดยการฝึกอบรมพ่อครัวแม่ครัว ในการทำอาหารยุโรป

ข. ฝึกอบรมพนักงาน เรื่องการต้อนรับ เรื่องภาษาอังกฤษ เรื่องเมนูอาหาร เครื่องดื่ม พร้อมทั้งมีการประชุมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ค. มีเครื่องแบบพนักงานที่สะอาด เรียบร้อย

ง. พัฒนารายการอาหารให้หลากหลาย ทั้งอาหารไทย และอาหารยุโรป

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และศูนย์การค้า เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยแก่นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกควรพัฒนาด้านต่างๆ ดังนี้

ก. พัฒนาคุณภาพของสินค้า ให้มีมาตรฐาน และเพื่อสามารถสร้างความยอมรับในมาตรฐานคุณภาพได้ดียิ่งขึ้น สินค้าควรได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น ISO9000, ISO14000 เป็นต้น

ข. ฝึกอบรมพนักงาน เรื่องการต้อนรับ เรื่องภาษาอังกฤษ เรื่องขั้นตอนการผลิตสินค้า ฯลฯ พร้อมทั้งมีการประชุมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

ด้านบริษัทนำเที่ยว เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยแก่นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษบริษัทนำเที่ยวควรดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้

ก. เพื่อให้บริษัทมีความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวควรสังกัดเป็นสมาชิกของ สมาคม องค์การทางธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ ระดับสากล เช่น ATTA, PATA เป็นต้น

ข. เพื่อคุณภาพของบริการ ควรฝึกอบรมพนักงาน พร้อมทั้งมีการประชุมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ ในเรื่องต่างๆ ดังนี้ได้แก่

- การเข้าถึงลูกค้า (Access) ต้องอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และเวลาแก่ลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน
- ความไว้วางใจได้ (Reliability) บริการต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
- การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว (Responsiveness)
- ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นคนน่าเชื่อถือ เป็นกันเอง
- การติดต่อสื่อสาร (Communication) บุคลากรต้องสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ใช้ภาษาที่ถูกต้อง เข้าใจง่าย
- ความสามารถ (Competence) บุคลากรต้องมีความสามารถ ความชำนาญ รอบรู้ในหน้าที่การงาน
- การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangibles)
- การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / knowing customer)
- ความน่าเชื่อถือ (Credibility) องค์การและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยการเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า
- ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย และปัญหาต่างๆ

ค. เพิ่มช่องทางในการจองรายการนำเที่ยว ให้ลูกค้ามีความสะดวกในการจอง และการชำระค่าบริการมากที่สุด เช่นการจองผ่านอินเทอร์เน็ต การชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต บัญชีบัตรเครดิต ฯลฯ

ด้านระบบสาธารณูปโภค จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับสำคัญมากที่สุดต่อระบบกำจัดขยะมูลฝอย ระดับสำคัญมากต่อไฟฟ้า น้ำประปา สายการบินและท่าอากาศยาน ถนนและการจราจร และระบบขนส่งมวลชน เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมากยิ่งขึ้น จังหวัดเชียงใหม่ควรดำเนินการดังต่อไปนี้

ก. เทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ต้องให้ความสำคัญกับระบบกำจัดขยะมูลฝอยมากยิ่งขึ้น ต้องพิจารณาระบบที่จะแก้ไขปัญหาขยะได้อย่างถาวร ระบบการจัดเก็บขยะต้องมีประสิทธิภาพ ไม่มีขยะตกค้าง

ข. เทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ควรออกกฎเทศบาล ลงโทษผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่เป็นทาง ทำความสกปรกแก่บ้านเมือง

ค. กรมขนส่ง ต้องฝึกอบรมพนักงานขับรถ ตึกตึก สองแถว ในเรื่องการให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ให้มีการโกงราคาแก่นักท่องเที่ยว

นอกจากนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมประเภทการบริการซึ่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามฤดูกาล ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่จึงควรดำเนินกลยุทธ์ต่อไปนี้เพื่อที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

1. การตั้งราคาแตกต่างกัน (Differential Pricing) เช่นการลดราคาห้องพัก ค่ารายการนำเที่ยว สำหรับช่วงที่มีนักท่องเที่ยวน้อย นอกฤดูท่องเที่ยว
2. เพิ่มกิจกรรมสำหรับช่วงที่มีลูกค้าน้อยเพื่อดึงดูดลูกค้ามากยิ่งขึ้น (Nonpeak Demand Can Be Cultivated) เช่นการจัดการอบรมสัมมนา การประชุม งานแสดงสินค้า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
3. ให้บริการเสริมอื่นๆ (Complementary Services) สำหรับช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมาก เพื่อป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวต้องเสียเวลาในการรอรับบริการนานเกินไป
4. ใช้ระบบการจอง (Reservation System) เพื่อป้องกันปัญหานักท่องเที่ยวมากเกินไป เช่นการจองห้องพัก จองตั๋วเดินทาง เป็นต้น

5. การจ้างพนักงานชั่วคราว (Part-Time Employee) เพิ่มเติม เพื่อสามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้อย่างเหมาะสม

ในแง่ของผู้ให้บริการ ต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

1. ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการเช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ต้องเน้นด้านการฝึกอบรมในการให้บริการที่ดี
2. ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุง บริการให้ดีขึ้น

จากข้อเสนอแนะดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ข้าพเจ้าเชื่อว่าหากได้มีการนำไปปฏิบัติ จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวพูดกันปากต่อปาก และส่งผลทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดเชียงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น