



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ A Study of the Behavior of Tourists Visiting Chiang Mai Province

Xiang xiao¹, วีระ วีระโสภณ²

s64563828010@ssru.ac.th¹, weera.we@ssru.ac.th²

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ
วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 200 ชุด ได้ดังนี้ เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในช่วง 1 ปีที่จังหวัดเชียงใหม่ 3 - 6 ครั้งต่อปี และส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีจุดประสงค์หลัก คือ พักผ่อนหรือท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับเพื่อนมากที่สุด นักท่องเที่ยวมักจะมีระยะเวลาเกี่ยวกับการเข้าพักในแต่ละครั้งเป็นจำนวน 2 คืน และมักจะจองการใช้บริการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ OTA (online travel agent) มักจะเดินทางโดยเดินทางทางอากาศและชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปจากช่องทาง Facebook มีค่าใช้จ่ายประมาณ 5,000 - 10,000 บาท ต่อคน จากการวิจัยพบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทุกคนอยากกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง

คำสำคัญ: พฤติกรรม, จังหวัดเชียงใหม่, นักท่องเที่ยว

Abstract

The objective of this research was to study the behavior of tourists traveling to Chiang Mai Province. Research results "Study on tourist behavior in traveling in Chiang Mai Province" by using online questionnaires as a data collection tool. with a chain sampling method. A total



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

of 200 data can be collected as follows: Gender It was found that most of the respondents were female, aged 21-30 years. Most of the respondents had a bachelor's degree. Occupational employee of a private company Monthly income found that most of them had monthly income of 10,001 - 20,000 baht. The results of the analysis of information about the behavior of tourists visiting Chiang Mai Most of the respondents during a year visited Chiang Mai 3 – 6 times a year and most of them traveled to Chiang Mai with the main purpose of vacationing or traveling. Tourists tend to have travel behaviors, most of which come to visit Chiang Mai with their friends the most. Tourists usually have a length of stay about 2 nights at a time and often book their visit to Chiang Mai through online channels. OTA (online travel agent) often travel by air and prefer to travel. famous tourist attractions. Most of them travel to Doi Inthanon National Park. Getting to know Chiang Mai's tourist attractions by knowing the attractions you want to go through Facebook costs about 5,000 - 10,000 baht per person. According to research. After tourists come to Chiang Mai All tourists want to come back to visit Chiang Mai again.

Keywords: Behavior, Chiang Mai Province, Tourists

บทนำ

เนื่องจากการท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้นในสังคมโลกและยิ่งมากขึ้นในชุมชนท้องถิ่นเมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายอาณาเขตของกิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้าใกล้วิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการเติบโตในทิศทางบวก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมแห่งความหวัง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น ๆ และมีความสำคัญโดยตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อันส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศดีขึ้น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแม้ว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น มีการลงทุนและสร้างรายได้เข้าประเทศ แต่ก็ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต ของสถานที่นั้น ๆ หากไม่มีการจัดการที่ดี (Tourism Authority of Thailand)

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศประมาณ 39.8 ล้านคน ส่วนนักท่องเที่ยวไทยเดินทางราว 172 ล้านคน/ครั้ง แต่หลังจากเข้าสู่ยุคโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเดินทางได้ การท่องเที่ยวในระดับประเทศจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น มุ่งสู่การท่องเที่ยว



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

มูลค่าสูง (high value tourism) ใน 3 เรื่อง ทั้งมีมูลค่าสูงในเรื่องของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยอยู่บนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีปริมาณนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม (Sirarom 2564)

จังหวัดเชียงใหม่แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 25 อำเภอ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2021) เชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีสถานที่ท่องเที่ยวในหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในหลายๆ รูปแบบ ทั้งวัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถาน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงอาหารพื้นถิ่นของภาคเหนือที่น่ารับประทานและเป็นที่ยอมรับของคนไทยทั่วประเทศ เช่น ข้าวซอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว น้ำพริกหนุ่ม และแกงฮังเล เป็นต้น จังหวัดเชียงใหม่ ยังเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของภาคเหนืออีกด้วย ผลิตภัณฑ์จังหวัด (GPP) ของจังหวัดเชียงใหม่มีมูลค่าเท่ากับ 259,026 ล้านบาท ซึ่งเป็นมูลค่าสูงสุดของจังหวัดการเกษตร 209,206 ล้านบาท

อย่างไรก็ดี สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ก็ได้ส่งผลกระทบต่อจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะภาคบริการ สังเกตได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง โดยก่อนการระบาดของโรคโควิด 19 ระลอกที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่สูงสุดอยู่ที่ 1,166,487 คนในเดือนธันวาคม 2562 ต่อมาเมื่อมีการระบาดของโรคโควิด 19 ระลอกหนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ลดลงอย่างมาก โดยต่ำที่สุดอยู่ที่ 2,707 คนในเดือนเมษายน 2563 ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นอย่างมาก โดยจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้ติดเชื้อจำนวนมากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว (นรพัชร อัครวัลลภและกานต์ แจ้จัดใจ 2564)

ในส่วนของนโยบายภาครัฐที่จะช่วยผลักดันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้ 2 ส่วน อันดับแรก คือ นโยบายจากส่วนจังหวัดและท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการช่วยกันร่วมมือกันผลักดันและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดมาโดยตลอด รวมไปถึง ททท. สำนักงานเชียงใหม่ ก็ได้มีส่วนในการช่วยประชาสัมพันธ์ และจัดงานโปรโมตการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มาโดยตลอด ในระยะเวลาอันใกล้นี้ จังหวัดเชียงใหม่กำลังจะมีงานเทศกาลใหญ่ คือ ประเพณีฮีเป้ง โดยมีองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ เป็นประธานจัดงาน และงานตกแต่งเมืองเชียงใหม่ จัดโดยเทศบาลเมืองเชียงใหม่ และอีกส่วนหนึ่งคือ นโยบายจากส่วนภาครัฐส่วนกลาง ได้แก่ “โครงการเราเที่ยวด้วยกัน” เป็นโครงการที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจและเข้าร่วมเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับการลงทะเบียนของผู้ประกอบการ ซึ่งทางหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้มีการได้เข้าไปช่วยเหลือและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าร่วมแล้ว (นรพัชร อัครวัลลภและกานต์ แจ้จัดใจ 2564)

จากที่กล่าวมาข้างผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรให้มีศักยภาพมากขึ้นต่อเนื่องในอนาคต



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ คือ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่นี้ ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) แบบระบุตัวตนด้วยการใส่ชื่ออีเมลของผู้ตอบ สอบถามถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรของการศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย ระหว่างพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2565

2. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่นี้ จะประเมินขนาดของกลุ่มตัวอย่างและกำหนดอัตราส่วน (ปานฤทัย แห่งพุ่ม และ วีระ วีระโสภณ 2019) โดยการศึกษาครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ

3. เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลลักษณะทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผลการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง สามารถสรุปการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการรวบรวมข้อมูล เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 63 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 37 อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ มากกว่า 40 ปีคิดเป็นร้อยละ 12 อายุ 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 16-20 ปีคิดเป็นร้อยละ 8 อายุต่ำกว่า 15 ปีคิดเป็นร้อยละ 1 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมา คือ ปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 16 และต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 12 ปริญญาเอกคิดเป็นร้อยละ 5 อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา คือ ประกอบอาชีพอิสระคิดเป็นร้อยละ 24 พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 17 นักเรียน หรือนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 12 เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 9 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 6 ประกอบอาชีพอื่น ๆ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

คิดเป็นร้อยละ 2 รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 48 รายได้ต่อเดือน 20,001- 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 25 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 13 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 8 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 6

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความถี่ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สามารถอธิบายได้ ดังนี้ ความถี่ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในช่วง 1 ปีที่จังหวัดเชียงใหม่ 3 - 6 ครั้งต่อปีเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ เดินทางมาใช้ท่องเที่ยว 1 ครั้งต่อปีซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ เดินทางมาใช้ท่องเที่ยวมากกว่า 9 ครั้งต่อปีคิดเป็นร้อยละ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเหตุผลหลักในการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยของจุดประสงค์หลักในการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีจุดประสงค์หลัก คือ พักผ่อนหรือท่องเที่ยว เป็นคำตอบที่มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 91 รองลงมาคือ จุดประสงค์ คือ ติดต่องานและธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 8 ลำดับถัดไป คือ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีจุดประสงค์ คือ เพื่อการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับใคร สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับใคร มากที่สุดพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา คือ มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 25 มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 12 และน้อยที่สุดคือเดินทางคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีระยะเวลาเกี่ยวกับการเข้าพักของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละครั้งเป็นจำนวนที่คืน มากที่สุดพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมา คือ มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 19 มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 14 และมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 4 คืนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับจองการใช้บริการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ผ่านช่องทางใด สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีจองการใช้บริการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ OTA (online travel agent) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา คือ จองการใช้บริการผ่านช่องทาง Facebook คิดเป็นร้อยละ 28 จองการใช้บริการผ่านช่องทาง Walk-in คิดเป็นร้อยละ 8 จองการใช้บริการช่องทางบ้านพักส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับ



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยเดินทางทางอากาศ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมา คือ เดินทางโดยเดินทางโดยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 21 นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเดินทางโดยรถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 9 นักท่องเที่ยวเดินทางโดยเดินทางโดยรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับท่องเที่ยวชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวประเภทใดมากที่สุด สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 16 เดินทางท่องเที่ยวคาเฟ่หรือร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 13 เดินทางท่องเที่ยววัด คิดเป็นร้อยละ 12 ไปสถานที่ที่เหมาะสมกับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับท่องเที่ยวชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวใดมากที่สุด สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยววัดพระธาตุดอยสุเทพ คิดเป็นร้อยละ 28 เดินทางท่องเที่ยวคูเมือง คิดเป็นร้อยละ 14 เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สวนโลก นิมมาน และบ้านแม่กำปอง คิดเป็นร้อยละ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปจากช่องทางใด สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปจากช่องทาง Facebook มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา คือ จากช่องทาง Website คิดเป็นร้อยละ 24 จากช่องทางออนไลน์ OTA (online travel agent) คิดเป็นร้อยละ 17 นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปจากช่องทาง บริษัททัวร์คิดเป็นร้อยละ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ใช้จ่ายประมาณเท่าไร สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า ทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ใช้จ่ายประมาณ 5,000 - 10,000 บาท ต่อคน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา คือ ใช้จ่ายประมาณ น้อยกว่า 5,000 บาท ต่อคน คิดเป็นร้อยละ 27 ใช้จ่ายประมาณ 10,000 - 20,000 บาท ต่อคน คิดเป็นร้อยละ 7 ใช้จ่ายประมาณ 50,000 บาทขึ้นไป ต่อคน คิดเป็นร้อยละ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับหลังจากที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ท่านอยากกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่? สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากการวิจัยพบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวอยากกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่” ได้ดังนี้ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเพศหญิง อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี รองลงมา คือ มากกว่า 40 ปี ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

มีศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมา คือ ปริญญาโท อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ ประกอบอาชีพอิสระ รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท สอดคล้องกับประยูร แสนสมักรและกมลทิพย์ คำใจ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า มีระดับความคิดเห็นปัจจัยผลักดันการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้านแรงจูงใจ ส่วนระดับความสำคัญปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และระดับความสำคัญพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยวิถีใหม่มากที่สุด คือ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความถี่ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ในช่วง 1 ปีเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3 - 6 ครั้งต่อปีเป็นจำนวนมากที่สุด ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเหตุผลหลักในการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สามารถอธิบายได้ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีจุดประสงค์หลัก คือ พักผ่อนหรือท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยว เกี่ยวกับการเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับใคร มากที่สุดพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับเพื่อนมากที่สุด อุซารติ ภูมาลี (2564) ได้วิจัยในหัวข้อ *ความหลากหลายของแรงจูงใจการท่องเที่ยวสวนสัตว์ กรณีศึกษาสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่* พบว่าแรงจูงใจที่มีความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับ คือ (1) การได้ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวหรือเพื่อน (2) การได้ดูและชื่นชมธรรมชาติของสัตว์ และ (3) การได้พักผ่อนและผ่อนคลายความเครียด การได้ทำให้อารมณ์และร่างกายสดชื่น ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมักจะมีระยะเวลาเกี่ยวกับการเข้าพักของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละครั้งเป็นจำนวน 2 คืน และมักจะจองการใช้บริการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ OTA (online travel agent) นักท่องเที่ยวมักจะมีเส้นทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยเดินทางทางอากาศ มากที่สุด และมักจะชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มนไท เหมธัญญะ (2565) ได้ศึกษา *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชาวไทยผู้สนใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่* ผลการศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 20-39 ปีมีแนวโน้มสนใจทำกิจกรรมเชิงสุขภาพภายนอกโรงแรมที่เป็นลักษณะการผจญภัย เดินป่าชมธรรมชาติ ปั่นจักรยาน และ ถนนคนเดิน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่จะกลับมาใช้บริการกิจกรรมการกวดจุด นวด สปา อโรมาเธอราพีขึ้นโตกรับประทานอาหารพื้นเมือง ฟังดนตรี ชมการแสดงฟ้อนรำ ล้านนา นักท่องเที่ยวมักจะมีชอบเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยเดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่อยากไปจากช่องทาง Facebook มากที่สุด ทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ใช้จ่ายประมาณ 5,000 - 10,000



การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 4

“GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2022 iHappiness: ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืนในยุคสังคมดิจิทัล”

บาท ต่อคน จากการวิจัยพบว่า หลังจากที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวอยากกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2021). **เชียงใหม่**, สืบค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2565, จาก <https://shorturl.asia/XV4HY>
- นรพัชร์ อัครวิมลภและกานต์ แจ่มชัดใจ, (ธ.ค. 2564), **สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงปลายปี 2564**, สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2565, จาก <http://www.fpojourn.com/chiangmai-tourism-2021/>
- ประยูร แสนสมัครและกมลทิพย์ คำใจ, (2021). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยวิถีใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่**, วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 32 (1), 63-76
- มนไท เหมัญญะ (2565), **พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชาวไทยผู้ที่สนใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่**, สารศาสตร์, ฉบับที่ 3/2564. 664-677
- อุษารดี ภู่มาลี (2564), **ความหลากหลายของแรงจูงใจการท่องเที่ยวสวนสัตว์ กรณีศึกษาสวนสัตว์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่**. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี, 7(3), 121-130
- Panruthai Hengpoom and Weera Weerasophon, (2019), **Sport Tourist Spending Behavior In Thailand**, INTERNATIONAL ACADEMIC MULTIDISCIPLINARY RESEARCH CONFERENCE IN AMSTERDAM 2019, 8 – 10 May, 2019, 194-198
- Sirarom Techasriamornrat, (ม.ค. 2564). **ท่องเที่ยวจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป’** คุยเรื่องท่องเที่ยวไทยในโลกหลังโควิดกับ ผู้ว่า ททท., สืบค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2565, จาก <https://workpointtoday.com/tat-interview-tourism-future/>
- Tourism Authority of Thailand, (2565), **การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด**, สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>