

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว  
จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา  
ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน การเดินทางในประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม  
เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาเชียงใหม่ พาหนะที่ใช้ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง  
ระยะเวลาการพัก สถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวที่พึงพอใจ แหล่งข้อมูลท่องเที่ยว การหาข้อมูล และ  
การเตรียมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน  
จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้าน  
โรงแรมที่พัก ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ด้าน  
บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน  
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ภูมิลำเนาและรายได้

ส่วนที่ 4 ปัญหา ที่พบในการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยว

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 50.0 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	71	17.8
21-30 ปี	174	43.5
31-40 ปี	101	25.3
41-50 ปี	44	11.0
มากกว่า 50 ปี	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 43.5 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 25.3 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 17.8 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 11.0 และ อายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	218	54.5
สมรส	169	42.3
หย่า	7	1.8
หม้าย	4	1.0
แยกกันอยู่	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพเป็น โสดมากที่สุด ร้อยละ 54.5 รองลงมา สมรส ร้อยละ 42.3 หย่า ร้อยละ 1.8 หม้าย ร้อยละ 1.0 และแยกกันอยู่ ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	50	12.5
ภาคกลาง	171	42.8
ภาคใต้	69	17.1
ภาคตะวันออก	55	13.8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	55	13.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ร้อยละ 42.8 รองลงมา ภาคใต้ ร้อยละ 17.1 ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เท่ากัน ร้อยละ 13.8 และภาคเหนือ ร้อยละ 12.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่มาจากภาคเหนือ

จังหวัดที่มาจากภาคเหนือ	จำนวน	ร้อยละ
เชียงราย	8	16.0
เชียงใหม่	12	24.0
ตาก	2	4.0
น่าน	2	4.0
พะเยา	1	2.0
พิจิตร	3	6.0
แม่ฮ่องสอน	7	14.0
ลำปาง	5	10.0
ลำพูน	4	8.0
สุโขทัย	6	12.0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาจากจังหวัดทางภาคเหนือมากที่สุดคือ จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 24.0 จังหวัดเชียงราย ร้อยละ 16.0 จังหวัดแม่ฮ่องสอน ร้อยละ 14.0 จังหวัดสุโขทัย ร้อยละ 12.0 จังหวัดลำปาง ร้อยละ 10.0 จังหวัดลำพูน ร้อยละ 8.0 จังหวัดพิจิตร ร้อยละ 6.0 และจังหวัดตาก จังหวัดน่าน เท่ากัน ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่มาจากภาคกลาง

จังหวัดที่มาจากภาคกลาง	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	68	39.8
กาญจนบุรี	8	4.7
นนทบุรี	7	4.1
ประจวบคีรีขันธ์	12	7.0
สระบุรี	3	1.8
สุพรรณบุรี	17	9.9
เพชรบุรี	7	4.1
สมุทรสงคราม	32	18.7
นครปฐม	16	9.2
สมุทรปราการ	1	0.6
<b>รวม</b>	<b>171</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาจากจังหวัดทางภาคกลางมากที่สุดคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 39.8 รองลงมา จังหวัดสมุทรสงคราม ร้อยละ 18.7 จังหวัดนครปฐม ร้อยละ 9.2 จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 7.0 จังหวัดกาญจนบุรี ร้อยละ 4.7 จังหวัดนนทบุรี จังหวัดเพชรบุรี เท่ากัน ร้อยละ 4.1 จังหวัดสระบุรี ร้อยละ 1.8 และจังหวัดสมุทรปราการ ร้อยละ 0.6

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่มาจากภาคใต้

ภาคใต้	จำนวน	ร้อยละ
ภูเก็ต	27	39.2
กระบี่	14	20.3
นครศรีธรรมราช	12	17.4
ตรัง	10	14.5
สงขลา	3	4.3
สุราษฎร์ธานี	3	4.3
<b>รวม</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>

จาดตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาจากจังหวัดทางใต้มากที่สุดคือ จังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 39.2 รองลงมา จังหวัดกระบี่ ร้อยละ 20.3 จังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 17.4 จังหวัดตรัง ร้อยละ 14.5 และจังหวัดสงขลา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เท่ากัน ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	ร้อยละ
ชลบุรี	9	16.4
ระยอง	17	30.9
จันทบุรี	22	40.0
ตราด	7	12.7
<b>รวม</b>	<b>55</b>	<b>100.0</b>

จาดตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาจากจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุดคือ จังหวัดจันทบุรี ร้อยละ 40.0 รองลงมา จังหวัดระยอง ร้อยละ 30.9 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 16.4 และจังหวัดตราด ร้อยละ 12.7

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	ร้อยละ
เลย	5	9.1
ยโสธร	8	14.5
หนองคาย	5	9.1
ร้อยเอ็ด	4	7.3
นครราชสีมา	15	27.3
หนองคาย	8	14.5
ขอนแก่น	10	18.2
<b>รวม</b>	<b>55</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาจากจังหวัดทางตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุดคือ จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 27.3 รองลงมา จังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 18.2 จังหวัดยโสธร จังหวัดหนองคาย เท่ากัน ร้อยละ 14.5 จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย เท่ากัน ร้อยละ 9.1 และจังหวัดร้อยเอ็ด ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	14	3.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	4.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	49	12.2
อนุปริญญา/ปวส.	26	6.5
ปริญญาตรี	241	60.3
สูงกว่าปริญญาตรี	52	13.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 60.3 รองลงมา มีระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช. ร้อยละ 12.3 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 13.0 อนุปริญญา /ปวส. ร้อยละ 6.5 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 4.5 และ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 3.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	92	23.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	96	24.0
พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	59	14.8
พนักงานบริษัทเอกชน	92	23.0
รับจ้างทั่วไป	41	10.1
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	15	3.8
เกษียณอายุ	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพมากที่สุดคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 24.0 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน เท่ากัน ร้อยละ 23.0 พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.8 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 10.1 แม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 3.8 เกษียณอายุ ร้อยละ 1.3 และอื่นๆ ร้อยละ 1.0



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	98	24.5
10,001-20,000 บาท	77	19.2
20,001-30,000 บาท	122	30.5
30,001-40,000 บาท	65	16.3
40,001-50,000 บาท	38	9.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้มากที่สุดคือ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 30.5 รองลงมา ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 24.5 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 19.2 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 16.3 และ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 9.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงฤดูที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ช่วงฤดูที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ฤดูร้อน	28	7.0
ฤดูฝน	24	6.0
ฤดูหนาว	151	37.8
ไม่เกี่ยวกับฤดู	197	49.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่าช่วงฤดูที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย มากที่สุดคือ ไม่เกี่ยวกับฤดู ร้อยละ 49.2 รองลงมา ฤดูหนาว ร้อยละ 37.8 ฤดูร้อน ร้อยละ 7.0 และ ฤดูฝน ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยว

ความต้องการไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความเป็นอยู่	112	28.0
วัฒนธรรม	227	56.8
ธรรมชาติ	275	68.8
โบราณสถาน	115	28.8
อื่นๆ	10	2.5

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ร้อยละ 68.8 รองลงมา แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ร้อยละ 56.8 แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน ร้อยละ 28.8 และความเป็นอยู่ ร้อยละ 28.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต	216	54.0
เกิดความเบื่อในชีวิตประจำวัน	92	23.0
ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง	183	45.8
ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ	182	45.5
ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์	138	34.5
ช่วยเศรษฐกิจไทย	43	10.8
ต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว	158	39.5
อื่นๆ	9	2.3

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ต้องการพักผ่อน

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต ร้อยละ 54.0 รองลงมา ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ร้อยละ 45.8 ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ ร้อยละ 45.5 ต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว ร้อยละ 39.5 ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์ ร้อยละ 34.5 เกิดความเบื่อในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 23.0 ช่วยเศรษฐกิจไทย ร้อยละ 10.8 และอื่นๆ ร้อยละ 2.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	32	8.0
2 ครั้ง	77	19.2
3 ครั้ง	60	15.0
4 ครั้ง	30	7.5
5 ครั้ง	34	8.5
มากกว่า 5 ครั้ง	167	41.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ มากกว่า 5 ครั้ง ร้อยละ 41.8 รองลงมา 2 ครั้ง ร้อยละ 19.2 3 ครั้ง ร้อยละ 15.0 5 ครั้ง ร้อยละ 8.5 ครั้งแรก ร้อยละ 8.0 และ 4 ครั้ง ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	149	37.1
รถโดยสาร	77	19.3
รถไฟ	5	1.3
รถยนต์ส่วนตัว	152	38.0
เช่าเหมารถ	10	2.5
เครื่องบินหรือรถไฟหรือรถโดยสารและเช่ารถขับ	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้พาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 38.0 รองลงมา เครื่องบิน ร้อยละ 37.1 รถโดยสาร ร้อยละ 19.3 เครื่องบินหรือรถไฟหรือรถโดยสารและเช่ารถขับ ร้อยละ 1.8 และรถไฟ ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	40	10.0
ครอบครัว	174	43.5
ญาติ	14	3.5
เพื่อน	170	42.5
อื่นๆ	2	.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่น ได้แก่ แฟน

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้มากที่สุดคือ ครอบครัว ร้อยละ 43.5 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 42.5 คนเดียว ร้อยละ 10.0 ญาติ ร้อยละ 3.5 และอื่นๆ ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการพักในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาการพักในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	41	10.1
2 คืน	149	37.3
3 คืน	137	34.3
4 คืน	45	11.3
5 คืน หรือมากกว่า	28	7.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการพักในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ 2 คืน ร้อยละ 37.3 รองลงมา 3 คืน ร้อยละ 34.3 4 คืน ร้อยละ 11.3 1 คืน ร้อยละ 10.3 และ 5 คืน หรือมากกว่า ร้อยละ 7.0

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พักในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ในจังหวัดเชียงใหม่

สถานที่พักในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	198	49.5
เกสต์เฮ้าส์	34	8.5
รีสอร์ท	23	5.8
บ้านญาติ/เพื่อน	133	33.2
ที่พักอุทยาน	4	1.0
บ้านพักรับรองราชการหรือหน่วยงาน	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี สถานที่พักในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ใน  
 จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุดคือ โรงแรม ร้อยละ 49.5 รองลงมา บ้านญาติ/เพื่อน ร้อยละ 33.3 เกสต์  
 เฮ้าส์ ร้อยละ 8.5 รีสอร์ท ร้อยละ 5.8 บ้านพักรับรองราชการหรือหน่วยงาน ร้อยละ 2.0 และที่พัก  
 อุทยาน ร้อยละ 1.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการมาท่องเที่ยว  
จังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมใน จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ระดับความพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
ถนนนิมมานเหมินท์	313	76 (24.3)	164 (52.4)	56 (17.9)	9 (2.9)	8 (2.6)	3.93 (มาก)
ดอยสุเทพ (วัดพระธาตุดอยสุ เทพ)	344	129 (37.5)	177 (51.5)	37 (10.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.26 (มาก)
ถนนคนเดิน	304	92 (30.3)	121 (39.8)	82 (27.0)	7 (2.3)	2 (0.7)	3.97 (มาก)
สวนสัตว์เชียงใหม่	289	77 (26.6)	133 (46.0)	67 (23.2)	9 (3.1)	3 (1.0)	3.94 (มาก)
ดอยอินทนนท์	258	108 (41.9)	114 (44.1)	32 (12.4)	2 (0.8)	2 (0.8)	4.26 (มาก)
วัดพระสิงห์	244	70 (28.7)	134 (54.9)	38 (15.6)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.11 (มาก)
พิชสวนโลก	218	49 (22.5)	107 (49.1)	58 (26.6)	2 (0.9)	2 (0.9)	3.91 (มาก)
ไนท์บาร์ซ่า	206	37 (18.0)	61 (29.6)	70 (34.0)	19 (9.2)	19 (9.2)	3.38 (ปานกลาง)
ไนท์ซาฟารี	156	27 (17.3)	93 (59.6)	26 (16.7)	7 (4.5)	3 (1.9)	3.86 (มาก)
บ่อสร้าง	146	38 (26.0)	62 (42.5)	33 (22.6)	13 (8.9)	0 (0.0)	3.86 (มาก)
ดอยปุย	134	32 (23.9)	70 (52.2)	30 (22.4)	0 (0.0)	2 (0.5)	3.97 (มาก)
พระตำหนักภูพิงศ์	136	65 (47.8)	56 (41.2)	11 (8.1)	1 (0.7)	3 (2.2)	4.32 (มาก)
น้ำพุร้อนสันกำแพง	116	30 (25.9)	67 (57.8)	17 (14.7)	1 (0.9)	1 (0.9)	4.07 (มาก)
บ้านถวาย	106	38 (35.8)	20 (18.9)	34 (32.1)	12 (11.3)	2 (1.9)	3.75 (มาก)
ปางช้าง	94	41 (43.6)	30 (31.9)	19 (20.2)	2 (2.1)	2 (2.1)	4.13 (มาก)

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และระดับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมใน จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ระดับความพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
ห้วยน้ำดัง	83	21 (25.3)	39 (47.0)	14 (16.9)	4 (4.8)	5 (6.0)	3.81 (มาก)
ห้วยดึ่งเต่า	107	22 (20.6)	37 (34.6)	37 (34.6)	5 (4.7)	6 (5.6)	3.60 (มาก)
อ่างช้าง	97	46 (47.4)	34 (35.1)	14 (3.5)	1 (1.0)	2 (2.1)	4.25 (มาก)
เวียงกุมกาม	87	15 (17.2)	33 (37.9)	34 (39.1)	2 (2.3)	3 (3.4)	3.63 (มาก)
เชียงดาว	64	15 (23.4)	25 (39.1)	13 (20.3)	4 (6.3)	7 (10.9)	3.58 (มาก)
สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์	82	15 (18.3)	37 (45.1)	23 (28.0)	4 (4.9)	3 (3.7)	3.70 (มาก)
น้ำตกแม่สา	95	12 (12.6)	27 (28.4)	25 (26.3)	18 (18.9)	13 (13.7)	3.07 (ปาน กลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>							<b>3.88 (มาก)</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากเรียงลำดับคือ พระตำหนักภูพิงศ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ดอยสุเทพ (วัดพระธาตุดอยสุเทพ) และดอยอินทนนท์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ อ่างช้าง (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปางช้าง (ค่าเฉลี่ย 4.13) วัดพระสิงห์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) น้ำพุร้อนสันกำแพง (ค่าเฉลี่ย 4.07) ถนนคนเดิน และดอยปุย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.97) สวนสัตว์เชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ถนนนิมมานเหมินท์ (ค่าเฉลี่ย 3.93) พืชสวนโลก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ไนท์ซารี และบ่อสร้างเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ห้วยน้ำดัง (ค่าเฉลี่ย 3.81) สวนพฤกษชาติควีนสิริกิติ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) บ้านถวาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) เวียงกุมกาม (ค่าเฉลี่ย 3.63) ห้วยดึ่งเต่า (ค่าเฉลี่ย 3.60) เชียงดาว (ค่าเฉลี่ย 3.58)

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ไนท์บาร์ซ่า (ค่าเฉลี่ย 3.38) และน้ำตกแม่สา (ค่าเฉลี่ย 3.07)



ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาแหล่งข้อมูลของ จังหวัดเชียงใหม่ก่อนการเดินทางมาครั้งนี้

การหาแหล่งข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ก่อนการ เดินทางมาครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน	317	79.3
โทรทัศน์	115	28.8
วิทยุ	6	1.5
สิ่งพิมพ์ (นสพ.นิตยสารทั่วไป)	128	32.0
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	47	11.8
เอกสารแนะนำจาก ททท.	70	17.5
นิตยสารการท่องเที่ยว เช่น อสท.	72	18.0
นิตรสรการการท่องเที่ยว	47	11.8
อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์	58	14.5
เอกสารแนะนำจากบริษัทสายการบิน	2	0.5
อื่นๆ	2	0.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (1 คน) - moohin .com (1 คน)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การหาแหล่งข้อมูลของจังหวัด เชียงใหม่ก่อนการเดินทางมาครั้งนี้คือ คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน ร้อยละ 79.3 รองลงมา สิ่งพิมพ์ (นสพ.นิตยสารทั่วไป) ร้อยละ 32.0 โทรทัศน์ ร้อยละ 28.8 นิตยสารการท่องเที่ยว เช่น อสท. ร้อยละ 18.0 เอกสารแนะนำจาก ททท. ร้อยละ 17.5 อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ ร้อยละ 14.5 คำแนะนำจากบริษัท นำเที่ยว นิตรสรการการท่องเที่ยว เท่ากัน ร้อยละ 11.8 วิทยุ ร้อยละ 1.5 และ เอกสารแนะนำจาก บริษัทสายการบิน อื่นๆ เท่ากัน ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่หาในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่หาในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยว	329	82.3
ที่พัก	211	52.8
ร้านอาหาร	126	31.5
แหล่งบันเทิง	46	11.5
วัฒนธรรม	119	29.8
ประวัติศาสตร์	78	19.5
สภาพภูมิศาสตร์	24	6.0
การคมนาคม	71	17.8
ความปลอดภัย	27	6.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ข้อมูลที่หาในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 82.3 รองลงมา ที่พัก ร้อยละ 52.8 ร้านอาหาร ร้อยละ 31.5 วัฒนธรรม ร้อยละ 29.8 ประวัติศาสตร์ ร้อยละ 19.5 การคมนาคม ร้อยละ 17.8 แหล่งบันเทิง ร้อยละ 11.5 ความปลอดภัย ร้อยละ 6.8 และสภาพภูมิศาสตร์ ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการท่องเที่ยว ในครั้งนี้

การเตรียมการท่องเที่ยวในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ	103	25.8
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก	147	36.8
เดินทางมาเอง มีการวางแผนเดินทางมาอย่างดีมีการจองที่พัก	145	36.3
เดินทางมากับบริษัทนักท่องเที่ยว/แพคเกจของสายการบิน/แพคเกจของที่พัก	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการเตรียมการท่องเที่ยวในครั้งนี้มากที่สุด คือ เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก ร้อยละ 36.8 รองลงมา เดินทางมาเอง มีการวางแผนเดินทางมาอย่างดีมีการจองที่พัก ร้อยละ 36.3 เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ ร้อยละ 25.8 และ เดินทางมากับบริษัทนักท่องเที่ยว / แพคเกจของสายการบิน/แพคเกจของที่พัก ร้อยละ 1.3

## ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรม  
การท่องเที่ยว “ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด”

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญขององค์ประกอบ การท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.25	มาก	3.99	มาก
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมี ความน่าสนใจ	4.05	มาก	3.93	มาก
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่ เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนา ผสานความมี ระดับ (Classing Lanna)	3.89	มาก	3.84	มาก
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างใน จังหวัดเชียงใหม่	4.10	มาก	3.94	มาก
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจ กับนักท่องเที่ยว	4.04	มาก	3.94	มาก
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.61	มาก	4.06	มาก
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย	3.67	มาก	4.01	มาก
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่ง ท่องเที่ยว	3.34	ปานกลาง	3.85	มาก
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.41	ปานกลาง	3.74	มาก
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.58	มาก	3.63	มาก
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.51	มาก	3.70	มาก
อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.46	ปานกลาง	3.85	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.74</b>	<b>มาก</b>	<b>3.87</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 25 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.04) ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนา ผสานความมีระดับ (Classing Lanna) (ค่าเฉลี่ย 3.89) สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.51) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.41) และ ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.34)

สำหรับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยวง่าย อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนา ผสานความมีระดับ (Classing Lanna) (ค่าเฉลี่ย 3.84) ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.74) นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว “ด้าน โรงแรมที่พัก”

ด้านโรงแรมที่พัก	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญขององค์ประกอบ การท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	4.12	มาก	3.88	มาก
โรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท	4.11	มาก	3.75	มาก
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	3.77	มาก	3.98	มาก
สภาพของโรงแรม ที่พัก มีความสะอาดปลอดภัย	3.87	มาก	3.86	มาก
ราคาที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.77	มาก	3.88	มาก
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือ จองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.77	มาก	4.01	มาก
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.52	มาก	3.86	มาก
มีการแนะนำผ่าน อินเทอร์เน็ตหรือ เว็บไซต์	3.49	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง
การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก	4.01	มาก	4.14	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.83</b>	<b>มาก</b>	<b>3.87</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 26 พบว่า ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมากเช่นกัน ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา โรงแรม ที่พัก มีให้เลือก หลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.11) การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.01) สภาพของโรงแรม ที่พัก มีความสะอาด

ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.87) สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ ราคาค่าที่พัก  
 เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือ จองที่พัก หลายช่องทาง และ  
 สะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่  
 รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีการแนะนำผ่าน อินเทอร์เน็ตหรือ เวปบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.49)

สำหรับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้  
 ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานใน  
 โรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือ จองที่พัก หลาย  
 ช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.01) สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย  
 สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับ  
 บริการที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) สภาพของโรงแรม ที่พัก มีความสะอาด ปลอดภัย มีการ  
 โฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) โรงแรม ที่พัก มีให้เลือก หลายแห่ง  
 หลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีการแนะนำผ่าน อินเทอร์เน็ตหรือ เวปบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.46)



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว “ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี”

ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยาม ราตรี	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้ จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญขององค์ประกอบ การท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลาย แห่ง	3.91	มาก	4.10	มาก
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก	3.83	มาก	3.78	มาก
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับ บริการและรสชาติที่ได้รับ	3.80	มาก	4.10	มาก
การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เวปบอร์ด	3.74	มาก	3.75	มาก
การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของ พนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง	3.93	มาก	4.11	มาก
ร้านอาหาร และแหล่ง บันเทิง สะอาด ปลอดภัย	3.65	มาก	4.23	มาก
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์	4.07	มาก	3.97	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85</b>	<b>มาก</b>	<b>4.00</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 27 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหารและ แหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมใน ระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการ ท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็น เอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร หรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.93) ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.91) แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับ บริการและรสชาติที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.80) การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ต ผ่าน



เว็บไซต์/เวปบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.74) และร้านอาหาร และแหล่ง บันเทิง สะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.65)

สำหรับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ร้านอาหาร และแหล่ง บันเทิง สะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.11) ร้านอาหารมีให้เลือกหลากหลายประเภทหลายแห่ง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.10) บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และการแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เวปบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก”

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.66	มาก	3.66	มาก
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.59	มาก	3.66	มาก
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.42	ปานกลาง	4.05	มาก
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็น กันเอง	3.42	ปานกลาง	3.83	มาก
สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย	3.66	มาก	3.98	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.55</b>	<b>มาก</b>	<b>3.84</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 28 พบว่า ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.59) และ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็น กันเอง เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.42)

สำหรับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็น กันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.83) สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว”

ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นทาง่ายมีคุณภาพ	3.54	มาก	3.61	มาก
ความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว	2.81	ปานกลาง	3.59	มาก
ราคาเหมาะสมกับการจัด แพคเกจการท่องเที่ยว	2.82	ปานกลาง	3.55	มาก
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่าย สะดวก	3.53	มาก	3.60	มาก
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ	3.27	ปานกลาง	3.58	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.20</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.59</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 29 พบว่า ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับปานกลาง แต่ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ (ความรู้สึที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่าย สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.53) การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ราคาเหมาะสมกับการจัด แพ็คเกจการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.82) และความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.81)

สำหรับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่าย สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.59) การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และราคาเหมาะสมกับการจัด แพ็คเกจการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว “ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน”

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญของการประกอบ การท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย	4.04	มาก	4.10	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ	4.04	มาก	4.09	มาก
พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลาย ทางเลือก	3.88	มาก	3.99	มาก
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ	3.77	มาก	3.94	มาก
การจราจร	3.51	มาก	3.90	มาก
ปั้มน้ำมันมีเพียงพอ	3.56	มาก	3.85	มาก
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือ และบริการดี	3.35	ปานกลาง	3.90	มาก
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ ราคาเหมาะสม	3.72	มาก	3.68	มาก
ระบบประปา เช่น น้ำสะอาด มีใช้เพียงพอ	3.41	ปานกลาง	4.06	มาก
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ	3.67	มาก	4.06	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.69</b>	<b>มาก</b>	<b>3.96</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 30 พบว่า ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ) ในระดับมาก และ ให้ ความสำคัญต่อองค์ประกอบ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีช่องทางในการติดต่อหา ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ ราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปั้มน้ำมันมี

เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การจราจร (ค่าเฉลี่ย 3.51) ระบบประปา เช่น น้ำสะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดี (ค่าเฉลี่ย 3.31)

สำหรับความสำคัญขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ระบบประปา เช่น น้ำสะอาด มีใช้เพียงพอ มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดี (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปั่นน้ำมันมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจราจร (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ ราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยสรุปลักษณะระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว	ความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้ จากการท่องเที่ยว)		ความสำคัญขององค์ประกอบ การท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	3.74	มาก	3.87	มาก
ด้าน โรงแรมที่พัก	3.83	มาก	3.87	มาก
ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยาม ราตรี	3.85	มาก	4.00	มาก
ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ ระลึก	3.55	มาก	3.84	มาก
ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.20	ปานกลาง	3.59	มาก
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.69	มาก	3.96	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ย ในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ด้านโรงแรมที่พัก ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน และ ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ส่วนด้าน ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับระดับความสำคัญอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกองค์ประกอบในระดับมาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่

ความพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมากที่สุด	38	9.5
พอใจมาก	336	84.0
พอใจปานกลาง	26	6.5
พอใจน้อย	0	0.0
พอใจน้อยที่สุด	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>4.03</b>	<b>ระดับมาก</b>

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ คือ พอดีมาก ร้อยละ 84.0 รองลงมา พอดีมากที่สุด ร้อยละ 9.5 พอดีปานกลาง ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การจะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาอีกแน่นอน	313	78.3
ยังไม่แน่ใจ	87	21.8
ไม่กลับมาอีกแน่นอน	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: กลับมาอีกแน่นอน เพราะ ชอบและประทับใจ

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ กลับมาอีกแน่นอน ร้อยละ 78.3 รองลงมา ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 21.8



สำหรับผู้ที่จะกลับมาเที่ยวอีกแน่นอน มีเหตุผล คือ ชอบและประทับใจ อยากมาเที่ยว  
อีก ชอบบรรยากาศ มีญาติอยู่เชียงใหม่ และเชียงใหม่มีสิ่งที่น่าสนใจอีกมากมาย และสามารถทำ  
ธุรกิจได้

สำหรับผู้ที่ตอบยังไม่แน่ใจเหตุผลคือ เนื่องจากต้องทำงาน เรียนหนังสือ และไม่ค่อย  
มีเวลามาท่องเที่ยว

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจะบอกต่อ หรือ Post  
net

การจะบอกต่อ หรือ Post net	จำนวน	ร้อยละ
จะบอกต่อ แนะนำให้เพื่อน/ญาติให้มาเที่ยวแน่นอน	312	78.0
จะนำไป post แนะนำใน internet แน่นอน	65	16.3
ไม่แนะนำ	23	5.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: ไม่แนะนำ เพราะคิดว่าคนมาเที่ยวก็รู้กันอยู่แล้ว

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จะบอกต่อ หรือ Post net ส่วนใหญ่ คือ จะ  
บอกต่อ แนะนำให้เพื่อน/ญาติให้มาเที่ยวแน่นอน ร้อยละ 78.0 รองลงมา จะนำไป post แนะนำใน  
internet แน่นอน ร้อยละ 16.8 และไม่แนะนำ ร้อยละ 5.8



ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่  
จำแนกตามอายุ ภูมิภาค และรายได้

4.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด  
เชียงใหม่ จำแนกอายุ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน  
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามอายุ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=71	n=174	n=101	n=54	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)	4.28 (มาก)	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมี ความน่าสนใจ	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)	4.11 (มาก)	3.81 (มาก)	4.05 (มาก)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็น แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสมผสานความมีระดับ (Classing Lanna)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของ สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้างในจังหวัด เชียงใหม่	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.16 (มาก)	3.98 (มาก)	4.10 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีความ ใจกับนักท่องเที่ยว	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ง่าย	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.61 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่ง ท่องเที่ยวได้ง่าย	3.20 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว  
“ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามอายุ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=71	n=174	n=101	n=54	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.31 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.34 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.34 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.51 (มาก)
อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.31 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.64 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>

จากตารางที่ 35 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่ง  
ดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวม  
ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จาก  
การท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม  
ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ความสวยงาม ความมี  
เอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ วัฒนธรรมและ  
สังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ  
ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมี  
ความน่าสนใจ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่

เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามอายุ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความสำคัญ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=71	n=174	n=101	n=54	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.99 (มาก)	4.13 (มาก)	3.73 (มาก)	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ	3.89 (มาก)	4.05 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสมผสานความมีระดับ (Classing Lanna)	3.82 (มาก)	3.99 (มาก)	3.69 (มาก)	3.63 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีความใจกับนักท่องเที่ยว	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	4.01 (มาก)
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยว	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.74 (มาก)	3.85 (มาก)
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.65 (มาก)	3.55 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)
อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
โรงแรมที่พัก” จำแนกตามอายุ

ด้านโรงแรมที่พัก (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=31	n=77	n=44	n=29	n=181
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม	4.35 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลาย ประเภท	4.23 (มาก)	4.16 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ	3.97 (มาก)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)
สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาด ปลอดภัย	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่ พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.90 (มาก)	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.58 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ เว็บบอร์ด	3.58 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.66 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงาน ในโรงแรม ที่พัก	4.19 (มาก)	3.77 (มาก)	4.41 (มาก)	3.86 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>

จากตารางที่ 37 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก  
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมใน  
ระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
โรงแรมที่พัก” จำแนกตามอายุ

ด้านโรงแรมที่พัก (ความสำคัญ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=31	n=77	n=44	n=29	n=181
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)
โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลาย ประเภท	3.84 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวก เมื่อต้องการ	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	3.98 (มาก)
สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาด ปลอดภัย	3.58 (มาก)	4.01 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือ จองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ รู้จัก	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือ เวปบอร์ด	3.45 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
การบริการสุภาพเป็นกันเองของ พนักงานในโรงแรม ที่พัก	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน โรงแรมที่พัก  
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับ  
มาก



ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน  
ร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี จำแนกตามอายุ

“ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิง ยามราตรี” (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=46	n=113	n=68	n=33	n=260
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลาย แห่ง	3.83 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก	3.70 (มาก)	3.99 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับ บริการและรสชาติที่ได้รับ	3.65 (มาก)	3.98 (มาก)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)	3.80 (มาก)
การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเตอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด	3.72 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)
การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของ พนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง	3.83 (มาก)	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)
ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.65 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์	4.15 (มาก)	3.95 (มาก)	4.28 (มาก)	3.94 (มาก)	4.07 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน ร้านอาหารและ  
แหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการ  
ท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่  
ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความ  
สวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง การ

บริการ ความสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การบริการ ความสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา การบริการ ความสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.99) และร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา การบริการ ความสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.82) และร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน  
ร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี จำแนกตามอายุ

ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี (ความสำคัญ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=46	n=113	n=68	n=33	n=260
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลาย แห่ง	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับ บริการและรสชาติที่ได้รับ	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)
การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของ พนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	3.97 (มาก)	4.11 (มาก)
ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย	4.17 (มาก)	4.30 (มาก)	4.31 (มาก)	3.94 (มาก)	4.23 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์	3.93 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>4.03 (มาก)</b>	<b>4.04 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>

จากตารางที่ 40 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและ  
แหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด  
ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.07)  
และ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.16) และ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.16) และราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) และบรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามอายุ

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=39	n=108	n=50	n=34	n=231
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.50 (มาก)	3.61 (มาก)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	3.32 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย	3.57 (มาก)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)	3.66 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.43 (ปานกลาง)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>

จากตารางที่ 41 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่รับรู้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่รับรู้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือสภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมา สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ

(ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.66) และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.54)



ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามอายุ

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก (ความสำคัญ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=39	n=108	n=50	n=34	n=231
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่ง สวยงาม น่าสนใจ	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.66 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.93 (มาก)	4.13 (มาก)	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	3.73 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)
สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความ สะอาดปลอดภัย	3.84 (มาก)	4.04 (มาก)	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.90 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.93 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>

จากตารางที่ 42 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกอายุ ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ  
ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาด  
ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ  
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ  
ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย  
4.11) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ  
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้าน  
บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=14	n=42	n=13	n=16	n=85
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มี กิจกรรมการท่องเที่ยว	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว	3.21 (ปานกลาง)	2.31 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว	3.21 (ปานกลาง)	2.33 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทาง ง่ายสะดวก	3.29 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ	3.14 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.30</b> (ปานกลาง)	<b>3.10</b> (ปานกลาง)	<b>3.45</b> (ปานกลาง)	<b>3.16</b> (ปานกลาง)	<b>3.20</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน ร้านบริษัทนำ  
เที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุมีความพึงพอใจ  
(ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่  
ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหา  
ง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลาย  
ช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.29) และความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการ  
จัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก  
(ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว

(ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทาง ง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการ ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้าน  
บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ความสำคัญ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=14	n=42	n=13	n=16	n=85
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)
ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลาย ช่องทางง่ายสะดวก	3.58 (มาก)	3.69 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.60 (มาก)
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.22 (ปานกลาง)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านบริษัทนำเที่ยว  
หรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี 21- 30 ปี  
และ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้  
ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบ  
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าสนใจของกิจกรรม  
ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.60) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก  
(ค่าเฉลี่ย 3.58) และ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ราคา  
เหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย  
3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.74) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และ ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.31) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.23) และ ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน  
โครงสร้างพื้นฐาน จำแนกตามอายุ

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ความพึงพอใจ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=71	n=174	n=101	n=54	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า สาธารณะมีเพียงพอ	4.20 (มาก)	3.95 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มี หลายทางเลือก	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)	4.01 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)
การจราจร	3.49 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ปั้มน้ำมันมีเพียงพอ	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือ และบริการดี	3.35 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ ราคาเหมาะสม	3.77 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)
ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.66 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 45 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน โครงสร้าง  
พื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) โดยรวมใน  
ระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอราคาเหมาะสม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.72)



ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน  
โครงสร้างพื้นฐาน จำแนกตามอายุ

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ความสำคัญ)	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	n=71	n=174	n=101	n=54	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้า ที่ทันสมัย	4.07 (มาก)	4.10 (มาก)	4.22 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถ สาธารณะมีเพียงพอ	3.99 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)
พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มี หลายทางเลือก	3.93 (มาก)	4.01 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ	3.85 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)
การจราจร	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)
ปิ่นน้ำมีเพียงพอ	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือ และบริการดี	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอราคา เหมาะสม	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)
ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.03 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.91 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>



จากตารางที่ 46 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และมีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40ปี ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ดำรง/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดี (ค่าเฉลี่ย 3.96)

### 3.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามภูมิลำเนา

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความพึงพอใจ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	รวม
	n=50	n=174	n=69	n=55	n=55	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.28 (มาก)	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	4.22 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนใน ท้องถิ่นมีความน่าสนใจ	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่า เชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรม ล้านนาผสมความมีระดับ (Classing Lanna)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง ในจังหวัดเชียงใหม่	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)	4.09 (มาก)	4.22 (มาก)	4.10 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตร และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	4.22 (มาก)	4.04 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่ง เที่ยวง่าย	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.61 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความ สะอาดปลอดภัย	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หา แหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.34 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของ แหล่งท่องเที่ยว	3.40 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว  
“ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่ง ดึงดูด (ความพึงพอใจ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=50	n=174	n=69	n=55	n=55	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.52 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.51 (มาก)
อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.52 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.75 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>

จากตารางที่ 47 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนามีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำเภอลำปางได้ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำเภอดอยสะเก็ดมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำเภอดอยหล่อมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามภูมิภาค

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความสำคัญ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=50	n=174	n=69	n=55	n=55	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นที่น่าสนใจ	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาผสมความมีระดับ (Classing Lanna)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.06 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	4.24 (มาก)	4.01 (มาก)
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยว	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.85 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.73 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.58 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความสำคัญ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=50	n=174	n=69	n=55	n=55	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)
อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 48 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนาให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคนอกให้มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้มีความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.05)



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
โรงแรมที่พัก” จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านโรงแรมที่พัก (ความพึงพอใจ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=22	n=74	n=37	n=27	n=21	n=181
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)	4.15 (มาก)	3.86 (มาก)	4.12 (มาก)
โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลาย แห่งหลายประเภท	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.19 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)
สภาพของโรงแรมที่พักมี ความสะอาดปลอดภัย	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อ สอบถามหรือจองที่พักหลาย ช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่รู้จัก	3.55 (มาก)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเวปบอร์ด	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
การบริการสุภาพเป็นกันเอง ของพนักงานในโรงแรม ที่ พัก	4.05 (มาก)	3.99 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.77 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>



จากตารางที่ 49 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนามีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.07) และสภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
โรงแรมที่พัก” จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านโรงแรมที่พัก (ความสำคัญ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=22	n=74	n=37	n=27	n=21	n=181
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.88 (มาก)
โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลาย แห่งหลายประเภท	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)
สภาพของโรงแรมที่พักมี ความสะอาดปลอดภัย	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	4.29 (มาก)	3.86 (มาก)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	4.19 (มาก)	3.88 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อ สอบถามหรือจองที่พักหลาย ช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	4.05 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการแนะนำผ่าน อินเทอร์เน็ตหรือเวปบอร์ด	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
การบริการสุภาพเป็นกันเอง ของพนักงานในโรงแรม ที่ พัก	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.43 (มาก)	4.14 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 50 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนาให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) และโรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี” จำแนกตามภูมิลำเนา

“ด้านร้านอาหารและแหล่ง บันเทิงยามราตรี” (ความพึงพอใจ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=33	n=109	n=49	n=40	n=29	n=260
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลาย ประเภทหลายแห่ง	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลาย แห่งให้เลือก	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและรสชาติ ที่ได้รับ	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)
การแนะนำร้านอาหารและ แหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ตผ่าน เว็บไซต์/เวปบอร์ด	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.74 (มาก)
การบริการ ความสุภาพเป็น กันเองของพนักงานใน ร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)
ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิง สะอาด ปลอดภัย	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมี ความสวยงามเป็นเอกลักษณ์	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.10 (มาก)	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.82 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 51 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกภูมิลำเนา มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง การบริการ ความสภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และแหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคกลาง มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา การบริการ ความสภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.92) และร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคใต้ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง การบริการ ความสภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และแหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออก มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การบริการ ความสภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.93) และร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การบริการ ความสภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.03) และร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี” จำแนกตามภูมิภาค

“ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิง ยามราตรี” (ความสำคัญ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=33	n=109	n=49	n=40	n=29	n=260
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.17 (มาก)	4.10 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่ง ให้เลือก	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสม กับบริการและรสชาติที่ได้รับ	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.10 (มาก)
การแนะนำร้านอาหารและแหล่ง บันเทิง อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/ เวปบอร์ด	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)
การบริการ ความสุภาพเป็นกันเอง ของพนักงานในร้านอาหารหรือ แหล่งบันเทิง	4.12 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)	4.28 (มาก)	4.11 (มาก)
ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิง สะอาด ปลอดภัย	4.27 (มาก)	4.23 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความ สวยงามเป็นเอกลักษณ์	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	4.10 (มาก)	3.97 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>4.12 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>

จากตารางที่ 52 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา



ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก” จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก (ความพึงพอใจ)	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=29	n=98	n=42	n=28	n=34	n=231
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	3.68 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.97 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.57 (มาก)</b>	<b>3.53 (มาก)</b>	<b>3.50 (มาก)</b>	<b>3.48 (ปานกลาง)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>

จากตารางที่ 53 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ มีความพึงพอใจ



(ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลางคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคกลาง มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคใต้ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออก มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.55) และ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก” จำแนกตามภูมิภาค

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและ ของที่ระลึก” (ความสำคัญ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=29	n=98	n=42	n=28	n=34	n=231
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความ หลากหลาย	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.79 (มาก)	3.66 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)	3.84 (มาก)	4.29 (มาก)	4.05 (มาก)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	4.11 (มาก)	3.83 (มาก)
สภาพของร้านฯ หรือแหล่ง จำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	4.32 (มาก)	3.98 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>

จากตารางที่ 54พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคกลาง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา สภาพของร้านฯหรือแหล่ง

จำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคนาภาคใต้ ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.87) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคนาภาคตะวันออกให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
ร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว” จำแนกตามภูมิภาค

“ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือ ธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว” (ความพึงพอใจ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=11	n=36	n=19	n=13	n=6	n=85
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)
ความน่าสนใจของกิจกรรม ท่องเที่ยว	2.73 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับการจัด แพ็คเกจการท่องเที่ยว	2.82 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อ สอบถามหลายช่องทางง่าย สะดวก	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ ประทับใจ	3.27 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.18 (ปานกลาง)</b>	<b>3.18 (ปานกลาง)</b>	<b>3.23 (ปานกลาง)</b>	<b>3.22 (ปานกลาง)</b>	<b>3.17 (ปานกลาง)</b>	<b>3.20 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 55 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน ร้านบริษัทนำ  
เที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคมีความพึง  
พอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึก  
ที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหา  
ง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางสะดวก เท่ากัน  
(ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมา มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับ ปาน

กลางคือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.27) และ ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมามีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลางคือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.28) และ ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมามีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.46) และการให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมามีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลางคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้าน  
บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว” จำแนกตามภูมิภาค

“ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือ ธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว” (ความสำคัญ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	รวม
	n=11	n=36	n=19	n=13	n=6	n=85
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ ท้องถิ่นทาง่าย มีกิจกรรมการ ท่องเที่ยว	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)
ความน่าสนใจของกิจกรรม ท่องเที่ยว	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับการจัด แพ็คเกจการท่องเที่ยว	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.55 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อ สอบถามหลายช่องทางง่าย สะดวก	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ ประทับใจ	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.67 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>	<b>3.37 (ปานกลาง)</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>

จากตารางที่ 56 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน ร้านบริษัทนำเที่ยว  
หรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคภาคเหนือ ภาคกลาง  
ภาคใต้และภาคตะวันออกให้ความสำคัญ โดยรวมในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคภาคเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก การให้บริการ  
ของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหา



ง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำนาจกลาง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำนาจใต้ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และ ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำนาจตะวันออก ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.46) รองลงมา ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิอำนาจตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.70) และ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.68)



ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านโครงสร้างพื้นฐาน” จำแนกตามภูมิภาค

“ด้านโครงสร้างพื้นฐาน” (ความพึงพอใจ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=50	n=171	n=69	n=55	n=55	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย	4.06 (มาก)	4.07 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถ เช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
พาหนะในการเดินทางมายังเขีย งใหม่มีหลายทางเลือก	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหา ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจาก หน่วยงานราชการ	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)
การจราจร	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.51 (มาก)
ปั้มน้ำมันมีเพียงพอ	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.56 (มาก)
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ ความช่วยเหลือและบริการดี	3.32 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ เพียงพอราคาเหมาะสม	3.70 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)
ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มี ใช้เพียงพอ	3.38 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่ น่าเชื่อถือ	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.53 (มาก)	3.87 (มาก)	3.67 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.71 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.62 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 57 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคมีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคกลาง มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคใต้ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออก มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้รับจากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านโครงสร้างพื้นฐาน” จำแนกตามภูมิภาค

“ด้านโครงสร้างพื้นฐาน” (ความสำคัญ)	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=50	n=171	n=69	n=55	n=55	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย	4.12 (มาก)	4.10 (มาก)	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	4.10 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถ เช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)
พาหนะในการเดินทางมายังเขีย งใหม่มีหลายทางเลือก	3.98 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)	3.89 (มาก)	4.13 (มาก)	3.99 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหา ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจาก หน่วยงานราชการ	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)
การจราจร	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	4.02 (มาก)	3.90 (มาก)
ปั้มน้ำมันมีเพียงพอ	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ ความช่วยเหลือและบริการดี	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ เพียงพอราคาเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)
ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มี ใช้เพียงพอ	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	3.98 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่ น่าเชื่อถือ	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.94 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>4.05 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>

จากตารางที่ 58 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคกลาง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคใต้ ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออก ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

### 3.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามรายได้

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมี ความน่าสนใจ	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็น แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผาสานความมีระดับ (Classing Lanna)	3.94 (มาก)	3.79 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัด เชียงใหม่	4.09 (มาก)	3.94 (มาก)	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจ กับนักท่องเที่ยว	4.02 (มาก)	3.87 (มาก)	4.22 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่ง ท่องเที่ยวว่าง่าย	3.36 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.36 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.72 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.46 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.51 (มาก)

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว  
“ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามรายได้

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>	<b>3.72 (มาก)</b>	<b>3.74 (มาก)</b>

จากตารางที่ 59 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา วัฒนธรรม และสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.96) และ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและ

มีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความ  
น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึที่ได้จาก  
การท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม  
ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความสวยงาม ความมี  
เอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ วัฒนธรรมและ  
สังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับ  
นักท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด” จำแนกตามรายได้

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด (ความสำคัญ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมี ความน่าสนใจ	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)
ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็น แหล่งวัฒนธรรมล้านนาผาสานความมีระดับ (Classing Lanna)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)
ความสวยงาม ความมีเอกลักษณ์ของ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัด เชียงใหม่	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	4.01 (มาก)	3.94 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจ กับนักท่องเที่ยว	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	4.06 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	4.01 (มาก)
มีป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่ง ท่องเที่ยวง่าย	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)
ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.72 (มาก)	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)
อากาศในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีมลภาวะ	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมี ค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความ น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับ มากลำดับแรกคือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ผู้คนในแหล่ง ท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความ สะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของ ธรรมชาติ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งเที่ยวง่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา สภาพแหล่ง ท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้างในจังหวัด เชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านโรงแรมที่พัก” จำแนกตามรายได้

ด้านโรงแรมที่พัก (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=44	n=33	n=59	n=45	n=181
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)
โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลาย ประเภท	4.14 (มาก)	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อ ต้องการ	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)
สภาพของโรงแรมที่พักมีความสะอาด ปลอดภัย	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่ พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือเวปบอร์ด	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.88 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.83 (มาก)</b>

จากตารางที่ 61 พบว่า องค์กรประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรมที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
โรงแรมที่พัก” จำแนกตามรายได้

ด้านโรงแรมที่พัก (ความสำคัญ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=44	n=33	n=59	n=45	n =181
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
โรงแรมที่พักมีให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท	3.73 (มาก)	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)
สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)
สภาพของ โรงแรมที่พักมีความสะอาดปลอดภัย	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	3.86 (มาก)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ตหรือเวปบอร์ด	3.45 (ปาน กลาง)	3.61 (มาก)	3.34 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	3.46 (ปาน กลาง)
การบริการสุภาพเป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก	4.16 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.14 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.86 (มาก)</b>	<b>3.87 (มาก)</b>

จากตารางที่ 62 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้าน โรงแรมที่พัก  
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ โรงแรมที่พัก มีเอกลักษณ์สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.1 2) รองลงมา สามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การบริการสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง และสะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.02) และสามารถหาห้องพัก/ที่พักได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี” จำแนกตามรายได้

ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=66	n=49	n=82	n=63	n =260
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับ บริการและรสชาติที่ได้รับ	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)
การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเตอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/เวปบอร์ด	3.74 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)
การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของ พนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)
ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.65 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)	4.21 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.81 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>

จากตารางที่ 63 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของ



พนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.92) และ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/เวปบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.90) และการบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี” จำแนกตามรายได้

ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี (ความสำคัญ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=66	n=49	n=82	n=63	n=260
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.08 (มาก)
แหล่งบันเทิงกลางคืนมีหลายแห่งให้เลือก	3.79 (มาก)	3.65 (มาก)	3.85 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับ บริการและรสชาติที่ได้รับ	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.03 (มาก)	4.10 (มาก)
การแนะนำร้านอาหารและแหล่งบันเทิง อินเตอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์/เวปบอร์ด	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	3.75 (มาก)
การบริการ ความสุขภาพเป็นกันเองของ พนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง	4.12 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.11 (มาก)
ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย	4.24 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.23 (มาก)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	3.97 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>4.01 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>4.06 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>	<b>4.00 (มาก)</b>

จากตารางที่ 64 พบว่า องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา การบริการ ความสุขภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ ร้านอาหาร มีให้เลือกหลายประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับ มากลำดับแรกคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา การบริการ ความสุภาพเป็น กันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือแหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ ร้านอาหารมีให้เลือกหลาย ประเภทหลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ ร้านอาหาร และ แหล่งบันเทิงสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ การบริการ ความสุภาพเป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหารหรือ แหล่งบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก” จำแนกตามรายได้

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่ง สวยงาม น่าสนใจ	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)	3.66 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.60 (มาก)	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.37 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	3.37 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความ สะอาดปลอดภัย	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.52 (มาก)</b>	<b>3.63 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.51 (มาก)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>

จากตารางที่ 65 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.62) และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย สภาพของร้านฯ

หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) รองลงมา สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และมีความพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก” จำแนกตามรายได้

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก (ความสำคัญ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n =400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	3.80 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)
สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาด ปลอดภัย	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.78 (มาก)</b>	<b>3.89 (มาก)</b>	<b>3.85 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>	<b>3.84 (มาก)</b>

จากตารางที่ 66 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.07) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา สภาพของร้านฯ หรือแหล่งจำหน่ายมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.83)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้าน  
ร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว” จำแนกตามรายได้

ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=20	n=19	n=22	n=24	n=85
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.65 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว	2.75 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว	2.75 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.64 (มาก)	2.83 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลาย ช่องทางง่ายสะดวก	3.60 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ	3.30 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.21 (ปานกลาง)</b>	<b>3.19 (ปานกลาง)</b>	<b>3.20 (ปานกลาง)</b>	<b>3.18 (ปานกลาง)</b>	<b>3.20 (ปานกลาง)</b>

จากตารางที่ 67 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านบริษัทนำเที่ยว  
หรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ  
(ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจ  
(ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือ  
มัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อ  
สอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีความพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการ  
ท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ มีความพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มี  
ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทาง ง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.32) และ ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทาง ง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีความพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทาง ง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมา มีความพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านร้าน  
บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว” จำแนกตามรายได้

ด้านร้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (ความสำคัญ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=20	n=19	n=22	n=24	n =85
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)
ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการ ท่องเที่ยว	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.55 (มาก)	3.58 (มาก)	3.55 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลาย ช่องทางง่ายสะดวก	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)
การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ	3.55 (มาก)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.55 (มาก)</b>	<b>3.54 (มาก)</b>	<b>3.65 (มาก)</b>	<b>3.60 (มาก)</b>	<b>3.59 (มาก)</b>

จากตารางที่ 68 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านร้านบริษัทนำเที่ยว  
หรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญ  
โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา  
บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัด  
แพ็คเกจการท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก การให้บริการของ  
มัคคุเทศก์ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก  
ลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวกการให้บริการของมัคคุเทศก์

ที่ประทับใจ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.53) และมีให้ความสำคัญ ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหาง่าย มีกิจกรรมการท่องเที่ยว มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทางง่ายสะดวก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านโครงสร้างพื้นฐาน” จำแนกตามรายได้

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ความพึงพอใจ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000-000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.04 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)
พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)
การจราจร	3.51 (มาก)	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)
ปั้มน้ำมันมีเพียงพอ	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.58 (มาก)	3.56 (มาก)
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดี	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอราคาเหมาะสม	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)
ระบบประปา เช่น น้ำสะอาด มีใช้เพียงพอ	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น้ำเชื่อถือ	3.65 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.70 (มาก)</b>	<b>3.69 (มาก)</b>

จากตารางที่ 69 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจ (ความรู้สึกที่ได้จากการท่องเที่ยว) มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.02) และพาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลายทางเลือก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านโครงสร้างพื้นฐาน” จำแนกตามรายได้

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (ความสำคัญ)	รายได้				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000- 000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	รวม
	n=98	n=77	n=122	n=103	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)	4.16 (มาก)	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)
สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า สาธารณะมีเพียงพอ	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)
พาหนะในการเดินทางมายังเชียงใหม่มีหลาย ทางเลือก	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่ง ท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	4.12 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)
การจราจร	3.85 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)	3.90 (มาก)
ปั้มน้ำมันมีเพียงพอ	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)
ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและ บริการดี	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)	3.99 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอราคา เหมาะสม	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)
ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)
มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>3.92 (มาก)</b>	<b>4.02 (มาก)</b>	<b>3.95 (มาก)</b>	<b>3.96 (มาก)</b>



จากตารางที่ 70 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากหน่วยงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ระบบประปา เช่น น้ำ สะอาด มีใช้เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ มีสถานพยาบาลเบื้องต้นที่น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) และความเจริญด้านวัตถุของเมือง เช่น ศูนย์การค้าที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.05)

#### ส่วนที่ 4 ปัญหา ที่พบในการท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว

ปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	214	53.5
อากาศไม่บริสุทธิ์มีหมอกควัน	202	50.5
สภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบไม่สวยงาม	83	20.8
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อความต้องการ อาทิที่จอดรถ ห้องสุขา	175	43.8
ค่าโดยสารรถสี่ล้อแดงแพง	236	59.0
คนท้องถิ่น ไม่นิยมพูดภาษาพื้นเมือง	86	21.5
จำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป	129	32.3
ค่าบริการนำเที่ยวมีราคาแพง	169	42.3
คุณภาพของไกด์ท้องถิ่นยังไม่ดีพอ	129	32.3
การหลอกลวงนักท่องเที่ยว	145	36.3
ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว	112	28.0

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบ ปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ค่าโดยสารรถสี่ล้อแดงแพง ร้อยละ 59.0 รองลงมา ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 53.5 อากาศไม่บริสุทธิ์มีหมอกควัน ร้อยละ 50.5 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อความต้องการ อาทิที่จอดรถ ห้องสุขา ร้อยละ 43.8 ค่าบริการนำเที่ยวมีราคาแพง ร้อยละ 42.3 การหลอกลวงนักท่องเที่ยว ร้อยละ 36.3 จำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป คุณภาพของไกด์ท้องถิ่นยังไม่ดีพอ เท่ากัน ร้อยละ 32.3 ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 28.0 คนท้องถิ่น ไม่นิยมพูดภาษาพื้นเมือง ร้อยละ 21.5 และสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบไม่สวยงาม ร้อยละ 20.8