

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ได้เสนอเป็น 5 ส่วน ในรูปของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชาชนกรุงเทพมหานครผู้ที่ตอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อื่น ๆ ตามแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-21)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ (ตารางที่ 22 - 29)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ปัญหาด้านพนักงานให้บริการ ปัญหาด้านภาพลักษณ์ และปัญหาภายนอกอื่น ๆ (ตารางที่ 30 - 36)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 37 – 68)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 69 – 96)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	33.3
หญิง	200	66.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเพศชาย จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	16	5.3
20-30 ปี	155	51.7
31-40 ปี	68	22.7
41-50 ปี	49	16.3
51-60 ปี	9	3.0
มากกว่า 60 ปี	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 อายุระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็น ร้อยละ 5.3 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	196	65.4
สมรส	97	32.3
หม้าย	7	2.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 196 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 และสถานภาพหม้าย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	70	23.3
อนุปริญญา	40	13.3
ปริญญาตรี	172	57.4
สูงกว่าปริญญาตรี	6	2.0
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 172 ราย รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 57.4 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 อนุปริญญา จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.30 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0 และต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	35	11.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	3.3
รับจ้างทั่วไป	38	12.7
พนักงานบริษัทเอกชน	182	60.6
ธุรกิจส่วนตัว	13	4.3
เกษียณ	2	0.7
แม่บ้าน	5	1.7
นักเรียนนักศึกษา	15	5.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน 182 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมารับจ้างทั่วไป จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 รับราชการ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 นักเรียนนักศึกษา จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 ธุรกิจส่วนตัว 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 แม่บ้าน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7 และเกษียณ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000	23	7.7
5,000-1,0000	102	34.0
10,001-15,000	87	29.0
15,001-20,000	36	12.0
20,001-25,000	28	9.3
25,001-30,000	14	4.7
มากกว่า 30,000	10	3.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ รายได้ช่วง 5,000-10,000 บาท จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา รายได้ช่วง 10,001-15,000 บาท จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 รายได้ช่วง 15,001-20,000 บาท จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 รายได้ช่วง 20,001-25,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 รายได้ช่วง 25,001-30,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจเลือกรายการ
ท่องเที่ยว

ผู้ตัดสินใจเลือกรายการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว	96	32.0
เพื่อน	54	18.0
ผู้ร่วมงาน	13	4.4
กลุ่มทำกิจกรรมเหมือนกัน	4	1.3
ตัวเอง	129	43.0
คนรัก	4	1.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ตัดสินใจเลือกรายการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกรายการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา ครอบครัว จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 เพื่อน จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.0 ผู้ร่วมงาน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.4 กลุ่มทำกิจกรรมเหมือนกันและคนรัก จำนวน 4 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการ
ท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 1 วัน	61	20.3
2 วัน	108	36.0
3 วัน	101	33.7
4 วัน	13	4.3
5 วัน	9	3.0
มากกว่า 5 วัน	8	2.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว
แต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ใช้เวลา 2 วัน จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาใช้เวลา 3 วัน
จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.7 ใช้เวลาภายใน 1 วัน จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.3
ใช้เวลา 4 วัน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ใช้เวลา 5 วัน จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ
ใช้เวลามากกว่า 5 วัน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบไปท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ชอบไปท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	104	34.7
เสาร์-อาทิตย์	50	16.7
วันธรรมดา	8	2.6
ทุกโอกาสตามความสะดวก	134	44.7
วันหยุดนักขัตฤกษ์	4	1.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ชอบไปท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้ทุกโอกาสตามความสะดวก จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาวันหยุดติดต่อกันหลายวัน จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.7 เสาร์-อาทิตย์ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 วันธรรมดา จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.6 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา

จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	39	13.0
2 ครั้ง	74	24.7
3 ครั้ง	56	18.6
มากกว่า 3 ครั้ง	131	43.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาจำนวน 2 ครั้ง จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 จำนวน 3 ครั้ง จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.6 และ 1 ครั้ง จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	109	36.3
3,000-5,000 บาท	131	43.7
5,001-7,000 บาท	35	11.7
มากกว่า 7,001 บาท	25	8.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาท จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาน้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.3 ระหว่าง 5,001-7,000 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 และมากกว่า 7,001 บาท จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบริการนำเที่ยว

รูปแบบบริการนำเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รายการนำเที่ยวสำเร็จรูป	30	10.0
รายการนำเที่ยวตามประสงค์	91	30.3
ไปท่องเที่ยวเอง	168	56.0
เที่ยวช่วงไปทำงานต่างจังหวัด	11	3.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบริการนำเที่ยวส่วนใหญ่ไปท่องเที่ยวเอง จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมารายการนำเที่ยวตามประสงค์ จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.3 รายการนำเที่ยวสำเร็จรูป จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ เที่ยวช่วงไปทำงานต่างจังหวัด จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวไปกับใคร

การเดินทางท่องเที่ยวไปกับใคร	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางคนเดียว	6	2.0
ไปกับเพื่อน	163	54.4
ไปกับครอบครัว	124	41.3
คนรู้จัก	7	2.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางท่องเที่ยวไปกับใครส่วนใหญ่ไปกับเพื่อน จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมาไปกับครอบครัว จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 เดินทางคนเดียว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0 และคนรู้จัก จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทาง
ท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล	238	79.3
รถรับจ้าง	87	29.0
รถโดยสารไม่ประจำทาง	102	34.0
รถไฟ	72	24.0
เครื่องบิน	39	13.0
รถโดยสารประจำทาง	6	2.0

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 79.3 รองลงมารถโดยสารไม่ประจำทาง ร้อยละ 34.0 รถรับจ้าง ร้อยละ 29.0 รถไฟ ร้อยละ 24.0 เครื่องบิน ร้อยละ 13.0 และรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 2.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โบปลิว นิตยสาร	145	48.3
วิทยุ	37	12.3
โทรทัศน์	170	56.6
การบอกต่อจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก	219	73.0
อินเทอร์เน็ต	73	24.3
โฆษณาประชาสัมพันธ์	77	25.6
บริษัทนำเที่ยว	35	11.6
ข้อมูลส่งผ่านโทรศัพท์มือถือ	2	0.6

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากบุคคลใกล้ชิด/คนรู้จัก ร้อยละ 73.0 รองลงมาโทรทัศน์ ร้อยละ 56.6 สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 48.3 โฆษณาประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 25.6 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.3 วิทยุ ร้อยละ 12.3 บริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 11.6 และข้อมูลส่งผ่านโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักผ่อนในการไปท่องเที่ยว

สถานที่พักผ่อนในการไปท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	116	38.6
รีสอร์ท	70	23.3
บังกะโล	86	28.6
เต็นท์	34	11.3
บ้านญาติ	78	26.0
วัด	10	3.3

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักผ่อนในการไปท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พักโรงแรม ร้อยละ 38.6 รองลงมาบังกะโล ร้อยละ 28.6 บ้านญาติ ร้อยละ 26.0 รีสอร์ท ร้อย 23.3 เต็นท์ ร้อยละ 11.3 และอื่นๆ ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไป
ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

แหล่งท่องเที่ยว	เคยไป		ไปประจำ		คิดจะไป		ไม่คิดไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ภูเขา	215	71.7	28	9.3	31	10.3	26	8.7
2. ถ้ำ	192	64.0	12	4.0	65	21.7	31	10.3
3. น้ำตก	242	80.7	42	14.0	9	3.0	7	2.3
4. ชายทะเล	148	49.3	137	45.7	10	3.3	5	1.7
5. เกาะ	170	56.7	26	8.7	73	24.3	31	10.3
6. ล่องแพ	145	48.5	14	4.7	100	33.2	41	13.6
7. เดินป่า	107	35.7	6	2.0	122	40.7	65	21.6

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปตามแหล่ง
ท่องเที่ยวธรรมชาติที่เคยไปส่วนใหญ่ ได้แก่ น้ำตก ร้อยละ 80.7 รองลงมาภูเขา ร้อยละ 71.7 ถ้ำ
ร้อยละ 64.0 เกาะ ร้อยละ 56.7 ชายทะเล ร้อยละ 49.3 ล่องแพ ร้อยละ 48.5 เดินป่า ร้อยละ
35.7 ตามลำดับ แหล่งธรรมชาติที่ไปประจำส่วนใหญ่ ได้แก่ ชายทะเล ร้อยละ 45.7 น้ำตก
ร้อยละ 14.0 ภูเขา ร้อยละ 9.3 เกาะ ร้อยละ 8.7 ล่องแพ ร้อยละ 4.7 ถ้ำ ร้อยละ 4.0 เดินป่า
ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ แหล่งธรรมชาติที่คิดจะไปส่วนใหญ่ ได้แก่ เดินป่า ร้อยละ 40.7 รองลงมา
ล่องแพ ร้อยละ 33.2 เกาะ ร้อยละ 24.3 ถ้ำ ร้อยละ 21.6 ภูเขา ร้อยละ 10.3 ชายทะเล ร้อยละ
3.3 น้ำตก ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ไม่คิดไป เดินป่า ร้อยละ 21.7 รองลงมาล่องแพ ร้อยละ
13.6 เกาะและถ้ำ ร้อยละ 10.3 ภูเขา ร้อยละ 8.7 น้ำตก ร้อยละ 2.3 ชายทะเล ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวตามแหล่งให้ความบันเทิง

แหล่งท่องเที่ยว	เคยไป		ไปประจำ		คิดจะไป		ไม่คิดไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สวนสัตว์ เช่น การแสดงของสัตว์	242	80.7	16	5.3	16	5.3	26	8.7
2. สวนสนุก	209	69.7	19	6.3	24	8.0	48	16.0

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปตามแหล่งให้ความบันเทิงที่เคยไปส่วนใหญ่ ได้แก่ สวนสัตว์ ร้อยละ 80.7 รองลงมาสวนสนุก ร้อยละ 69.8 ที่ไปประจำ ได้แก่ สวนสนุก ร้อยละ 6.3 รองลงมาสวนสัตว์ ร้อยละ 5.3 ที่คิดจะไป ได้แก่ สวนสนุก ร้อยละ 8.0 สวนสัตว์ ร้อยละ 5.3 ไม่คิดไป สวนสนุก ร้อยละ 16.0 สวนสัตว์ 8.7

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวตามแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุ

แหล่งท่องเที่ยว	เคยไป		ไปประจำ		คิดจะไป		ไม่คิดไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วัด	225	75.0	53	17.7	8	2.7	14	4.6
2. ปราสาทราชวัง	197	65.7	13	4.3	54	18.0	36	12.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปตามแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุที่เคยไปส่วนใหญ่ ได้แก่ วัด ร้อยละ 75.0 รองลงมาปราสาทราชวัง 65.7 ไปประจำ วัด ร้อยละ 17.7 ปราสาทราชวัง ร้อยละ 4.3 คิดจะไป ปราสาทราชวัง ร้อยละ 18.0 วัด ร้อยละ 2.7 ไม่คิดไป ปราสาทราชวัง ร้อยละ 12.0 วัด ร้อยละ 4.6

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรมประเพณี

แหล่งท่องเที่ยว	เคยไป		ไปประจำ		คิดจะไป		ไม่คิดไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. วัฒนธรรม พื้นบ้าน	169	56.3	12	4.0	82	27.3	37	12.4
2. วิถีชีวิต เช่น ชาวเขา	101	33.7	2	0.7	153	51.0	44	14.6

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการไปตามแหล่งวัฒนธรรมประเพณีที่เคยไปส่วนใหญ่ ได้แก่ วัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 56.3 รองลงมา วิถีชีวิต ร้อยละ 33.7 ไปประจำ วัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 4.0 วิถีชีวิต ร้อยละ 0.7 คิดจะไป วิถีชีวิต ร้อยละ 51.0 วัฒนธรรมพื้นบ้าน ร้อยละ 27.3 ไม่คิดไป วิถีชีวิต ร้อยละ 14.6 วัฒนธรรมพื้นบ้าน 12.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวภายใน
ประเทศในแต่ละภาค

ภาค	เคยไป				คิดจะไป			
	ตอบ	%	ไม่ ตอบ	%	ตอบ	%	ไม่ ตอบ	%
ภาคเหนือ	207	69.0	93	31.0	109	36.3	191	63.7
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	226	75.3	74	24.7	54	18.0	246	82.0
ภาคตะวันออก	162	54.0	138	46.0	56	18.7	244	81.3
ภาคใต้	190	63.3	110	36.7	96	32.0	204	68.0
ภาคกลาง	187	62.3	113	37.7	76	25.3	224	74.7
ภาคกลาง	234	78.0	66	22.0	25	8.3	275	91.7

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศที่เคยไปในแต่ละภาค ส่วนใหญ่เคยไปภาคกลาง จำนวน 234 คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 226 คิดเป็นร้อยละ 75.3 ภาคเหนือ จำนวน 207 คิดเป็นร้อยละ 69.0 ภาคใต้ จำนวน 190 คิดเป็นร้อยละ 63.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 187 คิดเป็นร้อยละ 62.3 และภาคตะวันตก จำนวน 162 คิดเป็นร้อยละ 54.0 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละภาคที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดจะไปส่วนใหญ่ ภาคเหนือ จำนวน 109 คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่ ภาคใต้ จำนวน 96 คิดเป็นร้อยละ 32.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 76 คิดเป็นร้อยละ 25.3 ภาคตะวันตก จำนวน 56 คิดเป็นร้อยละ 18.7 ภาคตะวันออก จำนวน 54 คิดเป็นร้อยละ 18.0 และภาคกลาง จำนวน 25 ร้อยละ 8.3

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. บริการข้อมูลข่าวสาร	105 (35.0%)	154 (51.3%)	31 (10.3%)	1 (0.3%)	9 (1.0%)	4.15 มาก	3
2. บริการยานพาหนะ เดินทาง	119 (39.7%)	130 (43.3%)	40 (13.3%)	4 (1.3%)	7 (2.3%)	4.17 มาก	2
3. บริการสถานที่พักผ่อน	102 (34.0%)	145 (48.3%)	41 (13.7%)	2 (0.7%)	10 (3.3%)	4.09 มาก	4
4. บริการภัตตาคาร ร้านอาหาร	53 (17.7%)	152 (50.7%)	69 (23.0%)	11 (3.7%)	15 (5.0%)	3.72 มาก	5
5. บริการคุ้มครองรักษา ความปลอดภัย	13 (4.7%)	114 (38.0%)	33 (11.0%)	7 (2.3%)	9 (3.0%)	4.21 มาก	1
6. มีโปรแกรมให้เลือก	49 (16.3%)	149 (49.7%)	71 (23.9%)	8 (2.6%)	23 (7.7%)	3.64 มาก	6
7. มีบริการครบวงจร	58 (19.3%)	116 (38.7%)	84 (28.0%)	12 (4.0%)	30 (10.0%)	3.53 มาก	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.93 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.93) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.21) ด้านบริการยานพาหนะเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.17) ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.15) ด้านบริการสถานที่ พักแรม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.09) ด้านบริการภัตตาคาร ร้านอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.72) ด้านมีโปรแกรมให้เลือก โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.64) ด้านมีบริการครบวงจร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.53)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ค่าเข้าชมสถานที่	88 (29.3%)	136 (45.3%)	49 (16.3%)	7 (2.3%)	20 (6.7%)	3.88 มาก	3
2. ค่าที่พักแรม	109 (36.3%)	135 (45.0%)	33 (11.0%)	8 (2.7%)	15 (5.0%)	4.05 มาก	1
3. ค่าอาหาร	90 (30.0%)	143 (47.7%)	47 (15.7%)	5 (1.7%)	15 (5.0%)	3.96 มาก	2
4. ค่าใช้จ่ายรวม	99 (33.0%)	131 (43.7%)	45 (15.0%)	10 (3.3%)	15 (5.0%)	3.96 มาก	2
5. ค่ายานพาหนะ	70 (23.3%)	157 (52.3%)	54 (18.0%)	6 (2.0%)	13 (4.3%)	3.88 มาก	3
6. สามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้	56 (18.7%)	81 (27.0%)	89 (29.7%)	21 (7.0%)	53 (17.7%)	3.22 น้อย	5
7. มีหลายราคาให้เลือก	75 (25.0%)	133 (44.3%)	57 (19.0%)	5 (1.7%)	30 (10.0%)	3.73 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.81 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.81) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านค่าที่พักแรม เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.05) ด้านค่าอาหารและด้านค่าใช้จ่ายรวม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.96) ด้านยานพาหนะและด้านค่าเข้าชมสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.88) ด้านมีหลายราคาให้เลือก โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.73) ด้านสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.22)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัย
ด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศใน
กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการ ตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่า เฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. การโฆษณาทางสื่อ เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์	103 (34.3%)	141 (47.0%)	41 (13.7%)	5 (1.7%)	10 (3.3%)	4.07 มาก	1
2. จัดทำข้อมูลท่องเที่ยวใน อินเทอร์เน็ต	59 (19.7%)	111 (37.0%)	85 (28.3%)	26 (8.7%)	19 (6.3%)	3.55 มาก	4
3. การขายโดยพนักงานขาย	21 (7.0%)	95 (31.7%)	116 (38.7%)	37 (12.3%)	31 (10.3%)	3.13 น้อย	7
4. การจัดมหกรรมการท่องเที่ยว ทั่วประเทศ	55 (18.3%)	138 (46.0%)	71 (23.7%)	15 (5.0%)	21 (7.0%)	3.64 มาก	3
5. การลดราคาแพ็คเกจทัวร์	83 (27.7%)	114 (38.0%)	62 (20.7%)	17 (5.7%)	24 (8.0%)	3.72 มาก	2
6. จัดรายการส่งเสริมการ ขายตามโอกาส เช่น การ สะสมแต้ม	29 (9.7%)	88 (29.3%)	114 (38.0%)	34 (11.3%)	35 (11.7%)	3.14 น้อย	6
7. ให้บริการเสริม เช่น มี บริการรับ ส่งจากที่พักไป สนามบินฟรี	62 (20.7%)	107 (35.7%)	76 (25.3%)	22 (7.3%)	33 (11.0%)	3.48 น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.53 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม
ในระดับความสำคัญมาก (3.53) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการ
โฆษณาทางสื่อ เช่น หนังสือ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับความสำคัญมาก (4.07) ด้านการลดราคาแพ็คเกจทัวร์ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความ

สำคัญมาก (3.72) ด้านการจัดมหรรมการท่องเที่ยวทั่วไทย โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.64) ด้านให้บริการเสริม เช่น มีบริการรับ ส่งจากที่พักไปสนามบินฟรี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.48) ด้านจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส เช่น การสะสมแต้ม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.14) ด้านการขายโดยพนักงานขาย โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.13)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์	125 (41.7%)	129 (43.0%)	33 (11.0%)	2 (0.7%)	11 (3.7%)	4.18 มาก	2
2. มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	78 (26.0%)	104 (34.7%)	69 (23.0%)	25 (8.3%)	24 (8.0%)	3.62 มาก	3
3. มีความสะดวกในการเดินทาง	141 (47.0%)	124 (41.3%)	25 (8.3%)	3 (1.0%)	7 (2.3%)	4.30 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						4.03 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (4.03) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านมีความสะดวกในการเดินทาง เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.30) ด้าน มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.18) ด้านมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.62)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ให้บริการรวดเร็ว	139 (46.3%)	137 (45.7%)	22 (7.3%)	0 (0.0%)	2 (0.7%)	4.37 มาก	1
2. ให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	136 (45.3%)	136 (45.3%)	20 (6.7%)	3 (1.0%)	5 (1.7%)	4.32 มาก	2
3. ให้บริการตรงเวลา และตรงตาม โปรแกรม	121 (40.0%)	138 (46.0%)	25 (8.3%)	4 (1.3%)	12 (4.0%)	4.17 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.28 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (4.28) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านให้บริการรวดเร็ว เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.37) ด้านให้บริการที่สะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.32) ด้านให้บริการตรงเวลาและตรงตามโปรแกรม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.17)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัย
ด้านปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศใน
กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์	164 (54.7%)	118 (39.3%)	14 (4.7%)	2 (0.7%)	2 (0.7%)	4.47 มาก	1
2. สุภาพ มีมารยาทจริงใจ	156 (52.0%)	126 (42.0%)	12 (4.0%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	4.43 มาก	2
3. รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้	136 (45.3%)	135 (45.0%)	23 (7.7%)	3 (1.0%)	3 (1.0%)	4.33 มาก	4
4. มีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ	121 (40.3%)	133 (44.3%)	39 (13.0%)	4 (1.3%)	3 (1.0%)	4.22 มาก	5
5. พนักงานมีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน	150 (50.0%)	115 (38.3%)	26 (8.7%)	7 (2.3%)	2 (0.7%)	4.35 มาก	3
6. มีพนักงานนำเที่ยว	78 (26.0%)	134 (44.7%)	72 (24.0%)	10 (3.3%)	6 (2.0%)	3.89 มาก	7
7. พนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	103 (34.3%)	134 (44.7%)	49 (16.3%)	9 (3.0%)	5 (1.7%)	4.07 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม						4.25 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้าน พนักงานผู้ให้บริการ มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (4.25) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบุคลิกภาพดี อธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.47) ด้านสุภาพ มีมารยาท จริงใจ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.43) ด้านพนักงานมีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการอย่างเสมอภาคกัน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.35) ด้านรู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.33) ด้านมีพนักงานบริการเพียงพอในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.22) ด้านพนักงานมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.07) ด้านมีพนักงานนำเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.89)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. มีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	214 (71.3%)	72 (24.0%)	10 (3.3%)	2 (0.7%)	2 (0.7%)	4.65 มากที่สุด	1
2. มีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน	148 (49.3%)	120 (40.0%)	26 (8.7%)	2 (0.7%)	4 (1.3%)	4.35 มาก	2
3. สถานที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ	148 (49.3%)	114 (38.0%)	31 (10.3%)	3 (1.0%)	4 (1.3%)	4.33 มาก	3
4. สถานที่ที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียง	82 (27.3%)	131 (43.7%)	65 (21.7%)	6 (2.0%)	16 (5.3%)	3.86 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.29 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (4.29) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านมีบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด (4.65) ด้านมีป้ายและให้ข้อมูลท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.35) ด้านสถานที่มีความแปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.33) ด้านสถานที่ที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.86)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยอื่น ๆ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	82 (27.3%)	134 (44.7%)	39 (13.0%)	4 (1.3%)	41 (13.7%)	3.71 มาก	5
2. วัฒนธรรมของบุคคลเปลี่ยนไปทำให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น	66 (22.0%)	151 (50.3%)	56 (18.7%)	10 (3.3%)	17 (5.7%)	3.80 มาก	4
3. สังคมนิยมการท่องเที่ยว (ทำตามสังคมนิยม)	48 (16.0%)	113 (37.7%)	100 (33.3%)	15 (5.0%)	24 (8.0%)	3.49 น้อย	6
4. เศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น	83 (27.7%)	150 (50.0%)	51 (17.0%)	4 (1.3%)	12 (4.0%)	3.96 มาก	3
5. ความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง	149 (49.7%)	109 (36.3%)	32 (10.7%)	7 (2.3%)	3 (1.0%)	4.31 มาก	1
6. ความแออัดในกรุงเทพฯ ทำให้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน	109 (36.3%)	125 (41.7%)	48 (16.0%)	10 (3.3%)	8 (2.7%)	4.06 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.88 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านปัจจัยด้านอื่น ๆ มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด (4.31) ด้านความแออัดในกรุงเทพฯ ทำให้ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.06) ด้านเศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.96) ด้านวัฒนธรรมของบุคคลเปลี่ยนไปทำให้มีการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.80) ด้านรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.71) ด้านสังคมนิยมการท่องเที่ยว (ทำตามสังคมนิยม) โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.49)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน
ใน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหา
ด้านปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ไม่มีบริการข้อมูลข่าวสาร	58 (19.3%)	111 (37.0%)	110 (36.7%)	13 (4.3%)	8 (2.7%)	3.66 มาก	2
2. บริการขนพาหนะไม่ดี	57 (19.0%)	118 (39.3%)	100 (33.3%)	17 (5.7%)	8 (2.7%)	3.66 มาก	2
3. สถานที่พักผ่อนไม่ดี	38 (12.7%)	116 (38.7%)	117 (39.0%)	20 (6.7%)	9 (3.0%)	3.51 มาก	3
4. ไม่มีบริการอาหาร	38 (12.7%)	100 (33.3%)	115 (38.3%)	37 (12.3%)	10 (3.3%)	3.40 น้อย	4
5. ไม่มีความปลอดภัย	78 (26.0%)	103 (34.3%)	86 (28.7%)	26 (8.7%)	7 (2.3%)	3.73 มาก	1
6. ไม่มีโปรแกรมให้เลือก	26 (8.7%)	90 (30.0%)	129 (43.0%)	33 (11.0%)	22 (7.3%)	3.22 น้อย	5
7. บริการไม่ครบ วงจร	28 (9.3%)	101 (33.7%)	111 (37.0%)	28 (9.3%)	32 (10.7%)	3.22 น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.49 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.49) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านไม่มีความปลอดภัย

เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.73) ด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารและด้านบริการยานพาหนะไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.66) ด้านสถานที่พักแรมไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.51) ด้านไม่มีบริการอาหาร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.40) ด้านไม่มีโปรแกรมให้เลือกและด้านบริการไม่ครบ วงจร โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.22)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหา
ด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ค่าเข้าชมสถานที่ไม่เหมาะสม	53 (17.7%)	128 (42.7%)	91 (30.3%)	14 (4.7%)	14 (4.7%)	3.64 มาก	4
2. ค่าที่พักแรมราคาแพง	94 (31.3%)	144 (48.0%)	54 (18.0%)	6 (2.0%)	2 (0.7%)	4.07 มาก	1
3. ค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล	73 (24.3%)	146 (48.7%)	62 (20.7%)	15 (5.0%)	4 (1.3%)	3.90 มาก	3
4. ค่าใช้จ่ายรวมแพง	89 (29.7%)	141 (47.0%)	53 (17.7%)	12 (4.0%)	5 (1.7%)	3.99 มาก	2
5. รับเฉพาะเงินสด	40 (13.3%)	93 (31.0%)	118 (39.3%)	22 (7.3%)	27 (9.0%)	3.32 น้อย	6
6. ไม่มีราคาให้เลือก	45 (15.0%)	107 (35.7%)	108 (36.0%)	19 (6.3%)	21 (7.0%)	3.45 น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.73 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านราคา มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.73) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านค่าที่พักแรมราคาแพง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (4.07) ด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.99) ด้านค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.90) ด้านค่าเข้าชมสถานที่ไม่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.64) ด้านไม่มีราคาให้เลือก โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.45) ด้านรับเฉพาะเงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.32)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหา
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ ต่างๆ	43 (14.3%)	103 (34.3%)	119 (39.7%)	21 (7.0%)	14 (4.7%)	3.47 น้อย	2
2. ไม่มีข้อมูลท่องเที่ยว ทางอินเทอร์เน็ตให้บริการ	31 (10.3%)	95 (31.7%)	119 (39.7%)	27 (9.0%)	28 (9.3%)	3.25 น้อย	4
3. ไม่เป็นไปตามที่โฆษณา ไว้	77 (25.7%)	118 (39.3%)	73 (24.3%)	22 (7.3%)	10 (3.3%)	3.77 มาก	1
4. ไม่มีการจัดงาน มหกรรมการท่องเที่ยว	31 (10.3%)	109 (36.3%)	120 (40.0%)	21 (7.0%)	19 (6.3%)	3.37 น้อย	3
5. ไม่มีส่วนลดราคา แพ็คเกจทัวร์	52 (17.3%)	92 (30.7%)	118 (39.3%)	20 (6.7%)	18 (6.0%)	3.47 น้อย	2
6. ไม่มีการส่งเสริมการ ขายให้เลือก เช่น การ สะสมแต้ม การชิงโชค	32 (10.7%)	83 (27.7%)	116 (38.7%)	33 (11.0%)	36 (12.0%)	3.14 น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.41 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านการส่งเสริม
การตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ใน
ระดับความสำคัญมาก (3.41) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านไม่เป็น
ไปตามที่โฆษณาไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.77) ด้านไม่มีการโฆษณา
ทางสื่อต่างๆ และด้านไม่มีส่วนลดราคาแพ็คเกจทัวร์ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญ
น้อย (3.47) ด้านไม่มีการจัดงานมหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญ
น้อย (3.37) ด้านไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความ
สำคัญน้อย (3.25) ด้านไม่มีการส่งเสริมการขายให้เลือก เช่น การสะสมแต้ม การชิงโชค โดยมี
ค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.14)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหา
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่า เฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ไม่ได้ได้รับความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ(โทร ยาก)	79 (26.3%)	117 (39.0%)	79 (26.3%)	15 (5.0%)	10 (3.3%)	3.80 มาก	1
2. ไม่มีความสะดวกใน การเดินทาง	71 (23.7%)	112 (37.3%)	89 (29.7%)	23 (7.7%)	5 (1.7%)	3.74 มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.77 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ใน
ระดับความสำคัญมาก (3.77) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านไม่ได้
รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ(โทรยาก) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก
(3.80) ด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.74)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. ให้บริการล่าช้า	75 (25.0%)	126 (42.0%)	81 (27.0%)	13 (4.3%)	5 (1.7%)	3.84 มาก	1
2. ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยากซับซ้อน	69 (23.0%)	127 (42.3%)	81 (27.0%)	18 (6.0%)	5 (1.7%)	3.79 มาก	2
3. ให้บริการที่ไม่ตรงเวลาและไม่ตรงตามโปรแกรม	65 (21.7%)	123 (41.0%)	90 (30.0%)	17 (5.7%)	5 (1.7%)	3.75 มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.80 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.80) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านให้บริการล่าช้า โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.84) ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยากซับซ้อน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.79) ด้านให้บริการที่ไม่ตรงเวลาและไม่ตรงตามโปรแกรม โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.75)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน พนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. บุคลิกภาพไม่ดี มนุษย์สัมพันธ์ไม่ดี	71 (23.7%)	98 (32.7%)	98 (32.7%)	25 (8.3%)	8 (2.7%)	3.66 มาก	2
2. ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท	74 (24.7%)	85 (28.3%)	108 (36.0%)	27 (9.0%)	6 (2.0%)	3.65 มาก	3
3. ไม่รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำไม่ได้	49 (16.3%)	104 (34.7%)	116 (38.7%)	23 (7.7%)	8 (2.7%)	3.54 มาก	5
4. มีพนักงานบริการไม่เพียงพอในการให้บริการ	45 (15.0%)	136 (45.3%)	92 (30.7%)	17 (5.7%)	10 (3.3%)	3.63 มาก	4
5. ไม่มีควมรับผิดชอบและไม่เต็มใจให้บริการ	71 (23.7%)	102 (34.0%)	91 (30.3%)	29 (9.7%)	7 (2.3%)	3.67 มาก	1
6. ไม่มีพนักงานนำเที่ยว	37 (12.3%)	92 (30.7%)	127 (42.3%)	23 (7.7%)	21 (7.0%)	3.34 น้อย	7
7. พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	45 (15.0%)	107 (35.7%)	109 (36.3%)	25 (8.3%)	14 (4.7%)	3.48 น้อย	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.57 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.57) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านไม่มีความรับผิดชอบและไม่เต็มใจให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.67) ด้านบุคลิกภาพไม่ดี มนุษย์สัมพันธ์ไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.66) ด้านไม่สุภาพ

ไม่มีมารยาท โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.65) ด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.63) ด้านไม่รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำไม่ได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.54) ด้านพนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.48) ด้านไม่มีพนักงานนำเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญน้อย (3.34)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหา ด้าน ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศใน กรุงเทพมหานคร

ปัญหาด้านภาพลักษณ์ ของสถานที่ท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่า เฉลี่ย	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
1. แหล่งท่องเที่ยวไม่ สวยและบรรยากาศไม่ดี	80 (26.7%)	77 (25.7%)	100 (33.3%)	31 (10.3%)	12 (4.0%)	3.61 มาก	3
2. ไม่มีป้ายหรือให้ข้อมูล ในพื้นที่ท่องเที่ยว	58 (19.3%)	112 (37.3%)	100 (33.3%)	23 (7.7%)	7 (2.3%)	3.64 มาก	2
3. สถานที่ไม่น่าสนใจ	62 (20.7%)	84 (28.0%)	111 (37.0%)	33 (11.0%)	10 (3.3%)	3.52 มาก	4
4. ไม่ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	90 (30.0%)	103 (34.3%)	80 (26.7%)	21 (7.0%)	6 (2.0%)	3.83 มาก	1
5. สถานที่พักผ่อนไม่สะอาด	86 (28.7%)	104 (34.7%)	84 (28.0%)	26 (8.7%)	0 (0%)	3.83 มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.65 มาก	

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (3.65) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและด้านไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.83) ด้านไม่มีป้ายหรือให้ข้อมูลในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.64) ด้านแหล่งท่องเที่ยวไม่สวย และบรรยากาศไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.61) ด้านสถานที่ไม่น่าสนใจ โดยมีค่าเฉลี่ยในอยู่ในระดับความสำคัญมาก (3.52)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ยรวม
	บริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยานพาหนะเดินทาง	บริการสถานที่พักผ่อน	บริการภัตตาคารร้านอาหาร	บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย	มีโปรแกรมให้เลือก	มีบริการครบวงจร	
ชาย	4.27 มาก	4.33 มาก	4.16 มาก	3.67 มาก	4.30 มาก	3.87 มาก	3.76 มาก	4.05 มาก
หญิง	4.18 มาก	4.20 มาก	4.14 มาก	3.88 มาก	4.32 มาก	3.72 มาก	3.61 มาก	3.99 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.05) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทาง ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.99) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.32) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านราคา							ค่าเฉลี่ย รวม
	ค่าเข้าชม สถานที่	ค่าที่พัก แรม	ค่า อาหาร	ค่าใช้จ่าย รวม	ค่าขน พาหนะ	ชำระผ่าน บัตร เครดิตได้	มีหลาย ราคาให้ เลือก	
ชาย	3.82 มาก	3.94 มาก	3.94 มาก	4.04 มาก	3.76 มาก	3.49 น้อย	3.76 มาก	3.82 มาก
หญิง	4.06 มาก	4.20 มาก	4.07 มาก	4.04 มาก	3.97 มาก	3.23 น้อย	3.92 มาก	3.93 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ-มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.82) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (4.04) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมาก (4.20) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด							ค่าเฉลี่ยรวม
	การโฆษณาทางสื่อ	ทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต	ขายโดยพนักงาน	จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ลดราคาแพ็คเกจทัวร์	จัดรายการส่งเสริมการขาย	ให้บริการเสริม	
ชาย	4.25 มาก	3.70 มาก	3.33 น้อย	3.83 มาก	3.85 มาก	3.24 น้อย	3.54 มาก	3.67 มาก
หญิง	4.08 มาก	3.56 มาก	3.13 น้อย	3.65 มาก	3.76 มาก	3.18 น้อย	3.61 มาก	3.57 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.25) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.57) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.08) เป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			ค่าเฉลี่ย รวม
	มีความสะดวก ในการคิด ต่อทางโทรศัพท์	มีความสะดวกในการคิด ต่อทางอินเทอร์เน็ต	มีความสะดวกใน การเดินทาง	
ชาย	4.30 มาก	3.80 มาก	4.34 มาก	4.15 มาก
หญิง	4.23 มาก	3.64 มาก	4.34 มาก	4.07 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.15) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.34) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.34) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ย รวม
	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่ง ยาก ซับซ้อน	ให้บริการตรงต่อเวลา และตรงตามโปรแกรม	
ชาย	4.42 มาก	4.36 มาก	4.28 มาก	4.35 มาก
หญิง	4.36 มาก	4.33 มาก	4.27 มาก	4.32 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.35) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.42) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.32) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์	สุภาพ มีมารยาท จริงใจ	รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำ ได้	มีพนักงาน บริการ เพียงพอ	มีความ รับผิดชอบ และ เต็มใจให้ บริการ	มี พนักงาน นำเที่ยว	มีความ สามารถใน การแก้ ปัญหาได้	
ชาย	4.48 มาก	4.37 มาก	4.28 มาก	4.26 มาก	4.28 มาก	3.96 มาก	4.08 มาก	4.24 มาก
หญิง	4.46 มาก	4.49 มาก	4.36 มาก	4.25 มาก	4.41 มาก	3.98 มาก	4.13 มาก	4.30 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.24) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.48) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.30) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสุภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมาก (4.49) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว				ค่าเฉลี่ยรวม
	มีบรรยากาศและความสวยงาม	มีป้ายให้ข้อมูลในพื้นที่อย่างชัดเจน	สถานที่แปลกใหม่ ตื่นตา ตื่นใจ	สถานที่ได้รับความนิยม มีชื่อเสียง	
ชาย	4.71 มากที่สุด	4.47 มาก	4.42 มาก	3.91 มาก	4.38 มาก
หญิง	4.65 มากที่สุด	4.35 มาก	4.34 มาก	3.88 มาก	4.31 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.38) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.71) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.31) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.65) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ						ค่าเฉลี่ยรวม
	รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	วัฒนธรรมบุคคลเปลี่ยนไปทำให้ท่องเที่ยวมากขึ้น	สังคมนิยมการท่องเที่ยว	เศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้มากขึ้น	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง	ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน	
ชาย	4.26 มาก	3.98 มาก	3.68 มาก	4.07 มาก	4.38 มาก	4.16 มาก	4.08 มาก
หญิง	4.04 มาก	3.79 มาก	3.47 น้อย	3.98 มาก	4.33 มาก	4.04 มาก	3.94 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.08) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.38) เป็นอันดับแรก และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.94) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ยรวม
	บริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยานพาหนะเดินทาง	บริการสถานที่พักผ่อน	บริการภัตตาคารร้านอาหาร	บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย	มีโปรแกรมให้เลือก	มีบริการครบวงจร	
ต่ำกว่า 20	3.81 มาก	3.94 มาก	3.67 มาก	3.44 น้อย	3.88 มาก	3.81 มาก	3.27 น้อย	3.69 มาก
20-30	4.20 มาก	4.24 มาก	4.21 มาก	3.78 มาก	4.24 มาก	3.77 มาก	3.68 มาก	4.02 มาก
31-40	4.22 มาก	4.24 มาก	4.12 มาก	3.92 มาก	4.47 มาก	3.88 มาก	3.84 มาก	4.10 มาก
41-50	4.38 มาก	4.17 มาก	4.10 มาก	3.81 มาก	4.31 มาก	3.75 มาก	3.37 น้อย	3.98 มาก
51-60	4.38 มาก	4.63 มากที่สุด	4.63 มาก	4.29 มาก	4.57 มากที่สุด	3.43 น้อย	3.75 มาก	4.24 มาก
มากกว่า 60	4.00 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก	3.33 น้อย	4.00 มาก	3.33 น้อย

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทาง ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.02) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทางและบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.24) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.10) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.47) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.98) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (4.38) เป็นอันดับแรก

อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.24) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้าน
บริการยานพาหนะเดินทาง ในระดับมาก (4.63) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ
โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทาง ใน
ระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านราคา							ค่าเฉลี่ยรวม
	ค่าเข้าชมสถานที่	ค่าที่พักแรม	ค่าอาหาร	ค่าใช้จ่ายรวม	ค่ายานพาหนะ	ชำระผ่านบัตรเครดิตได้	มีหลายราคาให้เลือก	
ต่ำกว่า 20	3.81 มาก	3.88 มาก	4.06 มาก	4.06 มาก	3.87 มาก	3.20 น้อย	3.81 มาก	3.81 มาก
20-30	3.99 มาก	4.04 มาก	3.94 มาก	4.05 มาก	3.95 มาก	3.20 น้อย	3.81 มาก	3.85 มาก
31-40	4.03 มาก	4.26 มาก	4.25 มาก	4.12 มาก	3.97 มาก	3.55 มาก	4.22 มาก	4.06 มาก
41-50	3.92 มาก	4.21 มาก	3.94 มาก	3.87 มาก	3.96 มาก	3.26 น้อย	3.73 มาก	3.84 มาก
51-60	4.00 มาก	4.57 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.38 มาก	4.14 มาก	3.71 มาก	4.29 มาก	4.25 มาก
มากกว่า 60	3.33 น้อย	3.33 น้อย	3.67 มาก	3.67 มาก	3.33 น้อย	3.67 มาก	2.67 น้อย	3.38 น้อย

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่า อาหารและค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (4.06) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (4.05) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.06) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมาก (4.26) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมาก (4.21) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.25) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าอาหาร ในระดับมากที่สุด (4.63) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.38) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่า อาหารและค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด							ค่าเฉลี่ยรวม
	การโฆษณาทางสื่อ	ทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต	ขายโดยพนักงาน	จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ลดราคาแพ็คเกจทัวร์	จัดรายการส่งเสริมการขาย	ให้บริการเสริม	
ต่ำกว่า 20	4.00 มาก	3.81 มาก	3.25 น้อย	3.69 มาก	3.56 มาก	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.47 น้อย
20-30	4.07 มาก	3.68 มาก	3.16 น้อย	3.74 มาก	3.82 มาก	3.22 น้อย	3.66 มาก	3.62 มาก
31-40	4.19 มาก	3.56 มาก	3.33 น้อย	3.74 มาก	3.94 มาก	3.15 น้อย	3.67 มาก	3.65 มาก
41-50	4.30 มาก	3.35 น้อย	2.96 น้อย	3.60 มาก	3.53 มาก	3.27 น้อย	3.44 น้อย	3.49 น้อย
51-60	4.50 มาก	3.71 มาก	3.50 มาก	4.14 มาก	4.43 มาก	3.57 มาก	3.86 มาก	3.96 มาก
มากกว่า 60	4.33 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	3.33 น้อย	3.67 มาก	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.57 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.47) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.65) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.19) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.49) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ

ในระดับมาก (4.30) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.50) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.57) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

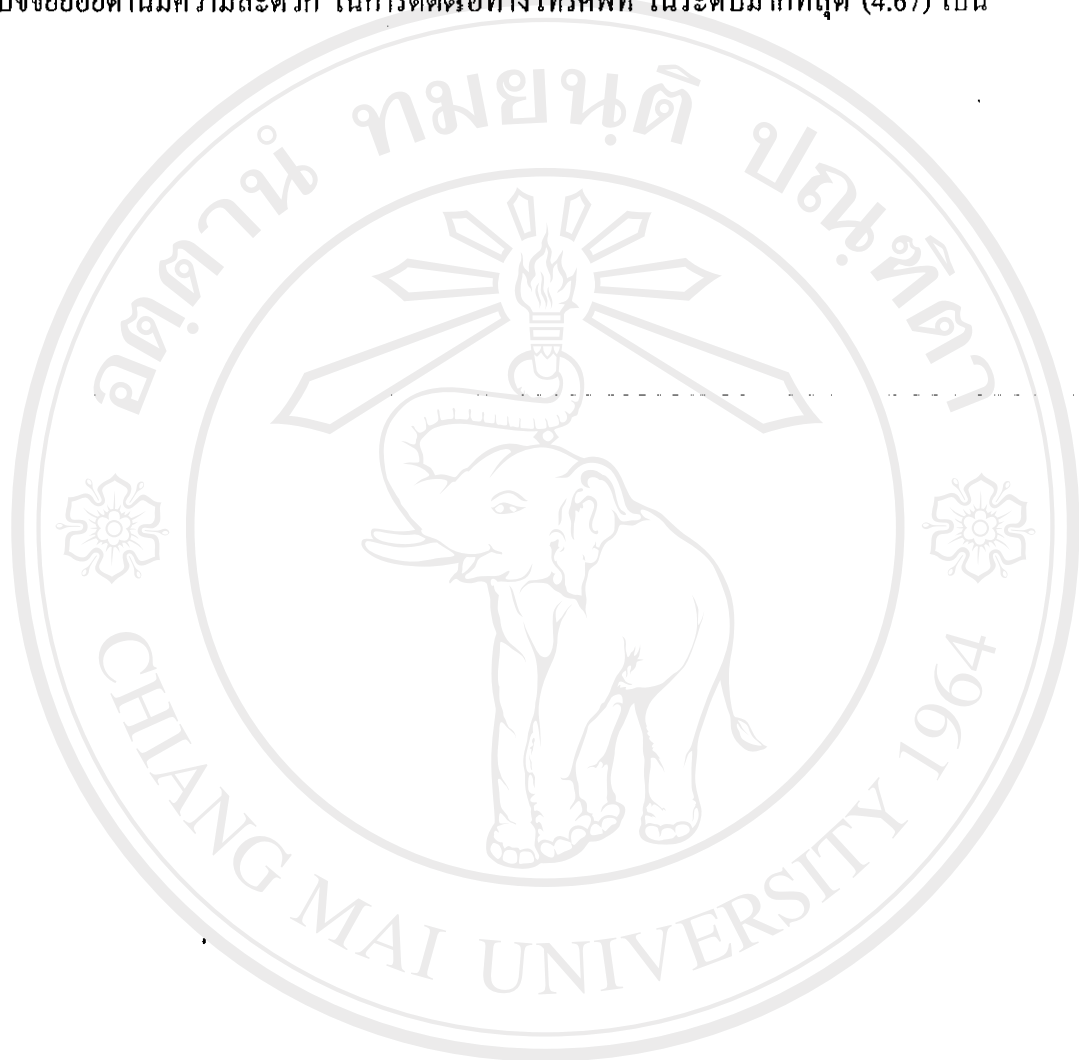
ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			ค่าเฉลี่ยรวม
	มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์	มีความสะดวกในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	มีความสะดวกในการเดินทาง	
ต่ำกว่า 20	4.06 มาก	3.75 มาก	3.94 มาก	3.92 มาก
20-30	4.21 มาก	3.76 มาก	4.40 มาก	4.12 มาก
31-40	4.35 มาก	3.70 มาก	4.34 มาก	4.13 มาก
41-50	4.27 มาก	3.50 มาก	4.31 มาก	4.03 มาก
51-60	4.25 มาก	3.14 น้อย	4.25 มาก	3.88 มาก
มากกว่า 60	4.67 มากที่สุด	3.67 มาก	4.33 มาก	4.22 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.92) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.06) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.12) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.13) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.35) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.03) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับ

แรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.88) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์และมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.25) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.22) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมากที่สุด (4.67) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ยรวม
	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	ให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม	
ต่ำกว่า 20	4.19 มาก	4.06 มาก	4.31 มาก	4.19 มาก
20-30	4.40 มาก	4.34 มาก	4.28 มาก	4.34 มาก
31-40	4.43 มาก	4.33 มาก	4.23 มาก	4.33 มาก
41-50	4.33 มาก	4.45 มาก	4.21 มาก	4.33 มาก
51-60	4.25 มาก	4.25 มาก	4.71 มากที่สุด	4.40 มาก
มากกว่า 60	4.67 มากที่สุด	4.33 มาก	4.33 มาก	4.44 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.19) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.34) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็วในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.43) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก (4.45) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.40) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม ในระดับมากที่สุด (4.71) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.40) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมากที่สุด (4.67) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์	สุภาพ มีมารยาท จริงใจ	รู้ข้อมูลให้คำแนะนำ ได้	มีพนักงานบริการ เพียงพอ	มีความรับผิดชอบ และเต็มใจให้บริการ	มีพนักงานนำเที่ยว	มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้	
ต่ำกว่า 20	4.19 มาก	4.31 มาก	4.31 มาก	4.13 มาก	4.13 มาก	4.00 มาก	4.13 มาก	4.17 มาก
20-30	4.48 มาก	4.46 มาก	4.35 มาก	4.28 มาก	4.43 มาก	3.87 มาก	4.10 มาก	4.28 มาก
31-40	4.51 มากที่สุด	4.46 มาก	4.37 มาก	4.31 มาก	4.33 มาก	4.03 มาก	4.17 มาก	4.31 มาก
41-50	4.47 มาก	4.51 มากที่สุด	4.27 มาก	4.06 มาก	4.27 มาก	3.80 มาก	4.02 มาก	4.20 มาก
51-60	4.50 มากที่สุด	4.43 มาก	4.50 มากที่สุด	4.38 มาก	4.75 มากที่สุด	4.38 มาก	4.62 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด
มากกว่า 60	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.33 มาก	4.67 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.72 มากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์และสุภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.28) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.48) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.31) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมากที่สุด (4.51) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.20) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมากที่สุด (4.51) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.51) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ ในระดับมากที่สุด (4.75) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.72) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อธิบายได้ดี มีมนุษยสัมพันธ์และสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมากที่สุด (5.00) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว				ค่าเฉลี่ยรวม
	มีบรรยากาศและความสวยงาม	มีป้ายให้ข้อมูลในพื้นที่อย่างชัดเจน	สถานที่แปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ	สถานที่ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือ	
ต่ำกว่า 20	4.50 มากที่สุด	4.31 มาก	4.37 มาก	4.13 มาก	4.33 มาก
20-30	4.72 มากที่สุด	4.35 มาก	4.42 มาก	3.82 มาก	4.33 มาก
31-40	4.64 มากที่สุด	4.40 มาก	4.26 มาก	3.84 มาก	4.29 มาก
41-50	4.60 มากที่สุด	4.44 มาก	4.24 มาก	3.98 มาก	4.32 มาก
51-60	4.67 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด
มากกว่า 60	5.00 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.33 มาก	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.72) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.64) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.32) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.60) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.66) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสถานที่แปลกใหม่ ตื่นตาตื่นใจ ในระดับมากที่สุด (4.75) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.50) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (5.00) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ						ค่าเฉลี่ยรวม
	รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	วัฒนธรรมเปลี่ยนไปทำให้ท่องเที่ยวมากขึ้น	สังคมนิยมการท่องเที่ยว	เศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้มากขึ้น	มีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง	ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน	
ต่ำกว่า 20	4.13 มาก	4.25 มาก	3.56 มาก	4.25 มาก	4.25 มาก	4.31 มาก	4.13 มาก
20-30	4.03 มาก	3.81 มาก	3.52 มาก	4.03 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	3.95 มาก
31-40	4.29 มาก	4.00 มาก	3.58 มาก	3.97 มาก	4.39 มาก	4.19 มาก	4.07 มาก
41-50	4.10 มาก	3.75 มาก	3.53 มาก	4.00 มาก	4.33 มาก	3.98 มาก	3.95 มาก
51-60	4.33 มาก	3.33 น้อย	3.29 น้อย	3.75 มาก	4.56 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	3.96 มาก
มากกว่า 60	4.50 มากที่สุด	4.33 มาก	5.00 มากที่สุด	4.67 มากที่สุด	4.33 มาก	4.67 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยอื่น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.13) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.95) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง ในระดับมาก (4.39) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.95) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวและเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.56) เป็นอันดับแรก อายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.58) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้าน ในระดับมากที่สุด (5.00) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ยรวม
	บริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยานพาหนะเดินทาง	บริการสถานที่พักผ่อน	บริการภัตตาคารร้านอาหาร	บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย	มีโปรแกรมให้เลือก	มีบริการครบวงจร	
รับราชการ	4.30 มาก	4.09 มาก	4.18 มาก	3.84 มาก	4.41 มาก	3.79 มาก	3.70 มาก	4.04 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.00 มาก	4.30 มาก	4.10 มาก	3.60 มาก	4.30 มาก	3.80 มาก	3.80 มาก	3.99 มาก
รับจ้างทั่วไป	3.79 มาก	3.96 มาก	3.96 มาก	3.35 น้อย	4.04 มาก	3.83 มาก	3.42 น้อย	3.76 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.27 มาก	4.25 มาก	4.17 มาก	3.85 มาก	4.31 มาก	3.4 น้อย	3.65 มาก	3.99 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.50 มากที่สุด	4.43 มาก	4.29 มาก	4.00 มาก	4.43 มาก	3.43 น้อย	3.36 น้อย	4.06 มาก
เกษียณ	3.50 มาก	4.00 มาก	3.50 มาก	3.50 มาก	3.00 น้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.50 มาก
แม่บ้าน	4.60 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	3.80 มาก	4.00 มาก	4.20 มาก	4.40 มาก	3.60 มาก	4.17 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	3.93 มาก	4.27 มาก	4.27 มาก	3.93 มาก	4.13 มาก	4.07 มาก	3.79 มาก	4.06 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.04) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.41) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.99) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทางและด้าน บริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.30) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.99) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (4.06) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการข้อมูลข่าวสารและด้านมีบริการครบวงจร ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการข้อมูลข่าวสารและด้านบริการยานพาหนะเดินทาง ระดับมากที่สุด (4.60) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.06) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทางและด้านบริการสถานที่พักผ่อน ในระดับมาก (4.27) เป็นอันดับแรก

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการ
ท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านราคา							ค่าเฉลี่ย รวม
	ค่าเข้าชม สถานที่	ค่าที่พัก แรม	ค่า อาหาร	ค่าใช้จ่าย รวม	ค่าขน พาหนะ	ชำระผ่าน บัตรเครดิต ได้	มีหลาย ราคาให้ เลือก	
รับราชการ	3.73 มาก	4.19 มาก	4.06 มาก	3.91 มาก	3.91 มาก	3.06 น้อย	4.13 มาก	3.87 มาก
พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	4.10 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก	3.70 มาก	3.30 น้อย	3.60 มาก	3.72 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.13 มาก	3.92 มาก	4.33 มาก	3.83 น้อย	3.88 มาก	3.08 น้อย	3.70 มาก	3.80 มาก
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.04 มาก	4.18 มาก	4.02 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก	3.36 น้อย	3.92 มาก	3.93 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	3.79 มาก	4.07 มาก	3.79 มาก	4.00 มาก	3.64 มาก	3.43 น้อย	3.71 มาก	3.77 มาก
เกษียณ	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.50 มาก	3.50 มาก	3.00 น้อย	3.50 มาก	2.00 น้อยที่สุด	3.08 น้อย
แม่บ้าน	3.60 มาก	3.80 มาก	3.80 มาก	3.40 น้อย	3.40 น้อย	4.20 มาก	4.20 มาก	3.80 มาก
นักเรียน-นัก ศึกษา	3.80 มาก	4.07 มาก	4.07 มาก	4.07 มาก	4.00 มาก	3.40 น้อย	3.93 มาก	3.92 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.87) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมาก (4.19) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าเข้าชมสถานที่ ในระดับมาก (4.10) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าอาหาร ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าเข้าชมสถานที่ ในระดับมาก (4.04) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรก ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.08) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าอาหาร ค่าใช้จ่ายรวม และด้านสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ ในระดับมาก (3.50) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระผ่านบัตรเครดิตได้ และมีหลายราคาให้เลือก ระดับมาก (4.20) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.92) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ด้านค่าอาหาร และด้านค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด							ค่าเฉลี่ยรวม
	การโฆษณาทางสื่อ	ทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต	ขายโดยพนักงาน	จัดกิจกรรมท่องเที่ยว	ลดราคาแพ็คเกจทัวร์	จัดรายการส่งเสริมการขาย	ให้บริการเสริม	
รับราชการ	4.19 มาก	3.34 น้อย	3.03 น้อย	3.83 มาก	3.94 มาก	3.29 น้อย	3.52 มาก	3.87 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.91 มาก	3.40 น้อย	3.00 น้อย	3.80 มาก	4.10 มาก	3.30 น้อย	3.20 น้อย	3.72 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.04 มาก	2.96 น้อย	2.88 น้อย	3.54 มาก	3.58 มาก	2.83 น้อย	3.05 น้อย	3.80 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.17 มาก	3.72 มาก	3.26 น้อย	3.72 มาก	3.82 มาก	3.29 น้อย	3.71 มาก	3.93 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	3.93 มาก	3.29 น้อย	3.07 น้อย	3.50 มาก	3.43 น้อย	2.43 น้อยที่สุด	3.38 น้อย	3.77 มาก
เกษียณ	4.00 มาก	4.00 มาก	3.50 มาก	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.08 น้อย
แม่บ้าน	4.40 มาก	3.60 มาก	2.60 น้อย	3.40 น้อย	3.80 มาก	3.20 น้อย	3.60 มาก	3.80 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	4.13 มาก	4.13 มาก	3.47 น้อย	4.00 มาก	3.93 มาก	3.20 น้อย	3.60 มาก	3.92 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.87) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.19) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านลดราคาแพ็คเกจทัวร์ ในระดับมาก (4.10) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

(3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.04) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.17) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.08) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ และด้านทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมากที่สุด (4.40) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.92) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อและด้านทำข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			ค่าเฉลี่ยรวม
	มีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์	มีความสะดวกในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	มีความสะดวกในการเดินทาง	
รับราชการ	4.21 มาก	3.22 น้อย	4.09 มาก	3.84 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.20 มาก	3.50 มาก	4.20 มาก	3.97 มาก
รับจ้างทั่วไป	3.92 มาก	3.38 น้อย	4.24 มาก	3.85 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.30 มาก	3.79 มาก	4.41 มาก	4.17 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.21 มาก	3.50 มาก	4.57 มากที่สุด	4.09 มาก
เกษียณ	4.50 มากที่สุด	3.50 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
แม่บ้าน	4.60 มากที่สุด	4.00 มาก	4.40 มาก	4.33 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	4.13 มาก	4.13 มาก	4.20 มาก	4.15 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.21) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.97) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์และด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.20) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.24) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.41) เป็นอันดับแรก อาชีพ

ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (4.09) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้าน มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.57) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทาง โทรศัพท์ ระดับมากที่สุด (4.60) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.15) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.20) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายใน ประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ยรวม
	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	ให้บริการตรงต่อเวลา และตรงตามโปรแกรม	
รับราชการ	4.26 มาก	4.35 มาก	4.41 มาก	4.34 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.40 มาก	4.40 มาก	4.30 มาก	4.37 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.48 มาก	4.28 มาก	4.17 มาก	4.31 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.40 มาก	4.36 มาก	4.28 มาก	4.35 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.57 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.43 มาก	4.52 มากที่สุด
เกษียณ	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก
แม่บ้าน	4.40 มาก	4.20 มาก	3.40 น้อย	4.00 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	4.33 มาก	4.20 มาก	4.47 มาก	4.33 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.34) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.41) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.37) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็วและด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.31) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.48) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.35) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.52) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็วและด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมากที่สุด (4.57) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการตรงต่อเวลาและตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.47) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษย์สัมพันธ์	สุภาพ มีมารยาท จริงใจ	รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำ ได้	มีพนักงานบริการ เพียงพอ	มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ	มีพนักงานนำเที่ยว	มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้	
รับราชการ	4.29 มาก	4.42 มาก	4.29 มาก	4.21 มาก	4.44 มาก	4.00 มาก	4.18 มาก	4.26 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.40 มาก	4.50 มากที่สุด	4.20 มาก	4.40 มาก	4.50 มากที่สุด	3.90 มาก	3.90 มาก	4.26 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.52 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.38 มาก	4.32 มาก	4.50 มากที่สุด	4.21 มาก	4.17 มาก	4.37 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.50 มากที่สุด	4.46 มาก	4.40 มาก	4.28 มาก	4.37 มาก	3.85 มาก	4.12 มาก	4.28 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.43 มาก	4.36 มาก	4.07 มาก	4.15 มาก	4.36 มาก	4.57 มากที่สุด	4.00 มาก	4.28 มาก
เกษียณ	5.00 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด
แม่บ้าน	4.60 มากที่สุด	4.40 มาก	4.20 มาก	3.50 มาก	4.20 มาก	4.00 มาก	3.60 มาก	4.07 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	4.27 มาก	4.40 มาก	4.33 มาก	4.27 มาก	4.20 มาก	4.13 มาก	4.13 มาก	4.25 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.26) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ ในระดับมาก (4.44) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.26) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการและด้าน สุภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.37) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษย์สัมพันธ์ ในระดับมากที่สุด (4.52) เป็น

อันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.28) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อหยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (4.28) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีพนักงานนำเที่ยว ในระดับมากที่สุด (4.57) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.57) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อหยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์และด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมากที่สุด (5.00) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อหยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ระดับมากที่สุด (4.60) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.25) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว				ค่าเฉลี่ยรวม
	มีบรรยากาศและความสวยงาม	มีป้ายให้ข้อมูลในพื้นที่อย่างชัดเจน	สถานที่แปลกใหม่ ตื่นตา ตื่นใจ	สถานที่ได้รับความนิยม มีชื่อเสียง	
รับราชการ	4.62 มากที่สุด	4.33 มาก	4.41 มาก	4.15 มาก	4.38 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.70 มากที่สุด	4.50 มาก	4.60 มากที่สุด	4.10 มาก	4.48 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.75 มากที่สุด	4.46 มาก	4.21 มาก	4.20 มาก	4.41 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.68 มากที่สุด	4.37 มาก	4.37 มาก	3.79 มาก	4.30 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.71 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.29 มาก	3.57 มาก	4.29 มาก
เกษียณ	5.00 มากที่สุด	4.45 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.36 มาก
แม่บ้าน	4.40 มาก	4.80 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	4.30 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	4.40 มาก	4.27 มาก	4.47 มาก	4.07 มาก	4.30 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.38) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.62) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.48) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.70) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.41) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.75) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ

สำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.30) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.68) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.71) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยใน ระดับมาก (4.36) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (5.00) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.30) มี ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีป้ายให้ข้อมูลในพื้นที่อย่างชัดเจน ระดับมากที่สุด (4.80) เป็นอันดับ แรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.30) มีค่า เฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสถานที่แปลกใหม่ ตื่นตา ตื่นใจ ในระดับมาก (4.47) เป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ						ค่าเฉลี่ยรวม
	รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	วัฒนธรรมบุคคลเปลี่ยนไปทำให้ท่องเที่ยวมากขึ้น	สังคมนิยมการท่องเที่ยว	เศรษฐกิจดีทำให้มีรายได้มากขึ้น	มีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง	ความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน	
รับราชการ	4.16 มาก	3.56 มาก	3.32 น้อย	3.85 มาก	4.54 มากที่สุด	4.15 มาก	3.93 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.22 มาก	3.70 มาก	3.50 มาก	3.80 มาก	4.40 มาก	4.20 มาก	3.97 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.25 มาก	4.04 มาก	3.58 มาก	4.12 มาก	4.25 มาก	4.16 มาก	4.07 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	4.06 มาก	3.84 มาก	3.54 มาก	4.01 มาก	4.31 มาก	3.98 มาก	3.96 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.20 มาก	3.92 มาก	3.50 มาก	4.21 มาก	4.64 มากที่สุด	4.36 มาก	4.14 มาก
เกษียณ	4.00 มาก	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	5.00 มากที่สุด	4.42 มาก
แม่บ้าน	4.60 มากที่สุด	4.40 มาก	4.20 มาก	4.00 มาก	4.40 มาก	4.00 มาก	4.27 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	3.93 มาก	4.20 มาก	3.73 มาก	4.07 มาก	4.40 มาก	4.33 มาก	4.11 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.54) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.97) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก อาชีพรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางและด้านรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ในระดับมาก (4.25) เป็นอันดับแรก อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย

ในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก อาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก (4.14) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด (4.64) เป็นอันดับแรก อาชีพเกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.42) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสังคมนิยมการท่องเที่ยวและด้านความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน ในระดับมากที่สุด (5.00) เป็นอันดับแรก อาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.27) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ระดับมากที่สุด (4.60) เป็นอันดับแรก อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.11) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.40) เป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ย รวม
	บริการ ข้อมูล ข่าวสาร	บริการ ยาน พาหนะ เดินทาง	บริการ สถานที่ พักผ่อน	บริการ ภัตตาคาร ร้านอาหาร	บริการ คุ้มครอง รักษา ความปลอดภัย	มี โปรแกรม ให้เลือก	มีบริการ ครบวงจร	
ต่ำกว่า 5,000	4.14 มาก	3.95 มาก	3.77 มาก	3.45 น้อย	4.18 มาก	3.86 มาก	3.29 น้อย	3.81 มาก
5,000- 10,000	4.09 มาก	4.17 มาก	4.04 มาก	3.68 มาก	4.18 มาก	3.64 มาก	3.47 น้อย	3.90 มาก
10,001- 15,000	4.30 มาก	4.21 มาก	4.18 มาก	3.85 มาก	4.24 มาก	3.91 มาก	3.83 มาก	4.07 มาก
15,001- 20,000	4.25 มาก	4.22 มาก	4.28 มาก	3.97 มาก	4.44 มาก	3.59 มาก	3.72 มาก	4.07 มาก
20,001- 25,000	4.30 มาก	4.56 มากที่สุด	4.41 มาก	3.96 มาก	4.56 มากที่สุด	3.89 มาก	3.79 มาก	4.21 มาก
25,001- 30,000	4.42 มาก	4.25 มาก	4.25 มาก	4.17 มาก	4.50 มากที่สุด	4.25 มาก	4.00 มาก	4.26 มาก
มากกว่า 30,000	4.45 มาก	4.55 มากที่สุด	4.45 มาก	3.91 มาก	4.45 มาก	3.27 น้อย	3.30 น้อย	4.05 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตาราง ที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.18) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.18) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (4.30) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมาก (4.44) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ

มาก (4.21) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทางและด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมากที่สุด (4.56) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.26) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการคุ้มครองรักษาความปลอดภัย ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.05) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบริการยานพาหนะเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.55) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัจจัยด้านราคา							ค่าเฉลี่ย รวม
	ค่าเข้าชม สถานที่	ค่าที่พัก แรม	ค่า อาหาร	ค่าใช้ จ่ายรวม	ค่าขน พาหนะ	ชำระผ่าน บัตรเครดิต ได้	มีหลายราคา ให้เลือก	
ต่ำกว่า 5,000	4.14 มาก	3.62 มาก	3.82 มาก	3.48 น้อย	3.65 มาก	3.05 น้อย	3.70 มาก	3.64 มาก
5,000- 10,000	3.78 มาก	3.86 มาก	3.80 มาก	3.88 มาก	3.83 มาก	2.87 น้อย	3.83 มาก	3.69 มาก
10,001- 15,000	4.13 มาก	4.27 มาก	4.22 มาก	4.22 มาก	4.13 มาก	3.48 น้อย	3.90 มาก	4.05 มาก
15,001- 20,000	4.03 มาก	4.36 มาก	4.20 มาก	4.14 มาก	3.92 มาก	3.78 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก
20,001- 25,000	4.22 มาก	4.52 มากที่สุด	4.30 มาก	4.25 มาก	4.19 มาก	3.26 น้อย	3.89 มาก	4.09 มาก
25,001- 30,000	4.00 มาก	4.31 มาก	4.08 มาก	4.31 มาก	4.00 มาก	4.08 มาก	4.25 มาก	4.15 มาก
มากกว่า 30,000	3.60 มาก	3.91 มาก	3.64 มาก	3.73 มาก	3.55 มาก	3.82 มาก	3.56 มาก	3.69 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.64) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าเข้าชมสถานที่ ในระดับมาก (4.14) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (3.88) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.05) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมาก (4.27) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.06) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่

All rights reserved

พักผ่อน ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.09) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมากที่สุด (4.52) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.15) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรมและด้านค่าใช้จ่ายรวม ในระดับมาก (4.31) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านค่าที่พักแรม ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด							ค่าเฉลี่ย รวม
	การ โฆษณา ทางสื่อ	ทำข้อมูล ผ่านอิน เตอร์ เน็ต	ขายโดย พนักงาน	จัด มหกรรม ท่องเที่ยว	ลดราคา แพ็คเกจ ทัวร์	จัดรายการ ส่งเสริม การขาย	ให้ บริการ เสริม	
ต่ำกว่า 5,000	4.00 มาก	3.57 มาก	3.14 น้อย	3.76 มาก	3.62 มาก	2.90 น้อย	3.11 น้อย	3.44 น้อย
5,000- 10,000	4.14 มาก	3.45 น้อย	3.10 น้อย	3.67 มาก	3.67 มาก	3.14 น้อย	3.54 มาก	3.53 มาก
10,001- 15,000	4.18 มาก	3.65 มาก	3.20 น้อย	3.89 มาก	3.95 มาก	3.38 น้อย	3.68 มาก	3.70 มาก
15,001- 20,000	4.17 มาก	3.64 มาก	3.33 น้อย	3.80 มาก	3.92 มาก	3.42 น้อย	3.75 มาก	3.72 มาก
20,001- 25,000	3.89 มาก	3.48 มาก	2.93 น้อย	3.12 น้อย	3.56 มาก	2.85 น้อย	3.33 น้อย	3.31 น้อย
25,001- 30,000	4.17 มาก	3.92 มาก	3.50 มาก	3.92 มาก	4.25 มาก	3.17 น้อย	4.00 มาก	3.85 มาก
มากกว่า 30,000	4.18 มาก	4.00 มาก	3.30 น้อย	3.27 น้อย	3.55 มาก	3.00 น้อย	3.70 มาก	3.57 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.44) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.53) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.14) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.18) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.72) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.17) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.31) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการ

โฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (3.89) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านลดราคาแพ็คเกจทัวร์ ในระดับมาก (4.25) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.57) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมาก (4.18) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			ค่าเฉลี่ย รวม
	มีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์	มีความสะดวกในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต	มีความสะดวกในการเดินทาง	
ต่ำกว่า 5,000	4.10 มาก	3.52 มาก	4.05 มาก	3.89 มาก
5,000- 10,000	4.24 มาก	3.63 มาก	4.29 มาก	4.05 มาก
10,001- 15,000	4.22 มาก	3.71 มาก	4.33 มาก	4.09 มาก
15,001- 20,000	4.44 มาก	3.81 มาก	4.58 มากที่สุด	4.28 มาก
20,001- 25,000	4.41 มาก	3.52 มาก	4.25 มาก	4.06 มาก
25,001- 30,000	4.33 มาก	3.92 มาก	4.46 มาก	4.24 มาก
มากกว่า 30,000	4.27 มาก	3.91 มาก	4.64 มากที่สุด	4.27 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.41) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.05) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทางเดินทาง ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.09) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.28) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.58) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.06) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวก ในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.41) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.24) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.46) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.27) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.64) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

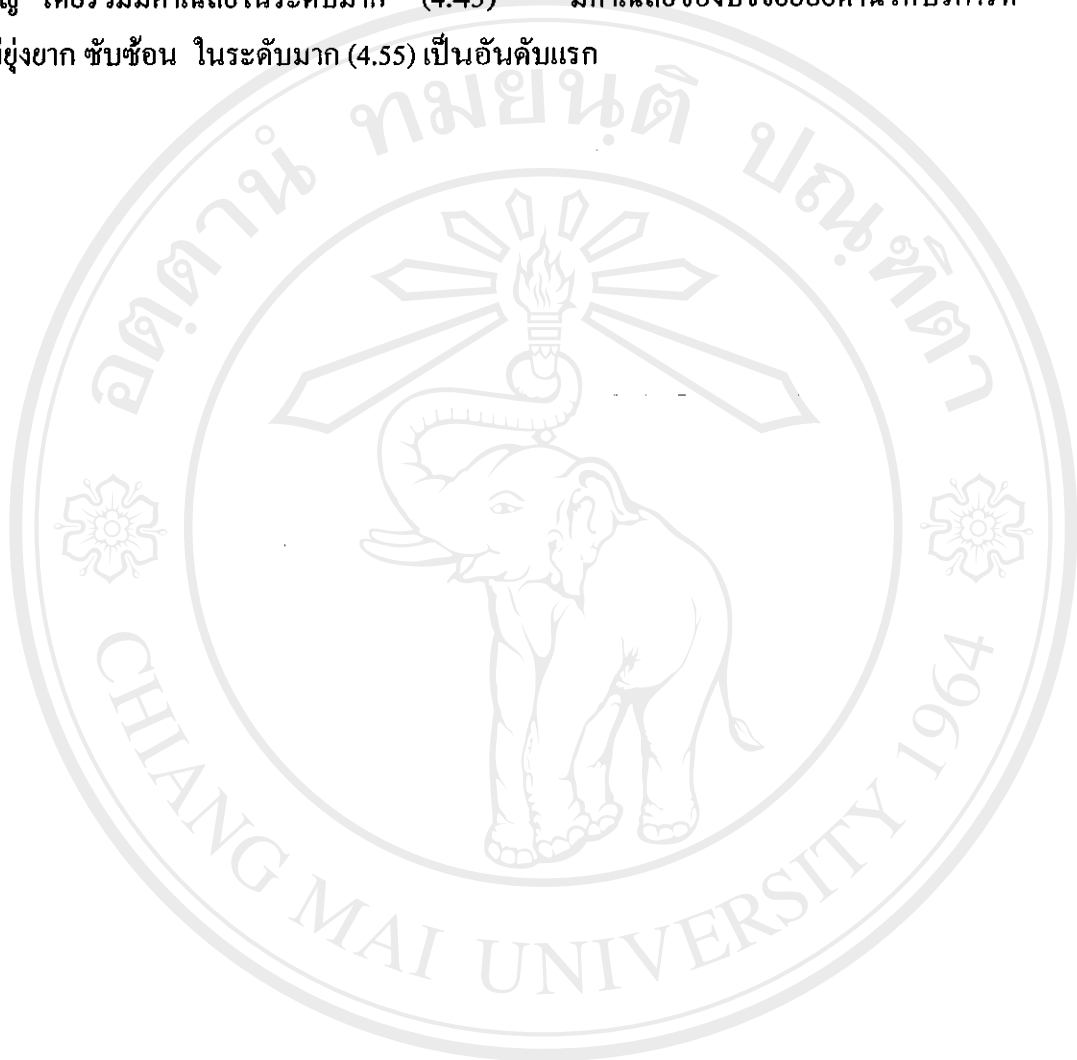
ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ย รวม
	ให้บริการรวดเร็ว	ให้บริการที่สะดวกไม่ ยุ่งยาก ซับซ้อน	ให้บริการตรงต่อเวลา และตรงตาม โปรแกรม	
ต่ำกว่า 5,000	4.35 มาก	4.27 มาก	4.05 มาก	4.22 มาก
5,000- 10,000	4.24 มาก	4.25 มาก	4.16 มาก	4.22 มาก
10,001- 15,000	4.38 มาก	4.27 มาก	4.24 มาก	4.30 มาก
15,001- 20,000	4.61 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด
20,001- 25,000	4.52 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.41 มาก	4.48 มาก
25,001- 30,000	4.50 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด	4.38 มาก	4.51 มากที่สุด
มากกว่า 30,000	4.45 มาก	4.55 มากที่สุด	4.36 มาก	4.45 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.22) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.35) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.22) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก (4.25) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.30) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยให้บริการรวดเร็ว ในระดับมาก (4.38) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.55) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการรวดเร็ว ในระดับมากที่สุด (4.61) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.48) มีค่าเฉลี่ย

ของปัจจัยย่อยด้านเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.52) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (4.51) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก (4.64) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.45) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านให้บริการที่สะดวกไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับมาก (4.55) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ย รวม
	บุคลิก ภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษย สัมพันธ์	สุภาพ มี มารยาท จริงใจ	รู้ข้อมูล ให้คำ แนะนำ ได้	มี พนักงาน บริการ เพียงพอ	มีความรับ ผิดชอบ และเต็มใจ ให้บริการ	มีพนักงาน นำเที่ยว	มีความ สามารถใน การแก้ ปัญหาได้	
ต่ำกว่า 5,000	4.30 มาก	4.33 มาก	4.19 มาก	4.09 มาก	4.32 มาก	4.09 มาก	3.95 มาก	4.14 มาก
5,000- 10,000	4.49 มาก	4.41 มาก	4.21 มาก	4.19 มาก	4.34 มาก	3.86 มาก	4.07 มาก	4.22 มาก
10,001- 15,000	4.37 มาก	4.42 มาก	4.40 มาก	4.22 มาก	4.40 มาก	3.85 มาก	4.05 มาก	4.24 มาก
15,001- 20,000	4.64 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด	4.47 มาก	4.39 มาก	4.42 มาก	3.92 มาก	4.28 มาก	4.39 มาก
20,001- 25,000	4.52 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.33 มาก	4.37 มาก	4.07 มาก	4.19 มาก	4.36 มาก
25,001- 30,000	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.46 มาก	4.50 มากที่สุด	4.15 มาก	4.38 มาก	4.43 มาก
มากกว่า 30,000	4.45 มาก	4.36 มาก	4.00 มาก	4.40 มาก	4.36 มาก	3.64 มาก	4.00 มาก	4.17 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.14) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสุภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.22) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อัธยาศัยดี มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.49) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.24) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านสุภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมาก (4.42) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.39) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์และด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ในระดับมากที่สุด (4.64) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.36) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านรู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้ ในระดับมากที่สุด (4.54) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.43) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านสุขภาพ มีมารยาท จริงใจ ด้านรู้ข้อมูล ให้คำแนะนำได้ และด้าน มีความรับผิดชอบและเต็มใจให้บริการ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลิกภาพดี อธิบายดี มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.45) เป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)	ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว				ค่าเฉลี่ย รวม
	มีบรรยากาศ และความสวยงาม	มีป้ายให้ข้อมูล ในพื้นที่อย่างชัดเจน	สถานที่แปลก ใหม่ ตื่นตา ตื่นใจ	สถานที่ได้รับ ความนิยม มีชื่อเสียง	
ต่ำกว่า 5,000	4.45 มาก	4.32 มาก	4.32 มาก	4.13 มาก	4.31 มาก
5,000- 10,000	4.66 มากที่สุด	4.32 มาก	4.26 มาก	3.81 มาก	4.26 มาก
10,001- 15,000	4.68 มากที่สุด	4.31 มาก	4.44 มาก	3.88 มาก	4.33 มาก
15,001- 20,000	4.64 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.44 มาก	4.03 มาก	4.42 มาก
20,001- 25,000	4.89 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	3.74 มาก	4.44 มาก
25,001- 30,000	4.71 มากที่สุด	4.36 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก	4.29 มาก
มากกว่า 30,000	4.73 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด	4.45 มาก	3.80 มาก	4.41 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.31) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมาก (4.45) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.26) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.66) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.33) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.68) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.42) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีบรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.64) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000

บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.44) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมี
 บรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.89) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000
 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมี
 บรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.71) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000
 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.41) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมี
 บรรยากาศ และความสวยงาม ในระดับมากที่สุด (4.73) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ						ค่าเฉลี่ย รวม
	รัฐมี นโยบาย ส่งเสริม การท่องเที่ยว	วัฒนธรรม บุคคล เปลี่ยนไปทำ ให้ท่องเที่ยว มากขึ้น	สังคมนิยม การท่องเที่ยว	เศรษฐกิจดี ทำให้มีราย ได้มากขึ้น	มีความ ปลอดภัยใน สถานที่ท่อง เที่ยวและ การเดินทาง	ความแออัด ในกรุงเทพฯ คนต้องการ พักผ่อน	
ต่ำกว่า 5,000	4.05 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	4.14 มาก	4.23 มาก	4.26 มาก	4.06 มาก
5,000- 10,000	4.08 มาก	3.74 มาก	3.38 น้อย	3.96 มาก	4.28 มาก	4.13 มาก	3.93 มาก
10,001- 15,000	4.13 มาก	3.86 มาก	3.61 มาก	3.96 มาก	4.33 มาก	4.06 มาก	3.99 มาก
15,001- 20,000	4.16 มาก	3.97 มาก	3.61 มาก	4.28 มาก	4.42 มาก	4.19 มาก	4.11 มาก
20,001- 25,000	3.96 มาก	3.96 มาก	3.58 มาก	3.96 มาก	4.43 มาก	3.48 น้อย	3.90 มาก
25,001- 30,000	4.20 มาก	3.79 มาก	3.64 มาก	3.85 มาก	4.57 มากที่สุด	3.93 มาก	4.00 มาก
มากกว่า 30,000	4.57 มากที่สุด	3.60 มาก	3.70 มาก	3.90 มาก	4.50 มากที่สุด	4.40 มาก	4.11 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.06) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านความแออัดในกรุงเทพฯ คนต้องการพักผ่อน ในระดับมาก (4.26) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.28) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.99) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.11) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.42) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.90) มีค่าเฉลี่ยของ

ปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมาก (4.43) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านมีความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.57) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.11) มีค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านรัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด (4.57) เป็นอันดับแรก

ส่วนที่ 5 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยานพาหนะไม่ดี	สถานที่พักไม่ดี	ไม่มีบริการอาหาร	ไม่มีความปลอดภัย	ไม่มีโปรแกรมให้เลือก	บริการไม่ครบวงจร	
ชาย	3.70 มาก	3.68 มาก	3.41 น้อย	3.32 น้อย	3.71 มาก	3.14 น้อย	3.18 น้อย	3.45 น้อย
หญิง	3.70 มาก	3.71 มาก	3.63 มาก	3.48 น้อย	3.80 มาก	3.37 น้อย	3.39 น้อย	3.58 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-.49

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (4.45) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในระดับมาก (3.71) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.58) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านราคา						ค่าเฉลี่ยรวม
	ค่าเข้าชมสถานที่ไม่เหมาะสม	ค่าที่พักแรมราคาแพง	ค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล	ค่าใช้จ่ายรวมแพง	รับเฉพาะเงินสด	ไม่มีราคาให้เลือก	
ชาย	3.60 มาก	3.94 มาก	3.75 มาก	3.89 มาก	3.24 น้อย	3.54 มาก	3.66 มาก
หญิง	3.79 มาก	4.16 มาก	4.00 มาก	4.09 มาก	3.42 น้อย	3.61 มาก	3.85 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่สำคัญ 1.00-1.49

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.16) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด						ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ	ไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้	ไม่มีการจัดการท่องเที่ยว	ไม่มีส่วนลดราคาแพ็คเกจทัวร์	ไม่มีการส่งเสริมการขาย	
ชาย	3.60 มาก	3.23 น้อย	3.68 มาก	3.38 น้อย	3.32 น้อย	3.17 น้อย	3.40 น้อย
หญิง	3.48 น้อย	3.32 น้อย	3.89 มาก	3.47 น้อย	3.62 มาก	3.20 น้อย	3.50 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.40) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.89) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน ช่องทางการจัด
จำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ย รวม
	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการ ติดต่อทางโทรศัพท์	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง	
ชาย	3.71 มาก	3.71 มาก	3.71 มาก
หญิง	3.90 มาก	3.79 มาก	3.85 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์และด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (3.71) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ยรวม
	ให้บริการล่าช้า	ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน	ให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม	
ชาย	3.82 มาก	3.85 มาก	3.74 มาก	3.80 มาก
หญิง	3.91 มาก	3.82 มาก	3.80 มาก	3.84 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน ในระดับมาก (3.85) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท	ไม่รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำไม่ได้	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ	ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ	ไม่มีพนักงานนำเที่ยว	พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	
ชาย	3.69 มาก	3.60 มาก	3.50 มาก	3.63 มาก	3.60 มาก	3.39 น้อย	3.43 น้อย	3.55 มาก
หญิง	3.73 มาก	3.75 มาก	3.64 มาก	3.74 มาก	3.77 มาก	3.39 น้อย	3.63 มาก	3.66 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.55) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว					ค่าเฉลี่ยรวม
	แหล่งท่องเที่ยวไม่สวย บรรยากาศไม่ดี	ไม่มีการให้ข้อมูลในพื้นที่ ท่องเที่ยว	สถานที่ไม่น่าสนใจ	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ที่พักไม่สะอาด	
ชาย	3.53 มาก	3.55 มาก	3.48 น้อย	3.86 มาก	3.66 มาก	3.62 มาก
หญิง	3.72 มาก	3.76 มาก	3.62 มาก	3.90 มาก	3.94 มาก	3.79 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (3.86) เป็นอันดับแรก เพศหญิงให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.79) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยานพาหนะไม่ดี	สถานที่พักไม่ดี	ไม่มีบริการอาหาร	ไม่มีความปลอดภัย	ไม่มีโปรแกรมให้เลือก	บริการไม่ครบวงจร	
ต่ำกว่า 20	3.75 มาก	3.56 มาก	3.40 น้อย	3.25 น้อย	3.56 มาก	3.50 มาก	3.38 น้อย	3.49 น้อย
20-30	3.65 มาก	3.68 มาก	3.55 มาก	3.42 น้อย	3.75 มาก	3.20 น้อย	3.34 น้อย	3.51 มาก
31-40	3.75 มาก	3.72 มาก	3.51 มาก	3.51 มาก	3.74 มาก	3.39 น้อย	3.31 น้อย	3.56 มาก
41-50	3.75 มาก	3.79 มาก	3.73 มาก	3.50 มาก	3.94 มาก	3.35 น้อย	3.26 น้อย	3.62 มาก
51-60	3.86 มาก	3.86 มาก	3.43 น้อย	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.83 มาก	3.29 น้อย	3.61 มาก
มากกว่า 60	4.33 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.33 น้อย	3.67 มาก	3.95 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.49) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (3.75) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (3.75) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.95) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสารและบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมาก (4.33) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านราคา						ค่าเฉลี่ยรวม
	ค่าเข้าชมสถานที่ไม่เหมาะสม	ค่าที่พักแรมราคาแพง	ค่าอาหารไม่สมเหตุผล	ค่าใช้จ่ายรวมแพง	รับเฉพาะเงินสด	ไม่มีราคาให้เลือก	
ต่ำกว่า 20	3.81 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก	3.44 น้อย	3.33 น้อย	3.78 มาก
20-30	3.76 มาก	4.06 มาก	3.88 มาก	4.08 มาก	3.21 น้อย	3.59 มาก	3.76 มาก
31-40	3.61 มาก	4.00 มาก	3.90 มาก	3.88 มาก	3.53 มาก	3.64 มาก	3.76 มาก
41-50	3.87 มาก	4.29 มาก	4.02 มาก	4.06 มาก	3.45 น้อย	3.64 มาก	3.89 มาก
51-60	3.43 น้อย	4.13 มาก	4.13 มาก	3.88 มาก	3.71 มาก	3.14 น้อย	3.74 มาก
มากกว่า 60	3.00 น้อย	4.00 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.78) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรก ราคามแพงและค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.06) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.08) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.74) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพงและค่าอาหารไม่สมเหตุผล ผล ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพงและรับเฉพาะเงินสด ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด						ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ	ไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้	ไม่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	ไม่มีส่วนลดราคาแพ็คเกจทัวร์	ไม่มีการส่งเสริมการขาย	
ต่ำกว่า 20	3.75 มาก	3.44 น้อย	3.56 มาก	3.31 น้อย	3.56 มาก	3.44 น้อย	3.51 มาก
20-30	3.49 น้อย	3.26 น้อย	3.77 มาก	3.39 น้อย	3.49 น้อย	3.14 น้อย	3.42 น้อย
31-40	3.51 มาก	3.40 น้อย	3.85 มาก	3.39 น้อย	3.57 มาก	3.29 น้อย	3.50 มาก
41-50	3.52 มาก	3.22 น้อย	3.92 มาก	3.59 มาก	3.50 มาก	3.17 น้อย	3.49 น้อย
51-60	3.71 มาก	3.00 น้อย	4.29 มาก	4.00 มาก	3.86 มาก	3.14 น้อย	3.67 มาก
มากกว่า 60	4.33 มาก	3.67 มาก	4.67 มากที่สุด	4.00 มาก	3.00 น้อย	3.33 น้อย	3.83 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการโฆษณาตามสื่อ ในระดับมาก (3.75) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.42) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.85) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.49) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้น ไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมากที่สุด (4.67) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ย รวม
	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการ ติดต่อทางโทรศัพท์	ไม่มีความสะดวกในการ เดินทาง	
ต่ำกว่า 20	3.81 มาก	3.50 มาก	3.66 มาก
20-30	3.84 มาก	3.80 มาก	3.82 มาก
31-40	3.69 มาก	3.63 มาก	3.66 มาก
41-50	4.02 มาก	3.92 มาก	3.97 มาก
51-60	4.00 มาก	3.71 มาก	3.86 มาก
มากกว่า 60	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหา
ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้าน
ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก อายุ
20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.82) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่
ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.84) เป็นอันดับแรก อายุ
31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่
ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก อายุ
41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.97) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่

All rights reserved

ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.02) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่
 ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่
 ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์และด้านไม่มีความสะดวกในการการเดินทาง
 ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ยรวม
	ให้บริการล่าช้า	ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน	ให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม	
ต่ำกว่า 20	3.81 มาก	3.75 มาก	3.94 มาก	3.83 มาก
20-30	3.88 มาก	3.85 มาก	3.81 มาก	3.85 มาก
31-40	3.78 มาก	3.66 มาก	3.68 มาก	3.71 มาก
41-50	4.06 มาก	4.02 มาก	3.80 มาก	3.96 มาก
51-60	3.86 มาก	3.86 มาก	3.86 มาก	3.86 มาก
มากกว่า 60	3.67 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-.49

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.88) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.78) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้

บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.06) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่ง
 ยาก ช้าช้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.86) เป็นอันดับ
 แรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของ
 ปัญหาย่อยให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ช้าช้อน และด้านให้บริการไม่ตรง
 เวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท	ไม่รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำไม่ได้	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ	ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ	ไม่มีพนักงานนำเที่ยว	พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้	
ต่ำกว่า 20	3.94 มาก	3.75 มาก	3.81 มาก	3.88 มาก	3.63 มาก	3.69 มาก	3.62 มาก	3.76 มาก
20-30	3.74 มาก	3.76 มาก	3.69 มาก	3.74 มาก	3.78 มาก	3.38 น้อย	3.58 มาก	3.67 มาก
31-40	3.59 มาก	3.48 น้อย	3.36 น้อย	3.61 มาก	3.55 มาก	3.39 น้อย	3.53 มาก	3.50 มาก
41-50	3.76 มาก	3.86 มาก	3.63 มาก	3.65 มาก	3.82 มาก	3.42 น้อย	3.63 มาก	3.68 มาก
51-60	3.71 มาก	3.14 น้อย	2.86 น้อย	3.50 มาก	3.14 น้อย	2.86 น้อย	3.00 น้อย	3.17 น้อย
มากกว่า 60	3.67 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.33 น้อย	3.33 น้อย	3.71 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.76) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.94) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (3.78) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.50) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.59) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.68) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยไม่สุภาพ

ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (3.86) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับมาก (3.17) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.71)
 เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.71) มีค่า
 เฉลี่ยของปัญหาข้อไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ และด้านไม่มีความรับ
 ผิดชอบไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว					ค่าเฉลี่ยรวม
	แหล่งท่องเที่ยวไม่สวย บรรยากาศไม่ดี	ไม่มีการให้ข้อมูลในพื้นที่ท่องเที่ยว	สถานที่ไม่น่าสนใจ	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ที่พักไม่สะอาด	
ต่ำกว่า 20	3.44 น้อย	3.56 มาก	3.44 น้อย	3.81 มาก	3.75 มาก	3.60 มาก
20-30	3.65 มาก	3.65 มาก	3.62 มาก	3.93 มาก	3.88 มาก	3.75 มาก
31-40	3.61 มาก	3.67 มาก	3.44 น้อย	3.74 มาก	3.79 มาก	3.65 มาก
41-50	3.90 มาก	3.90 มาก	3.71 มาก	4.02 มาก	3.92 มาก	3.89 มาก
51-60	3.17 น้อย	3.33 น้อย	3.33 น้อย	3.67 มาก	3.67 มาก	3.43 น้อย
มากกว่า 60	3.67 มาก	3.33 น้อย	3.33 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก	3.67 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.60) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก อายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.75) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.65) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยที่ที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (3.79) เป็นอันดับแรก อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (4.02) เป็นอันดับแรก อายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.43) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้าน

ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก อายุ 60 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยานพาหนะไม่ดี	สถานที่พักไม่ดี	ไม่มีบริการอาหาร	ไม่มีความปลอดภัย	ไม่มีโปรแกรมให้เลือก	บริการไม่ครบวงจร	
รับราชการ	3.72 มาก	3.41 น้อย	3.41 น้อย	3.28 น้อย	3.59 มาก	3.39 น้อย	3.34 น้อย	3.45 น้อย
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.30 น้อย	3.50 มาก	3.30 น้อย	3.10 น้อย	3.40 น้อย	3.20 น้อย	3.00 น้อย	3.26 น้อย
รับจ้างทั่วไป	3.54 มาก	3.54 มาก	3.70 มาก	3.54 มาก	3.84 มาก	3.48 น้อย	3.43 น้อย	3.58 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	3.72 มาก	3.75 มาก	3.55 มาก	3.43 น้อย	3.77 มาก	3.27 น้อย	3.29 น้อย	3.54 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	3.57 มาก	3.71 มาก	3.64 มาก	3.50 มาก	4.36 มาก	3.00 น้อย	2.93 น้อย	3.53 มาก
เกษียณ	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	3.50 มาก	4.00 มาก	4.21 มาก
แม่บ้าน	3.80 มาก	3.40 น้อย	3.20 น้อย	3.40 น้อย	3.40 น้อย	3.00 น้อย	3.60 มาก	4.40 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	4.13 มาก	3.93 มาก	3.73 มาก	3.40 น้อย	3.73 มาก	3.47 น้อย	3.36 น้อย	3.68 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน ผลិតภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.45) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีบริการข้อมูลข่าวสารในระดับมาก (3.72) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.26) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมาก (3.50) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.58) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อที่พักไม่ดี ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.54) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อที่ไม่มี ความ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.53) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.21) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความปลอดภัย และบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.40) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีบริการข้อมูลข่าวสารในระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.68) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีบริการข้อมูลข่าวสารในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านราคา						ค่าเฉลี่ยรวม
	ค่าเข้าชมสถานที่ไม่เหมาะสม	ค่าที่พักแรมราคาแพง	ค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล	ค่าใช้จ่ายรวมแพง	รับเฉพาะเงินสด	ไม่มีราคาให้เลือก	
รับราชการ	3.48 น้อย	4.15 มาก	4.03 มาก	4.03 มาก	3.64 มาก	3.63 มาก	3.83 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.60 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก	3.70 มาก	3.40 น้อย	3.50 มาก	3.67 มาก
รับจ้างทั่วไป	3.87 มาก	4.00 มาก	3.83 มาก	4.04 มาก	3.46 น้อย	3.65 มาก	3.81 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	3.76 มาก	4.07 มาก	3.88 มาก	4.00 มาก	3.34 น้อย	3.58 มาก	3.77 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	3.79 มาก	4.29 มาก	4.14 มาก	4.36 มาก	3.14 น้อย	3.86 มาก	3.93 มาก
เกษียณ	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	3.50 มาก	4.08 มาก
แม่บ้าน	3.40 น้อย	3.40 น้อย	3.80 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.60 มาก	3.70 มาก
นักเรียน-นักศึกษา	3.93 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.87 มาก	3.27 น้อย	3.53 มาก	3.77 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพงในระดับมาก (4.15) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.67) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยมีค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.04) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ย

ของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.93) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.08) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และรับเฉพาะเงินสด ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง และรับเฉพาะเงินสด ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และค่าอาหารไม่สมเหตุผลในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด						ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่มีการโฆษณาทางสื่อ	ไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต	ไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้	ไม่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	ไม่มีส่วนลดราคาแพ็คเกจทัวร์	ไม่มีการส่งเสริมการขาย	
รับราชการ	3.70 มาก	3.22 น้อย	3.97 มาก	3.88 มาก	3.88 มาก	3.28 น้อย	3.66 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.10 น้อย	2.90 น้อย	3.70 มาก	3.20 น้อย	3.00 น้อย	2.90 น้อย	3.13 น้อย
รับจ้างทั่วไป	3.52 มาก	3.48 น้อย	3.67 มาก	3.58 มาก	3.50 มาก	3.44 น้อย	3.53 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	3.52 มาก	3.30 น้อย	3.81 มาก	3.39 น้อย	3.53 มาก	3.21 น้อย	3.46 น้อย
ธุรกิจส่วนตัว	3.23 น้อย	3.29 น้อย	4.07 มาก	3.36 น้อย	3.14 น้อย	2.71 น้อย	3.30 น้อย
เกษียณ	4.50 มากที่สุด	3.50 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.17 มาก
แม่บ้าน	3.40 น้อย	3.80 มาก	3.60 มาก	3.00 น้อย	3.20 น้อย	2.40 น้อยที่สุด	3.23 น้อย
นักเรียน-นักศึกษา	3.80 มาก	3.53 มาก	3.87 มาก	3.40 น้อย	3.67 มาก	3.40 น้อย	3.61 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.66) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.97) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.13) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.53) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.67) เป็น

อันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.46) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.30) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.17) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ และไม่มีการโฆษณาทางสื่อ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.23) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีข้อมูลท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ในระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.87) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

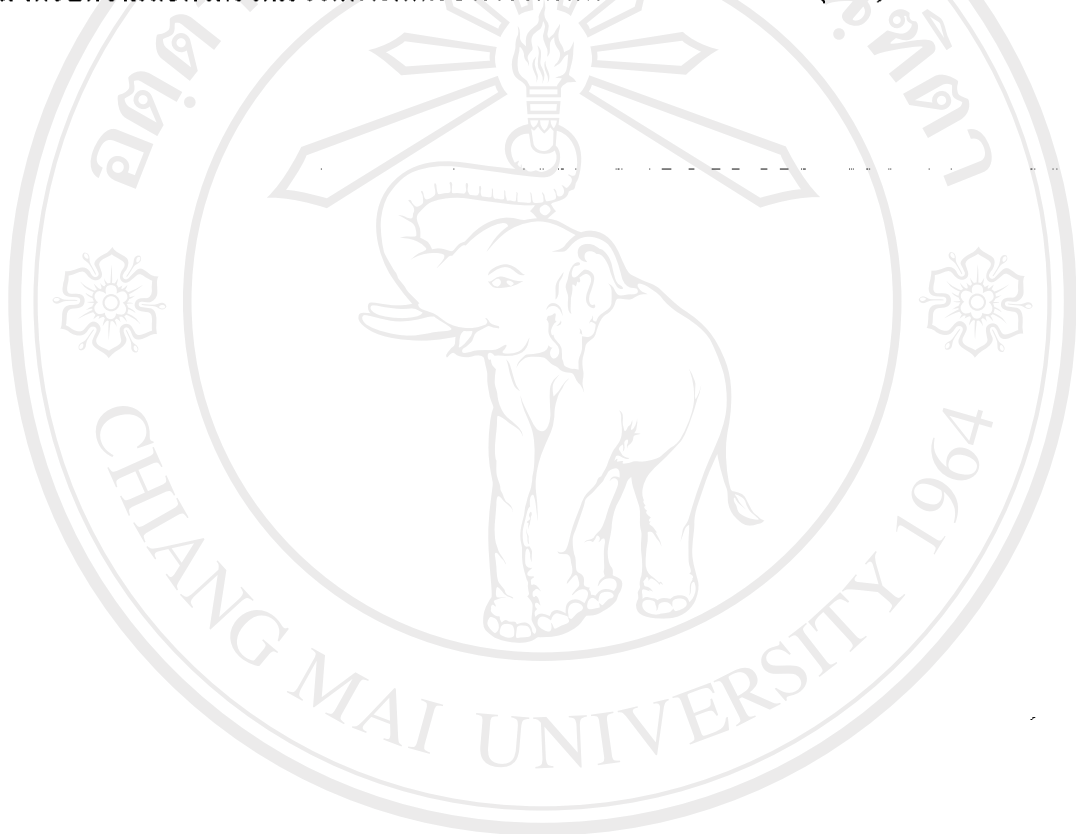
ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง	
รับราชการ	4.12 มาก	3.84 มาก	3.98 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.70 มาก	3.90 มาก	3.80 มาก
รับจ้างทั่วไป	4.16 มาก	3.84 มาก	4.00 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	3.78 มาก	3.70 มาก	3.74 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.07 มาก	4.50 มากที่สุด	4.29 มาก
เกษียณ	3.50 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก
แม่บ้าน	3.20 น้อย	3.60 มาก	3.40 น้อย
นักเรียน-นักศึกษา	3.87 มาก	3.67 มาก	3.77 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.98) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.12) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (4.16) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.74) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับ

ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.78) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อขัดแย้งด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.75) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อขัดแย้งด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.40) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อขัดแย้งด้านไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก(3.60) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อขัดแย้งด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.87) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ยรวม
	ให้บริการล่าช้า	ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน	ให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม	
รับราชการ	4.00 มาก	3.91 มาก	3.81 มาก	3.91 มาก
พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	3.70 มาก	3.70 มาก	3.70 มาก	3.70 มาก
รับจ้างทั่วไป	3.96 มาก	3.71 มาก	3.88 มาก	3.85 มาก
พนักงานบริษัท เอกชน	3.85 มาก	3.80 มาก	3.77 มาก	3.81 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	4.36 มาก	4.43 มาก	4.07 มาก	4.29 มาก
เกษียณ	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
แม่บ้าน	3.20 น้อย	3.20 น้อย	3.00 น้อย	3.13 น้อย
นักเรียน-นัก ศึกษา	3.87 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.96 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.96) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.85) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.29) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซับซ้อน ในระดับ

มาก (4.43) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านให้บริการล่าช้า ด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.13) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านให้บริการล่าช้า และด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน ในระดับน้อย (3.20) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษาให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.96) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ซ้ำซ้อน และด้านให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษย์สัมพันธ์	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท	ไม่รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำไม่ได้	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ	ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ	ไม่มีพนักงานนำเที่ยว	พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	
รับราชการ	3.53 มาก	3.41 น้อย	3.31 น้อย	3.68 มาก	3.53 มาก	3.34 น้อย	3.39 น้อย	3.46 น้อย
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.60 มาก	3.70 มาก	3.20 น้อย	3.40 น้อย	3.60 มาก	3.00 น้อย	3.00 น้อย	3.36 น้อย
รับจ้างทั่วไป	3.67 มาก	3.75 มาก	3.79 มาก	3.79 มาก	3.76 มาก	3.67 มาก	3.80 มาก	3.75 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	3.73 มาก	3.68 มาก	3.60 มาก	3.69 มาก	3.72 มาก	3.38 น้อย	3.62 มาก	3.63 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	3.86 มาก	4.29 มาก	3.79 มาก	3.79 มาก	4.00 มาก	3.08 น้อย	3.62 มาก	3.78 มาก
เกษียณ	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	3.50 มาก	3.50 มาก	4.07 มาก
แม่บ้าน	3.60 มาก	3.20 น้อย	3.40 น้อย	2.80 น้อย	3.20 น้อย	2.80 น้อย	3.00 น้อย	3.14 น้อย
นักเรียน-นักศึกษา	4.13 มาก	3.93 มาก	3.80 มาก	3.87 มาก	3.67 มาก	3.80 มาก	3.60 มาก	3.83 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.46) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.36) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (3.70) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.75) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านพนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ใน

ระดับมาก (3.80) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.63) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.73) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.78) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (4.29) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.07) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ และด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.14) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก(3.60) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว					ค่าเฉลี่ยรวม
	แหล่งท่องเที่ยวไม่สวย บรรยากาศไม่ดี	ไม่มีการให้ข้อมูลในพื้นที่ท่องเที่ยว	สถานที่ไม่น่าสนใจ	ไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	ที่พักไม่สะอาด	
รับราชการ	3.61 มาก	3.77 มาก	3.55 มาก	3.71 มาก	3.87 มาก	3.70 มาก
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.60 มาก	3.50 มาก	3.60 มาก	3.90 มาก	3.90 มาก	3.70 มาก
รับจ้างทั่วไป	3.79 มาก	4.12 มาก	3.83 มาก	3.79 มาก	3.88 มาก	3.88 มาก
พนักงานบริษัทเอกชน	3.66 มาก	3.65 มาก	3.51 มาก	3.89 มาก	3.81 มาก	3.70 มาก
ธุรกิจส่วนตัว	3.93 มาก	3.79 มาก	3.86 มาก	4.36 มาก	4.14 มาก	4.02 มาก
เกษียณ	4.00 มาก	3.50 มาก	3.50 มาก	4.50 มากที่สุด	4.50 มากที่สุด	4.00 มาก
แม่บ้าน	3.40 น้อย	3.40 น้อย	3.50 มาก	3.60 มาก	3.00 น้อย	3.38 น้อย
นักเรียน-นักศึกษา	3.60 มาก	3.53 มาก	3.60 มาก	4.13 มาก	3.87 มาก	3.75 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (3.87) เป็นอันดับแรก พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.88)

มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการให้ข้อมูลในพื้นที่ท่องเที่ยว ในระดับมาก (4.12) เป็นอันดับแรก พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (3.89) เป็นอันดับแรก ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.02) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (4.36) เป็นอันดับแรก เกษียณ ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.00) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมากที่สุด (4.50) เป็นอันดับแรก แม่บ้าน ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.38) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก(3.60) เป็นอันดับแรก นักเรียนหรือนักศึกษา ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.75) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sunburst-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

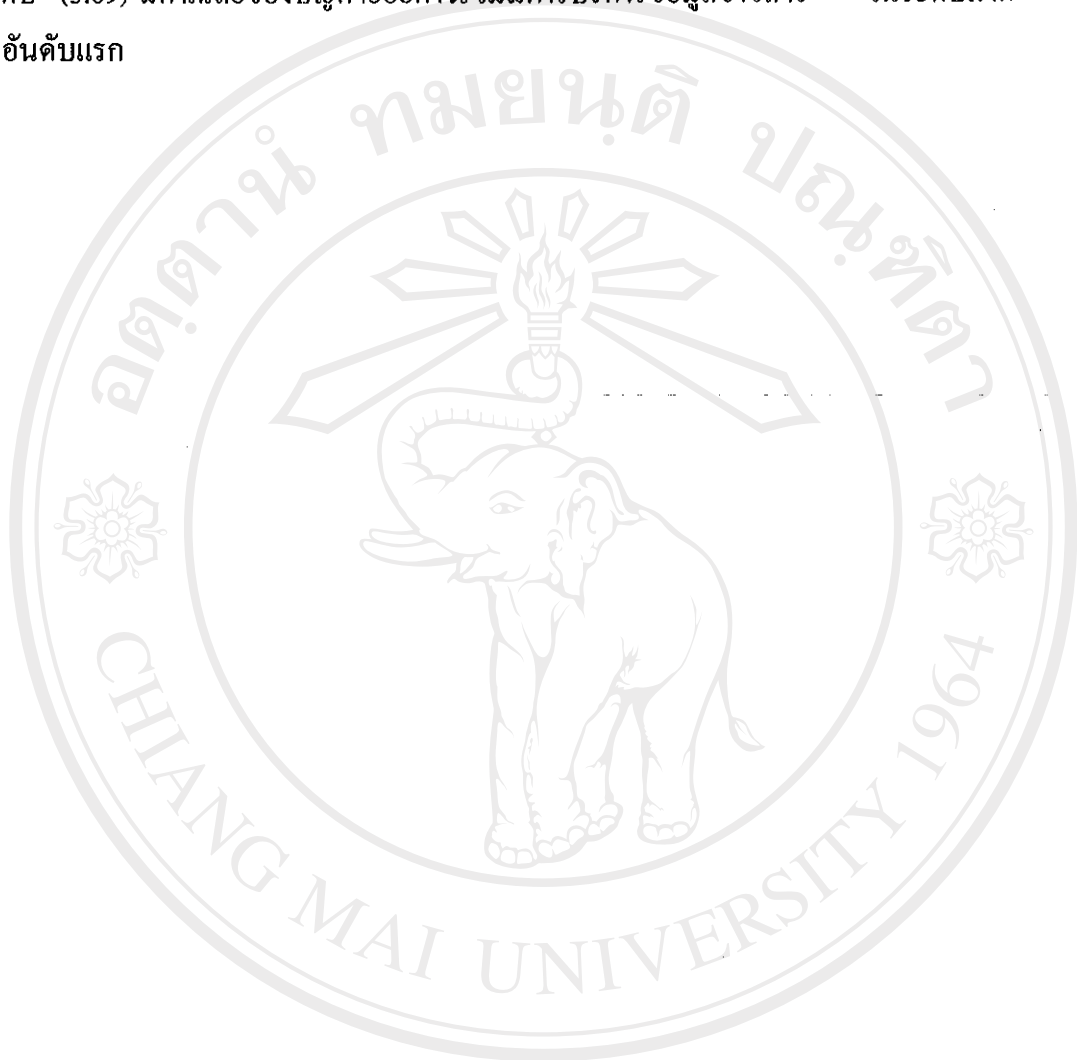
ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์							ค่าเฉลี่ย รวม
	ไม่มีการ บริการข้อมูลข่าวสาร	บริการยาน พาหนะไม่ ดี	สถานที่ พักไม่ดี	ไม่มี บริการ อาหาร	ไม่มี ความ ปลอดภัย	ไม่มี โปรแกรมให้ เลือก	บริการ ไม่ครบ วงจร	
ต่ำกว่า 5,000	3.33 น้อย	3.29 น้อย	3.33 น้อย	3.14 น้อย	3.55 มาก	3.19 น้อย	3.20 น้อย	3.29 น้อย
5,000- 10,000	3.59 มาก	3.64 มาก	3.52 มาก	3.43 น้อย	3.68 มาก	3.18 น้อย	3.24 น้อย	3.47 น้อย
10,001- 15,000	3.74 มาก	3.73 มาก	3.57 มาก	3.49 น้อย	3.81 มาก	3.44 น้อย	3.44 น้อย	3.60 มาก
15,001- 20,000	3.92 มาก	3.81 มาก	3.64 มาก	3.47 น้อย	3.86 มาก	3.43 น้อย	3.43 น้อย	3.65 มาก
20,001- 25,000	3.81 มาก	3.81 มาก	3.58 มาก	3.35 น้อย	4.00 มาก	3.36 น้อย	3.23 น้อย	3.59 มาก
25,001- 30,000	3.69 มาก	4.00 มาก	3.69 มาก	3.46 น้อย	3.85 มาก	3.17 น้อย	3.42 น้อย	3.61 มาก
มากกว่า 30,000	4.18 มาก	3.91 มาก	3.82 มาก	3.64 มาก	4.09 มาก	3.09 น้อย	3.09 น้อย	3.69 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.29) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.55) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.47) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.60) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.65) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อย

ด้านไม่มีความปลอดภัย ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.61) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบริการยานพาหนะไม่ดี ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีการบริการข้อมูลข่าวสาร ในระดับมาก (4.18) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัญหาด้านราคา						ค่าเฉลี่ย รวม
	ค่าเข้าชม สถานที่ไม่ เหมาะสม	ค่าที่พัก แรมราคา แพง	ค่าอาหารไม่ สมเหตุสม ผล	ค่าใช้จ่าย รวมแพง	รับเฉพาะ เงินสด	ไม่มีราคา ให้เลือก	
ต่ำกว่า 5,000	3.90 มาก	4.22 มาก	3.96 มาก	4.27 มาก	3.48 น้อย	3.53 มาก	3.89 มาก
5,000- 10,000	3.59 มาก	4.13 มาก	3.87 มาก	4.02 มาก	3.24 น้อย	3.52 มาก	3.73 มาก
10,001- 15,000	3.83 มาก	4.09 มาก	3.95 มาก	4.07 มาก	3.42 น้อย	3.69 มาก	3.84 มาก
15,001- 20,000	3.78 มาก	3.92 มาก	3.92 มาก	3.89 มาก	3.61 มาก	3.63 มาก	3.79 มาก
20,001- 25,000	3.81 มาก	4.15 มาก	3.96 มาก	3.93 มาก	3.22 น้อย	3.58 มาก	3.78 มาก
25,001- 30,000	3.92 มาก	4.00 มาก	3.71 มาก	4.00 มาก	3.29 น้อย	3.54 มาก	3.74 มาก
มากกว่า 30,000	3.45 น้อย	4.00 มาก	4.00 มาก	4.10 มาก	3.70 มาก	3.80 มาก	3.84 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.89) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.27) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก (3.73) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.13) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.09) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.79) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และด้านค่าอาหารไม่สมเหตุสมผล ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.78) มีค่าเฉลี่ย

ของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง ในระดับมาก (4.15) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.74) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าที่พักแรมราคาแพง และด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านค่าใช้จ่ายรวมแพง ในระดับมาก(4.10) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด						ค่าเฉลี่ย รวม
	ไม่มีการ โฆษณา ทางสื่อ	ไม่มีข้อมูล ท่องเที่ยวทาง อินเทอร์เน็ต	ไม่เป็นไป ตามที่ โฆษณาไว้	ไม่มีการจัด มหกรรม การท่องเที่ยว	ไม่มีส่วน ลดราคา แพ็คเกจ ทัวร์	ไม่มีการส่ง ขาย	
ต่ำกว่า 5,000	3.62 มาก	3.62 มาก	3.67 มาก	3.48 น้อย	3.48 น้อย	3.50 มาก	3.56 มาก
5,000- 10,000	3.46 น้อย	3.11 น้อย	3.69 มาก	3.36 น้อย	3.49 น้อย	3.12 น้อย	3.37 น้อย
10,001- 15,000	3.53 มาก	3.31 น้อย	3.90 มาก	3.59 มาก	3.58 มาก	3.21 น้อย	3.52 มาก
15,001- 20,000	3.64 มาก	3.46 น้อย	3.91 มาก	3.51 มาก	3.57 มาก	3.26 น้อย	3.56 มาก
20,001- 25,000	3.38 น้อย	3.33 น้อย	3.93 มาก	3.26 น้อย	3.48 น้อย	3.15 น้อย	3.42 น้อย
25,001- 30,000	3.46 น้อย	3.38 น้อย	3.92 มาก	3.45 น้อย	3.67 มาก	3.17 น้อย	3.51 มาก
มากกว่า 30,000	3.82 มาก	3.73 มาก	4.36 มาก	3.36 น้อย	3.27 น้อย	3.00 น้อย	3.59 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 92 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.37) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่เป็นไปตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดย

รวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.52) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อย่อด้านไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.90) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.56) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อย่อด้านไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.42) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อย่อด้านไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.51) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อย่อด้านไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.59) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อย่อด้านไม่ปฏิบัติตามที่โฆษณาไว้ ในระดับมาก(4.36) เป็นอันดับแรก

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant's head.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ค่าเฉลี่ย รวม
	ไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์	ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง	
ต่ำกว่า 5,000	3.77 มาก	3.59 มาก	3.68 มาก
5,000-10,000	3.74 มาก	3.65 มาก	3.70 มาก
10,001-15,000	3.93 มาก	3.88 มาก	3.91 มาก
15,001-20,000	3.91 มาก	3.80 มาก	3.86 มาก
20,001-25,000	3.81 มาก	3.81 มาก	3.81 มาก
25,001-30,000	3.77 มาก	3.93 มาก	3.85 มาก
มากกว่า 30,000	4.27 มาก	4.18 มาก	4.23 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.68) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.74) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

(3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางโทรศัพท์และ
 ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (3.81) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท
 ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความ
 สะดวกในการเดินทาง ในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาทให้ความ
 สำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.23) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่ได้รับความสะดวกรวด
 เรวในการติดต่อทางโทรศัพท์ ในระดับมาก(4.27) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

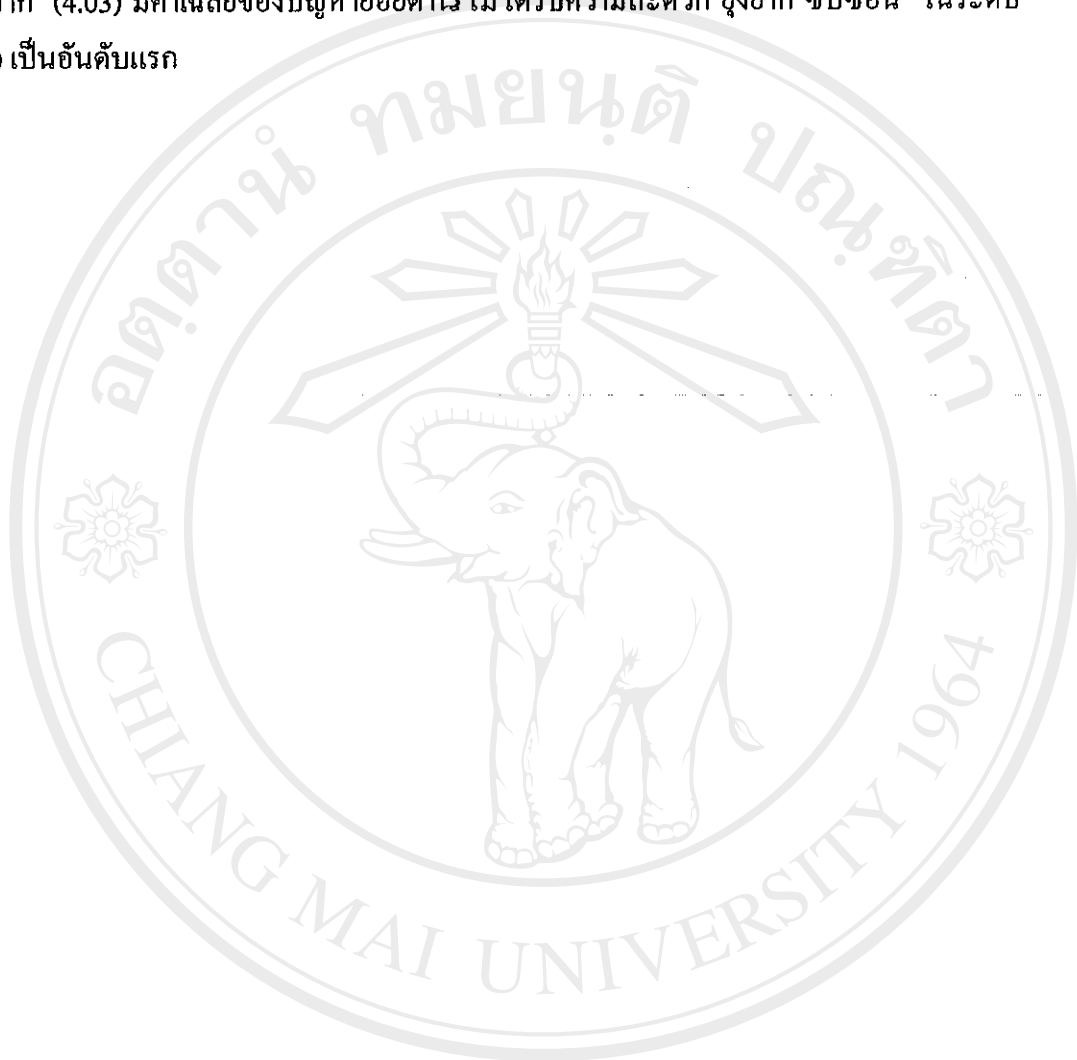
ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/เดือน)	ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ			ค่าเฉลี่ย รวม
	ให้บริการล่าช้า	ไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ชับ ช้อน	ให้บริการไม่ตรงเวลา ไม่ตรงตามโปรแกรม	
ต่ำกว่า 5,000	3.77 มาก	3.57 มาก	3.73 มาก	3.69 มาก
5,000-10,000	3.77 มาก	3.73 มาก	3.69 มาก	3.73 มาก
10,001-15,000	3.91 มาก	3.91 มาก	3.79 มาก	3.87 มาก
15,001-20,000	3.89 มาก	3.83 มาก	3.86 มาก	3.86 มาก
20,001-25,000	4.19 มาก	4.00 มาก	4.04 มาก	4.08 มาก
25,001-30,000	4.00 มาก	3.93 มาก	3.79 มาก	3.91 มาก
มากกว่า 30,000	4.09 มาก	4.18 มาก	3.82 มาก	4.03 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้าน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.69) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้าในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.73) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.77) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.87) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านให้บริการล่าช้าและไม่ได้รับความสะดวก ยุ่งยาก ชับช้อนในระดับมาก (3.91) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้าน ให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (3.89) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.08) มีค่าเฉลี่ยของ

ปัญหาข้อด้าน ให้บริการล่าช้า ในระดับมาก (4.19) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาทให้
 ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.91) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้าน ให้บริการล่าช้า
 ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาทให้ ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับมาก (4.03) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้าน ไม่ได้ได้รับความสะดวก ช่างยาก ชับซ้อน ในระดับ
 มาก(4.18) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายใน ประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ							ค่าเฉลี่ยรวม
	บุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	ไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท	ไม่รู้ข้อมูล ให้คำแนะนำไม่ได้	มีพนักงานบริการไม่เพียงพอ	ไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ	ไม่มีพนักงานนำเที่ยว	พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	
ต่ำกว่า 5,000	3.41 น้อย	3.41 น้อย	3.36 น้อย	3.43 น้อย	3.35 น้อย	3.36 น้อย	3.36 น้อย	3.38 น้อย
5,000-10,000	3.57 มาก	3.57 มาก	3.52 มาก	3.68 มาก	3.62 มาก	3.25 น้อย	3.45 น้อย	3.52 มาก
10,001-15,000	3.69 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	3.67 มาก	3.72 มาก	3.44 น้อย	3.58 มาก	3.62 มาก
15,001-20,000	4.03 มาก	4.00 มาก	3.68 มาก	3.82 มาก	3.94 มาก	3.47 น้อย	3.70 มาก	3.81 มาก
20,001-25,000	3.96 มาก	3.96 มาก	3.69 มาก	3.81 มาก	4.08 มาก	3.69 มาก	3.85 มาก	3.86 มาก
25,001-30,000	3.77 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก	3.85 มาก	3.69 มาก	3.25 น้อย	3.92 มาก	3.77 มาก
มากกว่า 30,000	4.00 มาก	4.09 มาก	3.73 มาก	3.82 มาก	4.00 มาก	3.45 น้อย	3.50 มาก	3.80 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (3.38) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับน้อย (3.41) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.52) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านมีพนักงานบริการไม่เพียงพอ ในระดับมาก (3.68) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.62) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านบุคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (3.69) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-

20,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.81) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านบุคคลิกไม่ดี ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก (4.03) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.86) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่มีความรับผิดชอบ ไม่เต็มใจบริการ ในระดับมาก (4.08) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาทให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.77) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.80) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาข้อด้านไม่สุภาพ ไม่มีมารยาท ในระดับมาก (4.09) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ย (บาท/ เดือน)	ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว					ค่าเฉลี่ย รวม
	แหล่งท่องเที่ยว ไม่สวย บรรยากาศไม่ดี	ไม่มีการให้ข้อมูล ในพื้นที่ท่องเที่ยว	สถานที่ไม่ น่าสนใจ	ไม่มีความปลอดภัย ในชีวิตและ ทรัพย์สิน	ที่พักไม่ สะอาด	
ต่ำกว่า 5,000	3.33 น้อย	3.64 มาก	3.52 มาก	3.67 มาก	3.52 มาก	3.54 มาก
5,000- 10,000	3.56 มาก	3.62 มาก	3.57 มาก	3.75 มาก	3.79 มาก	3.62 มาก
10,001- 15,000	3.63 มาก	3.58 มาก	3.50 มาก	3.93 มาก	3.86 มาก	3.70 มาก
15,001- 20,000	3.94 มาก	3.94 มาก	3.62 มาก	4.00 มาก	3.76 มาก	3.85 มาก
20,001- 25,000	4.15 มาก	3.96 มาก	3.96 มาก	4.19 มาก	4.31 มาก	4.11 มาก
25,001- 30,000	3.64 มาก	3.79 มาก	3.64 มาก	4.00 มาก	4.07 มาก	3.83 มาก
มากกว่า 30,000	3.73 มาก	3.91 มาก	3.55 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.84 มาก

หมายเหตุ ระดับความสำคัญ มากที่สุด 4.50-5.00 มาก 3.50-4.49 น้อย 2.50-3.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 ไม่มีปัญหา 1.00-1.49

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.54) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก (3.67) เป็นอันดับแรก รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.62) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (3.79) เป็นอันดับแรก รายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.70) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระดับมาก (3.93) เป็นอันดับแรก รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.85) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก รายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (4.11) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและ

ทรัพย์สินในระดับมาก (4.19) เป็นอันดับแรก รายได้ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (3.83) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (4.07) เป็นอันดับแรก รายได้มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับ (3.84) มีค่าเฉลี่ยของปัญหาย่อยด้านไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และด้านที่พักไม่สะอาด ในระดับมาก (4.00) เป็นอันดับแรก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved