

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยว
ในจังหวัดลำพูน

จิรภัทร บุญรักษา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยว
ในจังหวัดลำพูน

จิรภัทร บุญรักษา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2553

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยว
ในจังหวัดลำพูน

จรัสพร บุญรักษา

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

..... ประธานกรรมการ

.....

รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชานันดี

รองศาสตราจารย์อรรถพร มณีสงฆ์

..... กรรมการ

รองศาสตราจารย์อรรถพร มณีสงฆ์

..... กรรมการ

นางนิตยา วัฒนคุณ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
18 ตุลาคม 2553
© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชชสถานติ ประธานกรรมการ และอาจารย์ นิตยา วัฒนคุณ กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบคุณลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

จิรภัทร บุญรักษา

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่
ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

ผู้เขียน นางสาวจิรภัทร บุญรักษา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน ส่วนมากมีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปวส/อนุปริญญา อาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาภาคเหนือ นักท่องเที่ยวภาคเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดเลย นักท่องเที่ยวในภาคกลางที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวในภาคใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดกระบี่ และจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวจากจังหวัดระยอง ต้องการ ไปเยี่ยมชม โบราณสถาน (วัด) เหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เคยมาเที่ยวจังหวัดลำพูน 2 ครั้ง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูน เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน มีเพื่อนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์คอดยชะม้อ รองลงมา สะพานทาชมพู และวัดพระธาตุดอยเวียง

สำหรับเหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลของท้องถิ่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน การหา แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นว่าน่าเชื่อถือ คือ อินเทอร์เน็ต หา ข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวคือ ร้านอาหาร เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของโรงแรม

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ในระดับมากคือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ด้าน ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ด้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้าน โรงแรมที่พัก และด้านร้านอาหาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่ง ดึงดูดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ และการคมนาคมสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวง่าย

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้าน โรงแรมที่พัก มีความ พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการลดราคาที่พัก รองลงมาสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร มีความพึง พ้อใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง รองลงมาราคา อาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย และการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและ ของที่ระลึกมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย

Independent Study Title Thai Tourist Satisfaction Towards Tourist Destinations in Lamphun Province

Author Miss Jirapat Boonraksa

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

This independent study aimed at investigating Thai tourist satisfaction towards tourist destinations in Lamphun province. Research samplings were specified to 400 Thai tourists traveling to Lamphun. Questionnaires were used as the research tool to collect data; then all data derived were analyzed by descriptive statistics, consisting of frequency, percentage, and means.

Based upon the findings, numbers of respondents were found equally in according to gender. Most of them were 31-40 years old, with married status and vocational/diploma educational background and worked in business type of occupation/ran individual business. They mostly earned incomes at less than 10,000 baht and resided in the northern region. Hereafter were shown the provinces where these tourists were mostly from: Chiang Mai for the North, Loei for the Northeast, Bangkok for the Centre, Krabi for the South, and Rayong for the East. They mentioned that they needed to visit Lamphun to see archeological sites (temples) with the reason of relaxing themselves amidst new atmosphere. They had visited to Lamphun for 2 times. In this time, they flied to Chiang Mai International Airport; then, drove their friend's car to Lamphun. In this trip, they were accompanied by their friends.

In the over all view, the respondents satisfied with the tourist destinations in Lamphun at moderate level. Averagely, the top three satisfactions were given to the Holy Well at Doi Kamor, Tha Chomphu Bridge, and Phrathat Doi Wiang.

Regarding the reason of travelling to Lamphun, they referred the most to their need to to learn about its cultures, path of life, arts, historical sites, and local festivals that they had

never recognized. The advance search of Lamphun information was done via websites/Internet. They also believed that the most reliable source of tourist information was from the Internet. The information that they mostly browsed for was the restaurants information. They mostly travelled to Lamphun with tour agents/airline packages/hotel packages.

According to the satisfaction towards Lamphun tourist industrial factors, the respondents averagely satisfied with the following factors at high level: tourist spots and attraction, product and souvenir shops, and tour agents or tourism service businesses. However, they satisfied at moderate level with the factors namely accommodation and restaurant.

The top three satisfactions towards tourist spots and attraction factor were given to the informative sign boards telling about the history of each place, the availability of restaurants and souvenir shops, and the convenient transportation to access each tourist places.

The top three satisfactions towards accommodation factor were given to the discount of accommodation rate, the convenient and sufficient parking lots, and the ease to find accommodation as needed.

The top three satisfactions towards restaurant factor were given to the various types of restaurants to be selected, the reasonable price of food and beverage comparing to the acquired service and its taste, the ease of transportation to access to the restaurant, and the polite and friendly services as provided by restaurant staff.

The top three satisfactions towards product and souvenir shops factor were given to the polite and friendly services from the sale persons, the proper discount, and the cleanliness and security of the shops.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
วิธีการศึกษา	15
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	16
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16
ระยะเวลาในการศึกษา	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน	36
ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนา	47
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว	74
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการศึกษา	75
การอภิปรายผล	83
ข้อค้นพบ	85
ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	91
ประวัติผู้เขียน	102

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	20
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่ เดินทางมา	21
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	23
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	24
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	25
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการ ไปเยี่ยมชมในจังหวัดลำพูน	25
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน	26
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคย มาเที่ยวจังหวัดลำพูน	27
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ใน การเดินทางมายังจังหวัดลำพูนครั้งนี้	27
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง ท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนครั้งนี้	28
14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบ แบบสอบถามในการมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน	29
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด	31
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหา แหล่งข้อมูลของจังหวัดลำพูนก่อนการเดินทางมาครั้งนี้	32
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล ท่องเที่ยวที่เห็นว่าน่าเชื่อถือมากที่สุด	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว	34
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการท่องเที่ยว	35
20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	36
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพักผ่อนในจังหวัดลำพูน	38
22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน โรงแรมที่พัก	39
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับประทานอาหารที่จังหวัดลำพูน	41
24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร	42
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อของที่ระลึกที่จังหวัดลำพูน	43
26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	44
27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ระลึกที่ซื้อ	45
28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจะกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต	46
29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบอกต่อ	46
30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามเพศ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก จำแนกตามเพศ	50
32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร จำแนกตามเพศ	52
33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามเพศ	54
34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	62
38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามภูมิลำเนา	64
39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก จำแนกตามภูมิลำเนา	67
40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร จำแนกตามภูมิลำเนา	70
41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามภูมิลำเนา	72
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบจาก แหล่งท่องเที่ยว	74

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

จากปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่มาจากการล้มตามกันของสถาบันการเงินสหรัฐ (Sub Prime) ตั้งแต่ปี 2550 รวมถึงสถานการณ์ความไม่สงบในประเทศ ทั้งเหตุการณ์ความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย และการชุมนุมเรียกร้องทางการเมือง ซึ่งนำไปสู่เหตุการณ์รุนแรงถึงขั้นการปิดล้อมสนามบินในช่วงปลายปี 2551 และเหตุการณ์จลาจลในช่วงสงกรานต์ปี 2552 ที่ผ่านมานับเป็นปัจจัยลบภายในประเทศที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นด้านความสงบและความปลอดภัยของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ในภูมิภาคเอเชีย โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยลดลงร้อยละ 21.2 และร้อยละ 24.0 ในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม 2551 ตามลำดับ เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2550 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 และร้อยละ 5.6 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552 : ออนไลน์)

ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจึงต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลจึงมีการสร้างและปรับแผนกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวของปี 2552 เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้หันมาท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เห็นได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดกิจกรรม “50ที่ 50ปี ท่องเที่ยวไทย” เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยการสร้างสิ่งดึงดูดใจ ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง รวมถึงการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้ากับจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้าน เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง ส่งเสริมให้ทุกส่วนของสังคมตั้งแต่ระดับชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาและจัดการพื้นที่ของตน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อมมากที่สุด และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศ ในฤดูกาลท่องเที่ยวนี้ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทางภาคเหนือ (ลัญจนา ศรีศักดิ์ หิรัญ และ ศิริวรรณ เณรเลียบ)

จังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดที่เก่าแก่ที่สุดในภาคเหนือ มีอายุกว่า 1300 ปี เดิมเรียกว่า นครหริภุญไชย จังหวัดลำพูนเป็นแหล่งรวมประเพณีวัฒนธรรมล้านนา โบราณสถานอันเก่าแก่ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอันสวยงาม มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ สมกับคำขวัญที่ว่า

“ลำพูนเมืองมรดกโลก แหล่งเกษตรปลอดภัย อุตสาหกรรมคุณภาพ” ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม มีลำไย และกระเทียมเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ อีกทั้งยังมีความสามารถในการผลิตหัตถกรรมที่ต้องใช้ศิลปะและฝีมือที่ประณีต ละเอียดอ่อน ซึ่งยุทธศาสตร์จังหวัดได้กล่าวถึงประเด็นการพัฒนาจังหวัดลำพูนตามคำขวัญดังกล่าว คือ พัฒนาการเกษตร พัฒนาอุตสาหกรรม พัฒนาสังคม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะการพัฒนาจังหวัดลำพูนให้เป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น บรรลุไว้เป็นแผนดำเนินการตลาดเชิงรุก (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำพูน, 2550) และพบว่าสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนปี 2551 เทียบปี 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนเป็นจำนวนสูงขึ้นถึง 19.66% จาก 174,176 คน เป็น 212,421 คนตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงถึง -36.35% จาก 7,153 เป็น 4,553 คนตามลำดับ (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553 : ออนไลน์)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้นำผลการศึกษามาเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของหน่วยงานของรัฐ บริษัทเอกชน รวมทั้งประชาชนภายในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูนให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน
2. ทำให้สามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนอง เมื่อบรรลुวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการก็จะทำให้เกิดความรู้สึก ดี ชอบ และสบายใจ หากสอดคล้องกับความคาดหวัง หรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะมีความรู้สึกพึงพอใจ หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังก็จะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึงในการศึกษาครั้งนี้จะได้อ่แก่บุคคลชาวไทยที่มีสัญชาติและ/หรือเชื้อชาติไทย ที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนไปยัง จังหวัดลำพูนเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใดๆ และผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งอาจเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) หรือค้างคืนและเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใ้ช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

สถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ในจังหวัดลำพูนได้แก่ วัดโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์บุคคลสำคัญๆในประวัติศาสตร์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1.ทฤษฎีความพึงพอใจ

Philip Kotler (1994 : 36-40) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้ว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกหลังการซื้อของลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้าที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Performance) ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfied Customer) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ซึ่งสอดคล้องกับที่อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้บริโภคไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นเครื่องชี้ถึงความสำเร็จของการตลาด ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการปฏิบัติงานของสินค้ากับความคาดหวังที่ผู้บริโภคได้ตั้งไว้ก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าหรือบริการ รูปแบบการเปรียบเทียบดังกล่าวแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 การปฏิบัติงานของสินค้าดีกว่าความคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจ รูปแบบที่ 2 การปฏิบัติงานของสินค้าเท่ากับความคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความรู้สึกเฉยๆ และรูปแบบที่ 3 การปฏิบัติงานของสินค้าต่ำกว่าความคาดหวัง ซึ่งจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) ได้อธิบายแนวคิดด้านการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าไว้ดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังนั้นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ซึ่งมีความคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ และถ้าผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

นักการตลาดจะต้องค้นหาและวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) สำหรับวิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถกระทำได้ด้วยวิธีต่างๆ ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion System) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) อาจเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าโดยการวิจัยตลาด วิธีนี้องค์กรจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้ามักไม่สนใจวิธีแรก แต่ส่วนใหญ่มักเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการรายอื่นแทนที่จะเสนอแนะคำติชม ซึ่งเป็นผลให้องค์กรต้องสูญเสียลูกค้า เทคนิคต่างๆ ที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

- การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน อาทิเช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง เป็นต้น

- การถามลูกค้าว่าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ หรือบริการ หรือไม่ อย่างไร

- การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้บริการ พร้อมทั้งเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่ควรแก้ไขปัญหานั้น เรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

- การถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ ของการบริการ เรียกว่าการให้คะแนนการทำงานบริการ (Service Performance Rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการบริการ

- การสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำของลูกค้า (Repurchase Intention)

จากแนวความคิดข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับ การตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการก็จะทำให้เกิดความรู้สึก ดี ชอบ และ สบายใจ หากสอดคล้องกับความคาดหวัง หรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะมีความรู้สึกพึงพอใจหากผลที่ได้รับ จากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังก็จะมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ การศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ในครั้งนี้ ใช้วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้าโดย วิธีการให้คะแนนความพึงพอใจ (Rating Customer Satisfaction)

2. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

Holloway (1995) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึงการเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่น ในระยะเวลาสั้นๆ และทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเยี่ยมชมญาติมิตร หรือพักผ่อนท่องเที่ยว

Lawson and Baud Baud Bovy (1998) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้น ในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่อยู่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

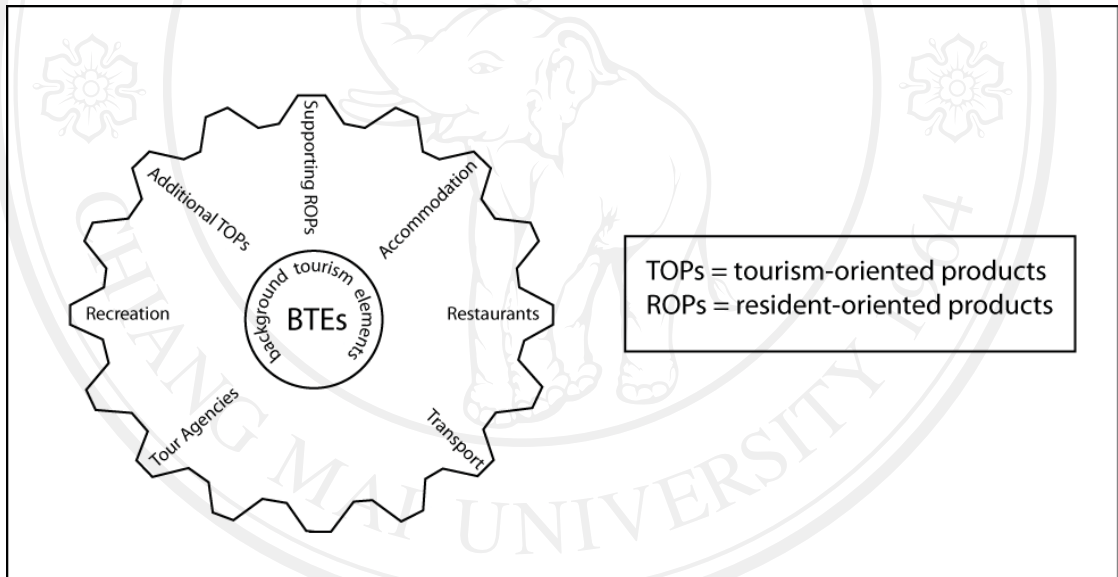
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทน และหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว การดำเนินงาน นิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว (พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2522)

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากสถานที่ถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนเยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ การประชุม การรักษาสุขภาพ หรือเพื่อประกอบภารกิจใดๆ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2552:ออนไลน์)

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อื่นมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามมิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้(สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2552:ออนไลน์)

ซึ่งในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูนใช้คำว่า “นักท่องเที่ยวชาวไทย” หมายถึง นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทย

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Witt and Moutinho, 1995) อ้างถึงใน บุญเลิศ เปรร่า, 2543) Witt and Moutinho ได้เปรียบองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นดัง “ตะกร้าสินค้าและบริการของตลาดการท่องเที่ยว” (Tourism Market Basket of Goods and Services) การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใด พวกเขาจะเลือกตะกร้าที่ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจหรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Background Tourism Elements: MTEs) ที่เขาต้องการ และพวกเขาจะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) ต่างๆ นามาวางไว้ในตะกร้า นั้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในตะกร้าสินค้าและบริการนั้นจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถพิจารณาจากแบบจำลองต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา: Witt and Moutinho, Tourism Marketing and Management Handbook 1995.Coventry

แบบจำลองของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (Tourism-oriented Products: TOPs) ได้แก่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหารภัตตาคารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ เป็นต้น

แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจหรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Background Tourism Elements: BTEs) สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทดังต่อไปนี้

- องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural BTEs) หมายถึง ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติต่างๆ เช่น แหล่งน้ำ (ได้แก่ ทะเล ทะเลสาบ น้ำตก) สภาพดินฟ้าอากาศ ป่าไม้ ภูเขา ฯลฯ
- องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural BTEs) หมายถึง โครงสร้าง และวิถีทางสังคม ความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และการเมือง เป็นต้น
- องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made BTEs) หมายถึง สิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ โบราณสถาน อนุสาวรีย์ หรือแม้แต่สถาปัตยกรรมสมัยใหม่ต่างๆ

ทั้งนี้ไม่มีความจำเป็นที่องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวจะต้องจำกัดอยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่งในความเป็นจริงแล้วมีการผสมผสานกันอยู่ในองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

2. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (Resident-Oriented Products: ROPs) ได้แก่ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน การจราจร การคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร โทรคมนาคม ไฟฟ้า ประปา การให้บริการของเจ้าหน้าที่รัฐ ตำรวจ โรงพยาบาล ความปลอดภัย ฯลฯ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่สามารถดำเนินอยู่ได้ด้วยผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs) แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับที่ต่างๆ กัน อันที่จริงแล้วการด้อยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อประชาชนผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) จะส่งผลให้ความน่าสนใจในการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นลดลงด้วย

อย่างไรก็ตามเราไม่สามารถลากเส้นแบ่งที่ชัดเจนได้ว่าสินค้า หรือบริการใดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs) หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อผู้อยู่อาศัยเป็นหลัก (ROPs) ได้ แท้ที่จริงแล้วทั้งผลิตภัณฑ์ทั้งสองกลุ่มในหลายๆ กรณีมีความผสมผสานกันอยู่ และอาจถูกบริโภคโดยทั้งนักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่อยู่อาศัยก็ได้

ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จะศึกษาเฉพาะส่วนที่ 1 ขององค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จรัสพันธ์ ลิทธิเจริญ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิง มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ไม่น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลัก จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่า 3 วัน และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ญาติพี่น้อง และบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลในครอบครัว และการเดินทางท่องเที่ยวนิยมเดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป โดยจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เชียงราย พิชญ โลก ลำปาง และสุโขทัย ตามลำดับ และสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่ารูปแบบอื่น โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สนใจมากที่สุด ได้แก่ วัด พระธาตุและศาสนานจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยด้านความสวยงามและมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว “มากที่สุด” ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยคือ ความสวยงาม/ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ชื่อเสียง และความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายต่อปัจจัยด้านความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมของโปรแกรมท่องเที่ยวกับระยะเวลาและค่าใช้จ่ายผู้มีรายได้สูงให้ความสำคัญปัจจัยด้านความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางมากกว่าผู้มีรายได้น้อย และในการเดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบได้แก่ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบสวยงาม

ปฐมลักษณะ สุเวชนิชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่างช่วงอายุ 25-34 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ซึ่งประกอบอาชีพพนักงาน/บริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด ผลจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มวัย

ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มวัยทำงานเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ 1-3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยวิธีทางรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้าในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนมากกลุ่มคนวัยทำงานไปท่องเที่ยวภายในประเทศกับครอบครัวมากที่สุด ในการท่องเที่ยวภายในประเทศแต่ละครั้งมักไปกับ 2-4 คนมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับผู้เดินทางมากที่สุด โดยเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ การพักผ่อน/บันเทิง ซึ่งในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศจากบุคคลในครอบครัว/เพื่อนมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการพำนักเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศ 2,001-3,000 บาท/คน ภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พิชณุโลก สุโขทัย ตาก สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปมากที่สุด คือ ชายทะเล และมีการใช้บริการ และสถานที่พักในรูปแบบของโรงแรม/รีสอร์ท/บังกาโลมากที่สุด

รัตนภรณ์ ถาวร (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชายไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีอายุ 41-50 ปี สำหรับการศึกษาวุฒิกิจกรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชายไทยและชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยวอย่างเดียวกันและนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน และเดินทางมาเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวเพียงคนเดียวและเดินทางมาเชียงใหม่เป็นครั้งแรก สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการที่พักประเภท โรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวชายไทยและชาวต่างประเทศนิยมพักโรงแรมที่มีที่ตั้งในเขตเมือง ทำการจองล่วงหน้า และจ่ายที่พัก โดยใช้เงินสด ข้อมูลที่ใช้ในการหาที่พักนักท่องเที่ยวไทยจะทราบข้อมูลมาจากแหล่งญาติและกลุ่มเพื่อน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหาข้อมูลที่พักมาจากอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ราคาที่พักมีหลายระดับให้เลือก รองลงมาคือ ที่พักมีความสะอาด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ ราคาที่พักมีหลายระดับให้เลือก รองลงมาคือ ที่พักมีความปลอดภัยในชีวิต

เมื่อพิจารณากลุ่มนักท่องเที่ยวชายไทยและชาวต่างประเทศที่พักเกสท์เฮ้าส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ปี ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีอายุ 41-50 ปี สำหรับการศึกษาวุฒิกิจกรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชายไทย

และชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อมาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวและนิยมท่องเที่ยวในแหล่งประ
 ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางเพียงคนเดียว และเดินทางมา
 เชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวเพียงคนเดียวและเดินทาง
 มาเชียงใหม่เป็นครั้งแรก สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการที่พักเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า
 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมพักเกสต์เฮาส์ที่มีที่ตั้งในเขตเมือง ทำการจองที่พัก
 ล่วงหน้าและทำการจ่ายที่พักโดยใช้เงินสด

เสาวนีย์ ตนหมั่น (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใ
 บริการเรือนแรม ในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน” พบว่าความพึงพอใจในส่วนประสมทาง
 การตลาดบริการของเรือนแรมอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน เรียงลำดับ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการ
 ให้บริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ และอยู่ใน
 ระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึง
 พอใจสูงสุด คือ มีบริการเครื่องทำน้ำอุ่น รองลงมา คือ บริการรถเช่า และห้องอาหาร / ภัตตาคาร
 ด้านราคา มีความพึงพอใจสูงสุด คือราคาห้องพัก รองลงมา คือ การชำระค่าบริการและการแสดง
 ราคาห้องพักไว้ชัดเจน ด้านทำเลที่ตั้ง มีความพึงพอใจสูงสุด คือใกล้แหล่งธรรมชาติ รองลงมา คือ
 ใกล้ตัวเมืองและใกล้แหล่งรวมร้านค้าและร้านจำหน่ายของที่ระลึก ด้านการส่งเสริมการตลาด มี
 ความพึงพอใจสูงสุด คือการขยายเวลาเช็กเข้าที่จนถึงเวลาตามตารางบินของลูกค้า รองลงมา คือมี
 กิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน ด้านการ
 ให้บริการของพนักงาน มีความพึงพอใจสูงสุด คือพนักงานมีความสุภาพ รองลงมา คือระบบดูแล
 รักษาความปลอดภัย และพนักงานมีความรับผิดชอบในการทำงานสามารถไว้วางใจได้เป็นอย่างดี
 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจสูงสุด คือลักษณะการตกแต่งของอาคารที่พัก รองลงมา
 คือความสะอาดภายในห้องพัก และขนาดของห้องพัก ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจ
 สูงสุด คือความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการเช็กอิน-เช็กเอาท์ รองลงมา คือความรวดเร็วและ
 ถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรวดเร็วและถูกต้องในการแก้ไขปัญหา

มาลินี ปิ่นแก้ว (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและ
 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ ตลอดจนศึกษาถึง
 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก
 นักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ สถานีขนส่งอาเขตจังหวัด
 เชียงใหม่ และสถานีรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
 อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานสมรส สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี เป็นข้าราชการหรือ
 รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท

ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในภาพรวม อันดับหนึ่ง คือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ รองลงมาคือ ความต้องการหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว การได้รับชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและอาชีพ พบว่าเพศชายและผู้มีอาชีพที่มีรายได้ประจำมีความเห็นว่าความต้องการหาประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว มีผลมากที่สุด แต่เพศหญิงและผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่ประจำมีความเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสมหรือสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ มีผลมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้แล้ว พบว่าผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีความเห็นว่ากรณีที่แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามตามธรรมชาติและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยวมีผลมากที่สุด

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จากเพื่อนหรือคนรู้จัก ใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางร่วมกับญาติพี่น้อง สถานที่พักแรมคือโรงแรม ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยคือ 3 วัน มีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยในการเดินทางแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวจะมีการกันรายได้ส่วนหนึ่งเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่จัดการการเดินทางด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายเท่ากับ 3,937.46 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่เป็นค่าพาหนะเดินทาง ส่วนนักเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเท่ากับ 4,675.63 บาทต่อคน โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยว

สิริกมล กันทะวัง (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาในภาคกลาง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ประจำเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจะไม่เกี่ยวกับฤดู ต้องการไปเยี่ยมชมธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต โดยก่อนการเดินทางครั้งนี้ มีการหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ คำบอกเล่าของ

ญาติ/เพื่อน ส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ มีการเตรียมการท่องเที่ยวโดยเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า

ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถาม มีพึงพอใจโดยรวมในระดับมากเรียงลำดับได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด โรงแรมที่พัก ร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี และบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้าน โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยในด้านต่างๆ ที่มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ สภาพอากาศที่ดี ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงามความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ด้านโรงแรมที่พัก มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง สะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง และบรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงามน่าสนใจ ด้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ การให้บริการของมัคคุเทศก์ที่ประทับใจ โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ มีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น รถเช่า รถสาธารณะมีเพียงพอ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ปัญหา ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน โดยวิธีการศึกษานั้นได้มีการนำข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิมาวเคราะห์ องค์ประกอบอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวเป็นหลัก (TOPs)

1.1) แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด แบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและอากาศแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและสังคม ได้แก่ วิถีชีวิต และอัธยาศัยของผู้คน แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งปลูกสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่น โบราณสถานสถาปัตยกรรมต่างๆ

1.2) โรงแรมที่พัก

1.3) ร้านอาหาร

1.4) ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

1.5) บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับการศึกษานี้ ได้กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ได้แก่ วัดโบราณสถานอุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถานอนุสาวรีย์บุคคลสำคัญๆ ในประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญๆ ของจังหวัด และหมู่บ้านหัตถกรรม

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้จะศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2551 มีจำนวน 212,421 คนและนักท่องเที่ยวมีจำนวน 484,853 คน รวม 697,274 คน (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว, 2553 : ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน และได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสถิติการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดลำพูนในปี 2551 มีจำนวนทั้งสิ้น 697,274 คน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 (ช่วงความเชื่อมั่น 95%) สูตรที่ใช้ (บุญธรรม กิจปรีดาภิรุทธิ์, 2531) คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

N แทนค่า จำนวนประชากรที่ศึกษาทั้งหมด

e แทนค่า ความคลาดเคลื่อน 95% เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.25 การศึกษาครั้งนี้จึงใช้ตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1) **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบ สอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน โดยเก็บตามสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ วัดพระธาตุศรีบุญชัย วัดจามเทวี อนุสาวรีย์พระนางจามเทวี อุทยานแห่งชาติขุนตาล วัดพระพุทธรูปบาทตากผ้า วัดพระเจ้าตนหลวง บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์คอยชะม้อ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็นต้น

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิคือแบบสอบถาม(Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาประกอบด้วยคำถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา พาหนะในการเดินทาง จำนวนคนที่มาด้วย การจัดการการเดินทาง จำนวนวันที่พัก ลักษณะของที่พัก แหล่งข่าวสาร เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ใช้มาตรวัดของ ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) (ฉัฐพัชญ์ ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549 : 63-64) โดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับมีดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดเกณฑ์ช่วงค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผลแปลความหมายมีดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยตามสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดลำพูน และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษารั้ครั้งนี้ใช้เวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนมีนาคมจนถึงเดือนตุลาคม
พ.ศ.2553 โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม – เดือนตุลาคม พ.ศ.2553



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	200	50.0
หญิง	200	50.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0 เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	82	20.5
21-30 ปี	55	13.8
31-40 ปี	124	31.0
41-50 ปี	76	19.0
มากกว่า 50 ปี	63	15.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 31.0 รองลงมาไม่
เกิน 20 ปี ร้อยละ 20.5 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 19.0 อายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 15.7 และ อายุ 21-30
ปี ร้อยละ 13.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	137	34.3
สมรส	210	52.4
หย่า	24	6.0
หม้าย	28	7.0
แยกกันอยู่	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพ สมรส ร้อยละ 52.4 รองลงมา โสด
ร้อยละ 34.3 หม้าย ร้อยละ 7.0 หย่า ร้อยละ 6.0 และแยกกันอยู่ ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	158	39.5
ภาคกลาง	73	18.3
ภาคใต้	56	14.0
ภาคตะวันออก	49	12.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	64	16.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิภาคภาคเหนือ ร้อยละ 39.5 รองลงมา ภาคกลาง ร้อยละ 18.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 16.0 ภาคใต้ ร้อยละ 14.0 ภาคตะวันออก ร้อยละ 12.2

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่เดินทางมา

จังหวัดที่เดินทางมา	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ		
พะเยา	9	2.3
เชียงใหม่	55	13.7
เชียงราย	30	7.5
แพร่	44	11.0
สุโขทัย	20	5.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
เลย	26	6.5
หนองคาย	20	5.0
ร้อยเอ็ด	10	2.4
ชัยภูมิ	8	2.0
ภาคกลาง		
กรุงเทพมหานคร	40	10.0
พิจิตร	18	4.5
อยุธยา	15	3.7
ภาคใต้		
กระบี่	33	8.3
ภูเก็ต	23	5.7
ภาคตะวันออก		
จันทบุรี	21	5.3
ระยอง	25	6.3
สระแก้ว	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยวมาจากภาคเหนือ คือ จากจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด ร้อยละ 13.7 รองลงมาจังหวัดแพร่ ร้อยละ 11.0 และ เชียงราย ร้อยละ 7.5

เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือจังหวัดเลย ร้อยละ 6.5 รองลงมา จังหวัดหนองคาย ร้อยละ 5.0 และจังหวัดร้อยเอ็ด ร้อยละ 2.4

เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากภาคกลาง คือ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 10.0 รองลงมา พิษณุโลก ร้อยละ 4.5 และอยุธยา ร้อยละ 3.7

เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากภาคใต้ คือ กระบี่ ร้อยละ 8.3 และภูเก็ต ร้อยละ 5.7

เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากภาคตะวันออก คือ ระยอง ร้อยละ 6.3 รองลงมาจันทบุรี ร้อยละ 5.3 และสระแก้ว ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	38	9.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	53	13.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	88	22.0
ปวส/อนุปริญญา	126	31.5
ปริญญาตรี	76	19.0
สูงกว่าปริญญาตรี	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปวส/อนุปริญญามากที่สุด ร้อยละ 31.5 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ร้อยละ 22.0 ปริญญาตรี ร้อยละ 19.0 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 13.3 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 9.4 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	82	20.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	99	24.8
พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	25	6.3
พนักงานบริษัทเอกชน	71	17.7
รับจ้างทั่วไป	52	13.0
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	48	12.0
เกษียณอายุ	19	4.7
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุอื่นๆ ได้แก่ว่างงาน

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 24.8 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 20.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 17.7 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 13.0 แม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 12.0 พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.3 เกษียณอายุ ร้อยละ 4.7 และอื่นๆ ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	185	46.3
10,000-20,000 บาท	105	26.2
20,001-30,000 บาท	110	27.5
30,001-40,000 บาท	0	0.0
40,000 บาทขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 46.3 มากที่สุด รองลงมา 20,001-30,000 ร้อยละ 27.5 และ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 26.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการไปเยี่ยมชมในจังหวัดลำพูน

ความต้องการไปเยี่ยมชมในจังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
ความเป็นอยู่	198	49.5
วัฒนธรรม	184	46.0
ธรรมชาติ	212	53.0
โบราณสถาน (วัด)	214	53.5
อื่นๆ	15	3.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

อื่นๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม (5 คน) อาหารพื้นเมือง (10 คน)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการไปเยี่ยมชมในจังหวัดลำพูน มากที่สุด คือ โบราณสถาน (วัด) ร้อยละ 53.5 รองลงมา ธรรมชาติ ร้อยละ 53.0 ความเป็นอยู่ ร้อยละ 49.5 และ วัฒนธรรม ร้อยละ 46.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน

เหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต	42	10.5
เกิดความเบื่อในชีวิตประจำวัน	50	12.5
ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง	57	14.3
ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ	80	20.0
ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์	50	12.5
ช่วยเศรษฐกิจไทย	34	8.4
ต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว	38	9.5
ต้องการเข้าวัดทำบุญ	49	12.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด คือ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ ร้อยละ 20.0 รองลงมา ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ร้อยละ 14.3 เกิดความเบื่อในชีวิตประจำวัน ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์ เท่ากัน ร้อยละ 12.5 ต้องการเข้าวัดทำบุญ ร้อยละ 12.3 ต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต ร้อยละ 10.5 ต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว ร้อยละ 9.5 และช่วยเศรษฐกิจไทย ร้อยละ 8.4

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดลำพูน

จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	130	32.5
2 ครั้ง	140	35.0
มากกว่า 2 ครั้ง	130	32.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุดคือ 2 ครั้ง ร้อยละ 35.0 รองลงมา 1 ครั้ง และมากกว่า 2 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 32.5

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูนครั้งนี้

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูนครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
รถโดยสาร	69	17.2
รถไฟ	86	21.5
รถยนต์ส่วนตัว	80	20.0
เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน	89	22.3
เดินทางมาเครื่องบินลงเชียงใหม่แต่ใช้รถเช่าของบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น	76	19.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนโดยพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูนครั้งนี้ คือ เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน ร้อยละ 22.3 รองลงมา รถไฟ ร้อยละ 21.5 รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 20.0 เดินทางมาเครื่องบินลงเชียงใหม่แต่ใช้รถเช่าของบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น ร้อยละ 19.0 และรถโดยสาร ร้อยละ 17.2

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนครั้งนี้

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	83	20.8
ครอบครัว	88	22.0
ญาติ	110	27.4
เพื่อน	119	29.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนครั้งนี้ คือ เพื่อน ร้อยละ 29.8 รองลงมา ญาติ ร้อยละ 27.4 ครอบครัว ร้อยละ 22.0 และคนเดียว ร้อยละ 20.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมใน จังหวัดลำพูน	จำนวน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
วัดพระธาตุหริภุญชัย	326	69 (21.2)	60 (18.4)	57 (17.5)	74 (22.7)	66 (20.2)	2.98 (ปานกลาง)
วัดจามเทวี	340	54 (15.9)	57 (16.8)	66 (19.4)	81 (23.8)	82 (24.1)	2.76 (ปานกลาง)
อนุสาวรีย์พระนางจามเทวี	319	82 (25.7)	57 (17.9)	55 (17.2)	63 (19.7)	62 (19.4)	3.11 (ปานกลาง)
พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหริ ภุญชัย	317	61 (19.2)	61 (19.2)	65 (20.5)	60 (18.9)	70 (21.9)	2.95 (ปานกลาง)
อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัยและ สุเทพฤๅษี	367	63 (17.2)	65 (17.7)	64 (17.4)	91 (24.8)	84 (22.9)	2.81 (ปานกลาง)
หมู่บ้านแกะสลักอำเภอมะทํา	333	69 (20.7)	74 (22.2)	61 (18.3)	69 (20.7)	60 (18.0)	3.07 (ปานกลาง)
อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล	349	75 (21.5)	67 (19.2)	53 (15.2)	69 (19.8)	85 (24.4)	2.94 (ปานกลาง)
อุโมงค์ขุนตาน	324	60 (18.5)	87 (26.9)	46 (14.2)	56 (17.3)	75 (23.1)	3.00 (ปานกลาง)
สะพานทามพู	338	101 (29.9)	67 (19.8)	40 (11.8)	55 (16.3)	75 (22.2)	3.19 (ปานกลาง)
บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยขะม้อ	351	94 (26.8)	70 (19.9)	73 (20.8)	52 (14.8)	62 (17.7)	3.23 (ปานกลาง)
พระธาตุดอยห้าบาท	309	52 (16.8)	86 (27.8)	54 (17.5)	54 (17.5)	63 (20.4)	3.03 (ปานกลาง)
วัดพระธาตุดอยเวียง	306	72 (23.5)	62 (20.3)	52 (17.0)	70 (22.9)	50 (16.3)	3.12 (ปานกลาง)
วัดศรีดอนชัย	319	52 (16.3)	67 (21.0)	47 (14.7)	80 (25.1)	73 (22.9)	2.83 (ปานกลาง)

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน

แหล่งท่องเที่ยวที่ได้เที่ยวชมใน จังหวัดลำพูน	จำนวน	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
วัดพระพุทธบาทตากผ้า	348	59 (17.0)	68 (19.5)	63 (18.1)	97 (27.9)	61 (17.5)	2.91 (ปานกลาง)
หอศิลป์ อุทยานธรรมะ	325	74 (22.8)	56 (17.2)	62 (19.1)	84 (25.8)	49 (15.1)	3.07 (ปานกลาง)
หมู่บ้านหัตถกรรม บ้าน หนองเงือก	342	60 (17.5)	71 (20.8)	51 (20.8)	74 (21.6)	86 (25.1)	2.84 (ปานกลาง)
ตลาดป่าซาง	329	63 (19.1)	70 (21.3)	48 (14.6)	81 (24.6)	67 (20.4)	2.94 (ปานกลาง)
ถ้ำเอราวัณ	332	78 (23.5)	48 (14.5)	65 (19.6)	66 (19.9)	75 (22.6)	2.96 (ปานกลาง)
วัดพระเจ้าตนหลวง	321	63 (19.6)	47 (14.6)	83 (25.9)	62 (19.3)	66 (20.6)	2.93 (ปานกลาง)
หมู่บ้านกระเหรี่ยงพัฒนาห้วย หละ	-	-	-	-	-	-	-
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)							2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเรียงลำดับคือ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยชะม้อ (ค่าเฉลี่ย 3.23) สะพานทาชมพู (ค่าเฉลี่ย 3.19) วัดพระธาตุดอยเวียง (ค่าเฉลี่ย 3.12) อนุสาวรีย์พระนางจามเทวี (ค่าเฉลี่ย 3.11) หมู่บ้านแกะสลักอำเภอมะทิง และหอศิลป์ อุทยานธรรมะ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.07) พระธาตุดอยห้างบาตร (ค่าเฉลี่ย 3.03) อุโมงค์ขุนตาน (ค่าเฉลี่ย 3.00) วัดพระธาตุหริภุญชัย (ค่าเฉลี่ย 2.98) ถ้ำเอราวัณ (ค่าเฉลี่ย 2.96) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหริภุญชัย (ค่าเฉลี่ย 2.95) อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาน และตลาดป่าซาง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.94) วัดพระเจ้าตนหลวง (ค่าเฉลี่ย 2.93) วัดพระพุทธบาทตากผ้า (ค่าเฉลี่ย 2.91) อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัยและสุเทพฤาษี (ค่าเฉลี่ย 2.81) วัดจามเทวี (ค่าเฉลี่ย 2.76)

แหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเที่ยวชม 10 ลำดับแรก ได้แก่ 1) บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยชะม้อ 2) สะพานท่าชมพู่ 3) วัดพระธาตุคุดอยเวียง 4) อนุสาวรีย์พระนางจามเทวี 5) หมู่บ้านแกะสลักอำเภอแม่ทา และหอศิลป์ อุทยานธรรมะ 6) พระธาตุคุดอยห้างบาตร 7) อุโมงค์ขุนตาน 8) วัดพระธาตุหริภุญชัย 9) ถ้ำเอนาวิม 10) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติหริภุญชัย

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด

เหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการด้านกายภาพของตนเอง เช่น ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ	108	27.0
ความต้องการด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลของท้องถิ่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน	111	27.8
ความต้องการส่วนตัว เช่น เยี่ยมญาติมิตร ทำบุญ ถวายทาน จำวัด ปฏิบัติธรรม	84	21.0
ความต้องการด้านสถานภาพและชื่อเสียง เช่น เข้าร่วมประชุม เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์พิเศษ เช่น เทศกาลลำไย หรือเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ	97	24.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุดคือ ความต้องการด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลของท้องถิ่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ร้อยละ 27.8 รองลงมา ความต้องการด้านกายภาพของตนเอง เช่น ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ ร้อยละ 27.0 ความต้องการด้านสถานภาพและชื่อเสียง เช่น เข้าร่วมประชุม เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์พิเศษ เช่น เทศกาลลำไย หรือเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ร้อยละ 24.2 และความต้องการส่วนตัว เช่น เยี่ยมญาติมิตร ทำบุญ ถวายทาน จำวัด ปฏิบัติธรรม ร้อยละ 21.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาแหล่งข้อมูลของ จังหวัดลำพูนก่อนการเดินทางมาครั้งนี้

การหาแหล่งข้อมูลของจังหวัดลำพูนก่อนการเดินทางมาครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน	169	42.3	9
โทรทัศน์	183	45.8	7
วิทยุ	199	49.8	6
สิ่งพิมพ์ (นสพ.นิตยสารทั่วไป)	180	45.0	8
คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว	200	50.0	5
เอกสารแนะนำจาก ททท.	202	50.5	4
นิตยสารการท่องเที่ยว เช่น อสท.	211	52.8	2
นิตรสารการท่องเที่ยว	203	50.8	3
อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์	217	54.3	1
เอกสารแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยวหรือสายการบิน	165	41.3	10

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามหาแหล่งข้อมูลของจังหวัดลำพูนก่อนการเดินทางมาครั้งนี้คือ อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ ร้อยละ 54.3 รองลงมา นิตยสารการท่องเที่ยว เช่น อสท. ร้อยละ 52.8 นิตรสารการท่องเที่ยว ร้อยละ 50.8 เอกสารแนะนำจาก ททท. ร้อยละ 50.5 คำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 50.0 วิทยุ ร้อยละ 49.8 โทรทัศน์ ร้อยละ 45.8 สิ่งพิมพ์ (นสพ. นิตยสารทั่วไป) ร้อยละ 45.0 และคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน ร้อยละ 42.3 เอกสารแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยวหรือสายการบิน ร้อยละ 41.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นว่าน่าเชื่อถือมากที่สุด

แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นว่าน่าเชื่อถือมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน	43	10.8	4
โทรทัศน์	45	11.3	3
สิ่งพิมพ์	27	6.7	8
คำแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยว	48	12.0	2
เอกสารแนะนำจาก ททท.	40	10.0	6
นิตยสารท่องเที่ยว	20	5.0	9
นิทรรศการท่องเที่ยว	35	8.7	7
อินเทอร์เน็ต	100	25.0	1
เอกสารแนะนำจากบริษัทสายการบิน	42	10.5	5
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 17 พบว่าแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าน่าเชื่อถือมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 25.0 รองลงมา คำแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 12.0 โทรทัศน์ ร้อยละ 11.3 คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน ร้อยละ 10.8 เอกสารแนะนำจากบริษัทสายการบิน ร้อยละ 10.5 เอกสารแนะนำจาก ททท. ร้อยละ 10.0 นิทรรศการท่องเที่ยว ร้อยละ 8.7 สิ่งพิมพ์ ร้อยละ 6.7 และนิตยสารท่องเที่ยว ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว

การหาข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยว	205	51.3
ที่พัก	182	45.5
ร้านอาหาร	221	55.3
แหล่งบันเทิง	203	50.8
วัฒนธรรม	174	43.5
ประวัติศาสตร์	196	49.0
สภาพภูมิศาสตร์	202	50.5
การคมนาคม	210	52.5
ความปลอดภัย	186	46.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการหาข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยว มากที่สุดคือ ร้านอาหาร ร้อยละ 55.3 รองลงมา การคมนาคม ร้อยละ 52.5 แหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 51.3 แหล่งบันเทิง ร้อยละ 50.8 สภาพภูมิศาสตร์ ร้อยละ 50.5 ประวัติศาสตร์ ร้อยละ 49.0 ความปลอดภัย ร้อยละ 46.5 ที่พัก ร้อยละ 45.5 วัฒนธรรม ร้อยละ 43.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเตรียมการท่องเที่ยว

การเตรียมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเองออกเดินทางเลยไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ	79	19.8
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า	94	23.5
เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า	107	26.7
เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของโรงแรม	120	30.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการเตรียมการท่องเที่ยวมากที่สุดคือเดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของโรงแรม ร้อยละ 30.0 รองลงมาเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้า ร้อยละ 26.7 เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะล่วงหน้า ร้อยละ 23.5 และเดินทางมาเองออกเดินทางเลยไม่มีแผนการแน่นอนไปเรื่อยๆ ร้อยละ 19.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัด
ลำพูน

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่ง ดึงดูด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล) n=400	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่นความสวยงาม ความ น่าสนใจ ความสมบูรณ์ของ ธรรมชาติ	0 (0.0)	198 (49.5)	202 (50.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.50 (มาก)	17
ความเหมาะสมของ ค่าธรรมเนียมการเข้าชม	40 (10.0)	137 (34.3)	223 (55.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.54 (มาก)	15
การคมนาคมสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวง่าย	0 (0.0)	175 (43.8)	225 (56.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.44 (ปาน กลาง)	18
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมี ความสะอาดปลอดภัย	0 (0.0)	213 (53.3)	187 (46.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.53 (มาก)	16
สภาพอากาศที่ดี	0 (0.0)	269 (67.3)	131 (32.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	12
วัฒนธรรมและสังคมของ คนในท้องถิ่นมีความ น่าสนใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	366 (91.5)	34 (8.5)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	6
มีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	333 (83.3)	67 (16.8)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	8
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็น มิตร และมีน้ำใจกับ นักท่องเที่ยว	76 (19.0)	159 (39.8)	165 (41.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	10
เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คน ในแหล่งท่องเที่ยว	76 (19.0)	103 (25.8)	221 (55.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.64 (มาก)	13

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งดึงดูด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล) n=400	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสวยงามความมี เอกลักษณ์ของ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูก สร้าง	76 (19.0)	101 (25.3)	223 (55.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	14
มีประวัติความเป็นมาที่ น่าสนใจ	165 (41.3)	103 (25.8)	132 (33.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	4
ความเหมาะสมของ ค่าธรรมเนียมการเข้าชม	129 (32.3)	103 (25.8)	168 (42.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	7
การคมนาคมสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวง่าย	169 (42.3)	101 (25.3)	130 (32.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	3
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมี ความสะอาดปลอดภัย	40 (10.0)	326 (81.5)	34 (8.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	5
การแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ทางสื่อต่างๆ เพียงพอ	40 (10.0)	198 (49.5)	162 (40.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	11
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	40 (10.0)	232 (58.0)	128 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	10
ป้ายบอกทางชัดเจนทำให้ หาแหล่งท่องเที่ยวง่าย	40 (10.0)	232 (58.0)	128 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	10
มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว	98 (24.5)	270 (67.5)	32 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	1
มีร้านอาหารและร้านขาย ของที่ระลึกบริการ	98 (24.5)	268 (67.0)	34 (8.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	2
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน จนเกินไป	76 (19.0)	136 (34.0)	188 (47.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.79 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับ คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.08) สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.02) วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการแสดงศิลปวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.83) นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.72) ป้ายบอกทางชัดเจน ทำให้หาแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.78) การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) สภาพอากาศที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.67) เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.64) ความสวยงามความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม (ค่าเฉลี่ย 3.54) สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่นความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพักผ่อนในจังหวัดลำพูน

การพักผ่อนในจังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
มี	278	69.5
ไม่มี	122	30.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการพักผ่อนในจังหวัดลำพูน ร้อยละ 69.5 ไม่มีการพักผ่อน ร้อยละ 30.5

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน โรงแรมที่พัก

ด้านโรงแรมที่พัก	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล) n=278	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	0 (0.0)	106 (38.1)	73 (26.3)	99 (35.6)	0 (0.0)	3.03 (ปานกลาง)	5
โรงแรม ที่พัก มีให้เลือก หลายแห่ง หลายประเภท	0 (0.0)	75 (27.0)	97 (34.9)	106 (38.1)	0 (0.0)	2.89 (ปานกลาง)	8
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	0 (0.0)	97 (34.9)	104 (37.4)	77 (27.7)	0 (0.0)	3.07 (ปานกลาง)	3
สิ่งอำนวยความสะดวกใน ห้องพัก	0 (0.0)	103 (37.1)	86 (30.9)	89 (32.0)	0 (0.0)	3.05 (ปานกลาง)	4
สภาพของโรงแรม ที่พัก มี ความสะอาด ปลอดภัย	0 (0.0)	78 (28.1)	77 (27.7)	123 (44.2)	0 (0.0)	2.84 (ปานกลาง)	11
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	0 (0.0)	76 (27.3)	96 (34.5)	106 (38.1)	0 (0.0)	2.89 (ปานกลาง)	8
การลดราคาที่พัก	0 (0.0)	112 (40.3)	90 (32.4)	76 (27.3)	0 (0.0)	3.13 (ปานกลาง)	1
การจัดแพ็คเกจห้องพัก ใน ราคาถูก	0 (0.0)	82 (29.5)	79 (28.4)	117 (42.1)	0 (0.0)	2.87 (ปานกลาง)	9
มีช่องทางในการติดต่อ สอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	0 (0.0)	98 (35.3)	87 (31.3)	93 (33.5)	0 (0.0)	3.02 (ปานกลาง)	6
มีการโฆษณา ประชา สัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	0 (0.0)	96 (34.5)	101 (36.3)	81 (29.1)	0 (0.0)	3.05 (ปานกลาง)	4
มีการแนะนำผ่าน อินเทอร์เน็ต หรือเว็บบอร์ด	0 (0.0)	57 (20.5)	123 (44.2)	98 (35.3)	0 (0.0)	2.85 (ปานกลาง)	10
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	0 (0.0)	108 (38.8)	83 (29.9)	87 (31.3)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	2

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม
ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน โรงแรมที่พัก

ด้านโรงแรมที่พัก	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล) n=278	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การบริการ ความสุขภาพ เป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก	0 (0.0)	81 (29.1)	111 (39.9)	86 (30.9)	0 (0.0)	2.98 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.98 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: มีผู้ตอบจำนวน 278 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าด้าน โรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย
โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง
เรียงลำดับ คือ การลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย
3.08) สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.07) สิ่งอำนวยความสะดวกใน
ห้องพัก มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.05) โรงแรม ที่พัก มี
เอกลักษณ์ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.03) มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง
และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.02) การบริการ ความสุขภาพ เป็นกันเองของ
พนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 2.98) โรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่ง หลายประเภท ราคา
ค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.89) การจัดแพ็คเกจห้องพัก ในราคาถูก
(ค่าเฉลี่ย 2.87) มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 2.85) และสภาพของโรงแรม
ที่พัก มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 2.84)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับประทานอาหารที่จังหวัดลำพูน

การรับประทานอาหารที่จังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
มี	373	93.2
ไม่มี	27	6.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับประทานอาหารที่จังหวัดลำพูน ร้อยละ 93.2 ไม่มีการพักผ่อน ร้อยละ 6.8

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร

ด้านร้านอาหาร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล) n=373	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อาหารมีรสชาติดี	0 (0.0)	142 (38.1)	231 (61.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.38 (ปานกลาง)	2
ร้านอาหารมีให้เลือกหลาย ประเภท หลายแห่ง	105 (28.2)	33 (8.8)	235 (63.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.65 (มาก)	1
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เหมาะสมกับบริการและ รสชาติที่ได้รับ	0 (0.0)	140 (37.5)	233 (62.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.38 (ปานกลาง)	2
การคมนาคมสะดวก เข้าถึง ได้ง่าย	0 (0.0)	140 (37.5)	233 (62.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.38 (ปานกลาง)	2
การแนะนำร้านอาหารทาง อินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/ เว็บบอร์ด	33 (8.3)	2 (0.5)	338 (90.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)	4
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	33 (8.8)	2 (0.5)	338 (90.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)	4
การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานใน ร้านอาหาร	33 (8.8)	36 (9.7)	304 (81.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.27 (ปานกลาง)	3
ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย	0 (0.0)	143 (38.3)	230 (61.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.38 (ปานกลาง)	2
บรรยากาศ การตกแต่งร้าน มีความสวยงามเป็น เอกลักษณ์	0 (0.0)	139 (37.3)	234 (62.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.37 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.35 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: มีผู้ตอบจำนวน 373 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ อาหารมีรสชาติดี ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.37) การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.27) และการแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อของที่ระลึกที่จังหวัดลำพูน

การซื้อของที่ระลึกที่จังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
มี	363	90.8
ไม่มี	37	9.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อของที่ระลึกที่จังหวัดลำพูน ร้อยละ 90.8 ไม่มีการซื้อของที่ระลึกที่จังหวัดลำพูน ร้อยละ 9.2

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล) n=363	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	27 (7.4)	139 (38.3)	197 (54.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.53 (มาก)	5
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	27 (7.4)	141 (38.8)	195 (53.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.54 (มาก)	4
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	27 (7.4)	141 (38.8)	195 (53.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.54 (มาก)	4
มีการลดราคาอย่างเหมาะสม	132 (36.4)	71 (19.6)	160 (44.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	2
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	132 (36.4)	163 (44.9)	68 (18.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	1
สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย	121 (33.3)	71 (19.6)	171 (47.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.76 (มาก)	

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ตอบ 363 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับ คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.92) สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86) สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และสถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ระลึกที่ซื้อ

สินค้าที่ระลึกที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ลำไย	299	82.4
ผ้าฝ้าย	35	9.6
พระบูชา	29	8.0
รวม	363	100.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก (ตารางที่ 28-29)

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สินค้าที่ระลึกที่ซื้อคือ ลำไย ร้อยละ 82.4 รองลงมาผ้าฝ้าย ร้อยละ 9.6 และพระบูชา ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการจะกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต

การจะกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาอีกแน่นอน	94	23.5
ยังไม่แน่ใจ	306	76.5
ไม่กลับมาอีกแน่นอน	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคตคือยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 76.5 รองลงมา กลับมาอีกแน่นอน ร้อยละ 23.5

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบอกต่อ

การบอกต่อ	จำนวน	ร้อยละ
จะบอกต่อ แนะนำให้เพื่อน/ญาติ ให้มาเที่ยวแน่นอน	237	59.2
จะนำไป Post แนะนำใน อินเทอร์เน็ต	93	23.3
ไม่แนะนำแน่นอน	37	9.2
อื่นๆ	33	8.3
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การบอกต่อ คือ แนะนำให้เพื่อน/ญาติ ให้มาเที่ยวแน่นอน ร้อยละ 59.2 รองลงมา จะนำไป Post แนะนำใน อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 23.3 ไม่แนะนำแน่นอน ร้อยละ 9.2 และอื่นๆ ร้อยละ 8.3

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัด ลำพูน จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

3.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามเพศ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=200	n=200	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่นความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม	3.60 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)
สภาพอากาศที่ดี	3.76 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)
มีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว	3.94 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)
เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คน ในแหล่งท่องเที่ยว	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)
ความสวยงามความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูก สร้าง	3.75 (มาก)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามเพศ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=200	n=200	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.03 (มาก)	4.13 (มาก)	4.08 (มาก)
ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย	4.10 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย	4.12 (มาก)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)
การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ เพียงพอ	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)	3.70 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.90 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)
ป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.90 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)
มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว	4.31 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	4.31 (มาก)	4.01 (มาก)	4.16 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.86 (มาก)	3.72 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
โรงแรมที่พัก จำแนกตามเพศ

ด้านโรงแรมที่พัก	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=152	n=126	n=278
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	3.07 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
โรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่ง หลายประเภท	2.80 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	3.24 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.11 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
สภาพของ โรงแรม ที่พัก มีความสะอาด ปลอดภัย	2.91 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	2.91 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การลดราคาที่พัก	3.20 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การจัดแพ็คเกจห้องพัก ในราคาถูก	2.93 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	2.95 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	2.99 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเว็บบอร์ด	2.91 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.03 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การบริการ ความสุขภาพ เป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก	3.09 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.01 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.01) และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 2.94) มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมา การลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.20) และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.10) และการลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
ร้านอาหาร จำแนกตามเพศ

ด้านร้านอาหาร	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=182	n=191	n=373
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อาหารมีรสชาติดี	3.31 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.65 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บไซต์ บอร์ด	3.10 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.10 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานใน ร้านอาหาร	3.15 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย	3.31 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์	3.31 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.28 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.28) และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา อาหารมีรสชาติดี ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา อาหารมีรสชาติดี ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามเพศ

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	n=182	n=181	n=363
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.48 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
มีการลดราคาอย่างเหมาะสม	3.79 (มาก)	4.06 (มาก)	3.92 (มาก)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)
สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย	4.04 (มาก)	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	รวม
	n=185	n=105	n=110	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่นความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.43 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)
ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม	3.39 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	3.54 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.32 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
สภาพอากาศที่ดี	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความ น่าสนใจ	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
มีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับ นักท่องเที่ยว	3.85 (มาก)	3.59 (มาก)	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)
เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คน ในแหล่งท่องเที่ยว	3.70 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.64 (มาก)
ความสวยงามความมีเอกลักษณ์ของ สถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง	3.69 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	รวม
	n=185	n=105	n=110	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ	4.10 (มาก)	4.21 (มาก)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)
ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม	3.79 (มาก)	4.19 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.90 (มาก)	4.34 (มาก)	4.19 (มาก)	4.10 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	4.02 (มาก)
การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ เพียงพอ	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)	3.85 (มาก)	3.70 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)
ป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)
มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)	4.24 (มาก)	4.17 (มาก)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป	3.76 (มาก)	3.55 (มาก)	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.76) รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.80) รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.19) และสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
โรงแรมที่พัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านโรงแรมที่พัก	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	รวม
	n=118	n=78	n=82	n=278
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	3.07 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
โรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่ง หลาย ประเภท	2.81 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อ ต้องการ	3.01 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.10 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
สภาพของ โรงแรม ที่พัก มีความสะอาด ปลอดภัย	2.81 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	2.88 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การลดราคาที่พัก	3.06 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การจัดแพ็คเกจห้องพัก ในราคาถูก	2.93 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	3.01 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก	3.09 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเว็บบอร์ด	2.81 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.03 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
โรงแรมที่พัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านโรงแรมที่พัก	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	รวม
	n=118	n=78	n=82	n=278
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของ พนักงานในโรงแรม ที่พัก	2.97 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.97 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.97) รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.02) รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.10) รองลงมา มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.09) และ โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมา โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และ สะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.15) รองลงมา สถานที่จอดรถ สะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.12) และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
ร้านอาหาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านร้านอาหาร	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	รวม
	n=166	n=100	n=107	n=373
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อาหารมีรสชาติดี	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง	3.81 (มาก)	3.72 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องคี่เหมาะสมกับบริการ และรสชาติที่ได้รับ	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย	3.45 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บ ไซด์เว็บบอร์ด	3.12 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.13 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การบริการ ทัศนภาพ เป็นกันเองของ พนักงานในร้านอาหาร	3.22 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็น เอกลักษณ์	3.47 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.40 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหารผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.40) รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.36) รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ อาหารมีรสชาติดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.35) และการแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	รายได้			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10000- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	รวม
	n=166	n=97	n=100	n=363
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
มีการลดราคาอย่างเหมาะสม	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)	3.55 (มาก)	3.92 (มาก)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	4.34 (มาก)	4.21 (มาก)	3.88 (มาก)	4.18 (มาก)
สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย	3.78 (มาก)	3.82 (มาก)	4.03 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.90) รายได้ 10,000-20,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.75) รายได้ 20,001-30,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.34, 4.21) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14, 3.93) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.55)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่ง
ท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามภูมิลำเนา

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งดึงดูด	ภูมิลำเนา					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาค ตะวันออก	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ	รวม
	n=158	n=73	n=56	n=49	n=64	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.41 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)
ความเหมาะสมของ ค่าธรรมเนียมการเข้าชม	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.36 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความ สะอาดปลอดภัย	3.44 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)
สภาพอากาศที่ดี	3.56 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)
วัฒนธรรมและสังคมของคนใน ท้องถิ่นมีความน่าสนใจ	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
มีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)
ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตร และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)	3.97 (มาก)	3.53 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนใน แหล่งท่องเที่ยว	3.82 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด จำแนกตามภูมิภาค

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและ สิ่งดึงดูด	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=158	n=73	n=56	n=49	n=64	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามความมีเอกลักษณ์ ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูก สร้าง	3.80 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ	3.88 (มาก)	4.38 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.08 (มาก)
ความเหมาะสมของ ค่าธรรมเนียมการเข้าชม	3.73 (มาก)	4.12 (มาก)	3.62 (มาก)	3.96 (มาก)	4.20 (มาก)	3.90 (มาก)
การคมนาคมสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวง่าย	4.05 (มาก)	4.25 (มาก)	3.75 (มาก)	4.12 (มาก)	4.30 (มาก)	4.10 (มาก)
สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความ สะอาดปลอดภัย	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)
การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทาง สื่อต่างๆ เพียงพอ	3.87 (มาก)	3.53 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.94 (มาก)	3.66 (มาก)	3.90 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)
ป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หา แหล่งท่องเที่ยวง่าย	3.94 (มาก)	3.66 (มาก)	3.90 (มาก)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.78 (มาก)
มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราว ของแหล่งท่องเที่ยว	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)
มีร้านอาหารและร้านขายของที่ ระลึกบริการ	4.16 (มาก)	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)
นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่าน จนเกินไป	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนามีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ภูมิลำเนาภาคเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ภูมิลำเนาภาคกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ภูมิลำเนาภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ภูมิลำเนาภาคตะวันออก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
โรงแรมที่พัก จำแนกตามภูมิภาค

ด้านโรงแรมที่พัก	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=158	n=73	n=56	n=49	n=64	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม	2.97 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
โรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลาย แห่ง หลายประเภท	2.70 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ	3.26 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
สิ่งอำนวยความสะดวกใน ห้องพัก	3.26 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
สภาพของโรงแรม ที่พัก มีความ สะอาด ปลอดภัย	2.85 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
ราคาค่าที่พักเหมาะสมกับ บริการที่ได้รับ	2.72 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การลดราคาที่พัก	3.13 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การจัดแพ็คเกจห้องพัก ในราคา ถูก	2.84 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อสอบถาม หรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต	2.93 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่ยอมรับ	3.15 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเว็บบอร์ด	2.69 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
โรงแรมที่พัก จำแนกตามภูมิภาค

ด้านโรงแรมที่พัก	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=158	n=73	n=56	n=49	n=64	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	2.94 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การบริการ ความสุภาพ เป็น กันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก	2.94 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน โรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง ภูมิภาคภาคเหนือ (ค่าเฉลี่ย 2.95) ภูมิภาคภาคกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) ภูมิภาคภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 3.06) ภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย 2.94) ภูมิภาคภาคตะวันออก (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.15) และการลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมา โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.32) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคใต้ มีความพึงพอใจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานใน โรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.33)

รองลงมา สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.24) และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ(ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิฐานะทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.19) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถาม หรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.05) และโรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่ง หลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิฐานะทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และการลดราคาที่พัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมา มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.18) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และสถานที่ จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้าน
ร้านอาหาร จำแนกตามภูมิภาค

ด้านร้านอาหาร	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=158	n=73	n=56	n=49	n=64	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อาหารมีรสชาติดี	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
การแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บไซต์	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเอง ของพนักงานในร้านอาหาร	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนามีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง ภูมิลำเนา ภาคเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.32) ภูมิลำเนาภาคกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ภูมิลำเนาภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมา มีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และบรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และบรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ มีความพึงพอใจ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา มีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อาหารมีรสชาติดี และรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา มีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อาหารมีรสชาติดี และร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43) และบรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมา การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำแนกตามภูมิภาค

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก	ภูมิภาค					
	ภาคเหนือ	ภาคกลาง	ภาคใต้	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	รวม
	n=158	n=73	n=56	n=49	n=64	n=400
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ	3.53 (มาก)	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
มีการลดราคาอย่างเหมาะสม	3.88 (มาก)	4.08 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)
พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.08 (มาก)	4.18 (มาก)
สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย	3.95 (มาก)	3.56 (มาก)	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิภาคมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ภูมิภาคเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ภูมิภาคกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.79) ภูมิภาคใต้ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ภูมิภาคตะวันออก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิฐานะปานกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิฐานะภาคใต้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิฐานะภาคตะวันออก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิฐานะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรก คือพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา สภาพของ ร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) และการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว

ปัญหาที่พบจากแหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	27	6.8
ขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว	38	9.5
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อความต้องการ อาทิที่จอดรถ ห้องสุขา	49	12.3
ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	18	4.5
สภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบไม่สวยงาม	11	2.8
การหลอกลวงนักท่องเที่ยว	20	5.0
ขยะเยอะ แต่มีถังขยะน้อย หาไม่ค่อยเจอ	9	2.3
ห้องน้ำสาธารณะน้อยและบางแห่งไม่มีสุขอนามัย ห้องน้ำสกปรก	7	1.8
ไม่มีข้อมูลสำหรับบริเวณที่สามารถกางเต็นท์ได้สำหรับ คนที่เพิ่งมาเที่ยวเป็นครั้งแรก	1	0.3
ราคาของสินค้าต่างๆ และราคาอาหารที่แหล่งท่องเที่ยว แพง	1	0.3
ความเป็นธรรมชาติน้อยลง	1	0.3
ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	1	0.3
ไม่ควรเอาสถานที่วัดไปจัดงานขายสินค้า	1	0.3
ป้ายบอกทางเห็นไม่ชัดเจน	5	1.3

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวไม่เพียงพอต่อความต้องการ อาทิที่จอดรถ ห้องสุขา ร้อยละ 12.3 รองลงมาขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 9.5 และความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 6.8

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 50.0 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 31.0 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 52.5 ระดับการศึกษา ปวส/อนุปริญญา ร้อยละ 31.5 อาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 24.8 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 46.3 นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาภาคเหนือ ร้อยละ 39.5 นักท่องเที่ยวในภาคเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัด เชียงใหม่ ร้อยละ 13.7 นักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจาก จังหวัดเลย ร้อยละ 6.5 นักท่องเที่ยวในภาคกลางที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 10.0 นักท่องเที่ยวในภาคใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดกระบี่ ร้อยละ 8.3 และ นักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดระยอง ร้อยละ 6.3 ต้องการไปเยี่ยมชมโบราณสถาน (วัด) ร้อยละ 53.5 เหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน ต้องการ เปลี่ยนบรรยากาศ ร้อยละ 20.0 เคยมาเที่ยวจังหวัดลำพูน 2 ครั้ง ร้อยละ 35.0 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูน เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน ร้อยละ 22.3 มีเพื่อนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนครั้งนี้ ร้อยละ 29.8

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยมีความพึงพอใจลำดับแรกคือ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยชะม้อ (ค่าเฉลี่ย 3.23) รองลงมา สะพานทาชมพู (ค่าเฉลี่ย 3.19) และวัดพระธาตุดอยเวียง (ค่าเฉลี่ย 3.12)

สำหรับเหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลของท้องถิ่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน ร้อยละ 27.8 การหาแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ ร้อยละ 54.3 แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นว่า น่าเชื่อถือมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 25.0 หาข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ร้านอาหาร ร้อยละ 55.3 เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของ โรงแรม ร้อยละ 30.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย โดยรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรก คือ การลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา สถานที่จัดรถสะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.08) และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับ ปานกลางคือ อาหารมีรสชาติดี ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และบรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมี ค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับ แรกคือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา มีการลดราคาอย่าง เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สินค้าที่ระลึกที่ซื้อคือ ลำไย

การจะกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต คือ ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 76.5 จะบอกต่อและจะแนะนำให้เพื่อน/ญาติให้มาเที่ยวแน่นอน ร้อยละ 59.2

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

3.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และการคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.02)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมา การลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.20) และสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.10) และการลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.04)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา อาหารมีรสชาติดี ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย

ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา อาหารมีรสชาติดี ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก
ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และมีร้านอาหาร

และร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.19) และสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.08)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีความ
พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก (ค่าเฉลี่ย 3.10)
รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.09) และ โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์
สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.22) รองลงมา โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์
สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.21) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และ
สะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.15) รองลงมา สถานที่จอดรถสะดวก
เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.12) และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10000 บาท มีความ
พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย
3.81) รองลงมามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.48)
และ บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.72)
รองลงมามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ อาหารมีรสชาติดี (ค่าเฉลี่ย 3.43) และร้านอาหาร
สะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร
(ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมา ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.35) และการ
แนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.30)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหารและของที่ระลึก
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.34, 4.21) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14, 3.93) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78, 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.55)

3.3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดลำพูน จำแนกตามภูมิลำเนา

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำเนามีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และสภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคใต้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำเนาภาคตะวันออก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา มีป้ายบอกเล่า

ประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำนาคะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม (ค่าเฉลี่ย 4.20)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลำนาคะวันมีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำนาคะวัน มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.15) และการลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำนาคะวันกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลดราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมา โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.32) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำนาคะวันใต้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมา สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.24) และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำนาคะวันออก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.19) รองลงมา มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.05) และโรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่ง หลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลำนาคะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และการลดราคาที่พัก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมา มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.18) และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.08)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามทุก
 ภูมิลาเนาที่มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลาเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก
 คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมา มีความพึงพอใจ มี
 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.39) และบรรยากาศ การตก
 ต่างร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลาเนาภาคกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก
 คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา ร้านอาหารสะอาด
 ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.52) และบรรยากาศ การตกต่างร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย
 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลาเนาภาคใต้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ
 ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา มีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย
 ในระดับปานกลาง คือ อาหารมีรสชาติดี และรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย
 เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย
 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลาเนาภาคตะวันออก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ
 แรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.69) รองลงมา มีความพึงพอใจ มี
 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ อาหารมีรสชาติดี และร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย
 3.43) และบรรยากาศ การตกต่างร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลาเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย
 สูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมา
 การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการแนะนำ
 ร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด (ค่าเฉลี่ย 3.34)

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก
 ผู้ตอบแบบสอบถามทุกภูมิลาเนาที่มีความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิลาเนาภาคเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก
 คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความ
 สะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคภาคกลาง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคใต้ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) และการลดราคาอย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86)

การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ในครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีความพึงพอใจ และแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวน 400 ราย มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพเป็นสมรส ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ระดับการศึกษา ปวส/อนุปริญญา อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ต้องการไปเยี่ยมชมในแหล่งท่องเที่ยวคือ โบราณสถาน (วัด) เหตุผลที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เคยมาเที่ยวจังหวัดลำพูน 2 ครั้ง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่คือ เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน มีเพื่อนเป็นผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวคือ ร้านอาหาร ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวมีอายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี นิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลในครอบครัว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปฐมลักษณ์ สุเวชมิษฐ์ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษายปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/บริษัทเอกชน เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศด้วย

วิธีทางรถยนต์ส่วนตัว การหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศจากบุคคลในครอบครัว/เพื่อน และไม่สอดคล้องมาลินี ปิ่นแก้ว (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน โดยรวมในระดับมากเรียงลำดับได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด และด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านโรงแรมที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกมล กันทะวัง (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษารายละเอียดองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด และร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกมล กันทะวัง (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง สภาพอากาศที่ดี ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่น ความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ การลดราคาที่พัก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกมล กันทะวัง (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พักหลายช่องทาง สะดวกเช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต

ด้านร้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกมล กันทะวัง (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกในเรื่องร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกมล กันทะวัง (2553) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ

ข้อค้นพบ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน มีข้อค้นพบดังนี้

1. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการไปเยี่ยมชมโบราณสถาน (วัด) และธรรมชาติ มากที่สุด ซึ่งเหตุผลที่เดินทางท่องเที่ยวมายังจังหวัดลำพูนเพราะต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสถานที่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนในระดับปานกลางเท่านั้น
3. แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นว่าน่าเชื่อถือมากที่สุด ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน คือ อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ และข้อมูลที่หามากที่สุดในการเดินทางมาเที่ยว คือ ร้านอาหาร
4. องค์กรประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง กลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท กลุ่มภูมิลำเนา ภาคเหนือ และภาคใต้ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่นความสวยงาม ความน่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม ส่วนกลุ่มกลุ่มรายได้ 10,000-20,000 บาท กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว และความสวยงามความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง
5. องค์กรประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย และราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ขณะที่เพศชายมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
6. องค์กรประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก พบว่าทั้งกลุ่มเพศชายและเพศหญิง ทุกกลุ่มรายได้และทุกกลุ่มภูมิภาคที่เดินทางมา มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านนี้ในระดับปานกลางเท่านั้น
7. องค์กรประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร พบว่ากลุ่มไม่เกิน 10,000 บาท และกลุ่มรายได้ 10,000-20,000 บาท และกลุ่มที่มาจากภูมิภาคภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง ในขณะที่กลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

8. องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านร้านอาหารจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มรายได้ 20,001-30,000 บาท และกลุ่มที่มาจากภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่อง สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า

9. การจะกลับมาท่องเที่ยวในอนาคตที่ผู้ตอบสอบถามตอบว่ายังไม่แน่ใจถึงร้อยละ 76.5 ซึ่งอาจเนื่องจากมาแล้วพอใจแค่ปานกลางจึงไม่แน่ใจที่จะกลับมาอีกครั้ง แต่พบว่าการจะบอกต่อ คือจะแนะนำให้เพื่อน/ญาติ ให้มาเที่ยวแน่นอน และจะนำไป Post แนะนำใน อินเทอร์เน็ต มีถึงร้อยละ 82.5

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่ได้จากข้อค้นพบที่มีต่อด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดร้านอาหาร ด้านร้านอาหารจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะ

ด้านแหล่งท่องเที่ยว /สถานที่ท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดลำพูน ควรส่งเสริมให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว จัดให้มีเจ้าหน้าที่หรือคนในพื้นที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อคอยให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ควรมีศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว และมีสถานที่จอดรถให้เพียงพอ สะดวก สะอาด และปลอดภัย ชุมชนควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากภายนอกชุมชน เช่นการจัดเทศกาลอาหาร โดยมีการโฆษณาเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ โดยอาจจัดกิจกรรมในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริง ตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว นอกจากนั้นควรพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่างๆ เช่น ห้องน้ำ ให้มีความสะอาด และปลอดภัยในการใช้บริการ สถานที่ท่องเที่ยวมีน้ำประปาไว้บริการ เป็นต้น

ด้านร้านอาหาร ผู้ประกอบการควรจัดทำเว็บไซต์/เว็บบอร์ด แนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ด้านพนักงานที่ให้บริการในร้านอาหารต้องมีความสุภาพ แต่งกายสะอาด มีกิริยามารยาทที่ดี มีความเป็นกันเองกับลูกค้า การตกแต่งร้านอาหารควรมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การตกแต่งสไตล์ล้านนา เป็นต้น และรอบบริเวณร้านอาหารควรมีการตกแต่งบรรยากาศให้ร่มรื่น มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า สำหรับอาหารที่จัดจำหน่ายควรปรับปรุงรสชาติของอาหารอยู่เสมอ โดยรสชาติของอาหารต้องอร่อย สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีราคาเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป

ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ประกอบการโรงแรมควรปรับปรุงห้องพักให้มีความสะอาด มีความปลอดภัย ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีการลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว การตั้งราคาห้องพักควรเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ หรือจัดแพ็คเกจห้องพักในราคาถูกสำหรับผู้ที่มาพักเป็นกลุ่ม มีเว็บไซต์แนะนำโรงแรมที่พักทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาห้องพักได้ง่าย สะดวก และสามารถติดต่อสอบถามหรือจองห้องพักได้สะดวกทางโทรศัพท์ ทางอินเทอร์เน็ต และเพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์โรงแรมที่พักให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

ควรพิจารณาปรับปรุงเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ควรตกแต่งให้สวยงาม น่าสนใจ สินค้าที่จำหน่ายควรมีหลากหลายชนิด มีรูปแบบที่ทันสมัยสวยงาม สามารถใช้ประโยชน์ได้ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และสภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย และควรให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้ามากกว่า 1 ชิ้นขึ้นไป นอกจากนี้หน่วยงานคณะกรรมการหรือหน่วยงานในท้องถิ่นควรเข้ามาดูแล ควบคุมมาตรฐานของสินค้าที่นำมาจำหน่าย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับและมั่นใจในคุณภาพของสินค้ามากขึ้น และเป็นบรรทัดฐานที่ดีของร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกในสถานที่ต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) หน่วยงานจังหวัด หน่วยงานองค์กรท้องถิ่น หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางระบบบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

- หน่วยงานภาครัฐ (การท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน หน่วยงานท้องถิ่นจังหวัดลำพูน และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง) ควรมีการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยปรับปรุงในเรื่องของภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ สภาพอากาศ วิถีชีวิตของของคนในท้องถิ่น เพราะเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว โดยภาครัฐและเอกชนควรมีการหารือร่วมกัน เพื่อกำหนดทิศทางในการปรับปรุง และ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดลำพูน โดยการรณรงค์และปลูกจิตสำนึกให้รักษาธรรมชาติและอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น เป็นต้น

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี และการเกษตรให้เป็นที่รู้จัก เพื่อเชิญชวนและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ตลอดจนเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน จากการจำหน่ายผลผลิตการเกษตรของที่ระลึกและหัตถกรรมท้องถิ่น รวมทั้งรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความยั่งยืนต่อไป

- ควรมีการปรับปรุงถนนให้มีความสวยงาม มีการจัดทำป้ายบอกทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างเด่นชัด เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

- จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีระเบียบ หมั่นดูแลและรักษาความสะอาดและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสะอาดและสวยงามอย่างสม่ำเสมอ และควรมีองค์การที่รับผิดชอบในด้านความปลอดภัยและเพิ่มความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งนี้เพื่อความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยว

- ตรวจสอบอย่างเข้มงวดในด้านร้านค้าจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อป้องกันการโกงราคา หรือป้องกันการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

- ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมให้มากขึ้น และจัดแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดลำพูน เช่น ส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นพูดภาษาท้องถิ่น (ภาษาพื้นเมือง) การแต่งกายพื้นเมืองแบบล้านนา จัดทำปฏิทินงานประเพณีของจังหวัดลำพูนเพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน และเป็นการเผยแพร่งานประเพณีของท้องถิ่น ให้แพร่หลายมากขึ้น

- ภาครัฐควรรักษาความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว ร่วมมือกับเอกชนสนับสนุนการประกอบธุรกิจ ด้านโรงแรมที่พัก ด้านร้านอาหาร ด้านร้านค้าของที่ระลึก ด้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และควรใช้หน่วยงานของรัฐช่วยกระจายข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก

บรรณานุกรม

- กลุ่มการวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาคสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง.2550 “ภาวะการท่องเที่ยวไทยใน
ครึ่งปีแรกและแนวโน้มครึ่งปีหลังของปี2550” [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.fpo.go.th> (1 ตุลาคม 2550)
- จรัสพันธ์ สิริธีเจริญ. 2550. พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัชฎาภรณ์ ศิริรัตนวุฒิ. 2550. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่พักในจังหวัด
สระบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์. 2549. คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิต
แห่งชาติ
- พวงพิศ บุญนระรัตน์. 2549. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ใน
จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฐมลักษณ์ สุวณิชชัย. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มวัย
ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มาลินี ปิ่นแก้ว. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตนภรณ์ ถาวร. 2550. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักแรมใน
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสาวนีย์ ตนหมั่น. 2551. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการเรือนแรม ในอำเภอป่า
จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. 2553. สถิตินักท่องเที่ยว (Tourist Arrivals in Thailand.) > ปี 2008
[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา [http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/
tourism.php?cid=11](http://www.tourism.go.th/2009/th/statistic/tourism.php?cid=11)
- สิริกมล กันทะวัง. 2553. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน

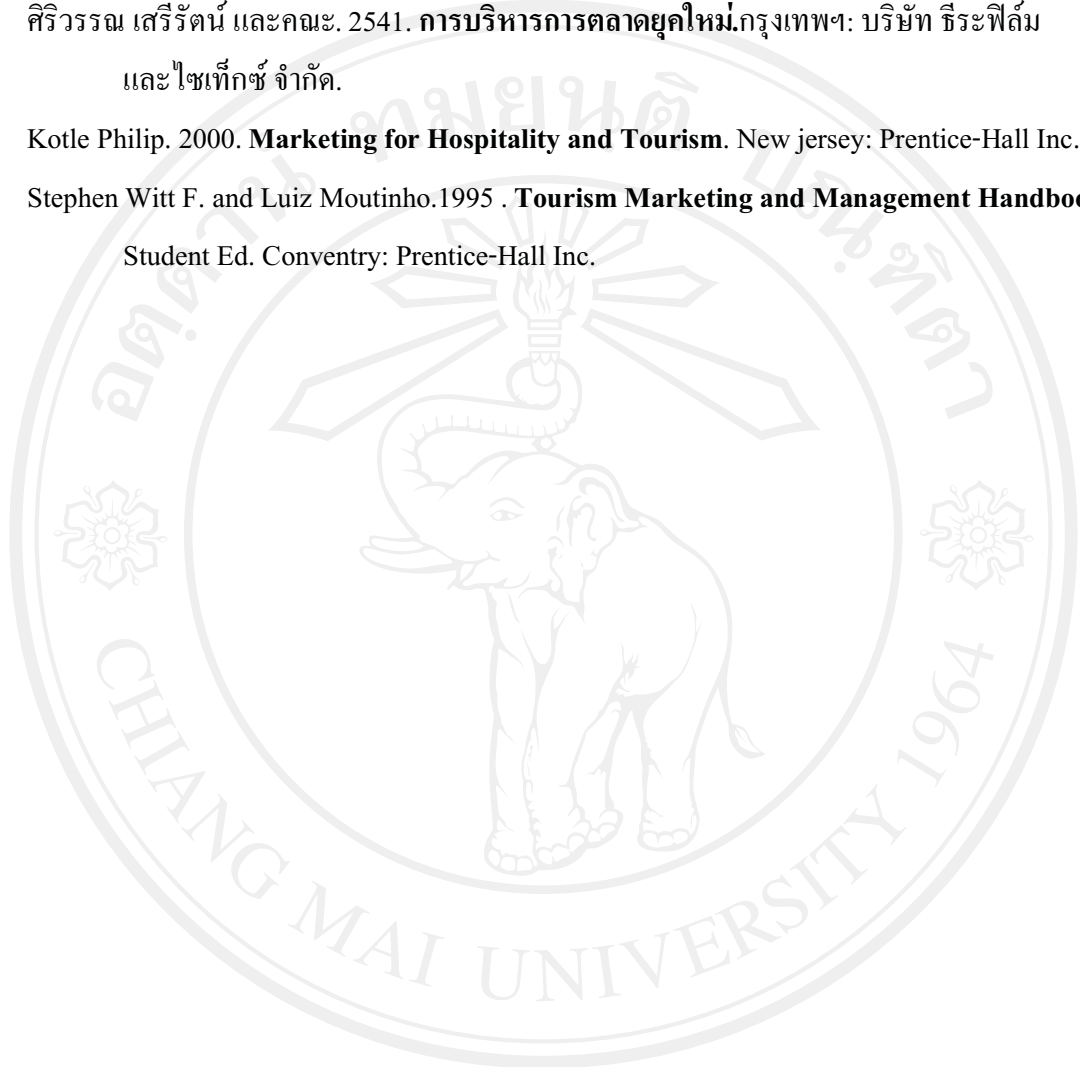
อำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม
และโซเท็กซ์ จำกัด.

Kotle Philip. 2000. **Marketing for Hospitality and Tourism**. New jersey: Prentice-Hall Inc.

Stephen Witt F. and Luiz Moutinho. 1995 . **Tourism Marketing and Management Handbook**.

Student Ed. Conventry: Prentice-Hall Inc.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการวิจัย สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวจิรภัทร บุญรักษา

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องตามความเป็นจริงมากที่สุด
 ในความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 20 ปี 2. 21-30 ปี 3. 31-40 ปี
 4. 41-50 ปี 5. มากกว่า 50 ปี

3. สถานะภาพ

1. โสด 2. สมรส 3. หย่า 4. หม้าย 5. แยกกันอยู่

4. ภูมิลำเนา

1. ภาคเหนือ จังหวัด..... 2. ภาคกลาง จังหวัด.....
 3. ภาคใต้ จังหวัด..... 4. ภาคตะวันออก จังหวัด.....
 5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....

5. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 4. ปวส./อนุปริญญา
 5. ปริญญาตรี 6. สูงกว่าปริญญาตรี

6. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
 3. พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ 4. พนักงานบริษัทเอกชน
 5. รับจ้างทั่วไป 6. แม่บ้าน/พ่อบ้าน
 7. เกษียณอายุ 8. อื่นๆ.....

7. รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 10,000 บาท 2. 10,001 – 20,000 บาท
 3. 20,001 – 30,000 บาท 4. 30,001 – 40,000 บาท
 5. 40,001 บาทขึ้นไป

8. โดยทั่วไปท่านต้องการไปเยี่ยมชมอะไรที่จังหวัดลำพูน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ความเป็นอยู่ 2. วัฒนธรรม 3. ธรรมชาติ
 4. โบราณสถาน(วัด) 5. อื่นๆ.....

9. เหตุผลที่ท่านต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน

1. ต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต 2. เกิดความเบื่อในชีวิตประจำวัน
 3. ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง 4. ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ
 5. ต้องการเพิ่มพูนประสบการณ์ 6. ช่วยเศรษฐกิจไทย
 7. ต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว 8. ต้องการเข้าวัดทำบุญ
 9. อื่นๆ.....

10. ในการท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูนครั้งนี้ ท่านเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะใด

1. เดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด 2. ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด
 3. ที่ทำงานจัดการเดินทางให้ 4. เดินทางด้วยตัวเองแต่ใช้บริษัทนำเที่ยวท้องถิ่น
 5. อื่นๆ.....

11. ท่านเคยมาเที่ยว จังหวัดลำพูนกี่ครั้ง

1. 1 ครั้ง 2. 2 ครั้ง 3. มากกว่า 2 ครั้ง

12. พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูน ครั้งนี้

1. รถโดยสาร 2. รถไฟ 3. รถยนต์ส่วนตัว
 4. เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน 5. เครื่องบินลงเชียงใหม่และเช่าเหมารถ
 6. อื่นๆ.....

13. ท่านเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใครในการมาท่องเที่ยว จังหวัดลำพูนครั้งนี้

1. คนเดียว 2. ครอบครัว 3.ญาติ 4. เพื่อน

14. ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนในครั้งนี้ ท่านได้ไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สถานที่	พอใจมากที่สุด	พอใจ	ปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด	ไม่ได้ไป
อ.เมือง						
1.วัดพระธาตุหริภุญชัย						
2.วัดจามเทวี						
3.อนุสาวรีย์พระนางจามเทวี						
4.พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหริภุญชัย						
5.อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัยและสุเทพฤาษี						
อ.แม่ทา						
6.หมู่บ้านแกะสลักอำเภอแม่ทา						
7.อุทยานแห่งชาติดอยขุนตาล						
8.อุโมงค์ขุนตาน						
9.สะพานท่าชมพู่						
อ.บ้านธิ						
10.บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยชะม้อ						
11. พระธาตุดอยห้างบาตร						
12.วัดพระธาตุดอยเวียง						
13.วัดศรีดอนชัย						
อ.ป่าซาง						
14.วัดพระพุทธบาทตากผ้า						
15.หอศิลป์ อุทยานธรรมะ						
16.หมู่บ้านหัตถกรรม บ้านหนองเงือก						
17.ตลาดป่าซาง						
อ.บ้านโฮ้ง						
18.ถ้ำเอราวัณ						

19. วัดพระเจ้าตนหลวง						
20. หมู่บ้านกระเหรี่ยงพัฒนาห้วยหละ						
21. อื่นๆ.....						

15. ในการจัดการเดินทางครั้งนี้ ท่านเลือกมาเที่ยวจังหวัดลำพูนเพราะเหตุใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. ความต้องการด้านกายภาพของตนเอง เช่น ต้องการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ
2. ความต้องการด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลของท้องถิ่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน
3. ความต้องการส่วนตัว เช่น เยี่ยมญาติมิตร ทำบุญ ถวายทานปฏิบัติธรรม
4. ความต้องการด้านสถานภาพและชื่อเสียง เช่น เข้าร่วมประชุม เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์พิเศษ เช่น เทศกาลลำไย หรือเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ

16. ก่อนเดินทางครั้งนี้ ท่านมีการหาข้อมูลของจังหวัดลำพูน จากแหล่งข้อมูลใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน
2. โทรทัศน์
3. วิทยุ
4. สิ่งพิมพ์ (นสพ./นิตยสารทั่วไป)
5. คำแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยว
6. เอกสารแนะนำจาก ททท.
7. นิตยสารการท่องเที่ยว เช่น อสท.
8. นิตรสรการการท่องเที่ยว
9. อินเทอร์เน็ต
10. เอกสารแนะนำจากบริษัทสายการบิน
11. อื่นๆ.....

17. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลใด ที่ท่านเห็นว่าน่าเชื่อถือมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

1. คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน
2. โทรทัศน์ รายการ.....
3. วิทยุ รายการ.....
4. สิ่งพิมพ์ (นสพ./นิตยสารทั่วไป)
5. คำแนะนำจากบริษัทท่องเที่ยว
6. เอกสารแนะนำจาก ททท.
7. นิตยสารการท่องเที่ยว ชื่อ.....
8. นิตรสรการการท่องเที่ยว
9. อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์.....
10. เอกสารแนะนำจากบริษัทสายการบิน
11. อื่นๆ.....

18. ท่านหาข้อมูลเกี่ยวกับด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. แหล่งท่องเที่ยว
2. ที่พัก
3. ร้านอาหาร
4. แหล่งบันเทิง
5. วัฒนธรรม
6. ประวัติศาสตร์
7. สภาพภูมิศาสตร์
8. การคมนาคม
9. ความปลอดภัย
10. อื่นๆ.....

19. ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านมีการเตรียมการท่องเที่ยวต่อไปนี้อย่างไร

1. เดินทางมาเอง ออกเดินทางเลย ไม่มีแผนการแน่นอน ไปเรื่อยๆ
2. เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี แต่ไม่มีการจองที่พัก พาหนะ

ล่วงหน้า

3. เดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะ

ล่วงหน้า

4. เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของโรงแรม

5. อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใน
จังหวัดลำพูน

โปรดพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับ
ระดับความพึงพอใจของท่าน

20. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด”

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและสภาพอากาศ					
1.1) ภาพลักษณ์ทางธรรมชาติ เช่นความสวยงาม ความ น่าสนใจ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ					
1.2) ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม					
1.3) การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย					
1.4) สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาดปลอดภัย					
1.5) สภาพอากาศที่ดี					
2.วัฒนธรรมและสังคม					
2.1) วัฒนธรรมและสังคมของคนในท้องถิ่นมีความน่าสนใจ					
2.2) มีการแสดงศิลปะ วัฒนธรรม					

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.วัฒนธรรมและสังคม (ต่อ)					
2.3)ผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว					
2.4)เสน่ห์ในวิถีชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว					
3.สิ่งปลูกสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน วัด และสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ต่างๆ					
3.1)ความสวยงามความมีเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรม สิ่งปลูกสร้าง					
3.2)มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ					
3.3)ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเข้าชม					
3.4)การคมนาคมสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่าย					
3.5)สภาพแหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด ปลอดภัย					
4. การแนะนำแหล่งท่องเที่ยวทางสื่อต่างๆ เพียงพอ					
5. สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ					
6. ป้ายบอกทางชัดเจนทำให้หาแหล่งท่องเที่ยวง่าย					
7. มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว					
8. มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ					
9. นักท่องเที่ยวไม่พลุกพล่านจนเกินไป					

ท่านมีการพักผ่อนในจังหวัดลำพูนหรือไม่

1. มี (ตอบข้อ 24)

2. ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 25)

21. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “โรงแรมที่พัก”

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โรงแรม ที่พัก มีเอกลักษณ์ สวยงาม					
2. โรงแรม ที่พัก มีให้เลือกหลายแห่ง หลายประเภท					
3. สามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ					
4. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก					
5. สภาพของโรงแรม ที่พัก มีความสะอาด ปลอดภัย					
6. ราคาที่พักเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ					
7. การลดราคาที่พัก					
8. การจัดแพ็คเกจห้องพัก ในราคาถูก					
9. มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหรือจองที่พัก หลายช่องทาง และสะดวก เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต					
10. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก					
11. มีการแนะนำผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์					
12. สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ					
13. การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในโรงแรม ที่พัก					

ท่านได้รับประทานอาหารที่จังหวัดลำพูนหรือไม่

 1. เคย (ตอบข้อ 25) 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 26)

22. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ร้านอาหาร”

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. อาหารมีรสชาติดี					
2. ร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง					
3. ราคาอาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ					

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย					
5. การแนะนำร้านอาหารทางอินเทอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์/เว็บบอร์ด					
6. สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ					
7. การบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร					
8. ร้านอาหารสะอาด ปลอดภัย					
9. บรรยากาศ การตกแต่งร้านมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์					

ท่านได้ซื้อของที่ระลึกจากจังหวัดลำพูนหรือไม่

1. ใช่ (ตอบข้อ 26) 2. ไม่ใช่ (ข้ามไปตอบข้อ 27)

23. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก”

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สถานที่จำหน่ายสินค้า ของที่ระลึกตกแต่งสวยงาม น่าสนใจ					
2. สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย					
3. ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
4. มีการลดราคาอย่างเหมาะสม					
5. พนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง					
6. สภาพของร้านฯ มีความสะอาด ปลอดภัย					

สินค้าที่ระลึกที่ซื้อ ได้แก่

1. ลำไย 2. ผ้าฝ้าย 3. พระบูชา 4. อื่นๆ.....

ท่านได้ใช้บริการนำเที่ยวหรือธุรกิจให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่

1. ใช่ (ตอบข้อ 27) 2. ไม่ใช่ (ข้ามไปตอบข้อ 28)

24. ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว “บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว”

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. บริษัทนำเที่ยวที่จองเดินทางง่าย มีคุณภาพ					
2. ความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว					
3. ราคาเหมาะสมกับการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว					
4. มีช่องทางในการติดต่อสอบถามหลายช่องทาง ง่าย สะดวก					

25. จะกลับมาท่องเที่ยวอีกหรือไม่

1. กลับมาอีกแน่นอน เพราะ.....
2. ยังไม่แน่ใจ เพราะ.....
3. ไม่กลับมาอีกแน่นอน เพราะ.....

26. จะบอกต่อ / Post net หรือไม่

1. จะบอกต่อ แนะนำให้เพื่อน/ญาติ ให้มาเที่ยวแน่นอน
2. จะนำไป Post แนะนำ ใน internet แน่นอน
3. ไม่แนะนำแน่นอน เพราะ.....
4. อื่นๆ.....

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

.....

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวจิรภัทร บุญรักษา	
วัน เดือน ปี เกิด	1 มิถุนายน 2512	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนแมริม วิทยาคม ปีการศึกษา 2524 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบัญชีและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2537	
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2531-2532	เจ้าหน้าที่แคชเชียร์ ศูนย์กีฬาลานนา เชียงใหม่
	พ.ศ. 2533-2534	หัวหน้าแคชเชียร์ ศูนย์กีฬาลานนา เชียงใหม่
	พ.ศ. 2535-2536	เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน ศูนย์กีฬาลานนา เชียงใหม่
	พ.ศ. 2537-2539	ตัวแทนขายประกันชีวิต บริษัท AIA
	พ.ศ. 2540	พนักงานบัญชี หนังสือพิมพ์สื่อกลาง
	พ.ศ. 2541-2544	มัคคุเทศก์อิสระ
	พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน	เปิดบริษัทท่องเที่ยว ไนซ์ฮอติเคย์ ทัวร์