

ธุรกิจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่

กิตติชัย เตชะวีรากร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2553

ธุรกิจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่

กิตติชัย เตชะวีรากร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤษภาคม 2553

ธุรกิจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่

กิตติรัช เตชะวีรากร

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


ประธานกรรมการ
รศ.สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ


กรรมการ
รศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ


กรรมการ
ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทรวงศ์

17 พฤษภาคม 2553

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากท่านอาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณ ท่าน รศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้ให้คำปรึกษา และชี้แนะแนวทางให้ผู้ทำการศึกษามีความเข้าใจในระบบระเบียบวิธีและแนวคิด ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในเรื่องที่ทำการศึกษานอกจากนี้ยังได้กรุณาตรวจสอบ แก้ไข และเพิ่มให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณท่าน รศ.สุรภร วิศิษฐ์สุวรรณ และ ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทรวงศ์ ที่สละเวลามาเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ รวมทั้ง ได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และอาจารย์วิทยากรทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ให้แก่ผู้เขียนจนสามารถเข้าใจถึงหลักการทางเศรษฐศาสตร์ อีกทั้งยังสามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้

ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่และญาติพี่น้องทุกท่านสำหรับการสนับสนุนด้านทุนการศึกษา และเพื่อนๆทุกคน ที่ได้ให้กำลังใจ คำแนะนำและการสนับสนุนในทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณพี่และเพื่อนๆศิษย์เก่าโรงเรียนวชิราวุธทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลทางการเรียนเป็นอย่างดีเสมอมา รวมทั้งความช่วยเหลือทุกประการที่มีส่วนร่วมทำให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์

ผลการศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะเลือกพักที่โรงแรมโดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 2,463 บาทต่อคน ในการซื้อสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่จะเลือกซื้อที่ตลาดวโรรส และเลือกสินค้าประเภทเสื้อผ้ามากที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 673.21 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่ผู้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,571 บาทต่อคน

ผลการศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะเลือกพักที่โรงแรมโดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,099 บาทต่อคน ในการซื้อสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่จะเลือกซื้อที่ตลาดวโรรส และเลือกสินค้าประเภทเสื้อผ้ามากที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 896 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่ผู้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,158 บาทต่อคน และการบริการสุขภาพนั้นส่วนใหญ่ผู้ท่องเที่ยวจะเลือกนวดแผนไทยโดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 899 บาทต่อคน เมื่อประมาณรายได้จากธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวพบว่า ถ้าในปีหนึ่งๆจังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวน 739,356 คน และมีนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 314,895 คน ธุรกิจที่พักจะมีรายได้ประมาณ 2,533 ล้านบาท ธุรกิจขายของที่ระลึกจะมีรายได้ประมาณ 789 ล้านบาท ธุรกิจขนส่งจะมีรายได้ประมาณ 4,845 ล้านบาท และธุรกิจสปาจะมีรายได้ประมาณ 357 ล้านบาท รวมเป็น 8,524 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.37 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่

Independent Study Title Business Linkage to Culture Tourism and Health
Tourism in Chiang Mai Province

Author Mr.Kittitas Thechaverakorn

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Dr.Sasipen Phuangsaichai Chairperson

Asst.Prof.Dr.Piyaluk Buddhawongsa Member

ABSTRACT

The purpose of this research was to study tourists' attitudes toward culture and health tourism, and to project the revenues of tourism related businesses. The study used a questionnaire to collect the data from 200 tourists in each area, a total of 400 people, and adopted descriptive statistics including frequencies, percentages and means for the analysis.

The results show that both respondent groups had similar characteristics, that is, the majority of the group members were female, between 25 and 35 years old, single, undergraduates and private employees, with an income in the range of 10,000 to 30,000 Baht per month.

The behavioral study found that most of them traveled with their friends and spent three to four days on a visit. The main information source for the culture tourists was the internet, whereas that for the health tourists was friends.

A study on the culture tourists' spending showed that they opt to stay at hotels, and their average expenses were 2,463 Baht per person. In general these tourists bought clothes as souvenirs at Warorot market, with the average expenditure of 673.21 Baht per person. In addition,

they mostly came to Chiang Mai by car and spent an average of 3,571 Baht per person for the transportation cost.

A spending study of the health tourists showed that they preferred to stay at hotels and their average expenditure was 3,009 Baht per person. Like the cultural tourists, they bought souvenirs and clothes at Warorot market, with the average level of expenditure of 896 Baht per person. They used the same means of transport as the culture tourists (car) and spent an average of 3,185 Baht per person. These tourists tended to go for Thai massage and spent 899 Baht per person on average.

When projecting the revenues gained by tourism related businesses, the study found that if Chiang Mai were to have 739,356 cultural tourists and 314,895 health tourists per year, then accommodation, souvenir, transportation and spa businesses would generate approximately 2,533 million Baht, 789 million Baht, 4,845 million Baht and 357 million Baht, respectively, making a total of 8,524 million Baht. This would be accounted for 16.37 percent of Chiang Mai's gross provincial product.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	10
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.4 ขอบเขตการศึกษา	11
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวความคิดและทฤษฎี	12
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	12
2.1.2 อุปสงค์การท่องเที่ยว	17
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 กรอบและแนวคิดในการศึกษา	23
3.2 กลุ่มตัวที่ใช้ในการศึกษา	26
3.3 วิธีการศึกษา	26
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	28

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	29
4.2 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	31
4.3 ปัจจัยที่เลือกมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่	35
4.4 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	36
4.5 การเชื่อมโยงกับธุรกิจ	37
4.6 การประมาณรายได้จากธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว	44
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	
5.1 สรุปผลการศึกษา	48
5.2 ข้อเสนอแนะ	50
เอกสารอ้างอิง	51
ประวัติผู้เขียน	53

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 จังหวัดแรกปี พ.ศ. 2550	2
1.2 ข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2550	3
1.3 จำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่พัก ปี 2550	4
1.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ปี 2550	5
1.5 เครื่องชี้ที่สำคัญของแนวโน้มธุรกิจโรงแรม	7
1.6 เครื่องชี้วัดที่สำคัญของแนวโน้มธุรกิจนำเที่ยว	9
4.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 กลุ่มการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	32
4.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	33
4.4 แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	34
4.5 ลักษณะการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	36
4.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง	37
4.8 สถานที่พักในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	38
4.9 สถานที่ซื้อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	39
4.10 ประเภทสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว	40
4.11 พาหนะที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	41
4.12 พาหนะที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	42
4.13 ประเภทรถเช่าของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.14 แสดงจำนวนสัดส่วนและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำแนกตามประเภทของบริการสปา	44
4.15 การประมาณรายได้จากธุรกิจที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	45
4.16 ธุรกิจสปาที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชื่อเพิ่มเติม	47

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)	8
2.1 เส้นอุปสงค์	13
2.2 การเปลี่ยนแปลงปริมาณของอุปสงค์	16
2.3 การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์	17
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวประเทศไทย ในนั้นนับได้ว่ามีความสำคัญต่อประเทศไทยมานานเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองแห่งอารยธรรม มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามจึงเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศทำให้เกิดการจ้างงานและมีเงินไหลเวียนเข้าสู่ประเทศอย่างต่อเนื่องทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง 2548) ภาพการณ์ท่องเที่ยวไทยในปี 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยมีจำนวน 6.9 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 1.7 จากช่วงเดียวกันของปี 2549 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้จำนวน 7.4 ล้านคน สำหรับช่วงครึ่งปีหลังของปี 2550 สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง(สศค.) คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมี จำนวน 7.5 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 5.5 และทั้งปี 2550 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวน 14.4 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 4.5 ต่อปี ซึ่งคาดว่าจะต่ำกว่าเป้าหมายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ที่ตั้งเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 14.5 ล้านคน หรือขยายตัวที่ร้อยละ 5.1 ต่อปี

ในปี 2552 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มซบเซา โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ถูกบั่นทอนให้ถดถอยลงจากปัจจัยลบที่ กระทบ ทั้งปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของการท่องเที่ยวไทยตกต่ำอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในสายตาของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะไกลในภูมิภาคเอเชียภาวะ เศรษฐกิจโลกที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางระหว่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดท่องเที่ยวระยะไกลในยุโรปและอเมริกา เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาซึ่งลุกลามไปยังยุโรปและประเทศอื่นๆ ที่เป็นประเทศคู่ค้าสถานการณ์การแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ในภูมิภาคอเมริกา ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นตั้งแต่ช่วงกลางเดือนเมษายน และแพร่ระบาดไปทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ส่งผลกระทบทำให้การเดินทางระหว่างประเทศชะลอตัวลง เนื่องจากส่วนใหญ่ต่างหลีกเลี่ยงการเดินทางด้วยเครื่องบิน รวมทั้งการเดินทางเข้าไปยังประเทศที่มีการแพร่ระบาดในวงกว้าง

ตารางที่ 1.1 จังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย 10 จังหวัดแรกปี พ.ศ. 2550

จังหวัด	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน-ครั้ง)	รายรับจากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
กรุงเทพมหานคร	16,535	181,800
นครราชสีมา	3,219	6,131
เชียงใหม่	2,605	18,731
ระยอง	1,828	7,243
พัทยา	1,800	9,588
ขอนแก่น	1,718	4,980
ภูเก็ต	1,599	11,772
กาญจนบุรี	1,489	5,419
อุดรธานี	1,484	3,406
สงขลา(หาดใหญ่)	1,472	6,576
อื่นๆ	29,805	75,899
รวมทั้งประเทศ	63,552	331,546

ที่มา: พยากรณ์โดยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2550).

จังหวัดเชียงใหม่ นับว่าเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีอันดับจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งน้อยกว่าจังหวัดกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 2,605,000 คน และมีรายรับจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 18,731,000,000 บาท โดยแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โบราณสถานและโบราณวัตถุ และวิถีการดำรงชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มายเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่กว่าสามล้านคนต่อปี ทำให้มีการพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีการก่อสร้างโรงแรม ที่พัก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์ประชุม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานบันเทิง มากมาย เพื่อสนองตอบต่อการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, 2541) เป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึงโครงสร้างและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ว่าจะมีลักษณะการแข่งขันและผลการดำเนินงานของแต่ละหน่วยธุรกิจเป็นอย่างไรหรือความสามารถในการทำกำไรดีมาน้อยเพียงใด ประสิทธิภาพในการดำเนินงานว่าจะมีประสิทธิภาพ

หรือไม่ อย่างไร รวมทั้งมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมนี้ เพื่อเป็นการปรับปรุง ส่งเสริม วางแผน สำหรับการพัฒนาศักยภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือให้ทัดเทียมกับเมืองที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศอย่างกรุงเทพฯ

ตารางที่ 1.2 ข้อมูลผู้เยี่ยมชมเชียงใหม่ ปี 2550

รายการข้อมูล	ไทย(คน)	ต่างประเทศ(คน)	รวม(คน)
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน	3,601,727	1,755,140	5,356,867
นักท่องเที่ยว	2,598,041	1,583,837	4,181,878
นักทัศนาจร	1,003,686	171,303	1,174,989
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	3,601,727	1,755,140	5,356,867
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	2,399.66	3,239.56	2,729.27
นักท่องเที่ยว	2,472.10	3,282.28	2,807.98
นักทัศนาจร	1,847.20	1,887.70	1,853.09
รายได้(ล้านบาท)	20,777.66	18,116.59	38,894.25
นักท่องเที่ยว	18,923.66	17,793.22	36,716.88
นักทัศนาจร	1,854.00	323.37	2,177.37

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในปี 2550 เชียงใหม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 5,356,867 คน โดยแบ่งเป็นชาวไทยจำนวน 3,601,727 คน และชาวต่างประเทศจำนวน 1,755,140 คน รายได้ 38,894.25 ล้านบาท แบ่งเป็นคนต่างประเทศ 18,116.59 ล้านบาท (47%) และคนไทย 20,777.66 ล้านบาท (53%) ซึ่งลดลงจากปีที่แล้ว 890.81 ล้านบาท หรือ 2.24% (ปี 2549 มีรายได้ 39,785.06 ล้านบาท) ระยะเวลาพักเฉลี่ย 3.13 วัน / ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,729.27 บาท/คน/วัน โดยมีจำนวนโรงแรมที่พัก รวมทั้งสิ้น 418 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 22.58 แต่กลับมีจำนวนผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว และนักทัศนาจรทั้งสิ้น 10,713,734 คน ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.18

ตารางที่ 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยว จำแนกตามสถานที่พัก ปี 2550 หน่วย : คน

สถานที่พัก	นักท่องเที่ยว					
	ไทย	ร้อยละ	ต่างประเทศ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
1. โรงแรม	1,348,202	51.89	1,253,767	79.16	2,601,969	62.22
2. เกสต์เฮาส์	33,530	1.29	98,598	6.23	132,128	3.16
3. บังกาโล/รีสอร์ท	277,763	10.69	62,546	3.95	340,309	8.14
4. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	836,357	32.19	141,971	8.96	978,328	23.39
5. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	20,947	0.81	8,766	0.55	29,713	0.71
6. บ้านพักรับรองของทางราชการ	19,047	0.73	-	-	19,047	0.46
7. อื่น ๆ	62,195	2.40	18,189	1.15	80,384	1.92
รวม	2,598,041	100.00	1,583,837	100.00	4,181,878	100.00

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมี 2 ลักษณะ คือ การเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองและการใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว โดยที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว นักทัศนาจร และผู้มาเยือน ประกอบด้วย โรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกาโล รีสอร์ท บ้านญาติ/เพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติต่างๆ บ้านรับรองของทางราชการและเอกชนอื่นๆ เป็นต้น ในปี 2550 จังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวของเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ลดลง โดยอาจมีสาเหตุมาจากการชะลอการขยายตัวของเศรษฐกิจทั่วโลก และปัญหาหมอกควันในจังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 1.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันและรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่างๆ ปี2550

หมวดค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน(บาท)			รายได้ทั้งหมด(ล้านบาท)		
	ไทย	ต่างประเทศ	เฉลี่ย	ไทย	ต่างประเทศ	เฉลี่ย
1. ค่าที่พัก	594.70	843.40	697.80	4,552.34	4,572.04	9,124.38
2. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	381.91	537.08	446.24	2,923.49	2,911.50	5,834.99
3. ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก	680.55	792.25	726.86	5,209.53	4,294.78	9,504.31
4. ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	276.14	390.24	323.44	2,113.84	2,115.47	4,229.31
5. ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด	146.23	277.44	200.63	1,119.39	1,504.02	2,623.41
6. ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด	255.82	294.30	271.77	1,958.26	1,595.41	3,553.67
7. ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	136.75	147.57	141.24	1,046.81	800.00	1,846.81
รวมทุกหมวดค่าใช้จ่าย	2,472.10	3,282.28	2,807.98	18,923.66	17,793.22	36,716.88

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2,472.10 บาท โดยในหมวดค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินมากที่สุด คือ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 27.53 รองลงมาได้แก่ค่าที่พัก และค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 24.06 และ 15.44 ตามลำดับ ในส่วน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,282.28บาท โดยในหมวดที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินมากที่สุด คือค่าที่พักคิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาได้แก่ค่าซื้อสินค้า/ ของที่ระลึก และค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 24.14 และ 16.35 ตามลำดับ

รายได้จากการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมทุกหมวดค่าใช้จ่าย เป็นเงินจำนวน 18,923.66 ล้านบาท โดยในหมวดที่ได้รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุดคือ ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก เป็นเงินจำนวน 5,509.53 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.53 รองลงมาได้แก่ค่าที่พัก และค่าอาหาร /เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 24.06 และ 15.44 ตามลำดับ ในส่วนรายได้ที่ได้จากการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรวมทุกหมวดค่าใช้จ่าย เป็นเงินจำนวน 17,793.22 ล้านบาท โดยในหมวดที่ได้รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยมากที่สุดคือ ค่าที่พักเป็นเงินจำนวน 4,572.04 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.07 รองลงมาได้แก่ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และค่าอาหาร /เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 24.14 และ 16.35 ตามลำดับ

จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศไทยหรือภาคเหนือรวมทั้งยังสามารถเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายที่ครบในรูปแบบของการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 ที่องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2548: 60-65) ได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 แบบเพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบในการท่องเที่ยว คือ

- 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ
- 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น และ
- 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการท่องเที่ยวกับความสนใจอื่นเพิ่มเติมเช่นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism), การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay Tourism)

โดยรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) จะมีแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 40 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี จะมีแหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 40 และรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) มีแหล่งท่องเที่ยวและ กิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ร้อยละ 20

ธุรกิจที่มีผลเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวได้แก่ อุตสาหกรรมบริการต่างๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร การนำเที่ยว ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

1. ธุรกิจโรงแรมในปี 2551 ตลาดโดยรวมขยายตัวเพียงร้อยละ 3.3 เนื่องจากได้รับผลดีจาก นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวของรัฐ และการเปิดเสรีทางการค้าและบริการกับประเทศต่างๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น แต่ก็มีควมวุ่นวายทางการเมืองนำไปสู่ การปิดสนามบินหลายแห่งในประเทศ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัวถึงร้อยละ 19.4 ในช่วง ไตรมาส 4 ธุรกิจโรงแรมจึงขยายตัวได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 1.5 เครื่องชี้ที่สำคัญของแนวโน้มธุรกิจโรงแรม

เครื่องชี้ที่สำคัญ	2549	2550	2551 ^e	2552 ^e
มูลค่าตลาด ¹ (พันล้านบาท)	207.0	250.00	258.0	245.0
อัตราการเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)	21.1	20.8	3.3	-5.0
อัตราการเข้าพัก ² (ร้อยละ)	63.0	60.8	56.8	49.5
การเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)	2.6	-2.2	-4.0	-7.3
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ³ (ล้านคน)	13.82	14.46	14.53	13.36
อัตราการเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)	20.0	4.6	0.5	-8.1

หมายเหตุ: e = การประมาณการ

ที่มา: 1 รวบรวมและประมาณการโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

2 ธนาคารแห่งประเทศไทย 3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

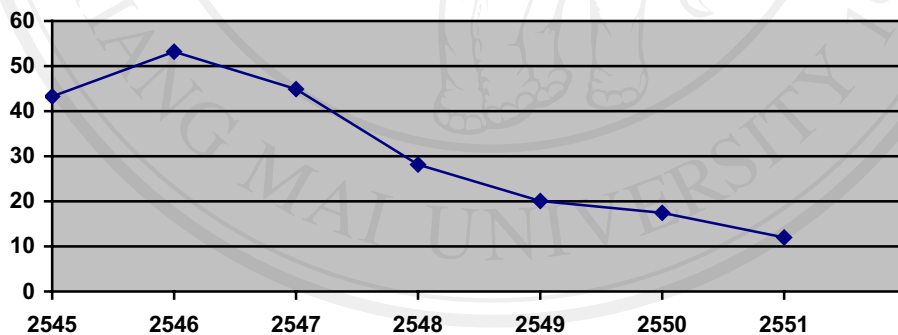
ในปี 2552 ธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผลกระทบจากการปิดสนามบิน ซึ่งคาดว่าเป็นผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงเหลือ 13.36 ล้านคน ทำให้มูลค่าตลาดโรงแรมหดตัวลงร้อยละ 5 ผู้ประกอบการจึงต้องแข่งขันกันลดราคาห้องพักและหันมาให้ความสำคัญต่อกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มการจัด

ประชุมสัมมนาของภาครัฐและเอกชนต่างๆ ตลอดจนชะลอการลงทุนและปรับลดค่าใช้จ่ายต่างๆเพื่อทำธุรกิจอยู่รอด

2. ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารมีมูลค่าตลาดประมาณ 55,540 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนเพียงร้อยละ 5.4 เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจชะลอตัว และราคาน้ำมันยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ประกอบกับเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศที่มีการลอบวางระเบิดในสถานที่ชุมชนต่างๆ ทำให้ผู้บริโภคไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยจึงประหยัดการใช้จ่ายและลดการเดินทางออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน

ในปี 2551 ธุรกิจโดยรวมมีแนวโน้มขยายตัว และเป็นที่คาดว่ามูลค่าตลาดจะเติบโตประมาณร้อยละ 8.0 เนื่องจากผู้ประกอบการวางแผนขยายสาขาให้กว้างขวางและเข้าถึงตัวผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดส์และญี่ปุ่น ซึ่งกำลังได้รับความนิยม อย่างไรก็ตามราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการประกอบอาหารเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับราคาขึ้นได้มากนักเพราะผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศ จึงระมัดระวังการใช้จ่าย ดังแสดงในรูปที่ 1.1

รูปที่ 1.1 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)



ที่มา: สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

3. ธุรกิจนำเที่ยวในปี 2551 มูลค่าตลาดของธุรกิจนำเที่ยวขยายตัวเพียงร้อยละ 0.9 เนื่องจากได้รับผลกระทบการสถานการณ์การเมืองในประเทศที่ทวีความรุนแรงขึ้นในช่วงปลายปีระหว่างเดือนกันยายนถึงธันวาคม โดยเฉพาะการประชุมสมัชชาอาเซียน เมื่อปลายเดือนพฤศจิกายนซึ่งเป็นผลให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางเข้าออกประเทศได้ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปีเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.5 ขณะที่การเดินทางออกไปเที่ยวยังต่างประเทศของคนไทยชะลอลงเหลือร้อยละ 2.8 ในปี 2552 คาดว่ามูลค่าตลาดจะหดตัวร้อยละ 3.9 เพราะว่าภาวะเศรษฐกิจโลกยังชะลอตัวลง และได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองซึ่งทำให้ชาวต่างชาติไม่

เชื่อมั่นในความปลอดภัย จึงลดการเดินทางมาท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเน้นการให้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านที่มีพื้นที่ชายแดนติดต่อกันมากขึ้น พร้อมทั้งร่วมมือกับพันธมิตรในการจัดแพ็คเกจทัวร์เพื่อสนองความต้องการลูกค้าที่มีศักยภาพ เช่น กลุ่มผู้ชอบผจญภัย กลุ่มผู้สูงอายุหรือเกษียณ หรือกลุ่มองค์กรต่างๆ เป็นต้น

ตารางที่ 1.6 เครื่องชี้วัดที่สำคัญของแนวโน้มธุรกิจนำเที่ยว

เครื่องชี้ที่สำคัญ	2549	2550	2551 ^e	2552 ^e
มูลค่าตลาด ¹ (ล้านบาท)	28,966	42,865	43,252	41,565
อัตราการเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)	22.0	10.0	0.9	-3.9
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ² (ล้านราย)	13.62	14.46	14.53	13.36
อัตราการเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)	18.2	4.6	0.5	-8.1
จำนวนคนไทยเที่ยวต่างประเทศ ² (ล้านราย)	3.25	3.89	4.00	4.20
อัตราการเปลี่ยนแปลง(ร้อยละ)	10.5	19.7	2.8	5.0

หมายเหตุ: e = การประมาณการ โดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

ที่มา: 1 รวบรวมและประมาณการ โดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4. ธุรกิจรถเช่า ในปี 2551 ธุรกิจรถเช่าหดตัวลงร้อยละ 23.0 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงปรับสูงขึ้น และปัญหาความไม่สงบทางการเมือง ทำให้นักลงทุนและนักท่องเที่ยวต่างชาติขาดความเชื่อมั่น จึงชะลอการดำเนินธุรกิจหรือการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ ส่งผลให้ตลาดเช่ารถระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวลดลงจากปีก่อนร้อยละ 30 ขณะที่ตลาดเช่าระยะยาวสำหรับองค์กรลดลงร้อยละ 10 ในปี 2552 คาดว่าธุรกิจยังคงหดตัวลงอย่างต่อเนื่องเมื่อวิกฤติเศรษฐกิจโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยนั้นรุนแรงเกินคาด นอกจากนี้สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในปีที่ผ่านมา ยังส่งผลให้นักลงทุนและนักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอการเดินทางเข้ามาในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กต้องปิดกิจการเป็นจำนวนมาก ขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่จำเป็นต้องลดขนาดองค์กรและปรับกลยุทธ์ทางการตลาด พร้อมทั้งหันไปให้บริการรถเช่าระยะยาวสำหรับองค์กรมากขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ เนื่องจากยังเป็นช่องทางที่จะขยายฐานการตลาดได้กว้างขึ้น

5. ธุรกิจสปา ในปี 2551 ตลาดมีมูลค่ารวม 10,200 ล้านบาท ขยายตัวเพียงร้อยละ 2.0ชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจและผลกระทบจากเหตุการณ์ปีดสนามบินภายในประเทศตลอดจนเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวลงในช่วงปลายปี ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนลดลง และการแข่งขันด้านราคาทวีความรุนแรงขึ้น ผู้ประกอบการกลุ่มเคย์สปาขนาดเล็กจึงต้องหยุดดำเนินการลงบางส่วน ส่วนผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงและที่ตั้งอยู่ในโรงแรมและรีสอร์ทยังดำเนินกิจการอยู่ได้ เพราะสามารถพัฒนาการให้บริการและจัดกิจกรรมการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ดี ในปี 2552 คาดว่าภาวะธุรกิจมีแนวโน้มหดตัวลงร้อยละ 8.0 เมื่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศและภาคการท่องเที่ยวยังโน้มชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริโภคในประเทศประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น และนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนลดลง ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวโดยให้ความสำคัญต่อลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษานักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใดบ้าง ซึ่งได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจรถเช่า และธุรกิจสปาที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการศึกษาของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2.) เพื่อวิเคราะห์ถึงธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวหรือหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงผู้ที่สนใจ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและการบริการที่เหมาะสม

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นศึกษา เป็นการศึกษาคุติกรรมของนักท่องเที่ยวงึ่งวัฒนธรรมลันักท่องเที่ยวงึ่งสุขภาพ เพื่อจะดูว่ามีธุรกิจประเภทไหนบ้างที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวดังกล่าวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2552



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

Wilson (1996 : 134) ได้ให้คำนิยามว่า อุปสงค์ (demand) หมายถึงปริมาณของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อ และมีความสามารถที่จะซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ในระยะเวลาหนึ่งๆ ตามคำนิยามข้างต้นจะเห็นว่า อุปสงค์จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

ประการแรก ผู้บริโภคจะต้องมีความสามารถที่จะซื้อ (able to make a purchase) นั่นคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

ประการที่สอง ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจที่จะจ่าย (willing to make a purchase) กล่าวคือ การที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าใดสินค้านั้นๆ ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจที่จะจ่ายรายได้ของตนไปเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

ประการสุดท้าย การพิจารณาถึงอุปสงค์นั้นจะเป็นการพิจารณาถึงปริมาณความต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ กล่าวคือ อุปสงค์ในสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งในแต่ละระดับราคา และในเวลาที่แตกต่างกันจะมีปริมาณที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น การพิจารณาถึงอุปสงค์จึงเป็นการพิจารณา ณ ระดับราคาใดราคาหนึ่ง และเวลาใดเวลาหนึ่ง

อุปสงค์ของครัวเรือนหรือผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น จะเรียกว่าอุปสงค์ส่วนบุคคล (individual demand) เมื่อรวมอุปสงค์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคทุกคนสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเข้าด้วยกันแล้ว ผลรวมที่ได้เรียกว่า อุปสงค์ตลาด (market demand) สำหรับสินค้าชนิดนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งปริมาณรวมของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในตลาด ณ ราคานั้นนั่นเอง

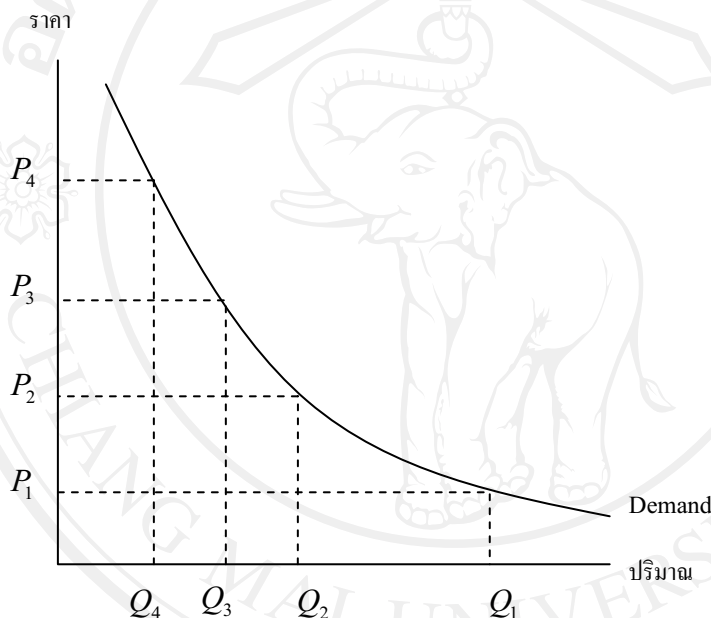
กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่า ภายใต้ข้อสมมติว่าปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่ออุปสงค์มีค่าคงที่ (other -things being equal) ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม (ผกผัน) กับราคาสินค้านั้นๆ กล่าวคือ เมื่อราคาลดลง ปริมาณอุปสงค์จะเพิ่มขึ้นและเมื่อราคาสูงขึ้นปริมาณอุปสงค์จะลดลง โดยสามารถเขียนในรูปแบบคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x)$$

โดยที่ Q_x หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า x ของผู้บริโภค

P_x หมายถึง ระดับราคาของสินค้า x

จากความสัมพันธ์ของปริมาณความต้องการซื้อสินค้า x และ ระดับราคาของสินค้า x ที่มีทิศทางตรงกันข้ามกัน ส่งผลให้ลักษณะทั่วไปของเส้นอุปสงค์เป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา และมีความชันเป็นลบ



รูปที่ 2.1 เส้นอุปสงค์

การที่ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม (ผกผัน) กับราคาสินค้าชนิดนั้นเป็นผลเนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการดังนี้

1) ผลทางรายได้ (Income Effect) คือเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น แต่รายได้ที่เป็นตัวเงิน (money income) ของผู้บริโภคคงที่ ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้ในปริมาณที่น้อยลง นั่นคือ รายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้จำนวนมากขึ้น นั่นคือรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

2) ผลทางด้านกรทดแทน (Substitution Effect) คือเมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้นในขณะที่สินค้าอื่นที่สามารถทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาคงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้านี้มีราคาสัมพัทธ์ (relative price) สูงขึ้น จึงซื้อสินค้านี้น้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้แทนสินค้านั้นใน

ทางตรงข้าม เมื่อราคาของสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลง และหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

อุปสงค์หรือปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าหรือบริการแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ (determinants of demand) อื่น ๆ ด้วย ซึ่งมีดังนี้คือ

1) ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 2 ชนิดคือ

สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution Goods) ซึ่งหมายถึงสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถใช้ทดแทนสินค้าชนิดนั้นได้ เช่น เนื้อหมูกับเนื้อไก่ ซากับกาแฟ เป็นต้น ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใดจะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อไก่คงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อหมูลดลงแล้วหันไปซื้อเนื้อไก่เพิ่มขึ้น จะเห็นว่าปริมาณการซื้อเนื้อไก่เพิ่มขึ้นทั้งๆ ที่ราคาเนื้อไก่คงเดิม เป็นเพราะว่าผู้บริโภคบางรายหันมาซื้อเนื้อไก่แทนการซื้อเนื้อหมู จึงกล่าวได้ว่าเมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลง จะทำปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน (Complementary Goods) ซึ่งหมายถึงสินค้าที่ผู้บริโภคต้องใช้ใช้ร่วมกันกับสินค้าชนิดนั้น เช่น รถยนต์กับน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น เมื่อราคารถยนต์นอกจากปริมาณการซื้อรถยนต์จะลดลงแล้ว ปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงก็อาจจะลดลงด้วย ทั้งๆ ที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทางตรงข้าม

2) รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้า สามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิด คือ

สินค้าปกติ (Normal Goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือถ้าผู้บริโภคมีรายได้มากขึ้นอุปสงค์ในสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลงอุปสงค์ในสินค้าปกติจะลดลงด้วย

สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นอุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมี

รายได้ลดลงอุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ได้แก่ เครื่องสำอางราคาถูก ข้าวสาร คุณภาพต่ำ เสื้อโหล เป็นต้น

3) รสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงความนิยมชมชอบในเรื่องต่างๆ ของผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี ระดับการศึกษา และอิทธิพลของการโฆษณา เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและตามกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดสามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่นเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ รองเท้า เทปเพลง เป็นต้น ดังนั้นถ้าสินค้าใดอยู่ในสมัยนิยมอุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้านั้นได้ล้าสมัยอุปสงค์ในสินค้านั้นจะลดลง

4) จำนวนประชากร ซึ่งหมายถึงจำนวนของประชากรในพื้นที่หนึ่งๆ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง โดยทั่วไปเมื่อประชากรของสังคมหรือของประเทศมีจำนวนมากขึ้นความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงจะก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้า

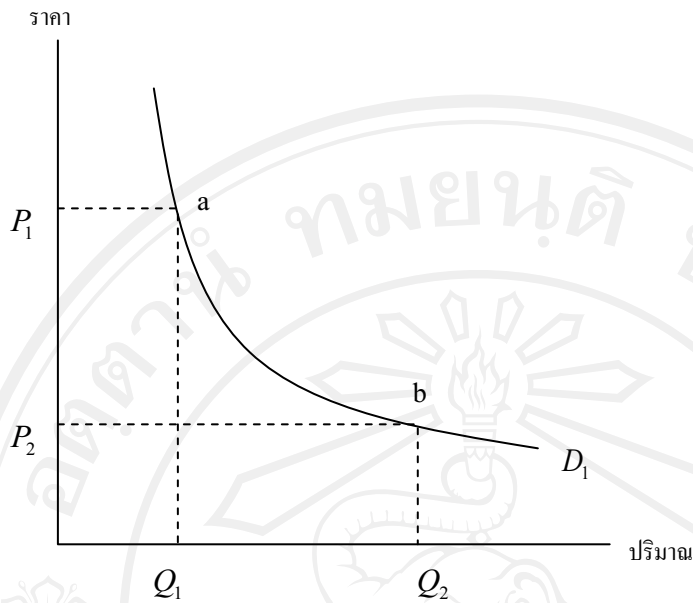
5) การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่กำหนดให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาข้าวสารในอนาคตจะสูงขึ้นผู้บริโภคจะรีบซื้อข้าวสารในขณะนี้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ของข้าวสารในปัจจุบันจึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้ามถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาข้าวสารในอนาคตจะลดลงผู้บริโภคจะชะลอการซื้อข้าวสารไว้ก่อน อุปสงค์ของข้าวสารในปัจจุบันจึงลดลง

6) ฤดูกาล ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลาจะแตกต่างกันตามฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อนอุปสงค์ของพัดลมและเครื่องปรับอากาศจะเพิ่มสูงขึ้น ฤดูฝนปริมาณความต้องการร่มและเสื้อกันฝนจะมีมากขึ้น และในฤดูหนาวอุปสงค์ของเสื้อกันหนาว ครีมทาผิว และเครื่องทำน้ำอุ่นจะมีมากขึ้น

เมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ได้เปลี่ยนแปลงไปจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ซึ่งมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงปริมาณของอุปสงค์ (Change in Quantity Demanded)

เป็นการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นไปตามกฎของอุปสงค์ที่ว่า ปริมาณอุปสงค์จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของราคา กล่าวอีกนัยหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ก็คือ การเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดียวกัน ดังรูปที่ 2.2

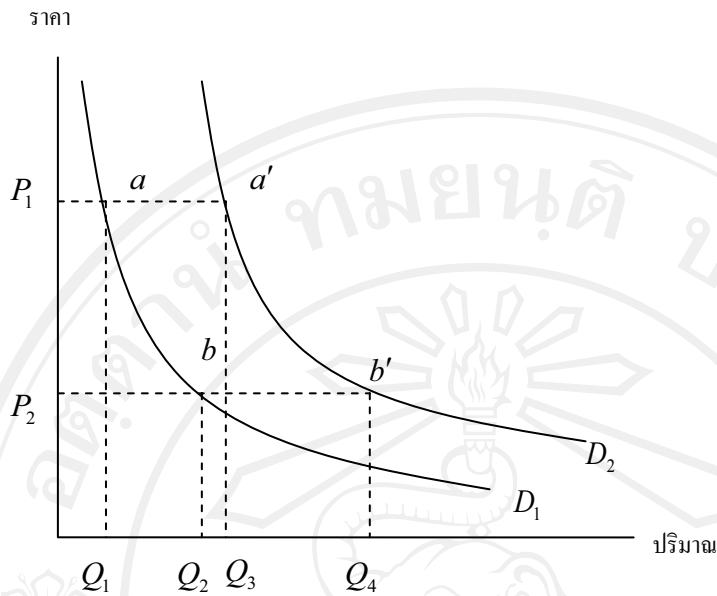


รูปที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงปริมาณของอุปสงค์

พิจารณาจากรูปที่ 2.2 สมมติว่าเดิมราคาสินค้าอยู่ ณ ระดับ P_1 ปริมาณความต้องการซื้อจะเท่ากับ Q_1 ต่อมาราคาสินค้าลดลงมาอยู่ที่ P_2 ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น Q_2 ซึ่งจะเห็นได้จากการเคลื่อนย้ายจากจุด a ไปยังจุด b บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน

2. การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์ (Change in Demand) เป็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อขณะที่ราคาของสินค้าและบริการยังคงเท่าเดิม การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์เป็นผลมาจาก การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ (ยกเว้นราคาสินค้า) เช่น รายได้ รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ผลแห่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลทำให้เส้นอุปสงค์ทั้งเส้นเคลื่อนย้ายไปจากตำแหน่งเดิม ถ้าผลการเปลี่ยนแปลงทำให้ระดับอุปสงค์เพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์ก็จะเคลื่อนย้ายไปทางขวามือ แต่ถ้าผลการเปลี่ยนแปลงทำให้ระดับอุปสงค์ลดลง เส้นอุปสงค์ก็จะเคลื่อนย้ายไปทางซ้ายมือของเส้นอุปสงค์เดิม ดังรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์

พิจารณารูปที่ 2.3 สมมติว่า D_1 คือเส้นอุปสงค์เดิมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง ถ้าเดิมสินค้าราคา P_1 บาท ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณ Q_1 และที่ระดับราคา P_2 ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณ Q_2 ต่อมา สมมติว่าผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น (การเปลี่ยนแปลงตัวกำหนดอุปสงค์โดยอ้อม) ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น ณ ราคาสินค้า P_1 บาท ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเป็น Q_3 และหากราคา P_2 บาท ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นเป็น Q_4 เมื่อปริมาณซื้อเพิ่มสูงขึ้น ณ ทุกระดับราคาเช่นนี้ จะเป็นผลให้เส้นอุปสงค์ใหม่ย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิม หรือย้ายจากเส้น D_1 เป็น D_2

2.1.2 อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)

นักเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความหมายของคำว่า "อุปสงค์" หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยเป็นความต้องการธรรมดา (Want) ร่วมกับความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (Ability and willingness) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ โดยในการศึกษาอุปสงค์ 7 ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมาน้อยเพียงไรย่อมขึ้นกับปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณซื้อสินค้านั้น ๆ เป็นต้นว่าราคาสินค้าชนิดนั้น ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง รสนิยมของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภค การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต และปัจจัยอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเข้ามากำหนดปริมาณการเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคพร้อม ๆ กัน

โดยปกติการศึกษาอุปสงค์ในขั้นต้นมักจะเลือกเอาตัวกำหนดอุปสงค์แต่เพียงบางตัวที่เห็นว่ามีส่วนต่อปริมาณซื้อของผู้บริโภคอย่างมากมาทำการศึกษาและกำหนดให้ปัจจัยตัวอื่น ๆ คงที่ โดยแยกอุปสงค์ออกเป็นสามชนิดตามปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ได้แก่ อุปสงค์ต่อราคา (Price demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) อุปสงค์สินค้าต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ (Cross demand) จากความหมายของคำว่า "อุปสงค์" ดังที่กล่าวไปในข้างต้น หากจะนำมาประยุกต์เข้ากับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว 8 แล้วจะหมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการหรือซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้น ๆ ด้วย ซึ่ง Alister Mathieson ปี(2520)และ Geoffrey Wall ปี (2521) ได้จำแนกลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ประเภทด้วยกันดังต่อไปนี้คือ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual Demand) หมายถึงอุปสงค์ที่เกิดขึ้นแล้ว เป็นอุปสงค์ที่มีลักษณะครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือมีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential Demand) ได้แก่นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลา และหรือการจัดการเพื่อการเดินทาง อุปสงค์ที่มีศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญและยื่นมือเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจคล้อยตามได้ (Deferred Demand) เป็นอุปสงค์ที่ "อาจ" กลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และที่ 2 ภายใต้อสมมติฐานว่า มนุษย์นั้นมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน อุปสงค์ในประเภทที่สามนี้จะเป็อุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง (Destination) เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น รวมทั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงด้วย (เงิน-เวลา-การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้หากใช้ระบบช่องทางการขายการโฆษณาให้ถูกต้องแล้วจะกระตุ้นให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัษฎางค์ โปราณานนท์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์นี้ เพื่อศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของภาคเหนือตอนบน เพื่อวางกรอบและแนวนโยบายตลอดจนกำหนดบทบาททางการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆตามพื้นที่ เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางและแผนงานในการรองรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อจัดทำรายละเอียดแผนงานและโครงการพัฒนาต่างๆในพื้นที่ โดยให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการวางแผนของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาเน้นเฉพาะจังหวัดแม่ฮ่องสอน กล่าวถึงโอกาสสำหรับการพัฒนาดังนี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมที่ยังคงสภาพดั้งเดิม ซึ่งใช้เป็นจุดเด่นในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งยังตั้งอยู่ในเขตชุมชน และมีเส้นทางที่ใช้เดินทางจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นวงรอบ และมีปัญหาอุปสรรคสำหรับการพัฒนาดังนี้ การเข้าถึงทางอากาศในช่วงเทศกาลมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ สิ่งที่มีเอื้ออำนวยความสะดวกมีอยู่อย่างจำกัด การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก โดยมีเป้าหมายของการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงและมีความต้องการที่ต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

พิสิษฐ์ สุขสวัสดิ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง แบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ ศึกษาลักษณะและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และ ศึกษาแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental random sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แล้วทำการวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์การจำแนกเชิงพหุ (multi classification analysis : MCA) พบว่า ร้อยละ 68 เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ร้อยละ 85.5 มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 82 มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 1 สัปดาห์ และร้อยละ 64.5 มีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 500 – 2,000 บาท ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ ตัวแปรสัญชาติของนักท่องเที่ยว และ อาชีพของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเท่ากับ 2,364.40 บาท โดยผลกระทบของตัวแปรทางด้านสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่ถือสัญชาติของประเทศในแถบยุโรป อเมริกาเหนือ ออสเตรเลียและทวีปอื่นๆ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

เท่ากับ 2,692.50 บาท 1,443.07 บาท 2,374.11 บาทและ1,550.14 บาท ตามลำดับ ส่วนผลกระทบของตัวแปรด้านอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างของรัฐ พนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน ประกอบอาชีพอิสระรวมถึงเจ้าของกิจการ และพนักงานที่เกษียณอายุ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 3,461.90 บาท 1,677.66 บาท 2,118.66 บาท และ 5,269.26 บาท ตามลำดับ

พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ (2542) ศึกษาเรื่องศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยทำการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิโดยข้อมูลปฐมภูมิทำการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ 200 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 30 ราย ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเก็บรวบรวมจากเอกสารของหน่วยงานของรัฐ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 40 เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง และการท่องเที่ยวจะเป็นการชมทัศนียภาพที่มีระยะเวลาพำนัก 2 - 3 วัน และจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งสิ้น 350 แห่ง นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดเป็นประจำทุกปี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย เชียงใหม่ยังมีศักยภาพการท่องเที่ยวในรูปแบบการประชุมนานาชาติด้วย เนื่องจากมีโครงสร้างขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เพียงพอสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เช่น มีสถานที่พักผ่อน กว่า 289 แห่ง จำนวน 16,050 ห้อง มีบริษัทนำเที่ยวกว่า 39 บริษัท และมีจำนวนร้านค้าของที่ระลึก 199 แห่ง ร้านอาหาร 165 แห่ง และมีระบบการคมนาคมทางบกและทางอากาศที่เชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นๆ และประเทศเพื่อนบ้านได้ดี จากผลการศึกษาด้านศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในเรื่องความดึงดูดใจพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้คะแนนกับอสังหาริมทรัพย์ของเชียงใหม่มากที่สุด ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวต่างชาติประเมินด้านการให้บริการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับสถานพักผ่อน บริษัทนำเที่ยวและร้านอาหารของที่ระลึกว่าอยู่ในเกณฑ์ดี โดยคะแนนสูงสุดเป็นเรื่องของสภาพของพนักงาน รองลงมาเป็นการต้อนรับที่อบอุ่น และความรวดเร็วในการให้บริการ ส่วนประเด็นการบริหารจัดการเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยวของรัฐนั้น นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้คะแนนสูงสุดกับการให้บริการของเครื่องบิน ทั้งในเรื่องความสะดวกและความเพียงพอในการให้บริการ ความเชื่อมโยงกับจังหวัดอื่นและประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนข้อที่ได้คะแนนต่ำสุดคือความไม่เพียงพอในการรองรับและการจัดการเกี่ยวกับขยะและมลภาวะ ความสะดวกและความไม่เพียงพอของห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวและการขนส่งทางรถไฟ งานวิจัยนี้ได้สรุปว่า โครงการความร่วมมือระหว่าง 6 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงนั้น จังหวัดเชียงใหม่มี

ศักยภาพพร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวมากกว่าประเทศอื่นๆ จากงานวิจัยของ พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ ทำให้ทราบถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และทราบถึงจุดขายที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

ปวีณา โทณแก้ว (2542) ศึกษาปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระ 7 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 900 ตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 6 อันดับแรกของประเทศ ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หาดใหญ่ นครราชสีมา กาญจนบุรี และพัทยา ตามลำดับ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณแบบการคำนวณถดถอยพหุแล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าคงที่ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary least square : OLS) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวดังกล่าวพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยมี 5 ตัวดังนี้คือ เพศของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่าเพศชาย อายุของนักท่องเที่ยว จากค่าสถิติพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น การศึกษาของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรี จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ อาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง / พนักงานเอกชน / อาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพแม่บ้าน / ทำงานในครอบครัว จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ และรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นเขาจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย

เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของนักท่องเที่ยวไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและทัศนคติที่มีต่อสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยแบบสอบถามในการรวบรวม

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 400 ราย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ โดยเป็นการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี และตัดสินใจไม่เลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 58.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรีโดยคิดเป็นร้อยละ 55.25 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดย คิดเป็นร้อยละ 34 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยคือ 31.27 ปี และมีรายได้เฉลี่ยคือ 19,620 บาท ต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่น้อยกว่า 4 วัน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยคิดเป็นร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาค่าตั๋วเข้าชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีที่เก็บในปัจจุบันสูงเกินไป โดย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสนอว่าควรเก็บค่าตั๋วเข้าชมของเด็กต่ำกว่า 51 บาท และตั๋วเข้าชมของผู้ใหญ่ ควรเก็บในช่วง 51-100 บาท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 18.75 ที่เคยไป ท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารี มีนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 7.5 ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีในการท่องเที่ยวครั้งนี้ สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท่าซาฟารีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัย ด้านการศึกษา ปัจจัยด้านระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยด้านค่านิยมความชอบใน การท่องเที่ยวธรรมชาติ ปัจจัยด้านการเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะเป็นกลุ่มหรือมาเป็นครอบครัว และปัจจัยด้านความเห็นว่าราคาค่าตั๋วเข้าชมเหมาะสม

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 กรอบและแนวคิดในการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และวิเคราะห์ถึงธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยกรอบแนวคิดดังรูปที่ 3.1

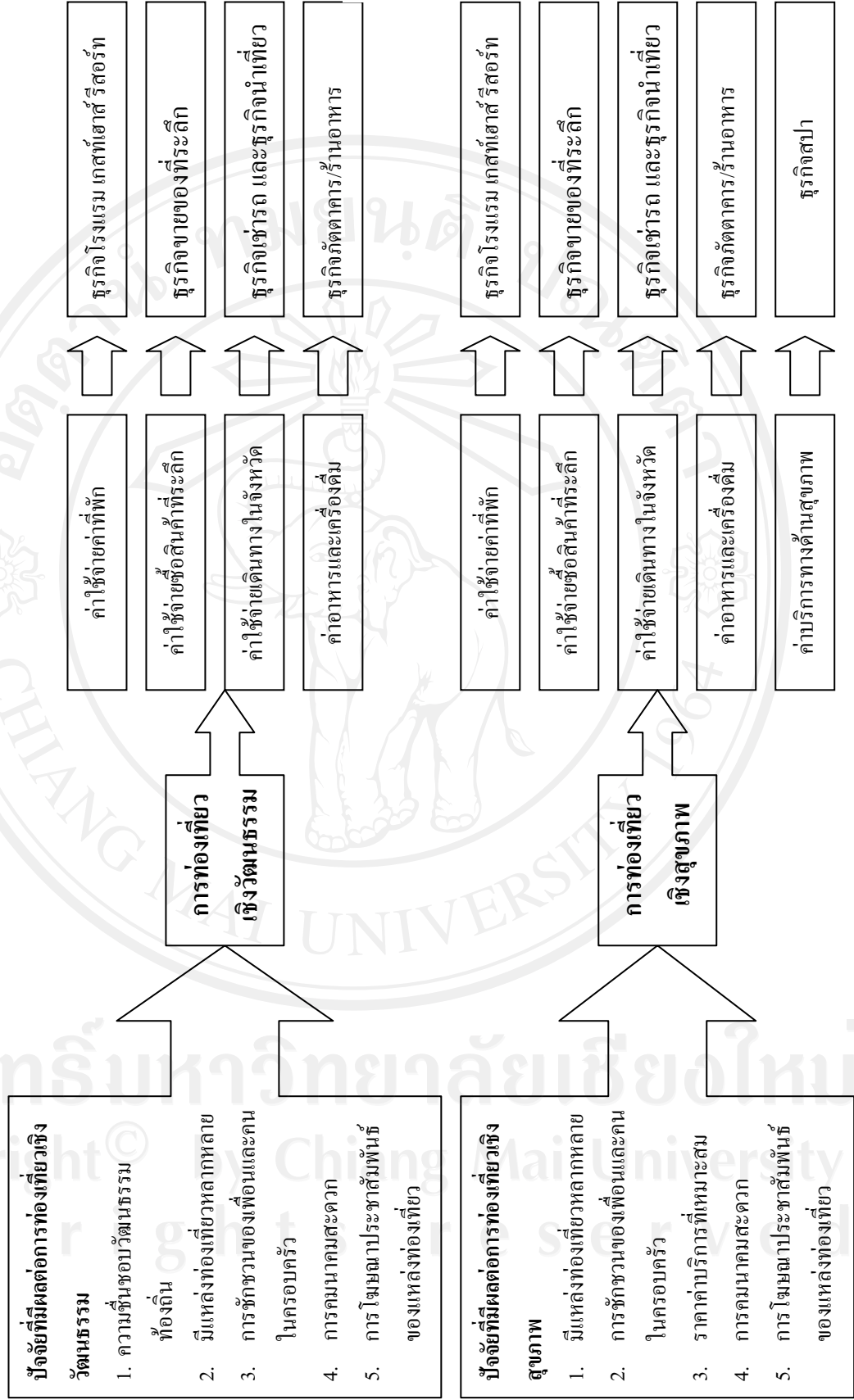
การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยความชื่นชอบวัฒนธรรมท้องถิ่น เพราะในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ปัจจัยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย นั้นจะทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่หลากหลายในการท่องเที่ยว ปัจจัยการคมนาคมที่สะดวก นั้นจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ปัจจัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว และมีการวางแผนในการมาท่องเที่ยว และปัจจัยการชักชวนของเพื่อนและคนในครอบครัว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่และเกิดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายในลักษณะค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเดินทางในจังหวัด ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะไปเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านที่พักก็จะมีเชื่อมโยงกับธุรกิจโรงแรม ธุรกิจ เกสต์เฮาส์ หรือธุรกิจรีสอร์ต ค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าที่ระลึกก็จะเชื่อมโยงกับธุรกิจขายของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายในการเดินทางในจังหวัดจะเชื่อมโยงกับธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจเช่ารถ ค่าอาหารและเครื่องดื่มจะเชื่อมโยงกับธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร

นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย นั้นจะทำให้นักท่องเที่ยวหลังจากมาใช้บริการทางสุขภาพแล้ว ก็จะมีทางเลือกที่หลากหลายในการท่องเที่ยว ปัจจัยการชักชวนของเพื่อนและคนในครอบครัว ปัจจัยด้านราคา ค่าบริการที่เหมาะสม ไม่สูงเกินไป ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ ปัจจัยการคมนาคมที่สะดวก นั้นจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย ปัจจัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว และมีการ

วางแผนในการมาท่องเที่ยว ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าซื้อสินค้าของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเดินทางในจังหวัด ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการทางด้านสุขภาพ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวนี้ก็จะเชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ค่าที่พัก เชื่อมโยงกับธุรกิจประเภทโรงแรม ธุรกิจเกสต์เฮาส์ ธุรกิจรีสอร์ท ค่าซื้อสินค้าของที่ระลึกเชื่อมโยงกับธุรกิจขายของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเดินทางในจังหวัดเชื่อมโยงกับธุรกิจเช่ารถ และธุรกิจนำเที่ยว ค่าอาหารและเครื่องดื่มเชื่อมโยงกับธุรกิจ ด้านภัตตาคารและร้านอาหาร ค่าบริการทางด้านสุขภาพเชื่อมโยงกับธุรกิจสปา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

รูปที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ จะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยทำการเลือกตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2550 มีจำนวน 4,181,878 คน (ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คำนวณจาก

$$\text{สูตร } n = N/[1+N(e^2)]$$

โดยกำหนดความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

n = จำนวนของผู้เสียภาษีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากรผู้มีงานทำในจังหวัดเชียงใหม่

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ร้อยละ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= 4,181,878 / [1+4,181,878 (0.05^2)] \\ &= 399.962 \sim 400 \text{ ราย} \end{aligned}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย โดยใช้วิธี Quota Sampling แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 200 ราย

2) นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 200 ราย

ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปในสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ได้แก่ วัด และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาในจังหวัดเชียงใหม่

3.3 วิธีการศึกษา

การศึกษาถึงธุรกิจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวิธีการศึกษาแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว เจริญวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเป็นการศึกษาพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ

1.1. ลักษณะของการท่องเที่ยว

1.2. ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย

1.2.1. ความชื่นชอบวัฒนธรรมท้องถิ่น

1.2.2. แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

1.2.3. การคมนาคมที่สะดวก

1.2.4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว

1.2.5. การชักชวนของเพื่อนและคนในครอบครัว

1.2.6. ราคาค่าบริการที่เหมาะสม

1.3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่นค่าที่พัก ค่าเดินทาง และค่าของที่ระลึก

2. การวิเคราะห์ธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เจริญวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะทำการศึกษาจากรายจ่ายในการท่องเที่ยวว่าจะเชื่อมโยงกับธุรกิจประเภทใดบ้าง

2.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.1 ค่าใช้จ่ายในด้านที่พัก เชื่อมโยงกับธุรกิจประเภทโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท

2.1.2 ค่าใช้จ่ายสินค้าของที่ระลึก ซึ่งมีเชื่อมโยงกับธุรกิจขายของที่ระลึก

2.1.3 ค่าใช้จ่ายเดินทางในจังหวัด เชื่อมโยงกับธุรกิจเชื่อมโยงกับธุรกิจเช่ารถ และธุรกิจนำเที่ยว

2.1.4 ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม เชื่อมโยงกับธุรกิจ ด้านภัตตาคารและร้านอาหาร

2.2 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.2.1 ค่าใช้จ่ายในด้านที่พัก เชื่อมโยงกับธุรกิจประเภทโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท

2.2.2 ค่าใช้จ่ายสินค้าของที่ระลึก ซึ่งมีเชื่อมโยงกับธุรกิจขายของที่ระลึก

2.2.3 ค่าใช้จ่ายเดินทางในจังหวัด เชื่อมโยงกับธุรกิจเชื่อมโยงกับธุรกิจเช่ารถ และธุรกิจนำเที่ยว

2.2.4 ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม เชื่อมโยงกับธุรกิจ ด้านภัตตาคารและร้านอาหาร

2.2.5 ค่าบริการทางด้านสุขภาพ เชื่อมโยงกับธุรกิจสปา

โดยจะดูว่าประชาชนกลุ่มตัวอย่างนั้น ใช้จ่ายค่าที่พักประเภทไหน ซื้อสินค้าของที่ระลึกในประเภทใดบ้าง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางในจังหวัดโดยเดินทางมาเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวหรือไม่ ถ้า

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยว ก็จะดูว่ามีค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยวเท่าไร จะดูว่าใช้บริการรถเช่าหรือไม่ ดูว่าค่าใช้จ่ายบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในแต่ละวันเป็นลักษณะร้านอาหารประเภทไหน และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นใช้บริการสปาในรูปแบบใดบ้าง

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่” ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในการรวบรวมข้อมูล โดยนำผลที่ได้จากแบบสอบถามมาแปลผลและวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของการพรรณนา ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิเคราะห์ถึงธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้สอบถามจากตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวน 200 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยแบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน

- 1) ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2) ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

โดยการวิเคราะห์ผลการศึกษายจะใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ซึ่งจะแสดงในรูปของ ตารางความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้

4.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

โดยประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงร้อยละ 62 และเพศชายร้อยละ 38 ส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุ 25 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.75 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.5 ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.75 มีระดับรายได้ในช่วง 10,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ซึ่งเมื่อทำการแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1.1 นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีจำนวน 200 ราย เป็นเพศชายจำนวน 65 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32.5 และเพศหญิงจำนวน 135 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.5 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51 รองลงไปคือช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 มีสถานะโสดจำนวนถึง 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นจำนวนถึง 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 และประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน ซึ่งมีจำนวนถึง 85 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-30,000 บาท เป็นจำนวนถึง 92 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 46 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

4.1.2 นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจำนวน 200 ราย เป็นเพศชายจำนวน 87 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.5 ของตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยเพศหญิงมีจำนวน 113 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.5 มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44.5 ส่วนใหญ่มีสถานะโสด โดยมีจำนวนถึง 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นจำนวนถึง 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน ซึ่งมีจำนวนถึง 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31 มีระดับรายได้ 10,000-30,000 บาท จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเชียงใหม่มากที่สุด เป็นจำนวนถึง 74 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 37 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	นักท่องเที่ยววัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1) เพศ						
-ชาย	65	32.5	87	43.5	152	38
-หญิง	135	67.5	113	56.5	248	62
รวม	200	100	200	100	400	100
2) อายุ						
-ต่ำกว่า 25 ปี	60	30	24	12	84	21
-25 – 35 ปี	102	51	89	44.5	191	47.75
-36 – 50 ปี	22	11	72	36	94	23.5
-มากกว่า 50 ปี	16	8	15	7.5	31	7.75
รวม	200	100	200	100	400	100
3) สถานภาพสมรส						
-โสด	146	73	110	55	256	64
-สมรส	51	25.5	76	38	127	31.75
-หย่าร้าง	3	1.5	14	7	17	4.25
รวม	200	100	200	100	400	100
4) ระดับการศึกษา						
-ต่ำกว่าปริญญาตรี	35	17.5	2	1	37	9.25
-ปริญญาตรี	143	71.5	139	69.5	288	70.5
-ปริญญาโท	22	11	59	29.5	81	20.25
รวม	200	100	200	100	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5) อาชีพ						
- ข้าราชการ	25	12.5	32	16	57	14.25
- รัฐวิสาหกิจ	9	4.5	36	18	45	11.25
- ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	85	42.5	62	31	147	36.75
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	11.5	49	24.5	72	18
- นักศึกษา	55	27.5	18	9	73	18.25
- เกษียณ	3	1.5	3	1.5	6	1.5
รวม	200	100	200	100	400	100
6) รายได้						
- น้อยกว่า 10,000 บาท	56	28	20	10	76	19
- 10,000 – 30,000 บาท	92	46	74	37	166	41.5
- 30,001 – 50,000 บาท	32	16	43	21.5	75	18.75
- 50,001 – 70,000 บาท	10	5	30	15	40	10
- มากกว่า 70,000 บาท	10	5	33	16.5	43	10.75
รวม	200	100	200	100	400	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

4.2.1 กลุ่มการเดินทาง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมากับเพื่อน คือ ร้อยละ 52.75 และรองลงมาคือเดินทางมากับครอบครัวร้อยละ 37.25 ตามลำดับ และมีผู้ที่เดินทางมาเที่ยวผู้รักร้อยละ 5.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาคนเดียวคิดเป็นร้อยละ 4.5 ดังแสดงในตาราง 4.2

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุดจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือมากับครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 32.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.2

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนร้อยละ 45.5 และรองลงมาคือเดินทางมากับครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 42 ดังแสดงในตารางที่ 4.2

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นมีกลุ่มการเดินทางในการท่องเที่ยวที่คล้ายกันคือเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือมาท่องเที่ยวกับครอบครัว

ตารางที่ 4.2 กลุ่มการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

กลุ่มการเดินทาง	นักท่องเที่ยววัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
คนเดียว	5	2.5	13	6.5	18	4.5
ครอบครัว	65	32.5	84	42	149	37.25
เพื่อน	120	60	91	45.5	211	52.75
คู่รัก	10	5	12	6	22	5.5
รวม	200	100	200	100	400	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.2 ระยะเวลาพำนัก กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักในจังหวัดเชียงใหม่ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ 4 วัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยที่ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 3.38 วัน ดังแสดงในตาราง 4.3

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีระยะเวลาในการพำนักในเชียงใหม่ 4 วันมากที่สุดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27 รองลงมาคือใช้เวลาพำนัก 5 วันคิดเป็นร้อยละ 24.5 โดยที่ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 3.42 วัน ดังแสดงในตารางที่ 4.3

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการพำนักในเชียงใหม่ 3 วันมากที่สุดจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือใช้เวลาพำนัก 4 วันคิดเป็นร้อยละ 21 โดยที่ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 3.35 วัน ดังแสดงในตารางที่ 4.3

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ใช้เวลาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 4 วัน และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นในเวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เท่ากับ 3 วันมากที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่มีหลากหลาย ส่งผลให้ระยะเวลาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใช้เวลามากกว่า

ตารางที่ 4.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ระยะเวลา	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2 วัน	20	10	36	18	56	14
3 วัน	37	18.5	99	49.5	136	34
4 วัน	54	27	42	21	96	24
5 วัน	49	24.5	17	8.5	66	16.5
มากกว่า 5 วัน	40	20	6	3	46	11.5
รวม	200	100	200	100	400	100

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.3 แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว โดยที่คำถามนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบคำถามได้หลายข้อว่าทราบข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากที่ใดที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จากการศึกษาพบว่าเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนถึง 260 คน คิดเป็นร้อยละ 24.23 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 256 คนเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.86 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวส่วนมากของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งมีจำนวนถึง 125 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.37 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือการสอบถามข้อมูลจากเพื่อน จำนวน 115 คนเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.26 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจาก การศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวคือ เพื่อนซึ่งมีจำนวนถึง 145 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.21 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือการใช้แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตจำนวน 131 คนเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.8 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ หาข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะสอบถามข้อมูลจากเพื่อนซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ส่วนใหญ่จะเดินทางมากับเพื่อน

ตารางที่ 4.4 แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูล	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อน	115	24.26	145	24.21	260	24.23
ญาติพี่น้อง	50	10.55	63	10.52	113	10.53
อินเทอร์เน็ต	125	26.37	131	21.87	256	23.86
เอกสารหรือ ใบปลิวของบริษัท ทัวร์	28	5.90	68	11.35	96	8.95
หนังสือพิมพ์	17	3.59	65	10.85	82	7.64
นิตยสารแนะนำ การท่องเที่ยว	91	19.19	87	14.52	178	16.59
โทรทัศน์	48	10.13	40	6.68	88	8.20

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการศึกษา

4.2.4 การท่องเที่ยวลักษณะอื่นๆ โดยนอกจากการท่องเที่ยวในลักษณะที่นักท่องเที่ยวมาแล้วกลุ่มตัวอย่างสนใจการท่องเที่ยวในลักษณะอื่นหรือไม่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะสนใจการท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 46.52 รองลงมาก็คือการท่องเที่ยวผจญภัยมีจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.23 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเลือกการท่องเที่ยวธรรมชาติมากที่สุดจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 59.74 รองลงมาคือการท่องเที่ยวผจญภัยคิดเป็นร้อยละ 31.82 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะเลือกการท่องเที่ยวผจญภัย มากที่สุดจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 34.57 รองลงมาคือการท่องเที่ยวผจญภัยคิดเป็นร้อยละ 33.95 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วนั้นจะชื่นชอบการท่องเที่ยวธรรมชาติ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น นอกเหนือจากการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพแล้วจะชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะการ

ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ลักษณะการท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่องเที่ยววัฒนธรรม	-	-	51	31.48	51	16.14
ท่องเที่ยวผจญภัย	49	31.82	56	34.57	105	33.23
ท่องเที่ยวธรรมชาติ	92	59.74	55	33.95	147	46.52
ท่องเที่ยวสุขภาพ	13	8.44	-	-	13	4.11

ที่มา: จากการศึกษา

4.3 ปัจจัยที่เลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่า ปัจจัยที่จังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเที่ยวเชียงใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.95 รองลงมาคือปัจจัยการชักชวนของเพื่อนและคนในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 20.21 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ ปัจจัยความชื่นชอบวัฒนธรรมมากที่สุด 155 คน คิดเป็นร้อยละ 37.99 รองลงมาคือปัจจัยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายคิดเป็นร้อยละ 21.81 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เลือกปัจจัยมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายคิดเป็นร้อยละ 25.79 และรองลงมาคือปัจจัยการชักชวนของเพื่อนและคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.41 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพราะปัจจัยความชื่นชอบวัฒนธรรมมากที่สุดและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ด้วยปัจจัยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ปัจจัย	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความชื่นชอบวัฒนธรรม	155	37.99	-	-	155	17.59
มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย	89	21.81	122	25.79	211	23.95
การชักชวนของเพื่อนและคนในครอบครัว	72	17.65	106	22.41	178	20.21
การคมนาคมที่สะดวก	48	11.76	69	14.59	117	13.28
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว	44	10.79	71	15.01	115	13.05
ราคาค่าบริการที่เหมาะสม	-	-	105	22.20	105	11.92

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการศึกษา

4.4 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

โดยประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย มีค่าใช้จ่ายที่พิกจำนวน 1,050,058 บาท ค่าใช้จ่ายที่พิกเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 2,625.14 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 428,875 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกเท่ากับ 1,448.90 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 1,969,276 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 4,923.19 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถเท่ากับ 102,800 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเช่ารถเท่ากับ 1,285 บาท ค่าใช้จ่ายการบริการสุขภาพเท่ากับ 252,069 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการบริการสุขภาพเท่ากับ 1,260.35 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ซึ่งเมื่อทำการแยกพิจารณาตากกลุ่มนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

4.4.1 นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีจำนวน 200 ราย มีค่าใช้จ่ายที่พิกจำนวน 416,260 บาท ค่าใช้จ่ายที่พิกเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 2,081.30บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 174,475 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกเท่ากับ 1,147.86 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 822,676 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมา

ท่องเที่ยวเท่ากับ 4,113.38 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถเท่ากับ 56,500 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเช่ารถเท่ากับ 1,066.04 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.7

4.4.2 นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจำนวน 200 ราย มีค่าใช้จ่ายที่พักรวม 633,798 บาท ค่าใช้จ่ายที่พักรเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 3,168.99 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 254,400 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกเท่ากับ 1,766.67 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 1,146,600 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 5,733.00 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถเท่ากับ 46,300 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเช่ารถเท่ากับ 1,714.82 บาท ค่าใช้จ่ายการบริการสุขภาพเท่ากับ 252,069 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการบริการสุขภาพเท่ากับ 1,260.35 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

หน่วย : บาท

ค่าใช้จ่าย	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวนเงิน	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน	จำนวนเงิน	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน	จำนวนเงิน	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน
ค่าที่พัก	416,260	2,081.30	633,798	3,168.99	1,050,058	2,625.14
ค่าใช้จ่ายสินค้าที่ระลึก	174,475	1,147.86	254,400	1,766.67	428,875	1,448.90
ค่าเดินทางมาท่องเที่ยว	822,676	4,113.38	1,146,600	5,733.00	1,969,276	4,923.19
ค่าเช่ารถ	56,500	1,066.04	46,300	1,714.82	102,800	1,285
ค่าบริการด้านสุขภาพ	-	-	252,069	1,260.35	252,069	1,260.35
รวม	1,469,911	8,408.58	2,333,167	13,643.83	3,803,078	11,542.58

ที่มา: จากการศึกษา

4.5 การเชื่อมโยงกับธุรกิจ

4.5.1 ที่พักร ข้อมูลในส่วนของที่พักรในระหว่างการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้พักอาศัยที่โรงแรมจำนวน 313 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 2,824.7 บาทต่อคน รองลงมาคือพักอาศัยในเกสต์เฮาส์ ซึ่งมีจำนวน 75 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 1,209.73 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม นักท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรมส่วนใหญ่ได้พักอาศัยที่ โรงแรม จำนวน 135 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 2,463 บาทต่อคน รองลงมาคือพักอาศัยในเกสต์เฮาส์ ซึ่งมีจำนวน 56 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 951 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่ได้พักอาศัยที่ โรงแรมจำนวน 178 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 3,099.146 บาทต่อคน รองลงมาคือพักอาศัยในเกสต์เฮาส์ ซึ่งมีจำนวน 19 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 1,971.05 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชียงวัฒนธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นส่วนใหญ่จะเลือกพักที่โรงแรม รองลงมาเป็นเกสต์เฮาส์ ซึ่งที่นักท่องเที่ยวเลือกพักโรงแรมเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากว่าโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมาก และมีราคาที่เหมาะสม ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 สถานที่พักในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

สถานที่พัก	นักท่องเที่ยวเชียงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน
โรงแรม	135	2,463	178	3,099.146	313	2,824.7
เกสต์เฮาส์	56	951	19	1,971.05	75	1,209.73
รีสอร์ต	9	3,388	3	14,900	12	6,266.67
รวม	200		200		400	

ที่มา: จากการศึกษา

4.5.2 สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก จากการศึกษาพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกจำนวน 297 คน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกจากที่ตลาดวโรรส คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.56 รองลงมานักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึกที่ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 24.34 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม นักท่องเที่ยว เชียงวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะเลือกซื้อของที่ระลึกที่ตลาดวโรรส จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือซื้อของที่ระลึกที่ถนนคนเดิน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 23.56 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นจะเลือกซื้อของฝากที่ตลาดวโรรสเป็นส่วนใหญ่ซึ่งมีจำนวนถึง 94 คน คิดเป็นร้อยละ 35.61 รองลงมาคือซื้อของที่ระลึกที่ถนนคนเดินจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ดังแสดงในตารางที่ 4.9

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัฒนธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นส่วนมากจะเลือกซื้อของฝากที่ตลาดวโรรส ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าที่เป็นของฝากขนาดใหญ่ รองลงมาคือถนนคนเดิน

ตารางที่ 4.9 สถานที่ซื้อสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

สถานที่ซื้อสินค้าที่ระลึก	นักท่องเที่ยววัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวสุขภาพ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดวโรรส	75	33.33	94	35.61	169	34.56
บ่อสร้าง	9	4	22	8.33	31	6.34
ถนนคนเดิน	53	23.56	66	25	119	24.34
บ้านถวาย	11	4.89	32	12.12	43	8.79
ไนซ์พลาซ่า	39	17.33	33	12.5	72	14.72
ร้านขายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว	38	16.89	17	6.44	55	11.25

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการศึกษา

4.5.3 สินค้าและของที่ระลึก เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจจะเลือกซื้อสินค้า และของที่ระลึกได้หลากหลาย ในการตอบคำถามข้อนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจึงสามารถเลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมที่จะซื้อ เสื้อผ้าและกระเป๋า เป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 30.43 รองลงมาเป็นอาหารคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.16 ลำดับที่สามเป็นงานฝีมือ ร้อยละ 18.74 โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกทั้งหมดเท่ากับ 1448.90 บาท ต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม นักท่องเที่ยว วัฒนธรรม ส่วนใหญ่นิยมที่จะซื้อ เสื้อผ้าและกระเป๋าเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 33.99 รองลงมาเป็นอาหารคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.27 มี ลำดับที่

สามของแต่งบ้านร้อยละ 16.60 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกทั้งหมดเท่ากับ 1147.86 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่นิยมที่จะซื้อเสื้อผ้าและกระเป๋าเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 27.27 รองลงมาเป็นอาหารคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.17 ลำดับที่สามของคืองานฝีมือคิดเป็นร้อยละ 23.78 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกทั้งหมดเท่ากับ 1766.67 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.10

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและกระเป๋ามากที่สุด รองลงมาคืออาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสถานที่ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวได้เลือกไปซื้อของที่ระลึกคือตลาดควโรรสและที่ถนนคนเดิน

ตารางที่ 4.10 ประเภทสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ประเภทของที่ระลึก	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อคน
อาหาร	69	715.22	72	853.94	141	786.05
ของแต่งบ้าน	42	802.38	42	1036.11	84	919.25
เสื้อผ้า กระเป๋า	86	673.21	78	896.58	164	779.45
เครื่องเงิน	15	761.11	21	630.16	36	684.72
งานฝีมือ	33	486.74	68	901.72	101	766.13
อื่นๆ	8	718.75	5	983.33	13	820.51

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการศึกษา

4.5.4 พาหนะในการเดินทางในเชียงใหม่ จากผลการศึกษาด้านค่าใช้จ่ายพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุดจำนวน 155 คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรถยนต์เท่ากับ 3326.45 บาทต่อคน รองลงมาเป็นการเดินทางด้วยเครื่องบิน ซึ่งมีจำนวน 116 คน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 4,248.70 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.11

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวจำนวน 63 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 3,571 บาทต่อคน รองลงมาคือเดินทางมากับเครื่องบินจำนวน 56 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 3,408 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.11

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเลือกที่จะเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 92 คนโดยเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,158.69 บาทต่อคน รองลงมาเป็นการเดินทางด้วยเครื่องบินจำนวน 60 คน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 5033.33 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.11

สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยเลือกพาหนะที่เหมือนกันคือรถยนต์ส่วนตัว รองลงมาคือเครื่องบินซึ่งมีความสะดวกสบายในการเดินทางและมีระยะเวลาในการเดินทางที่น้อยที่สุด

ตารางที่ 4.11 พาหนะที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

พาหนะที่เลือกใช้	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคน	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคน	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคน
รถยนต์ส่วนตัว	63	3,571	92	3,158.69	155	3,326.45
รถไฟ	5	628	12	1,016.67	17	902.35
เครื่องบิน	56	3,408	60	5,033.33	116	4,248.70
รถทัวร์/รถโดยสาร	28	1,050	18	1,861.11	46	1,367.1
รถตู้/รถเช่า	40	7,707	9	6700	49	7,522.45
กลุ่มทัวร์	8	8,250	9	49,777.78	17	30,235.29
รวม	200		200		400	

ที่มา: จากการศึกษา

4.5.5 พาหนะในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาด้านค่าใช้จ่ายพาหนะในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ เพราะนักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะเลือกใช้พาหนะได้มากกว่าหนึ่งชนิด โดยการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่ จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลสัดส่วนร้อยละ 35.54 รองลงมาคือ

ตัวอย่างจะนั่งรถสองแถวคิดเป็นร้อยละ 20.48 ลำดับที่สามเป็นรถแท็กซี่คิดเป็นสัดส่วน 16.87 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่ จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคล สัดส่วนร้อยละ 32.94 รองลงมากลุ่มตัวอย่างจะนั่งรถสองแถวคิดเป็นร้อยละ 27.45 ลำดับที่สามเป็นรถเช่าคิดเป็นสัดส่วน 20.78 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้พบว่าส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลสัดส่วนร้อยละ 38.27 รองลงมากลุ่มตัวอย่างจะนั่งรถแท็กซี่คิดเป็นร้อยละ 25.1 ลำดับที่สามเป็นรถสองแถวคิดเป็นสัดส่วน 13.168 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

สรุปได้ว่าในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ส่วนใหญ่จะมีรถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง เพราะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ได้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด นอกจากรถยนต์ส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างใช้กันเป็นส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะใช้บริการรถสองแถวอาจเป็นเพราะว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นมีจำนวนที่หลากหลายและใช้เวลาในการท่องเที่ยวในสถานที่หนึ่งน้อยทำให้เลือกใช้รถสองแถวเพราะมีความสะดวกสบายกว่าในการเดินทาง แต่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นจะใช้บริการรถแท็กซี่อาจเพราะว่าในการเดินทางไปใช้บริการสุขภาพในหนึ่งครั้งนั้นใช้เวลามาก ดังนั้นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเลือกใช้รถแท็กซี่รองมาจากรถยนต์ส่วนตัว

ตารางที่ 4.12 พาหนะที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

พาหนะที่เลือกใช้	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถโดยสารประจำทาง	25	9.80	30	12.35	55	11.04
รถยนต์ส่วนบุคคล	84	32.94	93	38.27	177	35.54
รถแท็กซี่	23	9.02	61	25.10	84	16.87
รถสองแถว	70	27.45	32	13.17	102	20.48
รถเช่า	53	20.78	27	11.11	80	16.06

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการศึกษา

4.5.6 ประเภทของรถเช่า โดยรถเช่าจะแบ่งตามขนาดของรถ จากการศึกษาค้นคว้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีจำนวน 80 คน ที่เลือกใช้บริการรถเช่า โคนกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกเช่ารถยนต์ขนาดกลางซึ่งมีจำนวน 30 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 1,893.33 บาทต่อคน รองลงมาคือรถมอเตอร์ไซด์มีจำนวน 25 คน มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 568 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.13

เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่วนใหญ่จะเลือกใช้รถจักรยานยนต์จำนวน 20 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 550 บาทต่อคน รองลงมาคือรถยนต์ขนาดกลาง จำนวน 15 คน และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,493.33 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.13

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้พบว่าส่วนใหญ่จะเลือกใช้รถยนต์ขนาดกลางจำนวน 15 คน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 2,626.667 บาทต่อคน รองลงมาคือ รถยนต์ขนาดเล็กจำนวน 6 คน และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1,733.33 บาทต่อคน ดังแสดงในตารางที่ 4.13

สรุปกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นเช่ารถยนต์ขนาดกลางในจำนวนที่เท่ากันคือ 15 คน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นส่วนใหญ่เช่ารถจักรยานยนต์ซึ่งมีราคาโดยเฉลี่ยต่ำกว่ารถเช่าประเภทอื่นๆ

ตารางที่ 4.13 ประเภทรถเช่าของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทรถเช่า	นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		รวม	
	จำนวน(คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ครั้ง	จำนวน(คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ครั้ง	จำนวน(คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/ครั้ง
รถยนต์ขนาดใหญ่	2	2,150	-	-	2	2,150
รถยนต์ขนาดกลาง	15	1,493.33	15	2,626.67	30	1,893.33
รถยนต์ขนาดเล็ก	9	1,222.22	6	1,733.33	15	1,426.67
รถกระบะ	7	1,114.29	1	800	8	1,075
รถจักรยานยนต์	20	550	5	640	25	568

ที่มา : จากการสำรวจ

ประเภทของกลุ่มตัวอย่างที่ให้บริการสปา นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่ใช้บริการนวดแผนไทยซึ่งคิดเป็นร้อยละ 39.82 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการนวดแผนไทยเท่ากับ 889.325 บาทต่อคน รองลงมาคือการขัดหน้าและนวดหน้า ร้อยละ 16.74 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 1,341.89 บาทต่อคน และ

อันดับที่สามใช้บริการเป็น แพคเกจคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.84 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 2030.54 บาทต่อคน ซึ่งแพคเกจนั้นเป็นการรวมบริการสุขภาพในแต่ละรูปแบบเข้าด้วยกัน โดยจะมีให้เลือกหลายแพคเกจให้ลูกค้าเลือกรับบริการ

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนสัดส่วนและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำแนกตามประเภทของบริการสปา

ประเภทของบริการ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน (บาท)
นวดแผนไทย	88	39.82	889.325
จัดหน้า นวดหน้า	37	16.74	1341.89
จัดผิวและนวด	41	18.55	912.19
นวดน้ำมัน	5	2.26	1120
นวดเท้า	13	5.88	607.7
อบไอน้ำ	2	0.9	650
แพคเกจ	35	15.84	2030.54

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ

4.6 การประมาณรายได้จากธุรกิจที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากร้อยละของจำนวนผู้เยี่ยมชม ซึ่งจำแนกตามกิจกรรมที่ร่วมระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2550 พบว่ากิจกรรมเชิงวัฒนธรรมมีจำนวนร้อยละ 17.68 และกิจกรรมเชิงสุขภาพ มีจำนวนร้อยละ 7.53 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ซึ่งนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 4,181,878 คน ดังนั้นจึงประมาณว่าจังหวัดเชียงใหม่จะมีนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีจำนวน 739,356 คน และมีนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 314,895 คน

ตารางที่ 4.15 การประมาณรายได้จากธุรกิจที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

	นักท่องเที่ยววัฒนธรรม		นักท่องเที่ยวสุขภาพ		รวม	
	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ	จำนวนเงิน (ล้านบาท)	ร้อยละ
ธุรกิจที่พัก						
- โรงแรม	1,229	24.16	868	28.16	2,097	25.67
- เกสต์เฮาส์	196	3.85	58	1.88	254	3.10
- รีสอร์ท	112	2.20	70	2.27	182	2.22
ธุรกิจของที่ระลึก						
- อาหาร	144.22	2.83	67.69	2.19	211.91	2.59
- ของแต่งบ้าน	98.48	1.93	47.91	1.55	146.39	1.79
- เสื้อผ้า กระเป๋า	169.19	3.32	76.99	2.49	246.18	3.01
- เครื่องเงิน	33.36	0.65	14.57	0.47	47.93	0.58
- งานฝีมือ	46.94	0.92	67.51	2.19	114.45	1.40
- อื่นๆ	16.80	0.33	5.41	0.17	22.21	0.27
ธุรกิจขนส่ง						
- รถยนต์ส่วนตัว	831.67	16.35	457.54	14.84	1,289.21	15.78
- รถไฟ	11.6	0.22	19.20	0.62	30.8	0.37
- เครื่องบิน	705.05	13.86	475.49	15.43	1,180.54	14.45
- รถทัวร์/รถโดยสาร	108.68	2.13	52.74	1.711	161.42	1.97
- รถตู้/รถเช่า	1,139.64	22.40	94.94	3.08	1,234.58	15.11
- กลุ่มทัวร์	243.98	4.79	705.35	22.8	949.33	11.62
รวม	5086.61	100	3081.34	100	8167.95	100

ที่มา: จากการศึกษา

ธุรกิจสถานที่พัก จากนักท่องเที่ยววัฒนธรรมมีจำนวน 739,356 คน จะเลือกพักที่โรงแรมจำนวน 499,065 คน ธุรกิจโรงแรมจะมีรายได้ 1,229,197,834 บาท เกสต์เฮาส์จะมีนักท่องเที่ยววัฒนธรรมพัก 207,020 คน โดยธุรกิจเกสต์เฮาส์จะมีรายได้ 196,875,716 บาท นักท่องเที่ยวสุขภาพมีจำนวน 314,895 คน ซึ่งจะเลือกพักที่โรงแรมจำนวน 280,257 คน โดยโรงแรมจะมีรายได้จำนวน 868,795,305 บาท และจะพักที่เกสต์เฮาส์จำนวน 29,915 คน ธุรกิจเกสต์เฮาส์จะมีรายได้ 58,962,514 บาท ดังแสดงในตาราง 4.15

ธุรกิจประเภทสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเลือกซื้อเสื้อผ้า กระเป๋า จำนวน 251,323 คน ซึ่งธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้าและกระเป๋าจะมีรายได้จำนวน 169,193,157 บาท และ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะซื้ออาหารจำนวน 201,642 คน ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารจะมีรายได้จำนวน 144,218,391 บาท

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะเลือกซื้อเสื้อผ้า กระเป๋าจำนวน 85,880 คน ซึ่งธุรกิจเกี่ยวกับเสื้อผ้าและกระเป๋าจะมีรายได้จำนวน 76,998,698 บาท และนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะซื้ออาหาร จำนวน 79,274 คน ซึ่งธุรกิจเกี่ยวกับอาหารจะมีรายได้จำนวน 67,695,466 บาท ดังแสดงในตาราง 4.15

การเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยนำรถยนต์ส่วนตัวมาเป็นจำนวน 831,675,187 บาท นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวน 207,019 คน ซึ่งเดินทางมาเชียงใหม่โดยเครื่องบิน ธุรกิจเกี่ยวกับการบินจะมีรายได้ 705,520,752 บาท

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยนำรถยนต์ส่วนตัวมาเป็นจำนวน 457,542,564 บาท นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 94,468 คน ซึ่งเดินทางมาเชียงใหม่โดยเครื่องบิน ธุรกิจเกี่ยวกับการบินจะมีรายได้ 475,488,618 บาท ดังแสดงใน ตาราง 4.15

ตาราง 4.16 ธุรกิจสปาที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ประเภทของบริการ	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)
นวดแผน ไทย	125,388	111.51
ขัดหน้า นวดหน้า	52,719	70.74
ขัดผิวและนวด	58,419	53.29
นวดน้ำมัน	7,124	7.97
นวดเท้า	18,523	11.25
อบไอน้ำ	2,849	1.85
Packages	49,870	101.26

ที่มา : จากการสำรวจ

จากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 314,895 คน นั้นจะใช้บริการสปาโดยแบ่งเป็นประเภทของบริการ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นจะเลือกนวดแผนไทยจำนวน 125,388 คน เป็นจำนวนเงิน 111,510,731 บาท รองลงมาคือนวดหน้า ขัดหน้าจำนวน 52,719 คน เป็นจำนวนเงิน 70,744,410 บาท ดังแสดงในตาราง 4.16

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และวิเคราะห์ถึงธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นการศึกษานักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำนวน 200 คน และศึกษานักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 200 คน

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี มีสถานะ โสดและมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างหรือพนักงานเอกชนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 10,000 – 30,000 บาท

เมื่อพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมาพร้อมกับเพื่อน มีระยะเวลาในการพักผ่อนเท่ากับ 3.42 วัน โดยแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต โดยนอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว จะเลือกการท่องเที่ยวธรรมชาติ และมีปัจจัยความชื่นชอบวัฒนธรรมเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นั้นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีค่าใช้จ่ายที่พักจำนวน 416,260 บาท ค่าใช้จ่ายที่พักเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 2,081.30 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 174,475 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกเท่ากับ 1,147.86 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 822,676 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 4,113.38 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถเท่ากับ 56,500 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเช่ารถเท่ากับ 1,066.04 บาท

การเชื่อมโยงของธุรกิจนั้นพบว่านักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเลือกพักโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ จะเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกที่ตลาดวโรรส ประเภทสินค้าที่ระลึกนั้นส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อผ้าและกระเป๋า การเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นจะเลือกมาโดยรถยนต์ส่วนตัวและเครื่องบินในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ในส่วนของพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างใช้เดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ที่รถยนต์ส่วนตัว กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเลือกใช้รถเช่าจำนวน 53 คน ส่วนใหญ่จะเลือกใช้รถมอเตอร์ไซด์

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เป็นเพศชายจำนวน 87 คน มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี และสถานะ โสด โดยมีจำนวนถึง 110 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นจำนวนถึง 139 คน ประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน ซึ่งมีจำนวนถึง 62 มีระดับรายได้ 10,000-30,000 บาท

เมื่อพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมาพร้อมกับเพื่อน มีระยะเวลาในการพักผ่อนเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 วัน โดยแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ตโดยนอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว จะเลือกการท่องเที่ยวผจญภัย และมีปัจจัยความมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจำนวน 200 ราย มีค่าใช้จ่ายที่พักจำนวน 633,798 บาท ค่าใช้จ่ายที่พักเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 3,168.99 บาท ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกจำนวน 254,400 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ระลึกเท่ากับ 1,272.00 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 1,146,600 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเท่ากับ 5,733.00 บาทต่อคน ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถเท่ากับ 46,300 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเช่ารถเท่ากับ 231.50 บาท ค่าใช้จ่ายการบริการสุขภาพเท่ากับ 252,069 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการบริการสุขภาพเท่ากับ 1,260.35 บาท

การเชื่อมโยงธุรกิจนี้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะเลือกพักที่โรงแรม เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกที่ตลาดวโรรส โดยเลือกซื้ออาหารและเสื้อผ้า กระเป๋าในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว ทำให้พาหนะที่ใช้ในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะเลือกรถยนต์ส่วนตัว และเลือกใช้รถเช่าจำนวน 25 คน ส่วนใหญ่จะเลือกใช้รถยนต์ขนาดกลาง และเลือกประเภทของบริการสุขภาพเป็น นวดแผนไทย

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวพบว่าแหล่งข้อมูลของทั้งนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่มาจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้นจึงควรใช้อินเทอร์เน็ตในการให้ข้อมูลและโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว
2. จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนอกการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้วสนใจการท่องเที่ยว ธรรมชาติ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นนอกเหนือจากการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพแล้วจะขึ้นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรมีการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติควบคู่กัน เช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นควรมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย
3. จากการศึกษากลุ่มการเดินทางและระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะเดินทางกับครอบครัว เพื่อน และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 3-4 วัน ดังนั้นการส่งเสริมการขายแพคเกจทัวร์ควรเป็นการท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวและมีระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 3-4 วัน
4. จากการศึกษาสถานที่ซื้อสินค้าที่ระลึกของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกที่ตลาดวโรรสและถนนคนเดิน ดังนั้นควรมีการอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปยังทั้งสองแห่ง
5. จากการศึกษาประเภทสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เลือกซื้อคือเสื้อผ้า กระเป๋าและอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเสื้อผ้า กระเป๋าและอาหารนั้นควรทำให้สินค้าให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพ รวมไปถึงเพิ่มปริมาณสินค้าให้มากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว
6. จากการศึกษาประเภทของบริการสปาพบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะเลือกนวดแผนไทย รองลงมาคือขัดผิว ดังนั้นผู้ประกอบการสปาควรมีแพคเกจนวดแผนไทยและขัดผิวเป็นหลัก

เอกสารอ้างอิง

กรทอง ลีสุวรรณ. 2548. การประเมินมูลค่าประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวของสวนสัตว์เชียงใหม่.

การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2551. สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือนปี 2550. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา: <http://www.tat.or.th>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2551. สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปี 2550.

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.tat.or.th>

นัฐพงศ์ กุมภาพันธ์. 2549. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน.

การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปวีณา โทนแก้ว. 2542. ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคน

ไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. 2552. สรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มธุรกิจโรงแรม [ระบบ

ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.ktb.co.th/upload/economy/SIT/Hotel.pdf>. (กุมภาพันธ์

2552).

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. 2552. สรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มธุรกิจสปา [ระบบ

ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://www.ktb.co.th/upload/economy/SIT/spa.pdf>. (มกราคม

2552).

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. 2552. สรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มธุรกิจรถเช่า [ระบบ

ออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.ktb.co.th/upload/economy/SIT/Car_for_Rent.pdf.

(พฤษภาคม 2552).

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. 2552. สรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มธุรกิจนำเที่ยว [ระบบ

ออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.ktb.co.th/upload/economy/SIT/Tourism_Business.pdf.

(กุมภาพันธ์ 2552).

ฝ่ายวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. 2552. สรุปภาวะธุรกิจและแนวโน้มธุรกิจภัตตาคารและ

ร้านอาหาร [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา: <http://www.ktb.co.th/upload/economy/SIT/Restaurant.pdf>. (กุมภาพันธ์

2552).

- พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์. 2542. ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว
ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิสิษฐ์ สุขสวัสดิ์. 2541. แบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตอำเภอป่า
จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภารตี ไกรสิทธิ์. 2548. การศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. 2540. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว
ของประเทศไทย: รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำ
โขง: รายงานการวิจัย. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ. 2550. การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. [ระบบออนไลน์]
แหล่งที่มา: <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=111817>. (กันยายน 2550)
- อัยภูงค์ โปราณานนท์. 2541. การศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ภาควิชาภูมิศาสตร์
- เอกลักษณ์ อริยวัจน์. 2549. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวชมสวนสัตว์เชียงใหม่ในท
ชาฟารีของนักท่องเที่ยวไทย. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นายกิตติรัช เตชะวีรกร
วัน เดือน ปี เกิด	19 กรกฎาคม 2528
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนวชิราวุธ วิทยาลัย จังหวัดกรุงเทพ ปีการศึกษา 2546 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved