

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษารุ่นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวช้ในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวช้ในจังหวัดเชียงใหม่ตลอดจนศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวช้ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย ซึ่งประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากภาคเหนือจำนวน 133 คน และจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ จำนวน 167 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทย

ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ภูมิลำเนา ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 เพศ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทย จำนวน 300 คน เป็นเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเพศหญิง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 (ตารางที่ 4.1)

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.4 และ 60.5 ตามลำดับที่เหลือเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 37.6 และ 39.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

เพศ	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	83	62.4	101	60.5	184	61.3
หญิง	50	37.6	66	39.5	116	38.7
รวม	133	100	167	100	300	100

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.2 อายุ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด มีอายุ 15-24 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ผู้ที่มีอายุ 35-44 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ผู้ที่มีอายุ 45-54 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ โดยมีอายุต่ำสุด 15 ปี อายุสูงสุด 75 ปี และอายุเฉลี่ย 33 ปี (ตารางที่ 4.2)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมาคือ อายุ 15-24 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ผู้ที่มีอายุ 35-44 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ผู้ที่มีอายุ 45-54 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ โดยมีอายุต่ำสุด 15 ปี อายุสูงสุด 75 ปี และอายุเฉลี่ย 35 ปี (ตารางที่ 4.2)

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มจากตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีอายุ 15-24 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ อายุ 25-34 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 ผู้ที่มีอายุ 45-54 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ผู้ที่มีอายุ 35-44 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ โดยมีอายุต่ำสุด 15 ปี อายุสูงสุด 70 ปี และอายุเฉลี่ย 32 ปี (ตารางที่ 4.2)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือมีอายุเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มตัวอย่างจาก กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ

ตารางที่ 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

อายุ	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-24 ปี	37	27.8	60	32.3	97	32.3
25-34 ปี	40	30.1	55	25.0	95	31.7
35-44 ปี	26	19.5	19	20.1	45	15.0
45-54 ปี	19	14.3	20	17.1	39	13.0
55 ปีขึ้นไป	11	8.3	13	5.5	24	8.0
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>
ต่ำสุด (ปี)	15		15		15	
สูงสุด (ปี)	75		70		75	
เฉลี่ย (ปี)	35		32		33	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.3 สถานภาพสมรส

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 58.6 และ 59.9 ตามลำดับ รองลงมา คือ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ 32.9 ตามลำดับ และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 7.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

สถานภาพ	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและ ภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	78	58.6	100	59.9	178	59.3
สมรส	43	32.3	55	32.9	98	32.7
หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	12	9.0	12	7.2	24	8.0
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.4 ระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และมีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือและกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.2 และ 59.8 ตามลำดับ รองลงมา คือ มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 20.4 และมีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.5 และ 19.8 ตามลำดับ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	16.5	33	19.8	55	18.3
ปริญญาตรี	80	60.2	100	59.8	180	60.0
สูงกว่าปริญญาตรี	31	23.3	34	20.4	65	21.7
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.5 อาชีพ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมดเป็นผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดมีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ผู้ที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และผู้ที่มีอาชีพอื่นๆเช่น แพทย์ นักเขียน ทนายความ เป็นต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้ที่มีอาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และผู้ที่มีอาชีพอื่นๆเช่น แพทย์ สถาปนิก ทนายความ เป็นต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดมีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ

จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ผู้ที่มีอาชีพพ่อแม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น สถาปนิก ทนายความ นักเขียน เป็นต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

อาชีพ	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	36	27.1	42	25.1	78	26.0
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	24	18.0	26	15.6	50	16.7
นักเรียน/นักศึกษา	24	18.0	39	23.4	63	21.0
ธุรกิจส่วนตัว	18	13.5	30	18.0	48	16.0
พ่อแม่บ้านผู้เกษียณอายุ	14	10.5	9	5.4	23	7.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	9.0	15	9.0	27	9.0
อื่นๆ	5	3.9	6	3.5	11	3.7
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.6 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ผู้ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ย 27,779 บาท (ตารางที่ 4.6)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ย 26,931 บาท (ตารางที่ 4.6)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ผู้ที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 และผู้ที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ย 28,454 บาท (ตารางที่ 4.6)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวกจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ เป็นผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากกว่านักท่องเที่ยวกจากภาคเหนือ

ตารางที่ 4.6 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	10	7.5	21	12.6	31	10.4
10,001-20,000 บาท	31	23.3	39	23.4	70	23.3
20,001-30,000 บาท	37	27.8	44	26.3	81	27.0
30,001-40,000 บาท	32	24.1	25	15.0	57	19.0
40,001-50,000 บาท	15	11.3	13	7.7	28	9.3
มากกว่า 50,000 บาท	8	6.0	25	15.0	33	11.0
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>
<b>รายได้เฉลี่ย (บาท)</b>	<b>26,931</b>		<b>28,454</b>		<b>27,779</b>	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.7 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และผู้ที่มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ย 48,150 บาท (ตารางที่ 4.7)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือมีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และผู้ที่มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ย 48,345 บาท (ตารางที่ 4.7)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้ของ



ครัวเรือนต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และผู้ที่มีรายได้ของครัวเรือนต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีรายได้เฉลี่ย 47,994 บาท (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 รายได้ของครัวเรือนต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและ ภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20,001-30,000 บาท	1	0.8	1	0.6	2	0.7
30,001-40,000 บาท	7	5.3	13	7.8	20	6.7
40,001-50,000 บาท	18	13.5	23	13.8	41	13.6
มากกว่า 50,000 บาท	107	80.4	130	77.8	237	79.0
<b>รวม</b>	133	100	167	100	300	100
<b>รายได้เฉลี่ย (บาท)</b>	48,345		47,994		48,150	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.1.8 ภูมิสำเนา

##### ก) กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ

หัวข้อนี้เป็นการพิจารณาถึงภูมิสำเนาของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ จำนวน 133 คน เป็นชาวเชียงราย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ ชาวแม่ฮ่องสอน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ชาวลำปาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ชาวลำพูน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ชาวสุโขทัย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และชาวจังหวัดอื่นๆ เช่น พิจิตร ตาก น่าน พะเยา เป็นต้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8 ก)

จะเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือส่วนใหญ่มาจากจังหวัดเชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน ซึ่งอยู่ไม่ไกลจากจังหวัดเชียงใหม่มากนัก ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้

สะดวก อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่มีการคมนาคมขนส่งที่ดี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวจากจังหวัดเหล่านี้เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจำนวนมาก

#### ข) กลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ จำนวน 167 คน เป็นชาวกรุงเทพมหานคร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมา คือ ชาวภูเก็ต จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ชาวกาญจนบุรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ชาวจันทบุรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ชาวนครราชสีมา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และชาวจังหวัดอื่นๆ เช่น สุพรรณบุรี เพชรบุรี กระบี่ ตรัง ระยอง ชลบุรี ขอนแก่น หนองคาย เป็นต้น จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6 ข)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคอื่นๆ มาจากจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต มีแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งแตกต่างจากจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นภูเขา น้ำตก อุทยาน จึงทำให้นักท่องเที่ยวจากจังหวัดภูเก็ต นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว รองลงมาคือ จังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังมาจากจังหวัดทางภาคตะวันออกและภาคตะวันออกเฉียงเหนืออีกด้วย

ตารางที่ 4.8 ก จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ

จังหวัด	ภาคเหนือ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชียงราย	45	33.8
แม่ฮ่องสอน	26	19.6
ลำปาง	18	13.6
ลำพูน	14	10.5
สุโขทัย	12	9.0
อื่นๆ เช่น พิจิตร ตาก น่าน พะเยา เป็นต้น	18	13.5
รวม	133	100

ที่มา : จากการศึกษา

ตารางที่ 4.8 ข จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ

จังหวัด	กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	51	30.5
ภูเก็ต	10	6.0
กาญจนบุรี	9	5.4
จันทบุรี	8	4.8
นครราชสีมา	6	3.6
อื่นๆ	83	49.7
รวม	167	100

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยที่พิจารณาในที่นี้ประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านสถานที่ 4. ด้านบุคลากร 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย ตอบคำถามข้างต้นว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ในระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย หรือน้อยที่สุด โดยจะให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 คะแนน ตามลำดับ จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย นอกจากนั้นยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาจากภาคเหนือกับกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ โดยใช้สถิติค่า t ผลการศึกษาสามารถนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

#### 4.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.48 (ระดับมาก) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำอันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ อธิษาศัยและความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.87 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจาก ชาวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะมีอหิษาศัยดี มีน้ำใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะ อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม เทศกาลและงานประเพณีของท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน และวนอุทยาน ความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.66 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ของนักท่องเที่ยว ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ไม่สูงมากนัก เป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนามาจากจังหวัดใกล้เคียงทางภาคเหนือ จึงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำ มีคะแนนเฉลี่ย 4.57 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 4 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.55 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่สงบ อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณในเมืองเชียงใหม่ล้วนมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายไม่ว่าจะเป็น ถนน สถานที่จอดรถ ร้านขายของฝาก ของที่ระลึก อย่างครบครัน นอกจากนี้ยังมีตำรวจท่องเที่ยวที่คอยดูแลรักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว และอันดับ 5 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ และบริษัทนำเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 (ระดับมาก) เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น การโฆษณาตามสื่อต่างๆทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 4.9 ก)

ตารางที่ 4.9 ก คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

ปัจจัย	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม		ค่า t (p-value)
	ค่าเฉลี่ย (มากที่สุด)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (มากที่สุด)	อันดับ	ค่าเฉลี่ย (มากที่สุด)	อันดับ	
1. ด้านบุคลากร	4.85 (มากที่สุด)	1	4.89 (มากที่สุด)	1	4.87 (มากที่สุด)	1	-0.770 (0.442)
2. ด้านผลิตภัณฑ์	4.65 (มากที่สุด)	2	4.67 (มากที่สุด)	2	4.66 (มากที่สุด)	2	-0.716 (0.475)
3. ด้านราคา	4.53 (มากที่สุด)	4	4.59 (มากที่สุด)	3	4.57 (มากที่สุด)	3	-1.461 (0.145)
4. ด้านสถานที่	4.56 (มากที่สุด)	3	4.53 (มากที่สุด)	4	4.55 (มากที่สุด)	4	0.934 (0.351)
5. ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.77 (มาก)	5	3.73 (มาก)	5	3.75 (มาก)	5	0.883 (0.378)
คะแนนเฉลี่ยในภาพรวม	4.47 (มาก)		4.48 (มาก)		4.48 (มาก)		

#### 4.2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

##### ก) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากเหนือ

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือมีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.47 (ระดับมาก) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำ อันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ทัศนคติและความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.85 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.65 (ระดับมากที่สุด) ได้แก่ ความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด 4.95 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ ศิลปวัฒนธรรม เทศกาลและงานประเพณีของท้องถิ่น มีคะแนนเฉลี่ย 4.78 (ระดับมากที่สุด) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์และวนอุทยาน มีคะแนนเฉลี่ย 4.23 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.56 (ระดับมากที่สุด) ได้แก่

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.96 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (ตารางที่ 4.9 ข)

**ข) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ**

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 4.48 (ระดับมาก) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำ อันดับ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ทัศนคติและความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.89 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.65 (ระดับมากที่สุด) ได้แก่ ความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.99 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ ศิลปวัฒนธรรม เทศกาลและงานประเพณีของท้องถิ่น มีคะแนนเฉลี่ย 4.78 (ระดับมากที่สุด) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์และวนอุทยาน มีคะแนนเฉลี่ย 4.24 (ระดับมาก) อันดับ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา มีคะแนนเฉลี่ย 4.59 (ระดับมากที่สุด) ได้แก่ ความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.78 (ระดับมากที่สุด) รองลงมา คือ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายต่อการท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 (ระดับมาก) (ตารางที่ 4.9 ข)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ให้ระดับคะแนนของปัจจัยที่เหมือนกันคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ให้คะแนนเฉลี่ยที่ระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้คะแนนเฉลี่ยที่ระดับมาก

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 3 ด้านย่อยของด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ในปัจจัยย่อยของด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ของบริษัทนำเที่ยว ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ให้คะแนนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือใน ปัจจัยย่อยของด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายต่อการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และด้านบุคลากรนั้น กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.9 ข คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม		ค่า t (p-value)
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์</b>							
1.1 ศิลปวัฒนธรรม เทศกาล และงานประเพณีของ ท้องถิ่น	4.78 (มากที่สุด)	2	4.78 (มากที่สุด)	2	4.78 (มากที่สุด)	2	0.073 (0.942)
1.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑ์ และวนอุทยาน	4.23 (มาก)	3	4.24 (มาก)	3	4.23 (มาก)	3	-0.283 (0.777)
1.3 ความสวยงามและ ความหลากหลายของ สถานที่ท่องเที่ยว	4.95 (มากที่สุด)	1	4.99 (มากที่สุด)	1	4.97 (มากที่สุด)	1	-1.773* (0.077)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.65</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.67</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.66</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>-0.716</b> <b>(0.475)</b>
<b>2. ด้านราคา</b>							
2.1 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงบประมาณ ที่มีอยู่ของนักท่องเที่ยว	4.78 (มากที่สุด)	1	4.78 (มากที่สุด)	1	4.78 (มากที่สุด)	1	0.073 (0.942)
2.2 ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย ต่อการท่องเที่ยว	4.28 (มาก)	2	4.41 (มาก)	2	4.35 (มาก)	2	-2.340** (0.020)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.53</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.59</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.57</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>-1.461</b> <b>(0.145)</b>
<b>3. ด้านสถานที่</b>							
3.1 สิ่งอำนวยความสะดวก ของแหล่งท่องเที่ยว	4.17 (มาก)	2	4.08 (มาก)	2	4.12 (มาก)	2	1.354 (0.177)
3.2 ความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.96 (มากที่สุด)	1	4.99 (มากที่สุด)	1	4.98 (มากที่สุด)	1	-1.461 (0.145)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.56</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.53</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.55</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>0.934</b> <b>(0.351)</b>

ตารางที่ 4.9 ข (ต่อ)

ปัจจัย	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม		ค่า t (p-value)
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	
<b>4. ด้านบุคลากร</b>							
4.1 อธิปไตยและความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่	4.85 (มากที่สุด)	1	4.89 (มากที่สุด)	1	4.87 (มากที่สุด)	1	-0.770 (0.442)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>4.85</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.89</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>4.87</b> <b>(มากที่สุด)</b>		<b>-0.770</b> <b>(0.442)</b>
<b>5. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>							
5.1 การประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.90 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1	0.060 (0.952)
5.2 การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	3.84 (มาก)	2	3.89 (มาก)	2	3.87 (มาก)	2	-0.761 (0.447)
5.3 การประชาสัมพันธ์ของบริษัทนำเที่ยว	3.56 (มาก)	3	3.41 (ปานกลาง)	3	3.48 (ปานกลาง)	3	1.741* (0.083)
<b>คะแนนเฉลี่ย</b>	<b>3.77</b> <b>(มาก)</b>		<b>3.73</b> <b>(มาก)</b>		<b>3.75</b> <b>(มาก)</b>		<b>0.883</b> <b>(0.378)</b>
<b>คะแนนเฉลี่ยในภาพรวม</b>	<b>4.47</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.48</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.48</b> <b>(มาก)</b>		

หมายเหตุ : \*, \*\* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05 ตามลำดับ

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.3 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว การจัดการในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาในการมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยว สถานที่พักแรมระหว่างการท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทาง การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### 4.3.1 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด เดินทางมาเที่ยวชมจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติพี่น้อง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ประชุมสัมมนา/ศึกษาดูงาน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 อื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจการค้า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และทัศนศึกษา จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ เดินทางมาเที่ยวชมจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติพี่น้อง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.8 ประชุมสัมมนา/ศึกษาดูงาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 อื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจการค้า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และ ทัศนศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ เดินทางมาเที่ยวชมจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติพี่น้อง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ประชุมสัมมนา/ศึกษาดูงาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 อื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจการค้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ ทัศนศึกษา จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ พักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา คือ เยี่ยมญาติพี่น้อง

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์หลัก	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อนหย่อนใจ	98	73.7	120	71.8	218	72.7
เยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ	17	12.8	31	18.6	48	5.3
ประชุมสัมมนา/ ศึกษาดูงาน	7	5.3	9	5.4	16	2.3
อื่นๆ เช่น ติดต่อบริษัท	6	4.4	5	3.0	11	16.0
ทัศนศึกษา	5	3.8	2	1.2	7	3.7
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.2 การจัดการในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 ที่เหลือเป็นการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 (ตารางที่ 4.11)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า การจัดการในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ โดยส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 83.5 และ 80.8 ตามลำดับ ที่เหลือเป็นการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 16.5 และ 19.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

จะเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่นิยมจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการให้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว เนื่องจาก การเดินทางด้วยตนเอง จะประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากกว่า และสามารถท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ

ตารางที่ 4.11 การจัดการในการท่องเที่ยวครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

การจัดการในการท่องเที่ยวครั้งนี้	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จัดการด้วยตนเอง	111	83.5	135	80.8	246	82.0
ผ่านบริษัทนำเที่ยว	22	16.5	32	19.2	54	18.0
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.3 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีจำนวน 2-3 ครั้ง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมา คือ 4-5 ครั้ง จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ตั้งแต่ 8 ครั้งขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และ 6-7 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ และมีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ต่ำสุด 2 ครั้ง สูงสุด 20 ครั้ง และเฉลี่ย 4 ครั้ง (ตารางที่ 4.12)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่มีจำนวน 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.9 และ 47.9 ตามลำดับ รองลงมา คือ 4-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 34.2 ตามลำดับ ตั้งแต่ 8 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.8 และ 9.5 ตามลำดับ และ 6-7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 8.4 ตามลำดับ มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ต่ำสุดของทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง คือ 2 ครั้ง จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สูงสุดของกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือและกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ คือ 20 ครั้ง และจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยของทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง คือ 4 ครั้ง (ตารางที่ 4.12)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่สวยงาม น่าสนใจ อากาศดี เหมาะแก่การมาเที่ยวซ้ำอีก และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่ยังมีภูมิลำเนาที่อยู่ใกล้เคียงกับจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำปาง เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก และจังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจึงมาท่องเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 4.12 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย  
กลุ่มตัวอย่าง (รวมครั้งนี้)

จำนวนครั้ง	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2-3 ครั้ง	69	51.9	80	47.9	149	49.7
4-5 ครั้ง	32	24.0	57	34.2	89	29.7
6-7 ครั้ง	15	11.3	14	8.4	29	9.7
ตั้งแต่ 8 ครั้งขึ้นไป	17	12.8	16	9.5	33	10.9
รวม	133	100	167	100	300	100
ต่ำสุด (ครั้ง)	2		2		2	
สูงสุด (ครั้ง)	20		20		20	
เฉลี่ย (ครั้ง)	4		4		4	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติ พี่น้อง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ เดินทางกับเพื่อน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 เดินทางกับผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 เดินทางคนเดียว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และเดินทางกับบุคคลอื่นๆ เช่น ครูอาจารย์ คนรัก เป็นต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา คือ เดินทางกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 เดินทางกับผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 เดินทางคนเดียว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และเดินทางกับบุคคลอื่นๆ เช่น ครู อาจารย์ คนรัก เป็นต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา คือ เดินทางกับเพื่อน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9 เดินทางกับผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน จำนวน 29 คน คิดเป็น

ร้อยละ 17.4 เดินทางคนเดียว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และเดินทางกับบุคคลอื่นๆ เช่น ครู อาจารย์ คนรัก เป็นต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่อยู่ไม่ไกลจากภูมิลำเนา เดินทางได้สะดวก และมีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง เนื่องจากนิยมมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ใช้เวลากับครอบครัวในวันพักผ่อน

ตารางที่ 4.13 บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติพี่น้อง	52	39.1	84	50.3	136	45.3
เพื่อน	55	41.4	80	47.9	135	45.0
ผู้บังคับบัญชา/เพื่อนร่วมงาน	24	18.0	29	17.4	53	17.7
เดินทางคนเดียว	23	17.3	16	9.6	39	13.0
อื่นๆ	1	0.8	3	1.8	4	1.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.5 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ได้รับข้อมูลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้จากประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือ จากอินเทอร์เน็ต จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 จากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 จากหนังสือแนะนำเที่ยว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 จากโทรทัศน์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 จากที่อื่นๆ เช่น แผ่นพับ/ไปป์ลิวโฆษณา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และจากวิทยุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคกลางเหนือ ได้รับข้อมูลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้จากประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา

คือ จากอินเทอร์เน็ต จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 จากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 จากหนังสือแนะนำเที่ยว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 จากโทรทัศน์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 จากที่อื่นๆ เช่น แผ่นพับ/ไปปลิวิโฆษณา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และจากวิทยุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

นักท่องเที่ยวกุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ได้รับข้อมูลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้จากประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา คือ จากอินเทอร์เน็ต จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 จากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 จากหนังสือแนะนำเที่ยว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 จากโทรทัศน์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 จากวิทยุ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และจากที่อื่นๆเช่น แผ่นพับ/ไปปลิวิโฆษณา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ใช้ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อนเป็นข้อมูลในการท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจาก มีความคุ้นเคยกับสถานที่ และมีความชื่นชอบความสวยงาม ความหลากหลายของสถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมา คือ การใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยว เนื่องจาก สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตได้สะดวก (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวยุวไทยกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาในการมาท่องเที่ยว	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์จากการเดินทางครั้งก่อน	133	100.0	167	100.0	300	100.0
อินเทอร์เน็ต	73	54.9	103	61.7	176	58.7
เพื่อน/คนรู้จัก	53	39.8	63	37.7	116	38.7
หนังสือแนะนำเที่ยว	33	24.8	45	26.9	78	26.0
โทรทัศน์	14	10.5	22	13.2	36	12.0
วิทยุ	3	2.3	1	0.6	4	1.3
อื่นๆ	12	9.0	13	7.8	25	8.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.6 แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในครั้งก่อน

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเที่ยว วัดพระธาตุคดยุสเทพ จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากวัดพระธาตุคดยุสเทพ เป็นปูชนียสถานคู่เมืองเชียงใหม่มาแต่ช้านาน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมไปนมัสการพระบรมธาตุ และม่อนแจ่ม จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากม่อนแจ่มมีทัศนียภาพที่สวยงาม มองเห็นวิวทิวเขาที่ซับซ้อน มองเห็นท้องฟ้าตอนกลางคืนได้อย่างสวยงาม โดยนักท่องเที่ยวนิยมไปพักรีสอร์ท หรือตั้งแคมป์ อันดับ 3 คือ ถนนคนเดินเชียงใหม่ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 เนื่องจากถนนคนเดินเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ มีสินค้าให้เลือกสรรมากมายหลายประเภท ทั้งสินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก รวมทั้งอาหารอีกมากมาย อันดับ 4 คือ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 เนื่องจาก เชียงใหม่ไนท์ซาฟารีเป็นสวนสัตว์ที่เปิดแสดงสัตว์ให้ผู้ชมได้ชมทั้งในกลางคืนและกลางวันอีกทั้งมีสัตว์ในชมมากมายหลายชนิดในแบบสวนสัตว์เปิด อันดับ 5 คือ วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 วัดเจดีย์หลวง เป็นวัดเก่าแก่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นพระอารามหลวงแบบโบราณ มีการบูรณะมาหลายสมัย (ตารางที่ 4.15)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเที่ยว วัดพระธาตุคดยุสเทพ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2 อันดับ 2 คือ ม่อนแจ่ม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 อันดับ 3 คือ ถนนคนเดินเชียงใหม่ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 อันดับ 4 คือ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 อันดับ 5 คือ วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเที่ยวม่อนแจ่ม จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 อันดับ 2 คือ วัดพระธาตุคดยุสเทพ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 อันดับ 3 คือ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 อันดับ 4 คือ ถนนคนเดินเชียงใหม่ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 อันดับ 5 คือ วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9

จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ วัดพระธาตุคดยุสเทพ ม่อนแจ่ม ถนนคนเดินเชียงใหม่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร เป็นต้น (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวครั้งก่อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมา เที่ยว	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และ ภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัดพระธาตุดอยสุเทพ	92	69.2	108	64.7	200	66.7
ม่อนแจ่ม	91	68.4	109	65.3	200	66.7
ถนนคนเดินเชียงใหม่	88	66.2	102	61.1	190	63.3
เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	77	57.9	106	63.5	183	61.0
วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร	67	50.4	100	59.9	167	55.7
น้ำพุร้อนสันกำแพง	63	47.4	70	41.9	133	44.3
อุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์	55	41.4	64	38.3	119	33.7
สวนสัตว์เชียงใหม่	52	39.1	47	28.1	99	33.0
พระตำหนักภูพิงศ์ ราชินีเวศน์	28	21.1	56	33.5	84	28.0
เวียงกุมกาม	36	27.1	48	28.7	84	28.0
ล่องแก่งแม่น้ำแม่แตง	29	21.8	36	21.6	65	21.7
อุทยานหลวงราชพฤกษ์	29	21.8	33	19.8	62	20.7
วัดพระสิงห์วรวิหาร	21	21.0	38	22.8	59	19.7
ปางช้างแม่สา	21	15.8	17	10.2	38	12.7
หอศิลปวัฒนธรรมเชียงใหม่	15	11.3	14	8.4	29	9.7
เชียงใหม่ไนท์บาซาร์	13	9.8	15	9.0	28	9.3
อุทยานแห่งชาติ ดอยสุเทพ-ปุย	9	6.8	6	3.6	15	5.0
อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย	6	4.5	7	4.2	13	4.3
น้ำตกเจ็ดสี	8	6	4	2.4	12	4.0
ถ้ำเชียงดาว	2	1.5	7	4.2	9	3.0
อื่นๆ	66	49.6	84	50.3	150	50.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา



#### 4.3.7 แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวในครั้งนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเที่ยว วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากวัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดเจดีย์หลวงเป็นวัดเก่าแก่ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นพระอารามหลวงแบบโบราณ มีการบูรณะมาหลายสมัย อันดับ 2 วัดพระสิงห์วรวิหาร จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากเป็นวัดในประวัติศาสตร์แห่งแผ่นดินล้านนา พญาผายู กษัตริย์องค์ที่ 5 ในราชวงศ์มังรายโปรดเกล้าฯ ให้สร้างวัดนี้และสร้างพระเจดีย์สูงเพื่อใช้เป็นที่บรรจุอัฐิของพญาคำฟูและมีพระพุทธรูปที่สำคัญ คือ พระพุทธสิหิงค์ และม่อนแจ่ม จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เนื่องจากม่อนแจ่มมีทัศนียภาพที่สวยงาม มองเห็นวิวทิวเขาที่ซับซ้อน มองเห็นท้องฟ้าตอนกลางคืนได้อย่างสวยงาม โดยนักท่องเที่ยวนิยมไปพักรีสอร์ตหรือตั้งแคมป์ อันดับ 4 คือ วัดพระธาตุดอยสุเทพ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 วัดพระธาตุดอยสุเทพ เป็นปูชนียสถานคู่เมืองเชียงใหม่มาแต่ช้านาน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมไปนมัสการพระบรมธาตุ อันดับ 5 คือ ถนนคนเดินเชียงใหม่ จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 เนื่องจากถนนคนเดินเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ มีสินค้าให้เลือกสรรมากมายหลายประเภท ทั้งสินค้าพื้นเมือง ของที่ระลึก รวมทั้งอาหารอีกมากมาย (ตารางที่ 4.16)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเที่ยววัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 วัดพระสิงห์วรวิหาร จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 และม่อนแจ่ม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 อันดับ 4 คือ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 อันดับ 5 วัดพระธาตุดอยสุเทพ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และถนนคนเดินเชียงใหม่ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.16)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปเที่ยว วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 อันดับ 2 คือ วัดพระธาตุดอยสุเทพ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 อันดับ 3 คือ วัดพระสิงห์วรวิหาร จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 ม่อนแจ่ม จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 และถนนคนเดินเชียงใหม่ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7

จะเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดพระสิงห์วรวิหาร ม่อนแจ่ม ถนนคนเดินเชียงใหม่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ เป็นต้น (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยว	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร	91	68.4	109	65.3	200	66.7
วัดพระสิงห์วรวิหาร	91	68.4	93	55.7	184	61.3
ม่อนแจ่ม	91	68.4	93	55.7	184	61.3
วัดพระธาตุดอยสุเทพ	76	57.1	96	57.3	172	57.3
ถนนคนเดินเชียงใหม่	76	57.1	93	55.7	169	56.3
อุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์	85	63.9	82	49.1	167	55.7
อุทยานหลวงราชพฤกษ์	57	42.9	59	35.3	116	38.7
เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี	35	26.3	40	24.0	75	25.0
สวนสัตว์เชียงใหม่	34	25.6	39	23.4	73	24.3
อนุสาวรีย์ท้าวสุริยวงษ์	39	29.3	34	20.4	73	24.3
เชียงใหม่ไนท์บาซาร์	37	27.8	34	20.4	71	23.7
อุทยานแห่งชาติ ดอยสุเทพ-ปุย	24	18.0	42	25.1	66	22.0
เวียงกุมกาม	24	18.0	37	22.2	61	20.3
หอศิลปวัฒนธรรมเชียงใหม่	28	21.1	31	18.6	59	19.7
ปางช้างแม่สา	24	18.0	23	13.8	47	15.7
ถ้ำเชียงดาว	16	12.0	14	8.4	30	10.0
น้ำตกเจ็ดสี	15	11.3	9	5.4	24	8.0
พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์	11	8.3	10	6.0	21	7.0
น้ำพุร้อนสันกำแพง	8	6.0	6	4.2	15	5.0
ล่องแก่งแม่น้ำแม่แตง	7	5.3	8	4.8	15	5.0
อื่นๆ	23	17.3	26	15.6	49	16.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.8 สถานที่พักแรมครั้งนี้นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด พักแรมที่โรงแรม จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา คือ พักแรมที่บ้านญาติ/เพื่อน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 พักแรมที่บังกะโล/รีสอร์ท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 พักแรมที่โฮมสเตย์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ซึ่งโฮมสเตย์ เป็นบ้านพักที่อยู่ในชุมชนที่มีประชาชนเป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถพักร่วมกับเจ้าของบ้านได้ โดยที่เจ้าของบ้านยินดีที่จะถ่ายทอดประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว พักแรมที่บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และพักแรมที่อื่นๆ เช่น บ้านพักอุทยาน เต็นท์ เป็นต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.17)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า สถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่คือโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 46.6 และ 40.1 ตามลำดับ บ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และ 23.4 ตามลำดับ บังกะโล/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ 29.9 ตามลำดับ โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 5.4 ตามลำดับ บ้านพักรับรองข้าราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และ 0 ตามลำดับ และที่อื่นเช่น บ้านพักอุทยาน เต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.17)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พักแรมโรงแรม มากที่สุด เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งในเมืองและนอกเมือง และส่วนมากสถานที่พักแรมมักจะเป็นรูปแบบโรงแรม ซึ่งมีให้เลือกหลากหลายราคาตามความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งมีราคาตั้งแต่ 400 -20,000 บาท อีกทั้งยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ทำให้โรงแรมเป็นสถานที่พักแรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.17 สถานที่พักแรมในครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่พักแรมของ นักท่องเที่ยว	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม	62	46.6	67	40.1	129	43.0
บ้านญาติ/เพื่อน	41	30.8	39	23.4	80	26.7
บังกะโล/รีสอร์ท	23	17.3	50	29.9	73	24.3
โฮมสเตย์	2	1.5	9	5.4	11	3.7
บ้านพักรับรอง ข้าราชการหรือ เอกชน	1	0.8	-	-	1	0.3
อื่นๆ	4	3.0	2	1.2	6	2.0
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.9 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2 วัน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมา คือ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 4 วัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5 วัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และใช้เวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 5 วัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ และใช้เวลาในการท่องเที่ยว ต่ำสุด 1 วัน สูงสุด 7 วัน และเฉลี่ย 2 วัน (ตารางที่ 4.18)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2 วัน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมา คือ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 4 วัน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5 วัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และใช้เวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 5 วัน จำนวน 3 คน คิดเป็น

ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่ำสุด 1 วัน สูงสุด 7 วัน และเฉลี่ย 2 วัน (ตารางที่ 4.18)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2 วัน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมา คือ ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3 วัน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 4 วัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 วัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5 วัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และใช้เวลาในการท่องเที่ยว มากกว่า 5 วัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่ำสุด 1 วัน สูงสุด 7 วัน และเฉลี่ย 2 วัน (ตารางที่ 4.18)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 1 วัน เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและหลากหลายแตกต่างกันออกไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมักกระจายตัวอยู่ตามที่ต่างๆ ซึ่งทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 1 วัน

ตารางที่ 4.18 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	7	5.3	9	5.4	16	5.3
2 วัน	83	62.4	93	55.6	176	58.8
3 วัน	29	21.7	40	24.0	69	23.0
4 วัน	7	5.3	14	8.4	21	7.0
5 วัน	4	3.0	9	5.4	13	4.3
มากกว่า 5 วัน	3	2.3	2	1.2	5	1.6
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>
ต่ำสุด (วัน)	1		1		1	
สูงสุด (วัน)	7		7		7	
เฉลี่ย (วัน)	2		2		2	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.10 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชียงใหม่

เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สามารถจำแนกได้ตามการจัดการการท่องเที่ยวที่มี 2 รูปแบบ คือ จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และ จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จึงแบ่งออกเป็น ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### ก) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมดที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ทั้งหมด 3,899 บาท/คน โดยค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจ่ายมากที่สุดคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 1,371 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือ ค่าพาหนะเดินทาง 925 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ค่าที่พัก 798 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก 463 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 272 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว 70 บาท/คนคิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน คือ 1,950 บาท/คน/วัน (ตารางที่ 4.19 ก)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.2 และ 34.3 ตามลำดับ รองลงมา คือ ค่าพาหนะเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ 23.7 ตามลำดับ ค่าที่พัก คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ 20.1 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ 12.7 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ 7.5 ตามลำดับ และค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ 1.7 ตามลำดับ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยของทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง คือ 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ คือ 1,869 บาท/คน/วัน และ 2,030 บาท/คน/วัน ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19 ก)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ใช้จ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด และนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีค่าอาหารและเครื่องดื่มในสัดส่วนที่มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาจากภาคเหนือ

#### ข) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมดที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ทั้งหมด 3,365 บาท/คน โดยค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจ่ายมากที่สุดคือ ค่าบริการบริษัทนำเที่ยว 1,736 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา คือ ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก 680 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (พิเศษ) 635 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และค่าใช้จ่ายอื่นๆ 315 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน คือ 1,683 บาท/คน/วัน (ตารางที่ 4.19 ข)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ทั้งหมด 3,016 บาท/คน โดยค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจ่ายมากที่สุดคือ ค่าบริการบริษัทนำเที่ยว 1,607 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (พิเศษ) 593 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก 587 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และค่าใช้จ่ายอื่นๆ 229 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน คือ 1,508 บาท/คน/วัน (ตารางที่ 4.19 ข)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ทั้งหมด 3,713 บาท/คน โดย

ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างง่ายมากที่สุดคือ ค่าบริการบริษัทนำเที่ยว 1,864 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมา คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม (พิเศษ) 676 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก 772 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และค่าใช้จ่ายอื่นๆ 401 บาท/คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน คือ 1,857 บาท/คน/วัน (ตารางที่ 4.19 ข)

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว มีค่าบริการบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด เนื่องจาก ค่าบริการบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายที่รวมทุกสิ่งแล้ว ไม่ว่าจะเป็นค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ และค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่จัดการผ่านบริษัทนำเที่ยวจะน้อยกว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่จัดการด้วยตนเอง เพราะการเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวจะมีการจัดการเดินทางที่ต้องเดินทางหลายคน ทำให้นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายต่างๆ น้อยลง เพราะมีการเฉลี่ยค่าใช้จ่ายกัน

ตารางที่ 4.19 ก ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวที่จัดการ ท่องเที่ยวด้วยตนเอง	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและ ภาคอื่นๆ		รวม	
	บาท/คน	ร้อยละ	บาท/คน	ร้อยละ	บาท/คน	ร้อยละ
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	1,351	36.2	1,391	34.3	1,371	35.2
ค่าพาหนะเดินทาง	889	23.8	961	23.7	925	23.7
ค่าที่พัก	779	20.8	817	20.1	798	20.5
ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า ที่ระลึก	412	11.0	514	12.7	463	11.9
ค่าเข้าชมสถานที่ ท่องเที่ยว	70	1.9	71	1.7	70	1.8
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	237	6.3	306	7.5	272	6.9
<b>ค่าใช้จ่ายทั้งหมด</b>	<b>3,738</b>	<b>100</b>	<b>4,060</b>	<b>100</b>	<b>3,899</b>	<b>100</b>
ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย (วัน)	2		2		2	
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน	1,869		2,030		1,950	

ที่มา : จากการศึกษา



ตารางที่ 4.19 ข ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว

ค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวที่จัดการ ผ่านบริษัทนำเที่ยว	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	บาท/คน	ร้อยละ	บาท/คน	ร้อยละ	บาท/คน	ร้อยละ
ค่าบริการบริษัทนำ เที่ยว (บาท/คน)	1,607	53.3	1,864	50.2	1,736	51.6
ค่าซื้อสินค้าที่ระลึก	587	19.5	772	20.8	680	20.2
ค่าอาหารและ เครื่องดื่ม (พิเศษ)	593	19.6	676	18.2	635	18.9
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	229	7.6	401	10.8	315	9.3
<b>ค่าใช้จ่ายทั้งหมด</b>	<b>3,016</b>	<b>100</b>	<b>3,713</b>	<b>100</b>	<b>3,365</b>	<b>100</b>
ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย (วัน)	2		2		2	
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน	1,508		1,857		1,683	

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.11 พาหนะที่ใช้เดินทางจากภูมิลำเนามายังจังหวัดเชียงใหม่และพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่เดินทางจากภูมิลำเนามายังจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือ เครื่องบิน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 รถเช่า จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 รถไฟ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และอื่นๆ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภาคเหนือ ส่วนใหญ่เดินทางจากภูมิลำเนามายังจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมา คือ เครื่องบิน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2.7 รถเช่า จำนวน

15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 อื่นๆ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และรถไฟ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่เดินทางจาก ภูมิลำเนาไปยังจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ เครื่องบิน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 27 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.2 รถเช่า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และรถไฟ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนิยมใช้รถยนต์ส่วนตัวเนื่องจาก มีความ สะดวกสบายในการเดินทางทำให้สามารถเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย และช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีส่วน ในการใช้รถเช่ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ เนื่องจาก การเดินทางจากกรุงเทพมหานครและ ภาคอื่นๆ มาจังหวัดเชียงใหม่จะมีระยะทางที่ไกล ทำให้รถเช่ามีความสะดวกสบายมากกว่า และ การใช้รถเช่า ส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวผ่านบริษัททัวร์ โดยมีการเหมารถทัวร์หรือรถตู้ให้แก่ นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา คือ รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รถเช่า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และอื่นๆ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมา คือ รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รถเช่า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และอื่นๆ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา คือ รถโดยสารสาธารณะ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 รถเช่า จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอื่นๆ ได้แก่ รถจักรยานยนต์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว เนื่องจากมีความสะดวก และประหยัดเวลาในการท่องเที่ยว สังกัดได้ว่ามีนักท่องเที่ยวที่ใช้รถจักรยานยนต์ในการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ใช้รถจักรยานยนต์ทั้งหมดมีภูมิลำเนาอยู่ใกล้เคียงจังหวัด

เชียงใหม่ และการใช้รถเช่าเป็นการที่ผ่านบริษัททัวร์ โดยบริษัททัวร์จะมีการพานักท่องเที่ยว  
เที่ยวโดยใช้รถทัวร์หรือรถตู้ในการเดินทาง

**ตารางที่ 4.20** พาหนะที่ใช้เดินทางจากภูมิลำเนาไปยังจังหวัดเชียงใหม่และพาหนะที่ใช้ใน  
การท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

พาหนะที่ใช้ เดินทาง	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>พาหนะที่ใช้เดินทางจากภูมิลำเนาไปยังจังหวัดเชียงใหม่</b>						
รถยนต์ส่วนตัว	63	47.4	81	48.5	144	48.0
เครื่องบิน	28	21.1	33	19.7	61	20.3
รถโดยสาร สาธารณะ	17	12.7	27	16.2	44	14.7
รถเช่า	15	11.3	19	11.4	34	11.3
รถไฟ	3	2.3	7	4.2	10	3.4
อื่นๆ	7	5.2	-	-	7	2.3
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>
<b>พาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่</b>						
รถยนต์ส่วนตัว	75	56.4	91	54.5	166	55.3
รถโดยสาร สาธารณะ	24	18.0	37	22.1	61	20.3
รถเช่า	24	18.0	33	19.8	57	19.0
อื่นๆ	10	7.6	6	3.6	16	5.4
<b>รวม</b>	<b>133</b>	<b>100</b>	<b>167</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการศึกษา

#### 4.3.12 การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ซ้ำ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด ส่วนใหญ่คิดว่าภายในอีก 2 ปีข้างหน้าจะกลับมา  
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีก จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 98.7 ส่วนที่เหลือคิดว่าภายในอีก 2 ปี  
ข้างหน้าจะไม่กลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 (ตารางที่ 4.21)

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคแล้วพบว่า การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัด  
เชียงใหม่ซ้ำของกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ

โดยส่วนใหญ่คิดว่าภายในอีก 2 ปีข้างหน้าจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 97.7 และ 99.4 ตามลำดับ เนื่องจาก ส่วนใหญ่ชอบความสวยงาม ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและ ทัศนียภาพของชาวเชียงใหม่ ส่วนที่เหลือคิดว่าภายในอีก 2 ปีข้างหน้าจะไม่กลับมาท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่อีก คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ 0.6 ตามลำดับ เนื่องจากบางคนมีอายุมากแล้ว ไม่สะดวก ในการเดินทาง (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 การกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

การกลับมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ซ้ำ	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานคร และภาคอื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับ	130	97.7	166	99.4	296	98.7
ไม่กลับ	3	2.3	1	0.6	4	1.3
รวม	133	100	167	100	300	100

#### 4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างต่อการเดินทางมาเที่ยวซ้ำในจังหวัด เชียงใหม่

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง ที่เดินทาง มาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจต่อการเที่ยวซ้ำครั้งนี้ในระดับใด โดยในที่นี้ ประกอบด้วย ทัศนียภาพของชาวเชียงใหม่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การคมนาคมและ การติดต่อสื่อสาร ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก เป็นต้น สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ประเพณี ที่หลากหลาย สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักร้านอาหาร คุณภาพ การให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แหล่งซื้อขายของที่ระลึก สปา/ การนวดแผนโบราณ อาหาร ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว สภาพอากาศ โดยให้นักท่องเที่ยว ชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย ตอบคำถามข้างต้นว่ามีความพึงพอใจต่อการเที่ยวซ้ำในครั้งนี้ อยู่ในระดับ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้คะแนนเป็น 5 4 3 2 และ 1 คะแนน ตามลำดับ จากนั้นนำค่าคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย นอกจากนั้นยังทำการทดสอบความแตกต่างความ คิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ และกลุ่ม ตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ โดยใช้การทดสอบ t (t-test) ซึ่งผลการศึกษานำเสนอ ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ความพึงพอใจต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม 2) ความพึงพอใจต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค

#### 4.4.1 ความพึงพอใจต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

เมื่อพิจารณาภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 4.55 (ระดับมากที่สุด) โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้สูงสุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ แหล่งซื้อขายของที่ระลึก มีคะแนนเฉลี่ย 4.96 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจากเชียงใหม่มีสถานที่ขายของฝาก ของที่ระลึกหลายแห่งซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่าย และราคาไม่แพงมากนัก อันดับ 2 คือ อัญมณีของชาวเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.79 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจากชาวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนมากมีอัญมณีดี ย้อมเข้มแจ่มใส อันดับ 3 คือ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.75 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจากเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะมีการใส่ใจเรื่องคุณภาพในการให้บริการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด อันดับ 4 คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.67 (ระดับมากที่สุด) แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีความสะอาด เพื่อสุขอนามัยของนักท่องเที่ยว อันดับ 5 คือ อาหาร มีคะแนนเฉลี่ย 4.63 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่จะมีอาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวชอบรับประทาน ได้แก่ ไข่อั่ว หมูทอด แคปหมูและน้ำพริกหนุ่ม เป็นต้น อันดับ 6 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พัก ร้านอาหาร มีคะแนนเฉลี่ย 4.54 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจากที่พักและร้านอาหารแต่ละที่จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าแตกต่างกันไป เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส บริการรถรับ-ส่ง และ Wi-Fi เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า อันดับ 7 คือ สภาพอากาศ มีคะแนนเฉลี่ย 4.52 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่จะมีอากาศที่ไม่ร้อนมากนัก และมีอากาศหนาวในหน้าหนาว ทำให้เหมาะแก่การมาท่องเที่ยว อันดับ 8 การคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร มีคะแนนเฉลี่ย 4.51 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่จะมีรถโดยสารประจำทางอยู่ทั่วมืองเชียงใหม่ ทำให้ง่ายต่อการเดินทาง และการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะใช้เวลาไม่นานนัก ส่วนการติดต่อสื่อสารโดยทั่วไปจะมีแหล่งที่มีบริการอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวอยู่ทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถหาใช้บริการได้สะดวก อันดับ 9 คือ สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ประเพณี ที่หลากหลาย มีคะแนนเฉลี่ย 4.50 (ระดับมากที่สุด) เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่ มักจะมีเทศกาล และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เช่น เทศกาลสงกรานต์ ประเพณีเปิ้ง เป็นต้น อันดับ 10 คือ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย มีคะแนนเฉลี่ย 4.46 (ระดับมาก) เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายซื้อของมีราคา

ไม่แพงมากนัก อันดับที่ 11 คือ สปา/ การนวดแผนโบราณ มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 (ระดับมาก) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีร้านสปาและร้านนวดแผนโบราณที่หาได้ง่าย และราคาไม่แพง อันดับที่ 12 สิ่งดึงดูดทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 (ระดับมาก) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลากหลายที่ ซึ่งแต่ละที่จะมีจุดเด่นและความสวยงามแตกต่างกัน และความพึงพอใจต่ำสุด อันดับที่ 13 คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีคะแนนเฉลี่ย 4.19 (ระดับมาก) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่จะค่อนข้างสงบ เงียบ ในเวลากลางคืนทำให้ผู้คนไม่พลุกพล่าน การเดินทางเที่ยวหรือออกจากที่พักในเวลากลางคืนอาจต้องระวังเป็นพิเศษ (ตารางที่ 4.22)

#### 4.4.2 ความพึงพอใจต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

##### ก) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 4.52 (ระดับมากที่สุด) โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้สูงสุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ แหล่งซื้อขายของที่ระลึก มีคะแนนเฉลี่ย 4.95 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ อรรถาธิบายของชาวเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.80 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.69 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 4 คือ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.68 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 5 คือ อาหาร มีคะแนนเฉลี่ย 4.58 (ระดับมากที่สุด) (ตารางที่ 4.22)

##### ข) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆต่อการเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 4.57 (ระดับมากที่สุด) โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้สูงสุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ แหล่งซื้อขายของที่ระลึก มีคะแนนเฉลี่ย 4.96 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 2 คือ คุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.80 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 3 คือ อรรถาธิบายของชาวเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.79 (ระดับมากที่สุด) อันดับ 4 คือ อาหารและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ย 4.66 (ระดับมากที่สุด) (ตารางที่ 4.22)

สามารถสรุปได้ว่าเรื่องที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จากภาคเหนือ และกลุ่มตัวอย่างจากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ ให้ระดับคะแนนของเรื่องที่เหมือนกันคือ เรื่องอรรถาศัยของชาวเชียงใหม่ สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักร้านอาหาร คุณภาพ การให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แหล่งซื้อขายของที่ระลึก อาหาร ความสะอาด ของแหล่งท่องเที่ยว สภาพอากาศ ให้คะแนนเฉลี่ยที่ระดับมากที่สุด และ เรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน สิ่งดึงดูดทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก เป็นต้น สป่า/ การนวดแผนโบราณ ให้คะแนนเฉลี่ยที่ระดับมาก ส่วนที่แตกต่างกัน คือ เรื่องการคมนาคมและการติดต่อสื่อสารและ ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือจะให้คะแนนเฉลี่ยในระดับมาก ส่วน กลุ่มตัวอย่างกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆจะให้คะแนนเฉลี่ยระดับมากที่สุด และเรื่องสิ่งดึงดูดใจ ทางวัฒนธรรม ประเพณี ที่หลากหลาย กลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือจะให้คะแนนเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆจะให้คะแนนเฉลี่ยระดับมาก

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการเดินทาง มาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภาคเหนือ และกรุงเทพมหานครและ ภาคอื่นๆ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ใน 2 เรื่อง คือ การคมนาคมและ การติดต่อสื่อสารและคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่าง จากกรุงเทพมหานครและภาคอื่นๆ มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างจากภาคเหนือ ในเรื่อง การคมนาคมและการสื่อสารและคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ตารางที่ 4.22) ส่วนความพึงพอใจด้านอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 4.22)

**ตารางที่ 4.22** คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มตัวอย่าง

เรื่อง	ภาคเหนือ		กรุงเทพมหานครและ ภาคอื่นๆ		รวม		ค่า t (p-value)
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	
1.1 แหล่งซื้อขายของที่ระลึก	4.95 (มากที่สุด)	1	4.96 (มากที่สุด)	1	4.96 (มากที่สุด)	1	-0.135 (0.893)
1.2 อรรถาศัยของชาวเชียงใหม่	4.80 (มากที่สุด)	2	4.79 (มากที่สุด)	3	4.79 (มากที่สุด)	2	0.139 (0.889)
1.3 คุณภาพการให้บริการของ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว	4.68 (มากที่สุด)	4	4.80 (มากที่สุด)	2	4.75 (มากที่สุด)	3	-1.948* (0.051)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัย	ภาคกลางและ กรุงเทพมหานคร		ภาคอื่นๆ		รวม		ค่า t (p-value)
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	
1.4 ความสะอาดของแหล่ง ท่องเที่ยว	4.69 (มากที่สุด)	3	4.66 (มากที่สุด)	4	4.67 (มากที่สุด)	4	0.605 (0.546)
1.5 อาหาร	4.58 (มากที่สุด)	5	4.66 (มากที่สุด)	4	4.63 (มากที่สุด)	5	-1.504 (0.134)
1.6 สิ่งอำนวยความสะดวก ของที่พักร้านอาหาร	4.53 (มากที่สุด)	6	4.54 (มากที่สุด)	7	4.54 มากที่สุด)	6	-0.320 (0.749)
1.7 สภาพอากาศ	4.52 (มากที่สุด)	8	4.51 (มากที่สุด)	8	4.52 (มากที่สุด)	7	0.066 (0.948)
1.8 การคมนาคมและ การติดต่อสื่อสาร	4.44 (มาก)	9	4.56 (มากที่สุด)	6	4.51 (มากที่สุด)	8	-1.955* (0.051)
1.9 สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม ประเพณี ที่หลากหลาย	4.53 (มากที่สุด)	6	4.49 (มาก)	10	4.50 (มากที่สุด)	9	0.464 (0.643)
1.10 ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย	4.41 (มาก)	10	4.50 (มากที่สุด)	9	4.46 (มาก)	10	-1.612 (0.108)
1.11 สปา/ การนวดแผน โบราณ	4.36 (มาก)	11	4.44 (มาก)	11	4.41 (มาก)	11	-1.154 (0.249)
1.12 สิ่งดึงดูดทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก เป็นต้น	4.26 (มาก)	12	4.27 (มาก)	12	4.26 (มาก)	12	-0.138 (0.890)
1.13 ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	4.14 (มาก)	13	4.22 (มาก)	13	4.19 (มาก)	13	-0.977 (0.329)
คะแนนเฉลี่ยในภาพรวม	4.52 (มากที่สุด)		4.57 (มากที่สุด)		4.55 (มากที่สุด)		-1.809* (0.072)

หมายเหตุ : \* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

ที่มา : จากการศึกษา