

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารุ่นนี้ ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการและการวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ (MCA) เพื่อคำนวณหาค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้คือ

#### 2.1 แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดบริการจะประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้ (อานุกาฬ วารินทร์ , 2548)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของตลาดโดยผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบหลัก ดังนี้

ประโยชน์หลัก (Core benefit) ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง

ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) ลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมผลิตภัณฑ์ให้น่าใช้ยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected product) กลุ่มของคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงจากการซื้อสินค้า โดยจะคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented product) ผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้า ประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขาย

ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Potential product) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาไปเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต

2. ราคา (Price) หมายถึงสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปเงินตรา ราคาเป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมการตลาด ราคาสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อคูณกับปริมาณขายของสินค้าชนิดนั้นจะทำให้เกิดรายได้จากการขาย ราคาจึงเป็นตัวสร้างให้เกิดรายได้จากการขายและนำไปสู่การสร้างกำไรในที่สุด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาดหรือกลุ่มบุคคลและองค์กร ซึ่งอำนวยความสะดวกเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงการติดต่อสื่อสารทางการตลาดเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดระหว่างสองฝ่ายคือผู้ซื้อและผู้ขาย มีวัตถุประสงค์เพื่อเตือนความทรงจำ แจ่มแจ้งข่าวสาร และเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดพฤติกรรมกระตุ้นใจซื้อ
5. บุคลากร (People) หมายถึงพนักงาน ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้น พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึงการสร้างคุณภาพโดยรวมซึ่งต้องมีการพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ป้าย ความทันสมัย เป็นต้น
7. กระบวนการ (Process) หมายถึงขั้นตอนในการบริการเพื่อส่งมอบคุณภาพการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า

## 2.2 การวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ Multiple Classification Analysis (MCA)

Multiple Classification Analysis (MCA) เป็นเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ โดยที่ตัวแปรตามจะมีระดับการวัดแบบอัตราภาคชั้น หรือช่วง (Interval variable) และข้อมูลต้องมีการกระจายเป็นโค้งปกติ และถ้าเป็นตัวแปรหุ่น (dummy variable) การจำแนกสองกลุ่มควรมีการกระจายที่สม่ำเสมอสำหรับตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดแบบนามมาตร (nominal scale) หรืออันดับ (ordinal scale) โดยที่ตัวแปรอิสระสามารถมีความสัมพันธ์กันเองได้ (correlation) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามอาจเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเส้นตรงก็ได้ (non-linear relationship) แต่มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า ความคลาดเคลื่อนของประชากรในแต่ละกลุ่มต้องมีความแปรปรวนคงที่ (homogeneity of variance) และตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีอิทธิพลร่วมหรือมีผลกระทบร่วมกัน (interaction effect) หรือต้องมีรูปแบบเชิงบวก (additive model) ดังนั้นก่อนที่จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วย MCA จะต้องวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ANOVA เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์อยู่ภายใต้ข้อตกลงทั้งสองหรือไม่ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย

MCA สามารถชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีต่อตัวแปรตาม ซึ่งพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่แสดงถึงความเบี่ยงเบนไปจากค่ากลาง (grand mean) และสามารถคำนึงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่นๆ ไปพร้อมๆ กันได้ด้วย (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2550)

การวิเคราะห์การจำแนกพหุคูณมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวกับตัวแปรตาม 1 ตัวหรือเพื่อให้ทราบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวรวมกันแล้ว จะสามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้เพียงใด หรือนอกจากนี้ยังอาจจะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม โดยมีตัวแปรควบคุมอื่นมาร่วมหรือไม่เอามาร่วมก็ได้

การวิเคราะห์โดยวิธี MCA นี้สามารถชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่างๆ ซึ่งพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่แสดงถึงความเบี่ยงเบนจากค่าตัวกลาง (grand mean) อันเนื่องมาจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ความสามารถในการอธิบายอิทธิพลดังกล่าวของแบบจำลองพิจารณาได้จากค่า  $\eta^2$  ซึ่งแสดงถึงความสามารถของตัวแปรอิสระแต่ละตัวหรือแต่ละกลุ่ม (classification) ที่จะอธิบายความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ส่วนค่า  $\beta$  เป็นสถิติระบุอัตราความสัมพันธ์เช่นเดียวกับ  $\eta^2$  แต่จะวัดถึงความสามารถของตัวแปรอิสระตัวหนึ่งในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยควบคุมผลของตัวแปรอื่นแล้ว (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ, 2521)

การศึกษานี้เลือกใช้การวิเคราะห์ MCA (Multiple Classification Analysis) เพื่อชี้ให้เห็นว่ากลุ่มต่างๆ ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว และตัวแปรอิสระหลายๆ ตัวผสมกันมีผลอย่างไรต่อตัวแปรตาม และ MCA ยังสามารถชี้ให้เห็นถึงการผสมกลุ่มย่อยของตัวแปรอิสระต่างๆ ว่ามีผลอย่างไรต่อตัวแปรตาม ก่อนทำการวิเคราะห์ต้องพิจารณาว่า ตัวแปรอิสระที่ได้ทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วว่ามีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น นั่นคือ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามแต่การวิเคราะห์ MCA จะไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของปฏิกริยา ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวได้โดยตรง (อัญชลี นัสสาสาร, 2548)

#### แบบจำลองของ MCA

$$Y_i = \bar{Y} + \sum_{j=1}^r \alpha_j \sum_{j=1}^r X_{ji} + \sum_{k=1}^s \beta_k Z_{ki} + e_i \quad (1)$$

$$\sum_{j=1}^r X_{ji} = \sum_{k=1}^s Z_{ki} = 1; \forall_i \quad (2)$$

$$\sum_{j=1}^r \alpha_j \bar{X}_j = \sum_{k=1}^s \beta_k \bar{Z}_k = 0 \quad (3)$$

$Y_i$  = ตัวแปรตามของ observation ที่  $i$

$\bar{Y}$  = grand mean ของตัวแปรตาม

$X_{ji}$  = ตัวแปรอิสระ  $X$  ซึ่งอยู่ในกลุ่ม (category)  $j$  ของ observation  $i$

$\alpha_j$  = สัมประสิทธิ์ของกลุ่มที่  $j$  ของตัวแปร  $X$

$r$  = จำนวนกลุ่มของตัวแปร  $X$

$Z_{ki}$  = ตัวแปรอิสระ  $Z$  ซึ่งอยู่ในกลุ่ม (category)  $k$  ของ observation  $i$

$\beta_k$  = สัมประสิทธิ์ของกลุ่มที่  $k$  ของตัวแปร  $Z$

$s$  = จำนวนกลุ่มของตัวแปร  $Z$

$e_i$  = error of estimate

สมการที่ 1 แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระแต่ละตัวในลักษณะของความเบี่ยงเบน (deviation) จาก grand mean โดยมีได้คำนึงถึงผลของกลุ่มของตัวแปรอิสระตัวอื่น

สมการที่ 2 กำหนดเงื่อนไขว่า ตัวแปรทั้ง 2 ชุด (classifications) คือทั้ง  $X$  และ  $Z$  มีคุณสมบัติว่าผลรวมของแต่ละชุด (classification) ของแต่ละตัวอย่าง (observation) จะเท่ากับหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ผู้ตอบคนหนึ่ง คือ observation หนึ่ง ถ้าคนนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มใดแล้วจะเป็นสมาชิกของกลุ่มอื่นในชุด (classification) เดียวกันไม่ได้ สมมติว่า

$$X_{11} = 1, X_{22} = 0$$

$$\text{ดังนั้น} \quad \sum_{j=1}^2 X_{ji} = 1 + 0 = 1$$

สมการที่ 1 ด้วยตัวแปรกลุ่ม คือ  $\sum_{j=1}^n X_{ji}$  และ  $\sum_{k=1}^n Z_{ki}$  แต่เนื่องจากทุก observation

มีค่าเป็น 0 หรือ 1 ดังนั้นคือ  $\sum_{i=1}^n X_{ji}^2 = \sum_{i=1}^n Z_{ki}^2$  และถ้าสมการที่ (2) เป็นจริง

พร้อมทั้ง  $\sum_{j=1}^n X_{ji} = X_{mi} = 0, j \neq m$  แล้ว จะได้ชุดของสมการ (1) ดังต่อไปนี้

ชุดของ  $X_j$

$$\left. \begin{aligned} \sum_{i=1}^n X_{1i} Y_i &= \bar{Y} \sum_{i=1}^n X_{1i} + \alpha_1 \sum_{i=1}^n X_{1i} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{1i} Z_{ki}) \\ \sum_{i=1}^n X_{ji} Y_i &= \bar{Y} \sum_{i=1}^n X_{ji} + \alpha_j \sum_{i=1}^n X_{ji} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ji} Z_{ki}) \\ \sum_{i=1}^n X_{ri} Y_i &= \bar{Y} \sum_{i=1}^n X_{ri} + \alpha_r \sum_{i=1}^n X_{ri} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ri} Z_{ki}) \end{aligned} \right\}$$

ยกตัวอย่างเช่น

$$\sum_{i=1}^n X_{ri} Y_i = \bar{Y} \sum_{i=1}^n X_{ri} + \alpha_1 \sum_{i=1}^n X_{ri} \sum_{j=1}^r X_{ji} + \alpha_2 \sum_{i=1}^n X_{ri} \sum_{j=2}^r X_{2j} + \dots + \alpha_r \sum_{i=1}^n X_{ri} \sum_{j=r}^r X_{ri} + \sum_{k=1}^s \beta_k (\sum_{i=1}^n X_{ri} Z_{ki})$$

เทอมที่ 2 ของทางขวามือ  $\alpha_1 \sum X_{ij}^2 = \alpha_1 \sum X_{ij}$

เทอมที่ 3 จนกระทั่งเทอมก่อนเทอมสุดท้ายจะกลายเป็นศูนย์ไปหมด ดังนั้น

$$\sum_{i=1}^n X_{ri} Y_i = \bar{Y} \sum_{i=1}^n X_{ri} + \alpha_r \sum_{i=1}^n X_{ri} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ri} Z_{ki})$$

$$\left. \begin{aligned} \sum_{i=1}^n Z_{1i} Y_j &= \bar{Y} \sum_{i=1}^n Z_{1i} + \sum \alpha_j (\sum_{j=1}^r Z_{ji} X_{1i}) + \beta_1 \sum Z_{ji} \\ \sum_{k=1}^n Z_{ki} Y_j &= \bar{Y} \sum_{k=1}^n Z_{ki} + \sum_{j=1}^r \alpha_j (\sum_{k=1}^n Z_{ki} X_{ji}) + \beta_k \sum_{j=1}^n Z_{ki} \\ \sum_{s=1}^n Z_{si} Y_j &= \bar{Y} \sum_{s=1}^n Z_{si} + \sum_{j=1}^r \alpha_j (\sum_{s=1}^n Z_{si} X_{ji}) + \beta_1 \sum_{j=1}^n Z_{si} \end{aligned} \right\}$$

ชุดของ  $Z_k$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

$$\sum_{j=1}^n X_{ji} = n_j \tag{4}$$

แต่เนื่องจากสมการ (4) ผลรวมของค่าตัวแปร ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็คือ จำนวนคน ในกลุ่มนั้น โดยที่

$n_j$  = จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่  $j$  ของตัวแปร  $X$

$n_k$  = จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่  $k$  ของตัวแปร  $Z$

$$\sum_{j=1}^n X_{ji} Z_{ki} = n_{jk} \quad (5)$$

สมการ (5) ผลรวมของผลคูณของ dummy variables 2 กลุ่ม (ที่ไม่ใช่ classification เดียวกัน) ก็คือ จำนวนคนที่มีคุณสมบัติทั้ง 2 ประเภท ซึ่งก็คือจำนวนคนที่เป็นสมาชิกของทั้ง 2 กลุ่ม ดังนั้น

$$\sum_{r=1}^n X_{rj} Y_j = \sum_{j=1}^n Y_j = n_j \bar{Y}_j \quad (6)$$

โดยแทนค่าสมการที่ 6 แล้วย้ายเทอมที่ 1 ทางขวามือไปข้างซ้ายมือ normal equation ชุดใหม่ก็จะมีลักษณะดังนี้

$$\left\{ \begin{array}{l} n_1 (\bar{Y}_1 - \bar{Y}) = n_1 \alpha_1 + \sum_{k=1}^s n_{1k} \beta_k \\ n_j (\bar{Y}_j - \bar{Y}) = n_j \alpha_j + \sum_{k=1}^s n_{jk} \beta_k \\ n_r (\bar{Y}_r - \bar{Y}) = n_r \alpha_r + \sum_{k=1}^s n_{rk} \beta_k \end{array} \right.$$

ชุดของ  $X_j$

$$\left\{ \begin{array}{l} n_1 (\bar{Y}_1 - \bar{Y}) = \sum_{j=1}^r \alpha_{jn_1} + n_1 \beta_1 \\ n_j (\bar{Y}_j - \bar{Y}) = \sum_{j=1}^r \alpha_{jn_j} + n_j \beta_k \\ n_s (\bar{Y}_s - \bar{Y}) = \sum_{j=1}^r \alpha_{jn_s} + n_s \beta_s \end{array} \right.$$

ชุดของ  $Z_k$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

อย่างไรก็ดี ระบบของสมการข้างต้นนี้ไม่สามารถหาคำตอบได้ เพราะมีลักษณะ linearly dependent ในแต่ละชุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทิ้งสมการในแต่ละชุดไปหนึ่งสมการแล้วแทนที่ด้วยสมการที่ 3 จะได้ normal equation ชุดใหม่อีกดังนี้

$$\begin{cases}
 \text{ชุดของ } X_j & \left\{ \begin{aligned}
 n_1(\bar{Y}_1 - \bar{Y}) &= n_1 \alpha_1 + \sum_{k=1}^s n_{1k} \beta_k \\
 n_j(\bar{Y}_j - \bar{Y}) &= n_j \alpha_j + \sum_{k=1}^s n_{jk} \beta_k \\
 n_{r-1}(\bar{Y}_{r-1} - \bar{Y}) &= n_{r-1} \alpha_{r-1} + \sum_{k=1}^s n_{(r-1)k} \beta_k
 \end{aligned} \right. \\
 & 0 = \sum_{j=1}^r n_j \alpha_j \\
 \text{ชุดของ } Z_k & \left\{ \begin{aligned}
 n_1(\bar{Y}_1 - \bar{Y}) &= \sum_{j=1}^r \alpha_j n_{j1} + n_1 \beta_1 \\
 n_k(\bar{Y}_k - \bar{Y}) &= \sum_{j=1}^r \alpha_j n_{jk} + n_k \beta_k \\
 n_{s-1}(\bar{Y}_{s-1} - \bar{Y}) &= \sum_{j=1}^r \alpha_j n_{j(s-1)} + n_{s-1} \beta_{s-1} \\
 & 0 = \sum_{k=1}^s n_k \beta_k
 \end{aligned} \right.
 \end{cases}$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

โดยการหาค่าจากสมการข้างต้นนี้ ก็จะได้สัมประสิทธิ์  $\alpha_j, \beta_k$  ของ MCA โดยตรง

### 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545)** ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 340 คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่มอาชีพได้แก่ 1) ช่างราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกจ้าง พนักงานบริษัท 3) เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ 4) อื่นๆเช่นแม่บ้าน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้การสุ่มตัวอย่างจากประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ท่องเที่ยวไทยปีละ 2 ครั้งๆละประมาณ 3 วัน โดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนสถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบไปมากที่สุดคือ ทะเล เกาะ การท่องเที่ยวครั้งหลังสุดคือภาคเหนือส่วนใหญ่ท่องเที่ยวเป็นครอบครัวซึ่งมีค่าใช้จ่ายคนละประมาณ 2,000 ถึง 2,999 บาทต่อคนต่อวัน เหนือในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวคือความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวโดยปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวคือความเสื่อมโทรมและสกปรกของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า บริการ ที่พักราคาแพง

**นาถพิมล วาดสันทัต (2545)** ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสนจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของเมืองเชียงแสนให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์แบบ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 327 ตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และบุคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าจุดแข็งของอำเภอเชียงแสนจังหวัดเชียงรายคือมีโบราณวัตถุและโบราณสถานที่มีเอกลักษณ์น่าศึกษาเส้นทางคมนาคมสะดวกคนท้องถิ่นน้ำใจมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน จุดอ่อนคือสิ่งแวดล้อมไม่สวยงามไม่มีกิจกรรมไม่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โอกาสคือ หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนเมืองเชียงแสน การค้ามีความเจริญก้าวหน้า และอุปสรรคได้แก่ กฎหมายระหว่างประเทศไม่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ต่อเนื่อง คนในท้องถิ่นไม่มีความห่วงหาและรักทรัพยากรท่องเที่ยว

**อัญชลี นัสสาสาร (2548)** ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รายจ่ายของนักท่องเที่ยวในเทศกาลลอยกระทงจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้จ่ายทั้งในและนอกเทศกาลและเพื่อศึกษาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ธุรกิจต่างๆ ในช่วงเทศกาลลอยกระทงซึ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลลอยกระทง 200 คนและช่วงนอก



เทศกาล 200 คน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โรงแรมและที่พัก 30 รายการศึกษาใช้การวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA) ในการพยากรณ์ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะต่างๆคือ รายได้ต่อเดือน อายุ อาชีพ และเพศ ผลการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำแนกพหุพบว่าในช่วงนอกเทศกาลนั้นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือระดับรายได้ต่อเดือนและอาชีพ นักท่องเที่ยวจากนอกเทศกาลที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุดคือนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ส่วนในช่วงเทศกาลตัวแปรที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือระดับรายได้ต่อเดือน ส่วนการกระจายรายได้ในนั้นพบว่าในช่วงเทศกาลलयกระทางรายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับ 641.76 ล้านบาทเพิ่มจากนอกเทศกาลประมาณ 1 เท่าตัวโดยธุรกิจยานพาหนะจะได้รับรายได้มากที่สุดประมาณ 250.29 ล้านบาทรองลงมาคือธุรกิจที่พักประมาณ 153.31 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในช่วงนอกเทศกาล 2,540.67 บาทต่อคนต่อวัน ส่วนนักท่องเที่ยวในเทศกาลค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันเท่ากับ 2,149.21 บาทต่อคนต่อวัน

**นัฐพงศ์ คุมา (2549)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน วัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว และศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยการศึกษาจะแยกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 100 ตัวอย่าง ชาวต่างชาติ 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ Chi-square Test และสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจส่วนปัจจัยอันดับแรกที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวคือปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมาคือความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่นส่วนสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจมากที่สุดคือด้านอรรถาศัยของคนในท้องถิ่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว และการศึกษาในส่วน of นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ด้านปัจจัยที่มีผลมากที่สุดที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวคือปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรมในท้องถิ่น ผลการศึกษาสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจมากที่สุดคือด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านอรรถาศัยของคนในท้องถิ่น

**อัครพงศ์ และคณะ (2549)** ได้สำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 1,661 ราย ในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2551-2554 เพื่อเสนอต่อกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis : MCA) ได้ผลการศึกษาคือ ระดับรายได้ต่อเดือน เพศ อายุ อาชีพ และภูมิภาค เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มีระดับรายได้สูงกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐฯ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี หรือมากกว่า 60 ปี มีอาชีพประเภทกลุ่มวิชาชีพหรือผู้จัดการ เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากอาเซียน หรือตะวันออกกลางหรือเอเชียใต้ ซึ่งค่าใช้จ่ายจะเพิ่มขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของระดับรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว เพศหญิง ใช้จ่ายสูงกว่าเพศชาย

**สุนตรา วงษ์พันธุ์ (2550)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่และทำการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการเข้าชมสวนสัตว์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่จำนวน 300 ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ในการศึกษาด้านพฤติกรรมจะใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ ในด้านปัจจัยใช้ Chi-square Test ในการวิเคราะห์และการประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายใช้โดยใช้วิธี Contingent Valuation Method (CVM) ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการมาเที่ยวชมสวนสัตว์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและมาเพื่อชมหมีแพนด้าซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติโดยนำรถยนต์ส่วนตัวมาเองซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวชมมากที่สุดคือการจัดการกิจกรรมของสวนสัตว์ซึ่งสื่อที่จะสามารถเผยแพร่ข่าวสารของสวนสัตว์ได้มากที่สุดคือทางโทรทัศน์ และการศึกษาด้านความเต็มใจที่จะจ่ายพบว่าเพศชายมีความเต็มใจที่จะจ่ายมากกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากขึ้นมีการศึกษาสูงขึ้นและมีรายได้สูงขึ้นมีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงขึ้น

**มาลินี ปิ่นแก้ว (2552)** ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญจำนวน 300 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างคือ

นักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ สถานีรถไฟเชียงใหม่ สถานีขนส่งอาเขตและท่าอากาศยานเชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาในส่วนของข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวใช้แบบสอบถามวัดระดับปัจจัยว่ามีผลในระดับ มาก ปานกลางหรือน้อย โดยการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวอันดับแรกได้แก่ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเดินทางรองลงมาคือได้รับการชักชวน สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสิ่งอำนวยความสะดวกและการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยเมื่อแยกตามเพศแล้วสำหรับเพศชายปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือต้องการหาประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและเพศหญิงปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตามอาชีพแล้วผู้ที่มีรายได้ประจำปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือต้องการหาประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มอาชีพที่ไม่มีรายได้ประจำปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าเมื่อรายได้ตั้งแต่ 10,000-30,00 บาท ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและสำหรับผู้ที่มีรายได้สูงตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยวสวยงามตามธรรมชาติและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

การศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศปีละ 2 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนซึ่งจะจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองและเดินทางกับญาติพี่น้อง ระยะเวลาท่องเที่ยว 1-2 วันมักใช้รถส่วนตัวในการท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม จังหวัดที่ต้องการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ กระบี่ ภูเก็ตและชลบุรี แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุดคือทะเล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved