

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาข้อมูลเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการศึกษา โดยการใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกได้เป็น 5 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครตามแนวคิด 6Ws และ 1H

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	225	56.30
หญิง	175	43.70
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.30 และที่เหลือเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	315	78.70
สมรส	84	21.00
หม้าย	1	0.30
หย่าร้าง	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 21.00 และสถานภาพหม้าย คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	1.30
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	9	2.30
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	19	4.70
ปริญญาตรี	283	70.70
สูงกว่าปริญญาตรี	84	21.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.70 รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ อนุปริญญาหรือเทียบเท่าคิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	101	25.30
ข้าราชการ-วิสาหกิจ	59	14.70
พนักงานบริษัท	179	44.70
แม่บ้าน-ว่างงาน	8	2.00
นักเรียน-นักศึกษา	30	7.50
เกษตรกร	1	0.30
ลูกจ้าง-คนงาน-พนักงาน	18	4.50
รับจ้างอิสระ	3	0.70
นักแสดง	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 44.70 รองลงมาได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.30 และ นักเรียน-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 7.50ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	73	18.25
15,000 - 30,000 บาท	148	37.00
มากกว่า 30,000 บาท	179	44.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาได้แก่ 15,000- 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และมีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.25 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร ตาม 6Ws และ 1H

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	335	83.70
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	28	7.0
ประชุม/อบรม/สัมมนา/ดูงาน	13	3.30
ติดต่อธุรกิจ	12	3.00
ชมนิทรรศการ/แสดงสินค้า	6	1.50
ได้รับรางวัล	4	1.00
ปฏิบัติราชการ	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 83.70 รองลงมาได้แก่ เยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา/ดูงาน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
รถส่วนตัว	196	49.00
เครื่องบิน	142	35.50
รถโดยสาร	44	11.00
รถไฟ	18	4.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาได้แก่ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และรถโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่

พาหนะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	252	63.00
รถโดยสาร	77	19.30
รถเช่าขับ	74	18.50
เช่าเหมารถตู้	28	7.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 62.80 รองลงมาได้แก่ รถโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 19.00 และรถเช่าขับ คิดเป็นร้อยละ 18.50 ตามลำดับ

จากการสอบถามเพิ่มเติมพบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนที่ใช้รถของญาติ, เพื่อน ที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนนักท่องเที่ยวชาว  
ไทยที่เดินทางร่วมกัน

จำนวนนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	56	14.00
2 คน	104	26.00
3 คน	98	24.50
4 คน	80	20.0
5 คน	35	8.70
6 คน	8	2.00
7 คน	7	1.80
8 คน	6	1.50
9 คน	6	1.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา  
ร่วมกันจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาได้แก่ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และ 4 คน คิด  
เป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเพื่อนสนิท	124	31.00
คนรัก	111	27.70
ครอบครัว/ญาติ	80	20.00
คนเดียว	63	15.80
คนในที่ทำงานเดียวกัน	22	5.50
องค์กร มูลนิธิ วัด	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร่วมเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนสนิท คิด  
เป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาได้แก่ คนรัก คิดเป็นร้อยละ 27.70 และ ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ  
20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เตรียมก่อนการเดินทาง

ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเตรียมก่อนการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยว	311	77.80
ร้านอาหาร	208	52.00
ที่พัก	181	45.30
แหล่งบันเทิง	129	32.30
สภาพภูมิศาสตร์	45	11.30
การคมนาคม	44	11.00
ประวัติศาสตร์	37	9.30
ความปลอดภัย	23	5.80
สปา และสนามกอล์ฟ	9	2.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 77.80 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 52.00 และ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 45.30 ตามลำดับ



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ	229	57.30
อินเทอร์เน็ต	156	39.00
เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	154	38.50
บทความในหนังสือ วารสาร	85	21.30
ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์	60	15.00
บุคคลอื่นพาไปเที่ยว	42	10.50
คำแนะนำจาก ททท.	24	6.00
นิทรรศการการท่องเที่ยว	17	4.30
รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	15	3.80
เอกสารแนะนำจากสายการบิน	6	1.50

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 57.30 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 39.00 และเคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 38.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุด

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ	180	45.00
เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	102	25.50
อินเทอร์เน็ต	37	9.30
บทความในหนังสือ วารสาร	20	5.00
ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์	19	4.70
พานुकคคอื่นไปเที่ยว	14	3.50
คำแนะนำจาก ททท.	12	3.0
รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	10	2.50
นิทรรศการการท่องเที่ยว	6	1.50
เอกสารแนะนำจากสายการบิน	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุดส่วนใหญ่ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
สภาพของแหล่งท่องเที่ยว	178	44.50
ความสะดวกในการเดินทาง	64	16.00
ความเหมาะสมกับเวลา	58	14.50
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	32	8.00
ความปลอดภัยในการเดินทาง	24	6.00
เพื่อนร่วมทางที่ถูกต้อง	23	5.70
ความสะดวกสบายของที่พักร	21	5.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ ความเหมาะสมกับเวลา คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการการท่องเที่ยว

บริการการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ด้วยตนเอง	345	86.20
บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	30	7.50
บริษัทนำเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร	16	4.00
การนำเที่ยวของหน่วยงาน	5	1.30
อื่นๆ(ได้รับรางวัลการท่องเที่ยวจากองค์กรที่ทำงานอยู่)	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการการท่องเที่ยวของด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 86.20 รองลงมาได้แก่ คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ บริษัทนำเที่ยวเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการท่องเที่ยว

การเตรียมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า	163	40.70
เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ	151	37.70
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า	77	19.30
เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของโรงแรม	9	2.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 37.70 และ เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 19.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ญาติพี่น้อง/ครอบครัว	131	32.70
พนักงานของบริษัทนำเที่ยวแนะนำ	41	10.30
นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	79	19.80
อินเทอร์เน็ต	77	19.30
สื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	49	12.30
เพื่อน	17	4.00
แผ่นพับ/ใบปลิว	5	1.30
ป้ายโฆษณา	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.80 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 19.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคืนที่ค้างในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนคืนที่ค้างในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	24	6.00
2 คืน	123	30.80
3 คืน	153	38.30
4 คืน	44	11.00
5 คืน	31	7.70
6 คืน	11	2.70
7 คืน	10	2.50
8 คืน	0	0.00
9 คืน	2	0.50
10 คืน	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาได้แก่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 30.80 และ 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสถานที่พัก

ประเภทสถานที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	223	55.70
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	113	28.30
เกสต์เฮ้าส์	45	11.30
บังกะโล/รีสอร์ท	11	2.70
ที่พักอุทยานแห่งชาติ	7	1.70
บ้านเพื่อน	1	0.30
บ้านพักรับรองของทางราชการ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 55.70 รองลงมาได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และ เกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	12	3.0
500 – 1,000 บาท	122	30.5
1,001 - 1,500 บาท	140	35.0
1,500 บาท ขึ้นไป	126	31.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันเท่ากับ 1,001- 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 1,500บาท คิดเป็นร้อยละ 31.50 ตามลำดับ และ 500- 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าที่พักต่อวัน

ค่าที่พักต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	81	20.30
ต่ำกว่า 500 บาท	125	31.30
500 - 999 บาท	85	21.30
1,000 - 1,499 บาท	66	16.40
1,500 บาท ขึ้นไป	43	10.70
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าที่พักต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.30 และไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 20.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวัน

ค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	3	0.70
ต่ำกว่า 500 บาท	192	48.00
500 - 999 บาท	87	21.80
1,000 - 1,499 บาท	63	15.80
1,500 บาท ขึ้นไป	55	13.70
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.80 และ 1,000 - 1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.80 ตามลำดับ



ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวัน

ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	34	8.40
ต่ำกว่า 500 บาท	224	56.00
500 - 999 บาท	72	18.00
1,000 - 1,499 บาท	27	6.80
1,500 บาท ขึ้นไป	43	10.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ 1,000 - 1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วันหยุดนักขัตฤกษ์	261	65.30
วันเสาร์ อาทิตย์	103	25.70
วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	36	9.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 65.30 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 25.70 และวันจันทร์ ถึง วันศุกร์คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งที่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความเป็นอยู่และวัฒนธรรม	350	87.5
ธรรมชาติ	237	59.25
โบราณสถาน	74	18.50
อื่นๆ ได้แก่ ซุปปิ้ง สถานบันเทิง ประชากรท้องถิ่น และสถาปัตยกรรม	14	3.5

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 25 พบว่าสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเยี่ยมชม ความเป็นอยู่และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาได้แก่ ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 59.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ถนนนิมมานเหมินทร์	264	66.00
ดอยสุเทพ	255	63.80
ถนนคนเดิน	246	61.50
สวนสัตว์เชียงใหม่	134	33.50
ดอยอินทนนท์	117	29.30
วัดพระสิงห์	93	23.30
พิชสวนโลก	78	19.50
ไนท์บาร์ซ่า	68	17.00
บ่อสร้าง	62	15.50
ไนท์ซาฟารี	61	15.30
ดอยปุย	61	15.30
พระตำหนักภูพิงค์	57	14.30
น้ำพุร้อนสันกำแพง	50	12.50
บ้านถวาย	50	12.50
ปางช้างแม่สา	40	10.00
ห้วยน้ำดัง	38	9.50
ห้วยตึงเฒ่า	35	8.80
อ่างช้าง	32	8.00
เวียงกุมกาม	27	6.80
เชียงดาว	27	6.80
สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์	20	5.00
น้ำตกแม่สา	17	4.30
อื่นๆ เช่น กฤษดาซอย ชุนช่างเคียน ออบหลวง และ ตัวเมือง	9	2.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาได้แก่ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 63.80 และถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 61.50 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก

แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก	จำนวน	ร้อยละ
ถนนคนเดิน	85	21.25
ถนนนิมมานเหมินท์	85	21.25
คอยสุเทพ	62	15.50
คอยอินทนนท์	39	9.75
สวนสัตว์เชียงใหม่	27	6.75
อ่างช้าง	18	4.5
คอยปุย	17	4.25
ห้วยน้ำค้าง	15	3.75
ปางช้างแม่สา	8	2.00
พีชสวนโลก	7	1.75
ไนท์ซาฟารี	7	1.75
พระตำหนักภูพิงค์	5	1.25
บ่อสร้าง	5	1.25
น้ำพุร้อนสันกำแพง	5	1.25
ไนท์บาร์ซ่า	3	0.75
อื่นๆ เช่น ตัวเมือง	3	0.75
วัดพระสิงห์	2	0.50
เชียงดาว	2	0.50
เวียงกุมกาม	2	0.50
น้ำตกแม่สา	1	0.25
ห้วยตึงเฒ่า	1	0.25
บ้านถวาย	1	0.25
สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และ  
อยากกลับมาเที่ยวอีก คือ ถนนนิมมานเหมินท์ และ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 21.30 เท่ากัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้

จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	19	4.70
1 ครั้ง	32	8.00
2 ครั้ง	84	21.00
3 ครั้ง	38	9.50
4 ครั้ง	38	9.50
5 ครั้ง	50	12.50
มากกว่า 5 ครั้ง	139	34.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมา คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมสำหรับการเดินทางครั้งนี้

แหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมสำหรับการเดินทางครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
เชียงราย	130	32.50
ลำปาง	117	29.30
แม่ฮ่องสอน	86	21.50
ลำพูน	80	20.00
พะเยา	23	5.80
แพร่	18	4.50
เพชรบูรณ์	11	2.80
น่าน	9	2.30
สุโขทัย	9	2.30
นครสวรรค์	9	2.30
พิษณุโลก	9	2.30
กำแพงเพชร	8	2.00
อุตรดิตถ์	4	1.00
พิจิตร	1	0.30

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางครั้งนี้ครอบคลุมถึงจังหวัด เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาได้แก่ ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ แม่ฮ่องสอน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ



ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลเพื่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปรผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่มีผล/ไม่ได้ใช้บริการ		
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสมผสานความมีระดับ (Classy Lanna)	73 (18.30)	197 (49.30)	122 (30.50)	5 (1.30)	0 (0.00)	3 (0.80)	3.82	มีความสำคัญมาก
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี	106 (23.80)	207 (50.30)	84 (25.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.05	มีความสำคัญมาก
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	106 (23.80)	207 (50.30)	84 (25.00)	3 (0.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.04	มีความสำคัญมาก
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น น่าสนใจและน่าไปเยือน	69 (17.30)	170 (42.50)	149 (37.30)	6 (1.50)	4 (1.00)	2 (0.50)	3.72	มีความสำคัญมาก
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	56 (14.00)	170 (42.50)	165 (41.30)	8 (2.00)	0 (0.00)	1 (0.30)	3.68	มีความสำคัญมาก
โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม	67 (16.80)	195 (48.80)	124 (31.00)	12 (3.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.78	มีความสำคัญมาก
โรงแรม ที่พัก สะดวก อาหารรสชาติดี มีชื่อเสียง	58 (14.50)	207 (51.80)	117 (29.30)	11 (2.80)	5 (1.30)	2 (0.50)	3.74	มีความสำคัญมาก
ภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท	88 (22.00)	197 (49.30)	108 (27.00)	7 (1.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.92	มีความสำคัญมาก

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่มีผล/ไม่ได้ใช้บริการ		
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายประเภทให้เลือก	95 (23.80)	163 (40.80)	121 (30.30)	8 (2.00)	3 (0.80)	10 (2.50)	3.77	มีความสำคัญมาก
สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกน่าสนใจ สวยงาม	75 (18.80)	174 (43.50)	130 (32.50)	14 (3.50)	3 (0.80)	4 (1.00)	3.73	มีความสำคัญมาก
บริษัทนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ ท้องถิ่นหาง่าย และมีคุณภาพ	44 (11.00)	131 (32.80)	157 (39.30)	18 (4.50)	15 (3.80)	35 (8.80)	3.17	มีความสำคัญปานกลาง
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง หรือจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีศูนย์การค้าที่ทันสมัย	61 (15.30)	137 (34.30)	147 (36.80)	30 (7.50)	13 (3.30)	12 (3.00)	3.42	มีความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.71	มีความสำคัญมาก

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.71) โดยที่ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี (4.05) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (4.04) ภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท (3.92) ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาผาสานความมีระดับ (Classy Lanna) (3.82) โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม (3.78) แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายประเภทให้เลือก (3.77) โรงแรม ที่พัก สะดวก อาหารรสชาติดี มีชื่อเสียง (3.74) สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกน่าสนใจ สวยงาม (3.73) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น น่าสนใจและน่าไปเยือน (3.72) และแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก (3.68) ตามลำดับ และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง หรือจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีศูนย์การค้าที่ทันสมัย (3.42) สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะ (3.36) และ บริษัทนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย และมีคุณภาพ (3.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านราคา

ปัจจัย ด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่า เฉลี่ย	แปลผล
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	ไม่มีผล/ ไม่ได้ใช้ บริการ		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	48 (12.00)	213 (53.30)	122 (30.50)	11 (2.80)	1 (0.30)	5 (1.30)	3.70	มี ความ สำคัญ มาก
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการ ท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูก กว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ	75 (18.80)	160 (40.00)	139 (34.80)	19 (4.80)	5 (1.30)	2 (0.50)	3.59	มี ความ สำคัญ มาก
ค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	50 (12.50)	178 (44.50)	148 (37.00)	16 (4.00)	3 (0.80)	5 (0.50)	3.60	มี ความ สำคัญ มาก
ได้รับส่วนลด หรือราคาพิเศษจาก การใช้บริการการเดินทางหรือที่พัก	39 (9.80)	119 (29.80)	157 (39.30)	35 (8.80)	8 (2.00)	42 (10.50)	3.05	มี ความ สำคัญ ปาน กลาง
ไม่ต้องจ่ายค่าเดินทาง หรือค่าที่พัก เนื่องจากได้รับรางวัลจากการสะสม แต้มสินค้าหรือบริการอื่นๆ	19 (4.80)	63 (15.80)	112 (28.00)	53 (13.30)	17 (4.30)	136 (34.00)	2.02	มี ความ สำคัญ น้อย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.19</b>	มี ความ สำคัญ ปาน กลาง

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวใน  
จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง  
(3.19) โดยที่ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับ  
บริการที่ได้รับ (3.70) ค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.60) และจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการ  
ท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ (3.59) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับส่วนลด หรือราคาพิเศษจากการใช้บริการการเดินทางหรือที่พัก (3.05) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อย คือ ไม่ต้องจ่ายค่าเดินทาง หรือค่าที่พัก เนื่องจากได้รับรางวัลจากการสะสมแต้มสินค้าหรือบริการอื่นๆ (2.02)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านสถานที่



ปัจจัย ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่า เฉลี่ย	แปลผล
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	ไม่มีผล/ ไม่ได้ใช้ บริการ		
การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัว โดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก	65 (16.30)	188 (47.00)	135 (33.80)	2 (0.50)	2 (0.50)	8 (2.00)	3.72	มี ความ สำคัญ มาก
มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่ง ท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือ เหมาลำ หลายทางให้เลือก	64 (16.00)	203 (50.80)	113 (28.30)	6 (1.50)	0 (0.00)	14 (3.50)	3.71	มี ความ สำคัญ มาก
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยราชการ หรือตัวแทนท่องเที่ยวได้สะดวก	47 (11.80)	160 (40.00)	167 (41.80)	11 (2.80)	1 (0.30)	14 (3.50)	3.50	มี ความ สำคัญ มาก
มีช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ในการสอบถามหรือจองที่พักได้ โดยตรงหรือผ่านตัวแทน	42 (10.50)	168 (42.00)	164 (41.00)	15 (3.80)	1 (0.30)	10 (2.50)	3.51	มี ความ สำคัญ มาก
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ	61 (15.30)	157 (39.30)	168 (42.00)	10 (2.50)	0 (0.00)	4 (1.00)	3.64	มี ความ สำคัญ มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.62	มี ความ สำคัญ มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวการ  
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับ  
มาก (3.62) โดยที่ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การคมนาคมสะดวก เข้าถึง  
แหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัวโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก (3.72) มีพาหนะในการ  
เดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก (3.71) สามารถหา  
ห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ (3.64) มีช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในการ  
สอบถามหรือจองที่พักได้โดยตรงหรือผ่านตัวแทน (3.51) และ มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูล  
แหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยราชการ หรือตัวแทนท่องเที่ยวได้สะดวก (3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่า เฉลี่ย	แปลผล
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	ไม่มีผล/ ไม่ได้ใช้ บริการ		
การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่าน กลางแจ้ง (บิลบอร์ด)	37 (9.30)	124 (31.00)	158 (39.50)	58 (14.50)	3 (0.80)	20 (5.00)	3.19	มี ความ สำคัญ ปาน กลาง
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/ นิตยสารทั่วไป	44 (11.00)	183 (45.80)	135 (33.80)	27 (6.80)	1 (0.30)	10 (2.50)	3.53	มี ความ สำคัญ มาก
การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวโดยเฉพาะ	62 (15.50)	144 (36.00)	167 (41.80)	21 (5.30)	0 (0.00)	6 (1.50)	3.57	มี ความ สำคัญ มาก
การเข้าร่วมงานการท่องเที่ยวต่างๆ โดยเจ้าของที่พัก/โรงแรม ให้ ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคามี ส่วนลด	43 (10.80)	179 (44.80)	147 (36.80)	20 (5.00)	4 (1.00)	7 (1.80)	3.54	มี ความ สำคัญ มาก
การได้รับส่วนลดที่พักหรือตัว โดยสารราคาพิเศษจากการเข้าร่วม เป็นสมาชิกบัตรเครดิตต่างๆ	52 (13.00)	106 (26.50)	139 (34.80)	36 (9.00)	19 (4.80)	48 (12.00)	2.98	มี ความ สำคัญ ปาน กลาง
การส่งเสริมการขายของ ททท	35 (8.80)	126 (31.50)	167 (41.80)	34 (8.50)	17 (4.30)	21 (5.30)	3.16	มี ความ สำคัญ ปาน กลาง
การที่แหล่งท่องเที่ยวได้รับการ ส่งเสริมแนะนำ ประชาสัมพันธ์ หรือ รับจองจาก ททท ในช่วงนั้นๆ	43 (10.80)	136 (34.00)	156 (39.00)	32 (8.00)	16 (4.00)	17 (4.30)	3.27	มี ความ สำคัญ ปาน กลาง

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่มีผล/ไม่ได้ใช้บริการ		
การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว	67 (16.80)	156 (39.00)	157 (30.30)	12 (3.00)	4 (1.00)	4 (1.00)	3.65	มีความสำคัญมาก
การแนะนำแบบปากต่อปาก โดยผ่านชุมชนออนไลน์	46 (11.50)	140 (35.00)	162 (40.50)	25 (6.30)	10 (2.50)	17 (4.30)	3.34	มีความสำคัญปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยรวม							 3.36	มีความสำคัญปานกลาง

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.36) โดยที่ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว (3.65) การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (3.57) การเข้าร่วมงานการท่องเที่ยวต่างๆ โดยเจ้าของที่พัก/โรงแรม ให้ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคามีส่วนลด (3.54) และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารทั่วไป (3.53) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การแนะนำแบบปากต่อปาก โดยผ่านชุมชนออนไลน์ (3.34) การที่แหล่งท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมแนะนำ ประชาสัมพันธ์ หรือรับจองจาก ททท ในช่วงนั้นๆ (3.27) การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านกลางแจ้ง (บิลบอร์ด) (3.19) การส่งเสริมการขายของ ททท (3.16) และ การได้รับส่วนลดที่พักหรือตั๋วโดยสารราคาพิเศษจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกบัตรเครดิตต่างๆ (2.98)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านอื่นๆ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่มีผล/ไม่ได้ใช้บริการ		
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย	79 (19.80)	182 (45.50)	132 (33.00)	5 (1.30)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.83	มีความสำคัญมาก
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	84 (21.00)	171 (42.80)	137 (34.30)	6 (1.50)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.82	มีความสำคัญมาก
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย	72 (18.00)	182 (45.50)	138 (34.50)	8 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.80	มีความสำคัญมาก
มีห้องน้ำสะอาดให้บริการ	65 (16.30)	161 (40.30)	162 (40.50)	12 (3.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.70	มีความสำคัญมาก
มีผู้รู้ในพื้นที่ที่จะสามารถอธิบายความเป็นมาหรือสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวได้	66 (16.50)	182 (45.50)	123 (30.80)	22 (5.50)	2 (0.50)	5 (1.30)	3.68	มีความสำคัญมาก
มีป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	50 (12.50)	158 (39.50)	164 (41.00)	26 (6.50)	0 (0.00)	2 (0.50)	3.57	มีความสำคัญมาก
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางต่างๆหาได้ง่ายและเชื่อถือได้	32 (8.00)	193 (48.30)	148 (37.00)	19 (4.80)	7 (1.80)	1 (0.20)	3.55	มีความสำคัญมาก
ข้อมูลด้านที่พักหาได้ง่ายและเชื่อถือได้	48 (12.00)	159 (39.80)	164 (41.00)	16 (4.00)	9 (2.30)	4 (1.00)	3.52	มีความสำคัญมาก
ไม่ต้องจองหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้าใดๆ	45 (11.30)	140 (35.00)	139 (34.80)	46 (11.50)	19 (4.80)	11 (2.80)	3.28	มีความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.64	มีความสำคัญมาก



จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านอื่นๆมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.64) โดยที่ปัจจัยย่อยปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (3.83) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (3.82) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย (3.80) มีห้องน้ำสะอาดให้บริการ (3.70) มีผู้รู้ในพื้นที่ ที่จะสามารถอธิบายความเป็นมาหรือสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวได้ (3.68) มีป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (3.57) ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางต่างๆหาได้ง่ายและเชื่อถือได้ (3.55) และข้อมูลด้านที่พักหาได้ง่ายและเชื่อถือได้ (3.52) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่ต้องจองหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้านานๆ (3.28)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจใน โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ท่านจัดขึ้น

ความพึงพอใจ ในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ท่าน จัดขึ้น	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว	186 (46.50)	198 (49.50)	16 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.43	พึงพอใจ มาก
ความพอใจต่อความคุ้มค่าของเงิน ที่จ่ายไปในการเดินทางครั้งนี้	148 (37.00)	212 (53.00)	37 (9.3)	3 (0.80)	0 (0.00)	4.26	พึงพอใจ มาก
แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีความ สวยงาม	159 (39.80)	206 (51.50)	33 (8.30)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.31	พึงพอใจ มาก
ความยุติธรรมของราคาสินค้าและ บริการในแหล่งท่องเที่ยว	135 (33.80)	204 (51.00)	52 (13.00)	7 (1.80)	2 (0.50)	4.16	พึงพอใจ มาก
ในภาพรวมท่านมีความพอใจต่อ การท่องเที่ยวเชียงใหม่	155 (38.80)	216 (54.00)	29 (7.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.32	พึงพอใจ มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.29	พึงพอใจ มาก

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.29) โดยมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องของความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (4.43) ในภาพรวมท่านมีความพอใจต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ (4.32) แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีความสวยงาม (4.31) ความพอใจต่อความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการเดินทางครั้งนี้ (4.26) และความยุติธรรมของราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว (4.16)

### ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	342	85.50
มีปัญหา	58	14.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยมีปัญหาในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็น ร้อยละ 14.50 และปัญหาที่พบมากที่สุด คือ รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบ เช่น หน้าสวนสัตว์ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.50) รองลงมาคือ ที่พักเต็ม จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.25) พื้นที่ไม่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่จอดรถไม่เพียงพอ, ราคาสินค้า ค่าที่พัก ค่ารถ ในช่วงเทศกาลแพงกว่าปกติ จำนวน 3 คน คิดเป็นชนิดปัญหาชนิดละ (ร้อยละ 3.00) ตึกสูงเยอะ เชียงใหม่เปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองที่ไม่ต่างจากกรุงเทพฯ ทำให้เสน่ห์น้อยลง ราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยแพงกว่าปกติ รถโดยสารไม่ประจำทางหายาก และคิดค่าบริการมากกว่าปกติ 2-3 เท่า จำนวน 2 คน (ร้อยละ 2.00) สถานีขนส่งอยู่ไกลเกินไป เดินทางไม่สะดวก ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ, หลงทาง/ไม่มีแผนที่จำหน่าย หรือแจก สินค้าที่จำหน่ายไม่น่าสนใจ มลภาวะทางอากาศเนื่องจากการจราจรอย่างละ 1 คน (ร้อยละ 2.00)

ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหารถติด จำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.50) รองลงมาได้แก่ ค่าบริการรถโดยสารสาธารณะ ควรคิดตามระยะทาง อย่างเป็นธรรม ควรอนุรักษ์วัฒนธรรม ล้านนาให้อยู่คู่มืองเชียงใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีรถบริการที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย, ควรมีที่จอดรถหน้าสวนสัตว์ และมีรถรับส่ง อย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง

การเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
มา	386	96.50
ไม่แน่ใจ	14	3.50
ไม่มา	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 37 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอยากเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	394	98.50
ไม่แน่ใจ	6	1.50
ไม่แนะนำ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 38 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 98.50 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 1.50

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง มาจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	179 (79.56)	156 (89.14)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	21 (9.33)	7 (4.00)
ประชุม/อบรม/สัมมนา/ดูงาน	10 (4.44)	3 (1.71)
ติดต่อธุรกิจ	5 (2.22)	7 (4.00)
ชมนิทรรศการ/แสดงสินค้า	4 (1.78)	2 (0.89)
ได้รับรางวัล	4 (1.78)	0 (0.00)
ปฏิบัติราชการ	2 (0.89)	0 (0.00)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 79.56 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9.33 และเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา/ดูงาน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 4.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 89.14 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 4.00 และเพื่อติดต่อธุรกิจ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
รถส่วนตัว	105 (46.67)	91 (52.00)
เครื่องบิน	81 (36.00)	61 (34.86)
รถโดยสาร	29 (12.89)	15 (8.57)
รถไฟ	10 (4.44)	8 (4.57)
รวม	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่โดยใช้พาหนะ คือ รถส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ เครื่องบิน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 36.00 และรถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 12.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่โดยใช้พาหนะ คือ รถส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ เครื่องบิน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 34.86 และรถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 8.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ

พาหนะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
รถยนต์ส่วนตัว	133 (59.11)	119 (68.00)
รถเช่าขับ	49 (21.78)	25 (14.29)
รถโดยสาร	44 (19.56)	33 (18.86)
เช่าเหมารถตู้	13 (5.78)	15 (8.57)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 41 พบว่า พาหนะส่วนมากที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 59.11 รองลงมาคือ รถเช่าขับ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 21.78 และ รถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 19.56 ตามลำดับ

ส่วนพาหนะส่วนมากที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ รถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18.86 และ รถเช่าขับ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำแนกตามเพศ

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
1 คน	31 (13.78)	25 (14.29)
2 คน	58 (25.78)	46 (26.29)
3 คน	47 (20.89)	51 (29.14)
4 คน	48 (21.33)	32 (18.29)
5 คน	22 (9.78)	13 (7.43)
6 คน	2 (0.89)	6 (3.43)
7 คน	5 (2.22)	2 (1.14)
8 คน	6 (2.67)	0 (0.00)
9 คน	6 (2.67)	0 (0.00)
รวม	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>



จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายโดยส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำนวน 2 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 25.78 รองลงมาคือ 4 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 21.33 และ 3 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 20.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงโดยส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำนวน 3 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 29.14 รองลงมาคือ 2 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 26.29 และ 4 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18.29 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามเพศ

ผู้ร่วมเดินทาง	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
กลุ่มเพื่อนสนิท	77 (34.22)	47 (26.86)
คนรัก	66 (29.33)	45 (25.71)
คนเดียว	36 (16.00)	27 (15.43)
ครอบครัว/ญาติ	35 (15.56)	45 (25.71)
คนในที่ทำงานเดียวกัน	11 (4.89)	11 (6.29)
องค์กร มูลนิธิ วัด	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนมากร่วมเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 34.22 รองลงมาคือ คนรัก คิดเป็นจำนวนร้อยละ 29.33 และ คนเดียว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนมากร่วมเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 26.86 รองลงมาคือ คนรัก และ ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 25.71 เท่ากัน

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเตรียมก่อนการเดินทาง จำแนกตามเพศ

ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเตรียมก่อนการเดินทาง	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
แหล่งท่องเที่ยว	171 (76.00)	144 (82.29)
ร้านอาหาร	134 (59.56)	77 (44.00)
ที่พัก	111 (49.33)	73 (41.71)
แหล่งบันเทิง	86 (38.22)	44 (25.14)
ประวัติศาสตร์	30 (13.33)	8 (4.57)
สภาพภูมิศาสตร์	30 (13.33)	16 (9.14)
การคมนาคม	27 (12.00)	18 (10.29)
ความปลอดภัย	14 (6.22)	9 (5.14)
สปา และสนามกอล์ฟ	3 (1.33)	6 (3.43)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่เตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 59.56 และ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 49.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่เตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 82.29 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 44.00 และ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 41.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ	115 (51.11)	114 (65.14)
อินเทอร์เน็ต	90 (40.00)	66 (37.71)
เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	89 (39.56)	65 (37.14)
บทความในหนังสือ วารสาร	52 (23.11)	33 (18.86)
ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์	33 (14.67)	27 (15.43)
พานुकคลอื่นไปเที่ยว	27 (12.00)	15 (8.57)
คำแนะนำจาก ททท.	17 (7.56)	97 (4.00)
นิทรรศการการท่องเที่ยว	13 (5.78)	4 (2.29)
รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	9 (4.00)	6 (3.43)
เอกสารแนะนำจากสายการบิน	4 (1.78)	2 (1.14)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 51.11 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 39.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 65.14 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 37.71 และเคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 37.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุด จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุด	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ	84 (37.33)	96 (54.86)
เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	63 (28.00)	39 (22.29)
อินเทอร์เน็ต	24 (10.67)	13 (7.43)
ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์	15 (4.00)	4 (3.43)
บทความในหนังสือ วารสาร	14 (6.22)	4 (2.29)
พานुकคลอื่นไปเที่ยว	9 (4.00)	5 (2.86)
คำแนะนำจาก ททท.	7 (3.11)	5 (2.86)
รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	5 (2.22)	5 (2.86)
นิทรรศการการท่องเที่ยว	4 (1.78)	2 (1.14)
เอกสารแนะนำจากสายการบิน	0 (0.00)	2 (1.14)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 46 พบว่าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุดส่วนใหญ่ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.67 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุดส่วนใหญ่ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 54.86 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 22.29 และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 7.43 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของ เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
สภาพของแหล่งท่องเที่ยว	82 (36.44)	96 (54.86)
ความเหมาะสมกับเวลา	43 (19.11)	15 (8.57)
ความสะดวกในการเดินทาง	39 (17.33)	25 (14.29)
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	21 (9.33)	11 (6.29)
ความสะดวกสบายของที่พัก	17 (7.56)	4 (2.29)
เพื่อนร่วมทางที่ถูกต้อง	15 (6.67)	8 (4.57)
ความปลอดภัยในการเดินทาง	8 (3.56)	16 (9.14)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 36.44 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมกับเวลา คิดเป็นร้อยละ 19.11 และความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 54.86 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 14.29 และ ความปลอดภัยในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 9.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

บริการการท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ด้วยตนเอง	200 (88.89)	145 (82.86)
คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว	10 (4.44)	20 (11.43)
บริษัทนำเที่ยวเอกชน	10 (4.44)	6 (3.43)
การนำเที่ยวของหน่วยงาน	2 (0.89)	3 (1.71)
อื่นๆ	3 (1.33)	1 (0.57)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชายใช้บริการการท่องเที่ยวของ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 88.89 รองลงมาได้แก่ คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 4.44 และบริษัทนำเที่ยวเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิงใช้บริการการท่องเที่ยวของ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 82.86 รองลงมาได้แก่ คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 11.43 และบริษัทนำเที่ยวเอกชน คิดเป็นร้อยละ 3.43 ตามลำดับ



ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของการเตรียมการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

การเตรียมการท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการ แน่นอนไปเรื่อยๆ	96 (42.67)	55 (31.43)
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมา อย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า	40 (17.78)	37 (21.14)
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมา อย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า	83 (36.89)	80 (45.71)
เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของ สายการบิน/แพ็คเกจของ โรงแรม	6 (2.67)	3 (1.71)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศชายเดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 42.67 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 36.89 และเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 17.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นเพศหญิงเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 31.43 และเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 21.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ญาติพี่น้อง/ครอบครัว	71 (31.56)	60 (34.29)
อินเทอร์เน็ต	48 (21.33)	29 (16.57)
นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	47 (20.89)	32 (18.29)
สื่อสาธารณะ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	29 (12.89)	20 (11.43)
พนักงานของบริษัทนำเที่ยวแนะนำ	16 (7.11)	25 (14.29)
เพื่อน	11 (4.89)	6 (3.43)
แผ่นพับ/ใบปลิว	2 (0.89)	3 (1.71)
ป้ายโฆษณา	1 (0.44)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 31.56 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 21.33 และนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 34.29 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 18.29 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 16.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคืนที่ค้างในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

จำนวนคืนที่ค้างในจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
1 คืน	17 (7.56)	7 (4.00)
2 คืน	69 (30.67)	54 (30.86)
3 คืน	73 (32.44)	80 (45.71)
4 คืน	28 (12.44)	16 (9.14)
5 คืน	21 (9.33)	10 (5.71)
6 คืน	4 (1.78)	7 (4.00)
7 คืน	9 (4.00)	1 (0.57)
8 คืน	0 (0.00)	0 (0.00)
9 คืน	2 (0.89)	0 (0.00)
10 คืน	2 (0.89)	0 (0.00)
รวม	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่พักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 32.44 รองลงมาได้แก่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 30.67 และ 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 12.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่พักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมาได้แก่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 30.86 และ 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 9.14 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสถานที่พัก จำแนกตามเพศ

ประเภทสถานที่พัก	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
โรงแรม	121 (53.78)	102 (58.29)
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	59 (26.22)	54 (30.86)
เกสต์เฮ้าส์	34 (15.11)	11 (6.29)
บังกะ โล/รีสอร์ท	5 (2.22)	6 (3.43)
ที่พักอุทยานแห่งชาติ	5 (2.22)	2 (1.14)
บ้านเพื่อน	1 (0.44)	0 (0.00)
บ้านพักรับรองของทางราชการ	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 53.78 รองลงมาได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.22 และเกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 15.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 58.29 รองลงมาได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.86 และเกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 6.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ต่ำกว่า 500 บาท	3 (1.33)	10 (5.71)
500 - 1,000 บาท	54 (24.00)	68 (38.86)
1,001 - 1,500 บาท	93 (41.33)	46 (26.29)
1,500 บาท ขึ้นไป	75 (33.34)	51 (29.14)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันเท่ากับ 1,001- 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.33 รองลงมาได้แก่ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.34 500- 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.00 ต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันเท่ากับ 500- 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.86 รองลงมาได้แก่ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.14 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.29 และต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าที่พักต่อวัน จำแนกตามเพศ

ค่าที่พักต่อวัน	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ไม่มี	42 (18.67)	39 (22.29)
ต่ำกว่า 500 บาท	62 (27.56)	63 (36.00)
500 - 999 บาท	59 (26.22)	26 (14.86)
1,000 - 1,499 บาท	41 (18.22)	25 (14.29)
1,500 บาท ขึ้นไป	21 (9.33)	22 (12.57)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีค่าที่พักต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.56 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.22 และไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 18.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าที่พักต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาได้แก่ ไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 22.29 และ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.86ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวัน จำแนกตามเพศ

ค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวัน	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ไม่มี	3 (1.33)	0 (0.00)
ต่ำกว่า 500 บาท	103 (45.78)	89 (50.86)
500 - 999 บาท	44 (19.56)	43 (24.57)
1,000 - 1,499 บาท	44 (19.56)	19 (10.86)
1,500 บาท ขึ้นไป	31 (13.78)	24 (13.71)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.78 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.56 และ 1,000 - 1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.86 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.57 และ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.71 ตามลำดับ



ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวัน จำแนกตามเพศ

ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวัน	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ไม่มี	22 (9.78)	12 (6.86)
ต่ำกว่า 500 บาท	127 (56.44)	97 (55.43)
500 - 999 บาท	41 (18.22)	31 (17.71)
1,000 - 1,499 บาท	15 (6.67)	12 (6.86)
1,500 บาท ขึ้นไป	20 (8.89)	23 (13.14)
รวม	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวันต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.44 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.22 และไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 9.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวันต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.43 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.71 และ 1,500 บาท ขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 13.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
วันเสาร์ อาทิตย์	58 (25.78)	45 (25.71)
วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	21 (9.33)	15 (8.57)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	146 (64.89)	115 (65.71)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 64.89 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 25.78 และวันจันทร์ ถึง วันศุกร์คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 65.71 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 25.71 และวันจันทร์ ถึง วันศุกร์คิดเป็นร้อยละ 8.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

สิ่งที่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ความเป็นอยู่และวัฒนธรรม	195 (86.66)	155 (88.57)
ธรรมชาติ	113 (50.22)	104 (59.43)
โบราณสถาน	41 (18.22)	33 (18.86)
อื่นๆ ได้แก่ ซุปปิ้ง สถานบันเทิง ประชากร ท้องถิ่น และสถาปัตยกรรม	9 (4.00)	5 (2.86)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 58 พบว่าสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว คือ ความเป็นอยู่ คิดเป็นร้อยละ 52.89 รองลงมาได้แก่ ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 50.22 และ วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 33.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 59.43 รองลงมาได้แก่ ความเป็นอยู่ คิดเป็นร้อยละ 58.86 และ วัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 29.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชม ในจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ถนนนิมมานเหมินท์	156 (69.33)	108 (61.71)
คอยสุเทพ	130 (57.78)	125 (71.43)
ถนนคนเดิน	118 (52.44)	128 (73.14)
คอยอินทนนท์	61 (27.11)	56 (32.00)
สวนสัตว์เชียงใหม่	57 (25.33)	77 (44.00)
พีชสวนโลก	39 (17.33)	39 (22.29)
วัดพระสิงห์	41 (18.22)	52 (29.71)
ไนท์บาร์ซ่า	41 (18.22)	27 (15.43)
คอยปุย	41 (18.22)	20 (11.43)
ไนท์ซาฟารี	37 (16.44)	24 (13.71)
พระตำหนักภูพิงศ์	31 (13.78)	26 (14.86)
บ่อสร้าง	30 (13.33)	32 (18.29)

ตารางที่ 59 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชม ในจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
บ้านถวาย	30 (13.33)	20 (11.43)
ห้วยน้ำดัง	27 (12.00)	11 (6.29)
น้ำพุร้อนสันกำแพง	24 (13.78)	26 (14.86)
ห้วยตึงเต่า	23 (10.22)	12 (6.86)
อ่างช้าง	21 (9.33)	11 (6.29)
ปางช้างแม่สา	19 (8.44)	21 (12.00)
เขียงดาว	14 (6.22)	13 (7.43)
น้ำตกแม่สา	11 (4.89)	6 (3.43)
เวียงกุมกาม	11 (4.89)	16 (9.14)
สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์	9 (4.00)	11 (6.29)
อื่นๆ เช่น กฤษดาศอย ชุนช่างเคียน ออบหล วง และตัวเมือง	3 (1.33)	6 (3.43)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ไปที่วชมถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 69.33 รองลงมาได้แก่ ดอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 57.78 และถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 52.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ไปที่วชมถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 73.14 รองลงมาได้แก่ ดอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 71.43 ถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 61.71 และตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก  
จำแนกตามเพศ

แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ถนนนิมมานเหมินท์	54 (24.00)	31 (17.71)
ถนนคนเดิน	44 (19.56)	41 (23.43)
ดอยสุเทพ	33 (14.67)	30 (17.14)
ดอยอินทนนท์	30 (13.33)	10 (5.71)
สวนสัตว์เชียงใหม่	12 (5.33)	15 (8.57)
ห้วยน้ำค้าง	11 (4.89)	4 (2.29)
อ่างช้าง	11 (4.89)	8 (4.57)
ดอยปู่	7 (3.11)	10 (5.71)
ปางช้างแม่สา	3 (1.33)	5 (2.86)
พิชสวนโลก	3 (1.33)	4 (2.29)
ไนท์ซาฟารี	3 (1.33)	4 (2.29)
อื่นๆ เช่น ตัวเมือง	3 (1.33)	3 (1.71)
วัดพระสิงห์	2 (0.89)	0 (0.00)
พระตำหนักภูพิงค์	2 (0.89)	3 (1.71)

ตารางที่ 60 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
น้ำพุร้อนสันกำแพง	2 (0.89)	3 (1.71)
เวียงกุมกาม	1 (0.44)	1 (0.57)
บ่อสร้าง	1 (0.44)	4 (2.29)
เชียงดาว	1 (0.44)	1 (0.57)
ห้วยตึงเฒ่า	1 (0.44)	0 (0.00)
น้ำตกแม่สา	1 (0.44)	0 (0.00)
บ้านถวาย	0 (0.00)	1 (0.57)
สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์	0 (0.00)	0 (0.00)
ไนท์บาร์ซ่า	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	225 (100.00)	175 (100.00)

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก คือ ถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาได้แก่ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 19.56 และ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก คือ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 23.43 รองลงมาได้แก่ ถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 17.71 และ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 17.14 ตามลำดับ



ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้ จำแนกตามเพศ

จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ก่อนหน้านี้	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ไม่เคย	9 (4.00)	10 (5.71)
1 ครั้ง	13 (5.78)	19 (10.86)
2 ครั้ง	54 (24.00)	30 (17.14)
3 ครั้ง	20 (8.89)	18 (10.29)
4 ครั้ง	16 (7.11)	22 (12.57)
5 ครั้ง	32 (14.22)	18 (10.29)
มากกว่า 5 ครั้ง	81 (36.00)	58 (33.14)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.14 รองลงมา คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.14 และ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมสำหรับการเดินทางครั้งนี้ จำแนกตามเพศ

แหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุม สำหรับการเดินทางครั้งนี้	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
เชียงราย	81 (36.00)	49 (28.00)
แม่ฮ่องสอน	58 (25.78)	28 (16.00)
ลำปาง	48 (21.33)	69 (39.43)
ลำพูน	28 (12.44)	52 (29.71)
พะเยา	12 (5.33)	11 (6.29)
แพร่	10 (4.44)	8 (4.57)
เพชรบูรณ์	10 (4.44)	1 (0.57)
พิษณุโลก	8 (3.56)	2 (1.14)
สุโขทัย	8 (3.56)	1 (0.57)
นครสวรรค์	8 (3.56)	1 (0.57)
น่าน	7 (3.11)	2 (1.14)
อุตรดิตถ์	3 (1.33)	1 (0.57)
พิจิตร	1 (0.44)	0 (0.00)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางครั้งนี้ครอบคลุมถึงจังหวัด เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาได้แก่ แม่ฮ่องสอน คิดเป็นร้อยละ 25.78 และ ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 21.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางครั้งนี้ครอบคลุมถึงจังหวัด ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 39.43 รองลงมาได้แก่ ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 29.71 และ เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่ง วัฒนธรรมล้านนาพสกานความมีระดับ (Classy Lanna)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	3.98 (มาก)	4.11 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น น่าสนใจและนำไป เยือน	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้ สะดวก	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)
โรงแรม ที่พัก สะดวก อาหารรสชาติดี มีชื่อเสียง	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้ สะดวก	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้ สะดวก	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้ สะดวก	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)

ตารางที่ 63 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)
โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)
โรงแรม ที่พัก สะดวก อาหารรสชาติดี มีชื่อเสียง	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)
ภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท	3.84 (มาก)	4.01 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะ	3.30 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง หรือจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีศูนย์การค้าที่ทันสมัย	3.46 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.68</b> (มาก)	<b>3.73</b> (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.68) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (3.98) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี (3.93) และภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท (3.84) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.73) โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (4.11) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี (4.02) และภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท (4.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)
ได้รับส่วนลด หรือราคาพิเศษจากการใช้บริการการเดินทางหรือที่พัก	3.13 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
ไม่ต้องจ่ายค่าเดินทาง หรือค่าที่พัก เนื่องจากได้รับรางวัลจากการสะสมแต้มสินค้าหรือบริการอื่นๆ	2.11 (น้อย)	1.90 (น้อย)
<b>รวม</b>	<b>3.24</b> (ปานกลาง)	<b>3.18</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.24) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ (3.71) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.65) และค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.59) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.18) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.77) จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ (3.66) และค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านสถานที่จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัวโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)
มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก	3.62 (มาก)	3.82 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยราชการ หรือตัวแทนท่องเที่ยวได้สะดวก	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
มีช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในการสอบถามหรือจองที่พักได้โดยตรงหรือผ่านตัวแทน	3.55 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ	3.55 (มาก)	3.77 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.59</b> (มาก)	<b>3.65</b> (มาก)

จากตารางที่ 65 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.59) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัวโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก (3.75) มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก (3.62) มีช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในการสอบถามหรือจองที่พักได้โดยตรงหรือผ่านตัวแทน (3.55) และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ (3.55) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.65) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก (3.82) สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ (3.77) และการคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัวโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก (3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านกลางแจ้ง (บิลบอร์ด)	3.18 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารทั่วไป	3.56 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)
การเข้าร่วมงานการท่องเที่ยวต่างๆ โดยเจ้าของที่พัก/โรงแรม ให้ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคามีส่วนลด	3.51 (มาก)	3.58 (มาก)
การได้รับส่วนลดที่พักหรือตั๋วโดยสารราคาพิเศษจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกบัตรเครดิตต่างๆ	3.10 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายของ ททท	3.09 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การที่แหล่งท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมแนะนำประชาสัมพันธ์ หรือรับจองจาก ททท ในช่วงนั้นๆ	3.18 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)
การแนะนำแบบปากต่อปาก โดยผ่านชุมชนออนไลน์	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b> (ปานกลาง)	<b>3.36</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.35) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว (3.60) การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (3.58) และ การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารทั่วไป (3.56) ตามลำดับ



ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.36) โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว (3.70) การเข้าร่วมงาน การท่องเที่ยวต่างๆโดยเจ้าของที่พัก/โรงแรม ให้ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคามีส่วนลด (3.58) และการโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ (3.56) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของ ปัจจัยด้านอื่นๆ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านอื่นๆ	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)
มีผู้รู้ในพื้นที่ ที่จะสามารถอธิบายความเป็นมาหรือสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวได้	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)
มีป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	3.60 (มาก)	3.51 (มาก)
มีห้องน้ำสะอาดให้บริการ	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย	3.73 (มาก)	3.88 (มาก)
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)
ไม่ต้องจองหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้านานๆ	3.34 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางต่างๆหาได้ง่ายและเชื่อถือได้	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)
ข้อมูลด้านที่พักหาได้ง่ายและเชื่อถือได้	3.45 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.64</b> (มาก)	<b>3.64</b> (มาก)

จากตารางที่ 67 พบว่าปัจจัยด้านอื่นๆมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.64) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (3.88) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (3.79) และ มีผู้รู้ในพื้นที่ ที่จะสามารถอธิบายความเป็นมาหรือสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวได้ (3.74) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอื่นๆมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.73) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย (3.88) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (3.87) และ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (3.77) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ท่านจัดขึ้น จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ ในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้น	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว	4.49 (มาก)	4.34 (มาก)
ความพอใจต่อความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการเดินทางครั้งนี้	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ/มีความสวยงาม	4.33 (มาก)	4.27 (มาก)
ความยุติธรรมของราคาสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว	4.13 (มาก)	4.19 (มาก)
ในภาพรวมท่านมีความพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงใหม่ในระดับใด	4.34 (มาก)	4.28 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>4.31</b> (มาก)	<b>4.27</b> (มาก)

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในระดับมาก (4.31) โดย ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับคือ ดังนี้ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (4.49) ในภาพรวมท่านมีความพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงใหม่ในระดับใด (4.34) และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ/มีความสวยงาม (4.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในระดับมาก (4.27) โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (4.34) ในภาพรวมท่านมีความพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงใหม่ในระดับใด (4.28) ความพอใจต่อความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการเดินทางครั้งนี้ (4.27) และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ/มีความสวยงาม (4.27)

### ปัญหาและข้อเสนอแนะ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
ไม่มีปัญหา	199 (88.44)	143 (81.71)
มีปัญหา	62 (11.56)	32 (18.29)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 88.44 แต่ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบเช่น หน้าสวนสัตว์ จำนวน 12 คน (ร้อยละ 5.33) รองลงมาคือ ที่พักเต็มจำนวน 3 (ร้อยละ 1.33) และพื้นที่ไม่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่จอดรถไม่เพียงพอจำนวนอย่างละ 3 คน (ร้อยละ 1.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 81.71 แต่ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ อื่นๆ (ไม่ระบุ) จำนวน 12 คน (ร้อยละ 6.86) รองลงมาคือ รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบเช่น หน้าสวนสัตว์ จำนวน 6 คน (ร้อยละ 3.43) รองลงมาคือ คนเยอะช่วงเทศกาล จำนวน 3 คนคิด (ร้อยละ 1.71) และที่พักเต็มจำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.14)

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ จำแนกตามเพศ

ข้อเสนอแนะ	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด	1 (0.44)	1 (0.57)
ค่าบริการรถโดยสารสาธารณะ ควรคิดตามระยะทาง อย่างเป็นธรรม	0 (0.00)	1 (0.57)
ควรรอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนาให้อยู่คู่เมืองเชียงใหม่	0 (0.00)	1 (0.57)
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีรถบริการที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย	1 (0.44)	0 (0.00)
ควรมีที่จอดรถหน้าสวนสัตว์ และมีรถรับส่ง	1 (0.44)	0 (0.00)

จากตารางที่ 70 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.44) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีรถบริการที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.44) และควรมีที่จอดรถหน้าสวนสัตว์ และมีรถรับส่ง จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.44)

นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อเสนอแนะให้พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.57) ค่าบริการรถโดยสารสาธารณะ ควรคิดตามระยะทาง อย่างเป็นธรรม จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.57) และควรรอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนาให้อยู่คู่เมืองเชียงใหม่ จำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.57)

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง จำแนกตามเพศ

การเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
มา	222 (98.67)	164 (93.71)
ไม่แน่ใจ	3 (1.33)	11 (6.29)
ไม่มา	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 71 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายอยากเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 98.67 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 1.33 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงอยากเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 93.71 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 6.29

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

การแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	เพศ	
	ชาย (n=225)	หญิง (n=175)
แนะนำ	223 (99.11)	171 (97.71)
ไม่แน่ใจ	2 (0.89)	4 (2.29)
ไม่แนะนำ	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>225</b> <b>(100.00)</b>	<b>175</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 72 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยชายแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 99.11 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 0.89 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยหญิงแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 97.71 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 2.29



ส่วนที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด  
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือน

ตารางที่ 73 แสดงจำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้  
เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	65 (89.04)	125 (84.46)	145 (81.01)
ประชุม/อบรม/สัมมนา/ดูงาน	3 (4.11)	3 (2.03)	7 (3.91)
ติดต่อธุรกิจ	1 (1.37)	5 (3.38)	6 (3.35)
ปฏิบัติราชการ	0 (0.00)	1 (0.68)	1 (0.56)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	4 (5.48)	7 (4.73)	17 (9.50)
ชมนิทรรศการ/แสดงสินค้า	0 (0.00)	6 (4.05)	0 (0.00)
ได้รับรางวัล	0 (0.00)	1 (0.68)	3 (1.68)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท  
ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นจำนวนร้อย  
ละ 89.04 รองลงมาคือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 5.48 และเพื่อประชุม/อบรม/  
สัมมนา/ดูงาน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนมากเดินทางมา เชียงใหม่เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 84.46 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 4.73 และเพื่อชมนิทรรศการ/แสดงสินค้า คิดเป็น จำนวนร้อยละ 4.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนมากเดินทางมา เชียงใหม่เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 81.01 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9.50 และเพื่อชมนิทรรศการ/แสดงสินค้า คิดเป็น จำนวนร้อยละ 3.91 ตามลำดับ

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 oil lamp (diya) with a flame. 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 the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
เครื่องบิน	7 (9.59)	60 (40.54)	75 (41.90)
รถไฟ	5 (6.85)	4 (2.70)	9 (5.03)
รถโดยสาร	21 (28.77)	15 (10.14)	8 (4.47)
รถส่วนตัว	40 (54.79)	69 (46.62)	87 (48.60)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่โดยใช้พาหนะ คือ รถส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 54.79 รองลงมาคือ รถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 28.77 และเครื่องบิน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่โดยใช้พาหนะ คือ รถส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 46.62 รองลงมาคือ เครื่องบิน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 40.54 และรถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 10.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ส่วนมากเดินทางมาเชียงใหม่โดยใช้พาหนะ คือ รถส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 48.60 รองลงมาคือ เครื่องบิน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 41.90 และรถไฟ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 5.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พาหนะที่ใช้เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
รถโดยสาร	27 (36.99)	28 (18.92)	22 (12.29)
รถยนต์ส่วนตัว	41 (56.16)	94 (63.51)	117 (65.36)
เช่าเหมารถตู้	2 (2.74)	8 (5.41)	18 (10.06)
รถเช่าขับ	7 (9.59)	31 (20.95)	36 (20.11)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; ชาย 225 ราย, หญิง 175 ราย)

จากตารางที่ 75 พบว่า พาหนะส่วนมากที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 56.16 รองลงมาคือ รถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 36.99 และรถเช่าขับ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9.59ตามลำดับ

พาหนะส่วนมากที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 63.51 รองลงมาคือ รถเช่าขับ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 20.95 และรถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18.92ตามลำดับ

พาหนะส่วนมากที่ใช้ในการเดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คือ รถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 63.51 รองลงมาคือ รถเช่าขับ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 20.11 และรถโดยสาร คิดเป็นจำนวนร้อยละ 12.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
1 คน	11 (15.07)	17 (11.49)	28 (15.64)
2 คน	18 (24.66)	36 (24.32)	50 (27.93)
3 คน	17 (23.29)	47 (31.76)	34 (18.99)
4 คน	14 (19.18)	28 (18.92)	38 (21.23)
5 คน	6 (8.22)	10 (6.76)	19 (10.61)
6 คน	5 (6.85)	1 (0.68)	2 (1.12)
7 คน	2 (2.74)	3 (2.03)	2 (1.12)
8 คน	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (3.35)
9 คน	0 (0.00)	6 (4.05)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทโดยส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำนวน 2 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24.66 รองลงมาคือ 3 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 23.29 และ 4 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 19.18 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทโดยส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำนวน 3 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 31.76 รองลงมาคือ 2 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24.32 และ 4 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทโดยส่วนใหญ่มี  
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางร่วมกัน จำนวน 3 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 31.76 รองลงมาคือ 2  
คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24.32 และ 4 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18.92 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทาง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ร่วมเดินทาง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
คนเดียว	15 (20.55)	20 (13.51)	28 (15.64)
คนรัก	21 (28.77)	36 (24.32)	54 (30.17)
กลุ่มเพื่อนสนิท	25 (34.25)	58 (39.19)	41 (22.91)
ครอบครัว/ญาติ	10 (13.70)	25 (16.89)	45 (25.14)
คนในที่ทำงานเดียวกัน	2 (2.74)	9 (6.08)	11 (6.15)
องค์กร มูลนิธิ วัด	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนมากร่วมเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 34.25 รองลงมาคือ คนรัก คิดเป็นจำนวนร้อยละ 28.77 และ คนเดียว คิดเป็นจำนวนร้อยละ 20.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท ส่วนมากร่วมเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 39.19 รองลงมาคือ คนรัก คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24.32 และ ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 16.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ส่วนมากร่วมเดินทางมากับคนรัก คิดเป็นจำนวนร้อยละ 30.17 รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 25.14 และกลุ่มเพื่อนสนิท คิดเป็นจำนวนร้อยละ 22.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเตรียมก่อนการเดินทาง  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเตรียม ก่อนการเดินทาง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
แหล่งท่องเที่ยว	58 (79.45)	115 (77.70)	142 (79.33)
ที่พัก	44 (60.27)	50 (33.78)	90 (50.28)
ร้านอาหาร	47 (64.38)	71 (47.97)	93 (51.96)
แหล่งบันเทิง	23 (31.51)	41 (27.70)	66 (36.87)
ประวัติศาสตร์	6 (8.22)	6 (4.05)	26 (14.53)
สถาปัตยกรรมศาสตร์	13 (17.81)	7 (4.73)	26 (14.53)
การคมนาคม	14 (19.18)	9 (6.08)	22 (12.29)
ความปลอดภัย	9 (12.33)	5 (3.38)	9 (5.03)
สปา และสนามกอล์ฟ	2 (2.74)	0 (0.00)	7 (3.91)
สปา และสนามกอล์ฟ	2 (2.74)	0 (0.00)	7 (3.91)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท 73 ราย, 15,000-30,000 บาท 148 ราย,  
มากกว่า 15,000 บาท 179 ราย)



จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่เตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 79.45 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 64.38 และ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 60.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่เตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 77.70 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 47.97 และ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 33.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่เตรียมข้อมูลก่อนการเดินทางในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 79.33 รองลงมาได้แก่ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 51.96 และ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 50.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 79 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ	42 (57.53)	94 (63.51)	93 (51.96)
รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	4 (5.48)	1 (0.68)	10 (5.59)
ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์	22 (30.14)	13 (8.78)	25 (13.97)
บทความในหนังสือ วารสาร	17 (23.29)	24 (16.22)	44 (24.58)
พานुकคลอื่นไปเที่ยว	6 (8.22)	12 (8.11)	24 (13.41)
เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	39 (53.42)	46 (31.08)	69 (38.55)
คำแนะนำจาก ททท.	10 (13.70)	6 (4.05)	8 (4.47)
นิทรรศการการท่องเที่ยว	3 (4.11)	5 (3.38)	9 (5.03)
อินเทอร์เน็ต	48 (65.75)	42 (28.38)	66 (36.87)
เอกสารแนะนำจากสายการบิน	0 (0.00)	2 (1.35)	4 (2.23)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท 73 ราย, 15,000-30,000 บาท 148 ราย, มากกว่า 15,000 บาท 179 ราย)

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาได้แก่ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 57.53 และเคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 53.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 63.51 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 31.08 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 28.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากคำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 51.96 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 38.55 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 36.87 ตามลำดับ

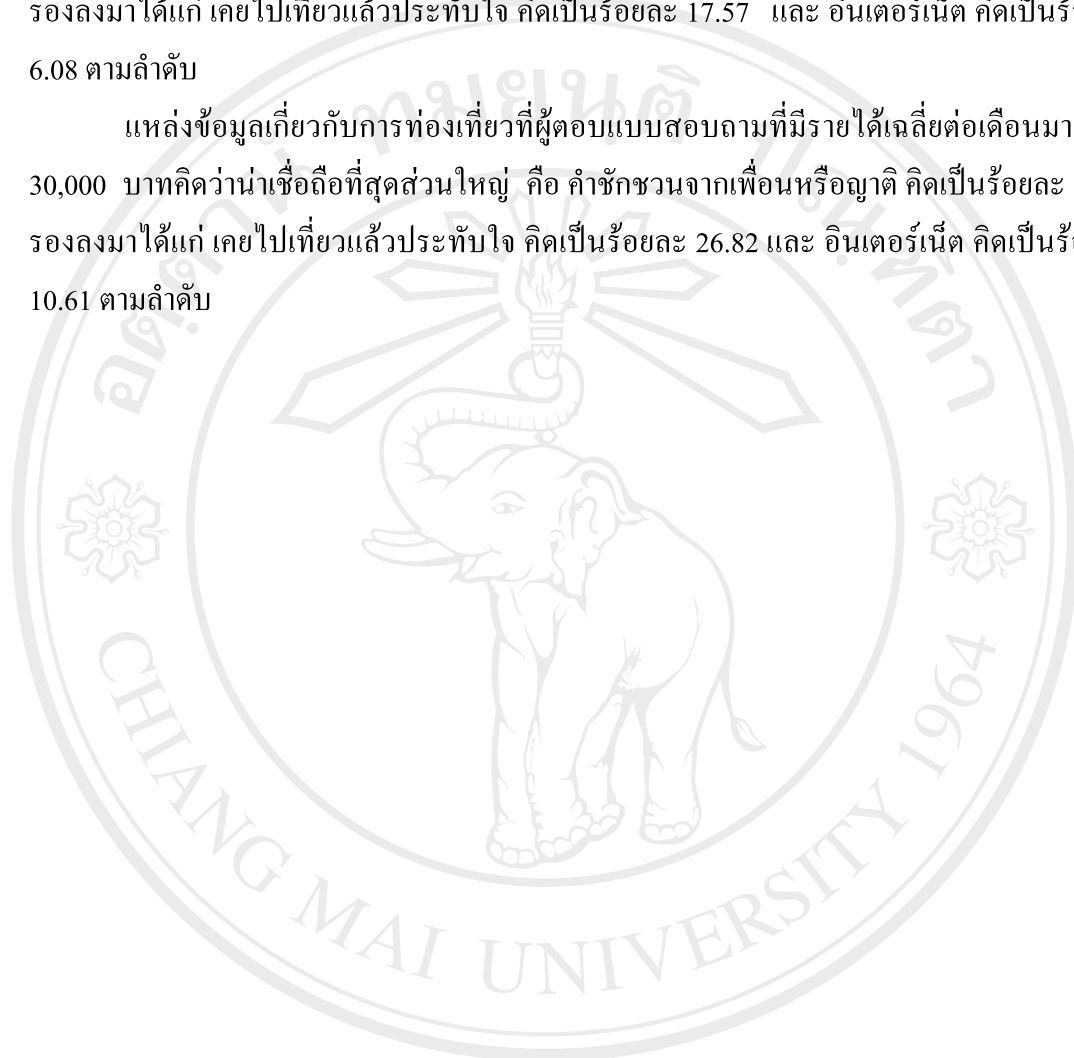
ตารางที่ 80 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าจะน่าเชื่อถือที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ	19 (26.03)	90 (60.81)	71 (39.66)
รายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว	2 (2.74)	1 (0.68)	7 (3.91)
ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์	6 (8.22)	3 (2.03)	10 (5.59)
บทความในหนังสือ วารสาร	4 (5.48)	8 (5.41)	6 (3.35)
พจนานุกรมอื่น ๆ	3 (4.11)	6 (4.05)	5 (2.79)
เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ	28 (38.36)	26 (17.57)	48 (26.82)
คำแนะนำจาก ททท.	1 (1.37)	2 (1.35)	9 (5.03)
นิทรรศการการท่องเที่ยว	1 (1.37)	3 (2.03)	2 (1.12)
อินเทอร์เน็ต	9 (12.33)	9 (6.08)	19 (10.61)
เอกสารแนะนำจากสายการบิน	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (1.12)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 80 พบว่าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุดส่วนใหญ่ คือ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 38.36 รองลงมาได้แก่ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 26.03 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 12.33 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุดส่วนใหญ่ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 60.81 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 17.57 และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 6.08 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทคิดว่าน่าเชื่อถือที่สุดส่วนใหญ่ คือ คำชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 39.66 รองลงมาได้แก่ เคยไปเที่ยวแล้วประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 26.82 และ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.61 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 81 แสดงจำนวนและร้อยละของ เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
สภาพของแหล่งท่องเที่ยว	31 (42.47)	81 (54.73)	66 (36.87)
ความสะดวกในการเดินทาง	16 (21.92)	15 (10.14)	33 (18.44)
ความปลอดภัยในการเดินทาง	2 (2.74)	15 (10.14)	7 (3.91)
ความเหมาะสมกับเวลา	5 (6.85)	19 (12.84)	34 (18.99)
ความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย	15 (20.55)	6 (4.05)	11 (6.15)
ความสะดวกสบายของที่พักร	1 (1.37)	7 (4.73)	13 (7.26)
เพื่อนร่วมทางที่ถูกต้อง	3 (4.11)	5 (3.38)	15 (8.38)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 42.47 รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 21.92 และความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 20.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 54.73 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมกับเวลา คิดเป็นร้อยละ 12.84 ความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 10.14 และความปลอดภัยในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 10.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีเกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสภาพของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 36.87 รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมกับเวลา คิดเป็นร้อยละ 18.99 และความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 18.44 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 82 แสดงจำนวนและร้อยละของบริการการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เกณฑ์ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ด้วยตนเอง	59 (80.82)	127 (85.81)	159 (88.83)
คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว	10 (13.70)	12 (8.11)	8 (4.47)
บริษัทนำเที่ยวเอกชน	3 (4.11)	7 (4.73)	6 (3.35)
การนำเที่ยวของหน่วยงาน	0 (0.00)	1 (0.68)	4 (2.23)
อื่นๆ	1 (1.37)	1 (0.68)	2 (1.12)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 82 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทใช้บริการการท่องเที่ยวของ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80.82 รองลงมาได้แก่ คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 13.70 และบริษัทนำเที่ยวเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทใช้บริการการท่องเที่ยวของ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 85.81 รองลงมาได้แก่ คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.11 และบริษัทนำเที่ยวเอกชน คิดเป็นร้อยละ 4.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทใช้บริการการท่องเที่ยวของ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 88.83 รองลงมาได้แก่ คนในพื้นที่รวมกลุ่มจัดนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 4.47 และบริษัทนำเที่ยวเอกชน คิดเป็นร้อยละ 3.35 ตามลำดับ



ตารางที่ 83 แสดงจำนวนและร้อยละของการเตรียมการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเตรียมการท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการ แน่นอนไปเรื่อยๆ	38 (52.05)	56 (37.84)	57 (31.84)
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมา อย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า	9 (12.33)	38 (25.68)	30 (16.76)
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมา อย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า	26 (35.62)	50 (33.78)	87 (48.60)
เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสาย การบิน/แพ็คเกจของโรงแรม	0 (0.00)	4 (2.70)	5 (2.79)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 83 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทเดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 52.05 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 35.62 และเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 12.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทเดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 37.84 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 33.78 และเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 25.68 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมาได้แก่ เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 31.84 และเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 16.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 84 แสดงจำนวนและร้อยละของ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
พนักงานของบริษัทนำเที่ยวแนะนำ	3 (4.11)	21 (14.19)	17 (9.50)
แผ่นพับ/ใบปลิว	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (2.79)
ญาติพี่น้อง/ครอบครัว	23 (31.51)	45 (30.41)	63 (35.20)
ป้ายโฆษณา	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว	16 (21.92)	26 (17.57)	37 (20.67)
อินเทอร์เน็ต	13 (17.81)	26 (17.57)	38 (21.23)
สื่อสาธารณะ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ	16 (21.92)	18 (12.16)	15 (8.38)
เพื่อน	2 (2.74)	12 (8.11)	3 (1.68)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 84 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 31.51 รองลงมาได้แก่ สื่อสาธารณะ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 21.92 และนิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 21.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 30.41 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 17.57 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากญาติพี่น้อง/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมาได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 21.23 และ นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 20.67 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 85 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนคืนที่ค้างในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนคืนที่ค้างในจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
1 คืน	5 (6.85)	11 (7.43)	8 (4.47)
2 คืน	21 (28.77)	42 (28.38)	60 (33.52)
3 คืน	28 (38.36)	64 (43.24)	61 (34.08)
4 คืน	6 (8.22)	8 (5.41)	30 (16.76)
5 คืน	9 (12.33)	13 (8.78)	9 (5.03)
6 คืน	4 (5.48)	4 (2.70)	3 (1.68)
7 คืน	0 (0.00)	4 (2.70)	6 (3.35)
8 คืน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
9 คืน	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (1.12)
10 คืน	0 (0.00)	2 (1.35)	0 (0.00)
รวม	73 (100.00)	148 (100.00)	179 (100.00)

จากตารางที่ 85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่พักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 38.36 รองลงมาได้แก่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 28.77 และ 5 คืน คิดเป็นร้อยละ 12.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่พักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 43.24 รองลงมาได้แก่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 28.38 และ 5 คืน คิดเป็นร้อยละ 8.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่พักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 34.08 รองลงมาได้แก่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 33.52 และ 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 16.76 ตามลำดับ

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 86 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสถานที่พัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทสถานที่พัก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
โรงแรม	34 (46.58)	84 (56.76)	105 (58.66)
เกสต์เฮ้าส์	8 (10.96)	18 (12.16)	19 (10.61)
บังกะโล/รีสอร์ท	0 (0.00)	3 (2.03)	8 (4.47)
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	31 (42.47)	42 (28.38)	40 (22.35)
ที่พักอุทยานแห่งชาติ	0 (0.00)	1 (0.68)	6 (3.35)
บ้านพักรับรองของทางราชการ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
บ้านเพื่อน	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 86 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 46.58 รองลงมาได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.47 และเกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 10.96 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 56.76 รองลงมาได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.38 และเกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 12.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่พักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 58.66 รองลงมาได้แก่ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.35 และเกสต์เฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 10.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 87 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ต่ำกว่า 500 บาท	1 (1.37)	7 (4.74)	5 (2.79)
500 – 1,000 บาท	25 (34.25)	59 (39.86)	38 (21.23)
1,000 - 1,500 บาท	20 (27.40)	58 (39.19)	61 (34.08)
1,500 บาท ขึ้นไป	27 (36.98)	24 (16.21)	75 (41.90)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 87 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.98 เท่ากับ 501- 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาได้แก่ 1,001- 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวัน เท่ากับ 501- 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.86 รองลงมาได้แก่ 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.19 และ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.21 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อคน ต่อวัน 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 41.90 1,001 - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.08 และ 501- 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าที่พักต่อวัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าที่พักต่อวัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ไม่มี	30 (41.10)	23 (15.54)	28 (15.64)
ต่ำกว่า 500 บาท	14 (19.18)	70 (47.30)	41 (22.91)
500 - 999 บาท	12 (16.44)	27 (18.24)	46 (25.70)
1,000 - 1,499 บาท	6 (8.22)	19 (12.84)	41 (22.91)
1,500 บาท ขึ้นไป	11 (15.07)	9 (6.08)	23 (12.85)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 88 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่ไม่มีค่าที่พักต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 41.10 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.18 และ 500 - 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าที่พักต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมาได้แก่ 500 - 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.24 และไม่มีค่าที่พักต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 15.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าที่พักต่อวัน 500 - 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.91 และ 1,000 - 1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.91 ตามลำดับ



ตารางที่ 89 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ไม่มี	1 (1.37)	2 (1.35)	0 (0.00)
ต่ำกว่า 500 บาท	32 (43.84)	90 (60.81)	70 (39.11)
500 - 999 บาท	28 (38.36)	26 (17.57)	33 (18.44)
1,000 - 1,499 บาท	6 (8.22)	20 (13.51)	37 (20.67)
1,500 บาท ขึ้นไป	6 (8.22)	10 (6.76)	39 (21.79)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 89 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.84 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.36 รวมทั้ง 1,000 - 1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.22 และ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.81 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.57 และ 1,000 - 1,499 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าอาหารและเครื่องดื่มต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.11 รองลงมาได้แก่ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.79 และ 1,000 - 1,499 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 90 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวัน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ไม่มี	7 (9.59)	16 (10.81)	11 (6.15)
ต่ำกว่า 500 บาท	36 (49.32)	92 (62.16)	96 (53.63)
500 - 999 บาท	24 (32.88)	20 (13.51)	28 (15.64)
1,000 - 1,499 บาท	1 (1.37)	10 (6.76)	16 (8.94)
1,500 บาท ขึ้นไป	5 (6.85)	10 (6.76)	28 (15.64)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 90 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวันต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.32 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.88 และไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 9.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวันต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.16 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.51 และ ไม่มีค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 10.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกต่อวันต่อวันต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.63 รองลงมาได้แก่ 500 – 999 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.64 และ 1,500 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 91 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเดินท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาในการเดินท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
วันเสาร์ อาทิตย์	20 (27.40)	42 (28.38)	41 (22.91)
วันจันทร์ ถึง วันศุกร์	5 (6.85)	10 (6.76)	21 (11.73)
วันหยุดนักขัตฤกษ์	48 (65.75)	96 (64.86)	117 (65.36)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 91 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่เดินท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 65.75 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 27.40 และวันจันทร์ ถึง วันศุกร์คิดเป็นร้อยละ 6.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่เดินท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 64.86 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 28.38 และวันจันทร์ ถึง วันศุกร์คิดเป็นร้อยละ 6.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่เดินท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 65.36 รองลงมาได้แก่ วันเสาร์ อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 22.91 และวันจันทร์ ถึง วันศุกร์คิดเป็นร้อยละ 11.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 92 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่ต้องการเยี่ยมชมจากแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ความเป็นอยู่และวัฒนธรรม	76 (47.20)	106 (52.47)	168 (52.85)
ธรรมชาติ	58 (36.02)	70 (34.65)	109 (34.94)
โบราณสถาน	23 (14.28)	21 (10.39)	30 (9.61)
อื่นๆ ได้แก่ ซุปปิ้ง สถานบันเทิง ประชากร ท้องถิ่น และสถาปัตยกรรม	4 (2.48)	5 (2.47)	5 (1.60)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท 73 ราย, 15,000-30,000 บาท 148 ราย, มากกว่า 15,000 บาท 179 ราย)

จากตารางที่ 92 พบว่าสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ต้องการเยี่ยมชมความเป็นอยู่และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 47.20 ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 36.02 รองลงมาได้แก่ โบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 14.28 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่ต้องการเยี่ยมชมจากความเป็นอยู่และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 52.47 รองลงมาได้แก่ ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 34.65 โบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 10.39 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่ต้องการเยี่ยมชมความเป็นอยู่และวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 52.85 รองลงมาได้แก่ ธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 34.94 และ โบราณสถาน คิดเป็นร้อยละ 9.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 93 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชม ในจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ดอยสุเทพ	39 (53.42)	105 (70.95)	111 (62.01)
ถนนคนเดิน	59 (80.82)	92 (62.16)	95 (53.07)
สวนสัตว์เชียงใหม่	27 (36.99)	55 (37.16)	52 (29.05)
ดอยอินทนนท์	17 (23.29)	51 (34.46)	49 (27.37)
ปางช้างแม่สา	10 (13.70)	14 (9.46)	16 (8.94)
พิชสวนโลก	14 (19.18)	34 (22.97)	30 (16.76)
วัดพระสิงห์	16 (21.92)	38 (25.68)	39 (21.79)
ดอยปุย	13 (17.81)	20 (13.51)	28 (15.64)
น้ำตกแม่สา	6 (8.22)	4 (2.70)	7 (3.91)
ไนท์ซาฟารี	5 (6.85)	27 (18.24)	29 (16.20)
เวียงกุมกาม	5 (6.85)	10 (6.76)	12 (6.70)
บ่อสร้าง	13 (17.81)	17 (11.49)	32 (17.88)

ตารางที่ 93 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เยี่ยมชม ในจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ห้วยตึงเฒ่า	7 (9.59)	14 (9.46)	14 (7.82)
พระตำหนักภูพิงศ์	12 (16.44)	16 (10.81)	29 (16.20)
น้ำพุร้อนสันกำแพง	8 (10.96)	15 (10.14)	27 (15.08)
บ้านถวาย	10 (13.70)	13 (8.78)	27 (15.08)
เชียงดาว	8 (10.96)	8 (5.41)	11 (6.15)
ห้วยน้ำดัง	10 (13.70)	11 (7.43)	17 (9.50)
สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์	3 (4.11)	10 (6.76)	7 (3.91)
อ่างช้าง	6 (8.22)	11 (7.43)	15 (8.38)
ถนนนิมมานเหมินทร์	38 (52.05)	108 (72.97)	118 (65.92)
ไนท์บาร์ซ่า	14 (19.18)	24 (16.22)	30 (16.76)
อื่นๆ เช่น กลุ่ยดาตอย ชุนข้างเคียน ออบหลวง และตัวเมือง	0 (0.00)	5 (3.38)	4 (2.23)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท 73 ราย, 15,000-30,000 บาท 148 ราย, มากกว่า 15,000 บาท 179 ราย)

จากตารางที่ 93 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 80.82 รองลงมาได้แก่ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 53.42 และถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 52.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 72.97 รองลงมาได้แก่ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 70.95 และถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 62.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่ไปเที่ยวชมถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 65.92 รองลงมาได้แก่ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 62.01 และถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 53.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 94 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ดอยสุเทพ	13 (17.81)	23 (15.54)	27 (15.08)
ถนนคนเดิน	24 (32.88)	30 (20.27)	31 (17.32)
สวนสัตว์เชียงใหม่	5 (6.85)	14 (9.46)	8 (4.47)
ดอยอินทนนท์	3 (4.11)	9 (6.08)	28 (15.64)
ปางช้างแม่สา	1 (1.37)	2 (1.35)	5 (2.79)
พิชสวนโลก	1 (1.37)	2 (1.35)	4 (2.23)
วัดพระสิงห์	0 (0.00)	2 (1.35)	0 (0.00)
ดอยปุย	2 (2.74)	7 (4.73)	8 (4.47)
น้ำตกแม่สา	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
ไนท์ซาฟารี	0 (0.00)	5 (3.38)	2 (1.12)
เวียงกุมกาม	1 (1.37)	0 (0.00)	1 (0.56)
บ่อสร้าง	2 (2.74)	2 (1.35)	1 (0.56)
ห้วยตึงเฒ่า	0 (0.00)	1 (0.68)	0 (0.00)



ตารางที่ 94 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
พระตำหนักภูพิงศ์	0 (0.00)	4 (2.70)	1 (0.56)
น้ำพุร้อนสันกำแพง	2 (2.74)	1 (0.68)	2 (1.12)
บ้านถวาย	0 (0.00)	1 (0.68)	0 (0.00)
เขียงดาว	0 (0.00)	1 (0.68)	1 (0.56)
ห้วยน้ำต้ง	4 (5.48)	6 (4.05)	5 (2.79)
สวนพฤกษชาติควินศิริกิติ์	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อ่างช้าง	5 (6.85)	8 (5.41)	6 (3.35)
ถนนนิมมานเหมินทร์	10 (13.70)	30 (20.27)	45 (25.14)
ไนท์บาร์ซ่า	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่นๆ เช่น ตัวเมือง	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (1.68)
รวม	73 (100.00)	148 (100.00)	179 (100.00)

จากตารางที่ 94 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก คือ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 32.88 รองลงมาได้แก่ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 17.81 และถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก คือ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 20.27 และถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 20.27 รองลงมาได้แก่ คอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 15.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบมากที่สุด และอยากกลับมาเที่ยวอีก คือ ถนนนิมมานเหมินท์ คิดเป็นร้อยละ 25.14 รองลงมาได้แก่ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 17.32 และคอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 15.08 ตามลำดับ

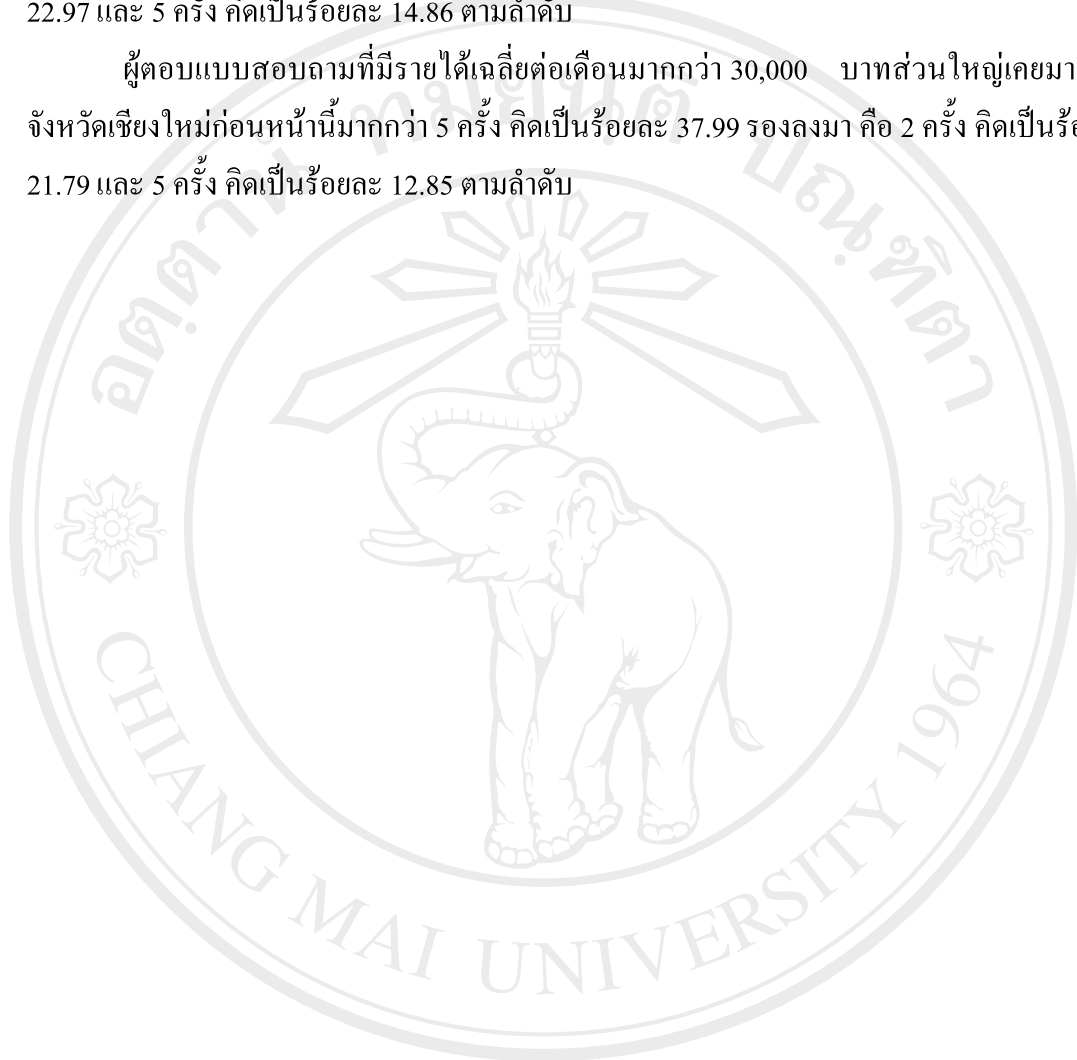
ตารางที่ 95 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ก่อนหน้านี้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ไม่เคย	6 (8.22)	6 (4.05)	7 (3.91)
1 ครั้ง	5 (6.85)	16 (10.81)	11 (6.15)
2 ครั้ง	11 (15.07)	34 (22.97)	39 (21.79)
3 ครั้ง	7 (9.59)	14 (9.46)	17 (9.50)
4 ครั้ง	7 (9.59)	17 (11.49)	14 (7.82)
5 ครั้ง	5 (6.85)	22 (14.86)	23 (12.85)
มากกว่า 5 ครั้ง	32 (43.84)	39 (26.35)	68 (37.99)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 95 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วน  
ใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.84 รองลงมา คือ 2  
ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.07 รวมทั้ง 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.59 และ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.59  
ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้นี้มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.35 รองลงมา คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.97 และ 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ก่อนหน้านี้นี้มากกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.99 รองลงมา คือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.79 และ 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.85 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 96 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมสำหรับการเดินทางครั้งนี้  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุม สำหรับการเดินทางครั้งนี้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
เชียงใหม่	22 (30.14)	33 (22.30)	75 (41.90)
แพร่	4 (5.48)	5 (3.38)	9 (5.03)
น่าน	4 (5.48)	2 (1.35)	3 (1.68)
พะเยา	1 (1.37)	11 (7.43)	11 (6.15)
แม่ฮ่องสอน	17 (23.29)	27 (18.24)	42 (23.46)
ลำปาง	13 (17.81)	62 (41.89)	42 (23.46)
ลำพูน	10 (13.70)	48 (32.43)	22 (12.29)
สุโขทัย	1 (1.37)	2 (1.35)	6 (3.35)
อุตรดิตถ์	3 (4.11)	1 (0.68)	0 (0.00)
กำแพงเพชร	0 (0.00)	1 (0.68)	7 (3.91)

ตารางที่ 96 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุม สำหรับการเดินทางครั้งนี้	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
พิจิตร	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
นครสวรรค์	0 (0.00)	3 (2.03)	6 (3.35)
พิษณุโลก	3 (4.11)	4 (2.70)	3 (1.68)
เพชรบูรณ์	4 (5.48)	2 (1.35)	5 (2.79)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (n = 400; รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท 73 ราย, 15,000-30,000 บาท 148 ราย, มากกว่า 15,000 บาท 179 ราย)

จากตารางที่ 96 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางครั้งนี้ครอบคลุมถึงจังหวัด เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 30.14 รองลงมาได้แก่ แม่ฮ่องสอน คิดเป็นร้อยละ 23.29 และ ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 17.81 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางครั้งนี้ครอบคลุมถึงจังหวัดลำปาง คิดเป็นร้อยละ 41.89 รองลงมาได้แก่ ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 32.43 และ เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 22.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทส่วนใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการเดินทางครั้งนี้ครอบคลุมถึงจังหวัด เชียงราย คิดเป็นร้อยละ 41.90 รองลงมาได้แก่ แม่ฮ่องสอน คิดเป็นร้อยละ 23.46 และ ลำปาง คิดเป็นร้อยละ 23.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 97 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็น แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสมผสานความมีระดับ (Classy Lanna)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	3.77 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	3.92 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น น่าสนใจและน่า ไปเยือน	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อไปจังหวัดใกล้เคียงได้ สะดวก	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)
โรงแรม ที่พัก ที่มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.52 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
โรงแรม ที่พัก สะดวก อาหารรสชาติดี มีชื่อเสียง	3.38 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
ภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายประเภทให้เลือก	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.64 (มาก)
สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกน่าสนใจ สวยงาม	3.55 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)
บริษัทนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย และ มีคุณภาพ	2.74 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)

ตารางที่ 97 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะ	3.05 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง หรือจังหวัดที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว เช่น มีศูนย์การค้าที่ทันสมัย	3.16 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)
รวม	3.58 (มาก)	3.79 (มาก)	3.67 (มาก)

จากตารางที่ 98 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.58) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (4.12) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี (4.05) และภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาพसानความมีระดับ (Classy Lanna) (3.90) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.79) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (4.05) ภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท (4.00) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี (3.99) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.67) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม (3.99) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี (3.92) และภัตตาคาร ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท (3.89) ตามลำดับ



ตารางที่ 98 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.45 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.25 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)
ได้รับส่วนลด หรือราคาพิเศษจากการใช้บริการการเดินทางหรือที่พัก	2.41 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ไม่ต้องจ่ายค่าเดินทาง หรือค่าที่พัก เนื่องจากได้รับรางวัลจากการสะสมแต้มสินค้าหรือบริการอื่นๆ	1.49 (น้อยที่สุด)	1.99 (มาก)	2.25 (มาก)
<b>รวม</b>	2.83 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 98 พบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (2.83) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ (3.55) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.45) และค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.25) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.24) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.75) จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ (3.72) และค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.64) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.35) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.77) จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อคนต่อการเดินทาง ถูกกว่าการไปเที่ยวต่างประเทศ (3.72) และค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (3.72) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 99 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านสถานที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัวโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)
มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก	3.38 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยราชการ หรือตัวแทนท่องเที่ยวได้สะดวก	3.27 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
มีช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในการสอบถามหรือจองที่พักได้โดยตรงหรือผ่านตัวแทน	3.05 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.58 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ	3.34 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.32</b> (ปานกลาง)	<b>3.73</b> (มาก)	<b>3.64</b> (มาก)

จากตารางที่ 99 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.32) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตัวโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก (3.58) สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ (3.34) และมีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวโดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก (3.38) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.73) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำ หลายทางให้เลือก (3.91) การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตั๋วโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก (3.80) และมีช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตในการสอบถามหรือจองที่พักได้โดยตรงหรือผ่านตัวแทน (3.66) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.64) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ (3.76) การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สามารถหาตั๋วโดยสารเพื่อการเดินทางได้ง่าย สะดวก (3.72) มีพาหนะในการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว โดยการรับจ้างให้เช่าหรือเหมาลำหลายทางให้เลือก (3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 100 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวผ่านกลางแจ้ง (บิลบอร์ด)	2.62 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารทั่วไป	3.16 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)
การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ	3.23 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.62 (มาก)
การเข้าร่วมงานการท่องเที่ยวต่างๆ โดยเจ้าของที่พัก/ โรงแรม ให้ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคา มีส่วนลด	3.11 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.60 (มาก)
การได้รับส่วนลดที่พักหรือตั๋วโดยสารราคาพิเศษ จากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกบัตรเครดิตต่างๆ	2.25 (น้อย)	3.06 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขายของ ททท	2.75 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การที่แหล่งท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมแนะนำ ประชาสัมพันธ์หรือรับจองจาก ททท ช่วงนั้นๆ	2.85 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว	3.38 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)
การแนะนำแบบปากต่อปาก โดยผ่านชุมชน ออนไลน์	3.03 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
รวม	2.93 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 100 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (2.93) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว (3.38) การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (3.23) การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารทั่วไป (3.16) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.49) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว (3.69) การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (3.68) และการเข้าร่วมงานการท่องเที่ยวต่างๆโดยเจ้าของที่พัก/โรงแรม ให้ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคามีส่วนลด (3.68) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.42) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ การแนะนำแบบปากต่อปากโดยส่วนตัว (3.72) การโฆษณาผ่านนิตยสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (3.62) การเข้าร่วมงานการท่องเที่ยวต่างๆโดยเจ้าของที่พัก/โรงแรม ให้ข้อเสนอแก่ผู้เข้าร่วมงานในราคามีส่วนลด (3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 101 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของ ปัจจัยด้านอื่นๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

ปัจจัยด้านอื่นๆ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับ นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.94 (มาก)
มีผู้รู้ในพื้นที่ ที่จะสามารถอธิบายความเป็นมา หรือสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวได้	3.36 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)
มีป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	3.22 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.66 (มาก)
มีห้องน้ำสะอาดให้บริการ	3.41 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย	3.48 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)
สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ ของธรรมชาติ	3.52 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)
ไม่ต้องจองหรือวางแผนการเดินทางล่วงหน้า นานๆ	2.86 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางต่างๆหาได้ง่ายและ เชื่อถือได้	3.33 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)
ข้อมูลด้านที่พักหาได้ง่ายและเชื่อถือได้	3.29 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.61 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.35</b> (ปานกลาง)	<b>3.66</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)

จากตารางที่ 101 พบว่าปัจจัยด้านอื่นๆ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง (3.35) โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (3.68) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (3.52) และสภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย (3.48) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอื่นๆมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.66) โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย (3.81) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (3.80) ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (3.76) และมีผู้รู้ในพื้นที่ ที่จะสามารถอธิบายความเป็นมาหรือสิ่งสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวได้ (3.76) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอื่นๆมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทที่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานครในระดับมาก (3.74) โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (3.97) ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยวชาวไทย (3.94) สภาพของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งต้องมีความปลอดภัย (3.91) ตามลำดับ



ตารางที่ 102 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและแปลผลของความพึงพอใจใน โปรแกรมการท่องเที่ยว ที่ท่านจัดขึ้น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยว ที่จัดขึ้น	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว	4.36 (มาก)	4.43 (มาก)	4.45 (มาก)
ความพอใจต่อความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการ เดินทางครั้งนี้	4.14 (มาก)	4.36 (มาก)	4.23 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวน่าสนใจ/มีความสวยงาม	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)
ความยุติธรรมของราคาสินค้าและบริการในแหล่ง ท่องเที่ยว	3.99 (มาก)	4.28 (มาก)	4.13 (มาก)
ในภาพรวมท่านมีความพอใจต่อการท่องเที่ยว เชียงใหม่ในระดับใด	4.21 (มาก)	4.34 (มาก)	4.34 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>4.20</b> (มาก)	<b>4.35</b> (มาก)	<b>4.29</b> (มาก)

จากตารางที่ 102 พบว่าความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาทอยู่ในระดับมาก (4.20) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (4.36) แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ/มีความสวยงาม (4.30) และความพอใจต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ในภาพรวม (4.21) ตามลำดับ

ความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท อยู่ในระดับมาก (4.35) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (4.43) ความพอใจต่อความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปในการเดินทางครั้งนี้ (4.36) และ ความพอใจต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ในภาพรวม (4.34) ตามลำดับ

ความพึงพอใจในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มาท่องเที่ยวใน  
จังหวัดเชียงใหม่ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อยู่ในระดับมาก (4.29) โดย  
เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว (4.45) ความพอใจต่อการท่องเที่ยว  
เชียงใหม่ในภาพรวม (4.34) และแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ/มีความสวยงาม (4.30) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ปัญหาและข้อเสนอแนะ จำแนกตามเพศ**

ตารางที่ 103 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
ไม่มีปัญหา	58 (79.45)	131 (85.47)	153 (85.47)
รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบเช่น หน้าสวนสัตว์	3 (4.11)	6 (4.05)	9 (5.03)
ที่พักเต็ม	2 (2.74)	1 (0.68)	2 (1.12)
คนเยอะช่วงเทศกาล	1 (1.37)	1 (0.68)	2 (1.12)
พื้นที่ไม่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จอดรถไม่เพียงพอ	0 (0.00)	1 (0.68)	2 (1.12)
ราคาสินค้า ค่าที่พัก ค่ารถ ในช่วงเทศกาลแพงกว่าปกติ	1 (1.37)	2 (1.35)	0 (0.00)
ตึกสูงเยอะ เชียงใหม่เปลี่ยนไปเป็นสังคมเมืองที่ไม่ต่างจากกรุงเทพ ทำให้เสน่ห์ลดน้อยลง	0 (0.00)	1 (0.68)	1 (0.56)
ราคาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยแพงกว่าปกติ	1 (1.37)	1 (0.68)	0 (0.00)
รถโดยสารไม่ประจำทางหายาก และคิดค่าบริการมากกว่าปกติ 2-3 เท่า	0 (0.00)	1 (0.68)	1 (0.56)

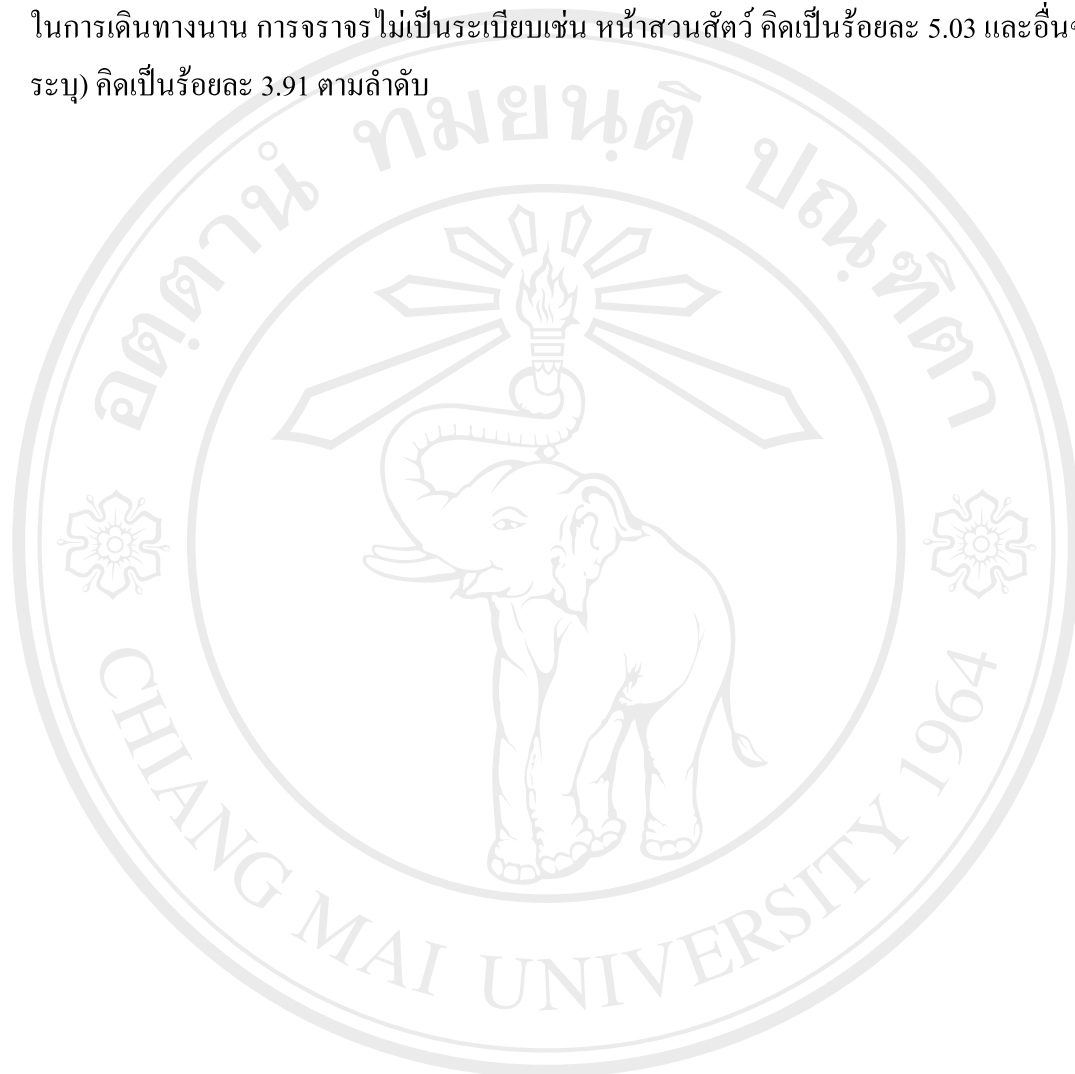
ตารางที่ 103 (ต่อ)

ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
สถานีขนส่งอยู่ไกลเกินไป เดินทางไม่สะดวก	1 (1.37)	0 (0.00)	0 (0.00)
ไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
หลงทาง / ไม่มีแผนที่จำหน่าย หรือ แจก	0 (0.00)	1 (0.68)	0 (0.00)
สินค้าที่จำหน่ายไม่น่าสนใจ	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
มลภาวะทางอากาศเนื่องจากการจราจร	1 (1.37)	0 (0.00)	0 (0.00)
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	5 (6.85)	2 (1.35)	7 (3.91)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 103 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 79.45 แต่ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ อื่นๆ (ไม่ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 6.85 รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบเช่น หน้าสวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 4.11 และที่พักเต็ม คิดเป็นร้อยละ 2.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 85.47 แต่ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบเช่น หน้าสวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 4.05 ราคาสินค้าที่แพง ค่ารถ ในช่วงเทศกาลแพงกว่าปกติ คิดเป็นร้อยละ 1.35 และอื่นๆ (ไม่ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 1.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 85.47 แต่ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ รถติด ใช้เวลาในการเดินทางนาน การจราจรไม่เป็นระเบียบเช่น หน้าสวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 5.03 และอื่นๆ (ไม่ระบุ) คิดเป็นร้อยละ 3.91 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 104 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาที่พบในการท่องเที่ยวมาจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด	0 (0.00)	1 (0.68)	1 (0.56)
ค่าบริการรถโดยสารสาธารณะ ควรคิดตาม ระยะทาง อย่างเป็นธรรม	1 (1.37)	0 (0.00)	0 (0.00)
ควรอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนาให้อยู่คู่มือง เชียงใหม่	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.56)
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีรถบริการที่ เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย	1 (1.37)	0 (0.00)	0 (0.00)
ควรมีที่จอดรถหน้าสวนสัตว์ และมีรถรับส่ง	0 (0.00)	1 (0.68)	0 (0.00)

จากตารางที่ 104 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท แนะนำให้ค่าบริการรถโดยสารสาธารณะ ควรคิดตามระยะทาง อย่างเป็นธรรม คิดเป็นร้อยละ 1.37 และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีรถบริการที่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 1.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท แนะนำให้พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด คิดเป็นร้อยละ 0.68 และควรมีที่จอดรถหน้าสวนสัตว์ และมีรถรับส่ง คิดเป็นร้อยละ 0.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท แนะนำให้พัฒนาระบบคมนาคมเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด คิดเป็นร้อยละ 0.56 และควรอนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนาให้อยู่คู่มืองเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 0.56

ตารางที่ 105 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง จำแนกตามเพศ

การเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
มา	67 (91.78)	145 (97.97)	174 (97.21)
ไม่แน่ใจ	6 (8.22)	3 (2.03)	5 (2.79)
ไม่มา	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>73 (100.00)</b>	<b>148 (100.00)</b>	<b>179 (100.00)</b>

จากตารางที่ 105 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท อยากเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 91.78 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 8.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท อยากเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 97.97 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 2.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อยากเดินทางกลับมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 97.21 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 2.79

ตารางที่ 106 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

การแนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จัก มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	ไม่เกิน 15,000 บาท (n = 73)	15,000 – 30,000 บาท (n = 148)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 179)
แนะนำ	71 (97.26)	148 (100.00)	175 (97.77)
ไม่แน่ใจ	2 (2.74)	0 (0.00)	4 (2.23)
ไม่แนะนำ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
<b>รวม</b>	<b>73</b> <b>(100.00)</b>	<b>148</b> <b>(100.00)</b>	<b>179</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 106 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท แนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 97.26 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 2.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท แนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท แนะนำให้ญาติ เพื่อน หรือคนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 97.77 รองลงมาได้แก่ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ