

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2551

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2551

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ประธานกรรมการ

รศ.สุวรรรัตน์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์

กรรมการ

รศ.วัชร ฤกษ์กานนท์

4 มีนาคม 2551

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สามารถสำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดีก็เนื่องจากความกรุณาของ รองศาสตราจารย์สุวรรรัตน์ ยิบมันตะสิริ ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ และ รองศาสตราจารย์วัชร พฤทธิกานนท์ กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำและคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา ตลอดจนให้ความกรุณาตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งผู้เขียนขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ได้ให้ความรู้ ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ทุกท่านและบรรณารักษ์ห้องสมุดของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ได้ให้ คำแนะนำ ช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาคณะ เศรษฐศาสตร์ปริญญาโท(ภาคพิเศษ) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รุ่นที่11 ที่ได้ให้กำลังใจตลอดการศึกษา ในครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณมาร์ค เจอรัลด์ ชูลซ์ (Mr.Mark Gerald Schulz) ที่ได้ให้คำแนะนำ และ ช่วยเหลือขณะทำการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

สุดท้ายนี้ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้ที่สนใจ ผู้เขียนขอมอบความดีงามนี้ให้กับคุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยดูแลและเป็นกำลังใจในการ ศึกษา มาจนถึงทุกวันนี้ ในส่วนของความผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้น ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียง ผู้เดียว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

รศ.สุวรรัน ยิบมันตะศิริ

ประธานกรรมการ

รศ.พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์

กรรมการ

รศ.วัชรวิ พุกฤษิกานนท์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือประการที่หนึ่งเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ประการที่สองเพื่อระบุปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบ ในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำและเลือกพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ในที่พักประเภทโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน ประกอบไปด้วยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกพักโรงแรม 150 คนและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ 150 คนในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มที่เลือกพักโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ส่วนใหญ่มีสัญชาติอยู่ในทวีปยุโรป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 20,000-39,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งที่สอง และครั้งนี้มาเที่ยวเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมา

พักผ่อน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโรงแรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีระยะเวลาพัก 3 คืน แหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พักได้แก่บริษัทนำเที่ยวจากประเทศของนักท่องเที่ยวเอง ค่าใช้จ่ายค่าที่พักอยู่ที่ร้อยละ 26-50 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีระยะเวลาพักมากกว่า 20 คืน แหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พักได้แก่เพื่อน/ญาติ ค่าใช้จ่ายค่าที่พักอยู่ที่ร้อยละ 10-25 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งมีอิทธิพลสูงสุดต่อกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโรงแรม รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการ และการส่งเสริมการขายตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ได้แก่ปัจจัยด้านราคา รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

จากการศึกษาปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบ ในขณะที่พักในโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ ได้แก่ สภาพภายใน/ภายนอกของโรงแรมและเกสต์เฮาส์ที่ควรได้รับการดูแลให้สวยงามอยู่เสมอ สภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ควรได้รับการดูแลให้ใช้งานได้ดี ราคาที่พักควรเหมาะสมกับคุณภาพของที่พักมากกว่านี้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโรงแรมได้ระบุปัญหาเพิ่มเติมว่า ควรมีการเพิ่มบริเวณที่สามารถสูบบุหรี่ได้ ควรเพิ่มจำนวนหนังสือพิมพ์ที่ให้บริการ และไม่ควรคิดค่าบริการเพิ่มในการรับส่งแขกระหว่างที่พักกับสนามบิน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ได้ระบุปัญหาเพิ่มเติมว่า ควรมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ควรจัดคนที่มีหน้าที่เตือนแขกที่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น ควรมีการกำจัดขยะภายในที่พักและมีร้านอาหารให้บริการภายในเกสต์เฮาส์หรือบริเวณใกล้เคียง

Independent Study Title Factors Affecting Accommodation Choices of Revisiting Foreign Tourists in Chiang Mai Province

Author Ms.Saranya pathananaronglert

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Suwarat Gypmantasiri Chairperson

Assoc.Prof.Ponthip Thianthirawit Member

Assoc.Prof.Watcharee Prugsiganont Member

ABSTRACT

This study has two objectives : (1) to study factors affecting the selection of accommodation among foreign tourists who revisited Chiang Mai, and (2) to identify problems and obstacles relating to accommodation of these revisit foreign tourists who stayed at hotels and guesthouses in Chiang Mai.

Data used in the study were obtained from a sample of 300 revisit foreign visitors who stayed at least one night in Chiang Mai. The sample was divided into two groups of 150 tourists each, those who stayed in hotels and those who stayed at guest houses. Descriptive statistics were used in The analysis of data.

The results of the study showed that the majority of tourists in the sample, and in each group, were of European nationalities. The majority of them were bachelor's degree holders, with special skilled employment, and were of annual income range of U.S\$ 20,000 – 39,999.

Most of them came to visit Chiang Mai for the second time, and Thailand was the only destination of their trip this time. Holiday was their major purpose of the trip. For those who chose to stay at hotels, more than half of them were females, were in the 31-40 years old age group with an average stay of 3 nights. Travel agents in their own countries provided the most important source of information of their accommodation. Their spending on accommodation accounted between 26-50 % of their daily spending while in Chiang Mai. For those who chose guest houses, the majority of them were males, and were in the age group of 21-30 years old, and stayed more than 20 nights. Friends/relatives were most important sources of accommodation information for this group of revisit tourists. Spending on accommodation for this group accounted for 25 % of their daily spending in Chiang Mai.

On factors affecting the choice of accommodation of revisit foreign tourists, the results of the study showed that for the hotel group, hotel location was found to be the most important influencing their choice. This followed by price, product, and promotion factors, in order of importance respectively. For the guest house group, price was found to be the most important factor, followed by guest house location, product and promotion, respectively.

On the study of problems and obstacles, both groups of tourists in the sample thought that accommodation buildings, exterior and interior, should be kept well maintained. Room electrical appliances should be repaired and ready for use. Room prices should be more quality appropriate. Moreover, the hotel group would like to see more space made available for smokers, more newspapers, and no fee should be charged for transportation between hotel and airport. As for the guest house group, they would like to see more of staff who could communicate in English as well as someone whose task would be to warn off guests with too loud noise. The group would like to see less mosquito and food services available inside the guest house or near by.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	12
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	13
1.4 ขอบเขตการศึกษา	13
1.5 นิยามศัพท์	13
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
1) ทฤษฎีอุปสงค์/แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว	14
2) แนวคิดเกี่ยวกับอุปทานการท่องเที่ยว	15
3) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว	16
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1) อิทธิพลของตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว	19
ชาวต่างประเทศต่อแบบแผนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	
2) ปัจจัยทางการตลาดของที่พักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของ	19
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	
3) ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบในการเข้าพักในสถานพักผ่อน	21
ประเภทต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	22

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.2	วิธีเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง	24
3.3	วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล	24
บทที่ 4	ผลการศึกษา	
4.1	ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่	38
4.3	ปัญหาและข้อเสนอแนะ	49
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	53
5.2	ข้อเสนอแนะ	55
	เอกสารอ้างอิง	57
	ภาคผนวก	
	แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้	61
	ประวัติผู้เขียน	66

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2543 -2547	3
1.2 ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามา ประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2543-2549	5
1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและระยะเวลาพำนักเฉลี่ย พ.ศ. 2538-2547	6
1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเชียงใหม่ ในปีพ.ศ.2546-2547	7
1.5 จำนวนสถานพักแรมในเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2546-2547	9
1.6 จำนวนสถานพักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปีพ.ศ. 2548	10
1.7 จำนวนสถานพักแรมนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในปีพ.ศ. 2548	11
1.8 รายได้จากการท่องเที่ยวซ้ำเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวครั้งแรก ปี พ.ศ. 2546	12
4.1 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตาม ทวีปของสัญชาติ	27
4.2 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามเพศ	28
4.3 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามอายุ	29
4.4 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามอาชีพ	30
4.5 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามรายได้	31
4.6 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามระดับการศึกษา	32
4.7 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตาม จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	33
4.8 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตาม ระยะเวลาที่พักอยู่เชียงใหม่	34

4.9	จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามจำนวนประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้	35
4.10	จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	36
4.11	จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พัก	37
4.12	จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามร้อยละระหว่างราคาที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน	38
4.13	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	39
4.14	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	40
4.15	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	42
4.16	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามร้อยละของค่าใช้จ่ายค่าที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในการท่องเที่ยวครั้งนี้	44
4.17	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมครั้งปัจจุบัน	46
4.18	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนประเทศที่ท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้	48
4.19	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเมื่อมองในภาพรวม	49

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ซึ่งทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทางภาครัฐบาลได้เห็นความสำคัญในฐานะที่เป็นยุทธศาสตร์หลักในการสร้างงาน กระจายรายได้ และสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ โดยได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และกำหนดให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นลำดับต้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นอกจากนี้ยังกำหนดแผนการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งจัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยเป็นที่รู้จักทั้งต่อชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย มีการรณรงค์การท่องเที่ยวในระดับชาติหลายครั้ง อาทิเช่น ในปี พ.ศ.2530 ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้จัดงาน Visit Thailand Year ขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย จากนั้นในปี พ.ศ.2541-2542 ซึ่งเป็นปีที่ไทยเป็นเจ้าภาพ การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่13 และในวโรกาสพระชนมพรรษาครบ 6 รอบของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นปีรณรงค์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ภายใต้ชื่อโครงการที่ว่า Amazing Thailand เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากทั้งในและต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองไทย แต่ในปี พ.ศ.2546 มีสถานการณ์สำคัญหลายเหตุการณ์ ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างหนักต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยและของโลก โดยมีผลกระทบต่ออย่างหนักจากสองเหตุการณ์หลัก คือ สงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา-อิรักและการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน (SARS) ในภูมิภาคเอเชีย โดยผลจากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรักที่เกิดขึ้นในช่วงต้นปี ทำให้เห็นได้ชัดว่าตัวเลขของนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากความวิตกกังวลต่อสถานการณ์ความไม่สงบของโลก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป โดยมีความระมัดระวังในการเดินทางมากขึ้น และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับต้นๆ ส่งผลให้การขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ชะลอตัวลง ในขณะที่นักท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit) ซึ่งเคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วและเข้าใจความแตกต่าง

ระหว่างประเทศไทยและประเทศอื่นๆในภูมิภาคได้ดี เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มแรกๆที่เริ่มเดินทางกลับเข้าเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2547) ส่วนเหตุการณ์ที่สอง นั่นก็คือการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน (SARS) ในภูมิภาคเอเชีย โดยการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยมาก เนื่องจากเป็นผลกระทบโดยตรง ในขณะที่การก่อเหตุวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกาและสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา-อิรัก ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในทางอ้อมเท่านั้น

ภาพรวมการท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2547 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 จากระยะเดียวกันในปีพ.ศ.2546 อัตราการเข้าพักโรงแรมเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 56.7 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของทั้งปีพ.ศ. 2545 และ 2546 ในช่วงครึ่งปีแรกของปีพ.ศ. 2547 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากครั้งแรกของปีพ.ศ. 2545 และ 2546 ในอัตราร้อยละ 4 และ 29 ตามลำดับ(ธนาคารแห่งประเทศไทย,2548) แต่ในปลายปีพ.ศ.2547 การขยายตัวของการท่องเที่ยวได้หยุดชะงักเนื่องจากเกิดภัยธรรมชาติครั้งใหญ่ในประเทศไทย นั่นคือ มหันตภัยสึนามิ ได้สร้างความเสียหายอย่างใหญ่หลวงทั้งต่อชีวิต ทรัพย์สินของประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้การท่องเที่ยวซบเซาเป็นอย่างมาก เนื่องจากหลังเกิดเหตุการณ์ครั้งนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ยังคงหวาดกลัว ไม่กล้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นที่ประสภภัยดังกล่าว แม้จะได้รับการยืนยันว่าเข้าสู่ภาวะปกติและปลอดภัยแล้วก็ตาม พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่แม้ว่าจะไม่ได้ประสภภัยโดยตรง ก็พลอยได้รับผลกระทบนี้ไปด้วย ขยายหลาย ๆ แห่ง แม้ว่าจะได้รับการฟื้นฟูให้สะอาด สวยงาม เข้าสู่สภาพปกติแล้ว และในบางพื้นที่ก็สวยงามยิ่งขึ้นกว่าเดิม แต่นักท่องเที่ยวก็ยังคงบางตาเช่นกัน เหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิส่งผลให้นักท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดภาคใต้ลดลง 80-90% ผลกระทบโดยตรงต่อการท่องเที่ยวคิดเป็นประมาณ 0.1% ของจีดีพีต่อเดือน(ศูนย์วิจัยกสิกร,2548) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจผลกระทบต่อธุรกิจที่พักแรมในพื้นที่ประสภภัยพบว่า โดยภาพรวมแล้วห้องพักที่ได้รับความเสียหายมีอยู่ประมาณ 12,000 ห้อง คิดเป็นมูลค่าความเสียหายประมาณ 12,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2548)

ในช่วงครึ่งปีหลังของปีพ.ศ. 2548จนถึงครึ่งปีแรกของปีพ.ศ. 2549 การท่องเที่ยวของไทยได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 6.7 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.0 จากช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2548 ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2549) ภาพรวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยปีพ.ศ. 2549 จัดว่าขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงแม้ว่าจะมีปัจจัยลบหลายอย่างเช่นสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ภาวบน้ำท่วมหนักในหลายพื้นที่ของประเทศไทย และเหตุการณ์การเข้ายึดอำนาจการปกครองประเทศของคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรง

เป็นประมุข แต่โดยการร่วมมือของภาครัฐและเอกชน อีกทั้งการจัดกิจกรรมต่างๆอย่างยิ่งใหญ่ตลอดปีพ.ศ.2549 ทำให้การท่องเที่ยวในภาพรวมของปีพ.ศ. 2549 ขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยในเดือนกันยายน 2549 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้นประมาณ 10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากปีพ.ศ.2548 ปัจจัยบวกที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวปีพ.ศ.2549 ได้แก่ การจัดงานพระราชพิธีฉลองสิริราชสมบัติครบ60ปีพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การเปิดให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ และการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติราชพฤกษ์2549 ที่จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย
ในปี พ.ศ.2543-2547

รายการ	2543	2544	2545	2546	2547
จำนวนนักท่องเที่ยว	9,508,623	10,061,950	10,799,067	10,004,453	11,650,703
เพศ					
ชาย	5,685,836	6,021,601	6,426,982	6,169,123	6,702,541
หญิง	3,822,787	4,040,349	4,372,085	3,835,330	4,948,162
หมวดอายุ (ปี)					
น้อยกว่า 25	1,455,214	1,523,952	1,552,337	1,300,768	1,593,188
25 - 34	2,537,639	2,726,812	2,830,547	2,489,810	2,899,663
35 - 44	2,270,566	2,414,170	2,605,227	2,564,250	2,960,953
45 - 54	1,822,708	1,893,820	2,099,828	2,039,752	2,357,021
55 และมากกว่า	1,422,496	1,503,196	1,711,128	1,609,873	1,839,878

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547)

จากตารางที่1.1 จะเห็นได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากปี พ.ศ 2543-2545 มีจำนวนเพิ่มขึ้นคือ 9,508,623 คน 10,061,950 คน และ 10,799,067 คนตามลำดับ แต่ในปี พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวรวมมีจำนวนลดลง โดยมีจำนวนเท่ากับ10,004,453 คน อันเนื่องมาจากปัจจัยลบที่เกิดขึ้นได้แก่ ปัญหาการก่อการร้าย ปัญหาการเกิดโรคระบาดในทวีปเอเชียเป็นต้น แต่เมื่อทางภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือกัน ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น

เป็นการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมขนาดใหญ่ของกลุ่มผู้นำประเทศ เช่นการประชุมเอเปค(APEC) การประชุมการแก้ปัญหาโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน(SARS)ระดับนานาชาติ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกแขนงทั้งสื่อไทยและต่างประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลทำให้นักท่องเที่ยว มีความเชื่อมั่นต่อการมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น ถึงแม้ในปลายปี พ.ศ. 2547 ได้มีเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้นนั่นก็คือ เหตุการณ์ธรณีพิบัติ “สึนามิ” ส่งผลกระทบให้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวตามชายฝั่งทะเลอันดามันของไทยลดลง ไปและส่งผลกระทบไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆเป็นวงกว้าง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท โดยแบ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม

- ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง อาทิ ธุรกิจด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจการค้าของที่ระลึก เป็นต้น
- ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม อาทิ การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

การที่นักท่องเที่ยวนำเงินมาใช้จ่ายส่งผลให้เม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจสูงขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีตัวทวี(Multiplier)ในทางเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีธุรกิจหลากหลายประเภทเชื่อมโยงซึ่งกัน ก่อให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ทั้งในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่อเนื่องประเภทอื่นๆด้วย เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการก่อสร้างและพัฒนาที่ดิน ทั้งยังส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในระดับรากหญ้า

ตารางที่ 1.2 แสดงค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ในปี พ.ศ.2543-2549

รายการ	2543	2544	2545	2546	2548	2549
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (บาท)	3,861	3,748	3,754	3,775	3,890	4,048.22
ที่พัก	933	976	1,007	981	1,018.34	1,077.40
อาหารและเครื่องดื่ม	587	587	633	632	722.97	717.45
บริการท่องเที่ยว	176	170	165	199	165.68	180.99
พาหนะในการเดินทาง	285	283	316	308	311.96	385.40
ซื้อสินค้าที่ระลึก	1,338	1,161	1,067	1,074	1,089.86	1,106.47
เพื่อการบันเทิง	404	443	458	467	494.03	472.82
เบ็ดเตล็ด	138	127	108	112	87.29	107.69
รายได้ (ล้านบาท)	285,272	299,047	323,484	309,269	367,380.36	482,319.17

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550)

จากตารางที่ 1.2 จะเห็นได้ว่าจากปี พ.ศ. 2543-2549 ประเทศไทยมีรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเท่ากับ 285,272 ล้านบาท 299,047 ล้านบาท 323,484 ล้านบาท 309,269 ล้านบาท 367,380.36 ล้านบาทและ 482,319.17 ล้านบาทตามลำดับซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวเลขมีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ยกเว้นในปีพ.ศ. 2546 ที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากสงครามในอ่าวเปอร์เซีย และจากการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน(SARS) และหากเรียงลำดับรายการที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดไปจนถึงรายการที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายน้อยที่สุด จะได้ดังนี้ รายการที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดคือ การซื้อสินค้าที่ระลึก รองลงมาคือ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การบันเทิง ค่าพาหนะในการเดินทาง บริการทางการท่องเที่ยวและเบ็ดเตล็ด ตามลำดับ จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายในส่วนของที่พักเป็นลำดับต้นๆของรายการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ธุรกิจที่พักจึงเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ปรับปรุงและพัฒนาเนื่องจากส่งผลต่อการสร้างรายได้เป็นจำนวนมากให้กับท้องถิ่นนั้นๆ

ตารางที่ 1.3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และระยะเวลาพำนักเฉลี่ย
พ.ศ. 2538 – 2547

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		ระยะเวลาการพำนักเฉลี่ย ของนักท่องเที่ยว(วัน)
	(พันคน)	Δ%	
2538	6951.6	12.7	7.4
2539	7192.1	3.5	8.2
2540	7221.3	0.4	8.3
2541	7764.9	7.5	8.4
2542	8580.3	10.5	8
2543	9508.6	10.8	7.8
2544	10062	5.8	7.9
2545	10799.1	7.3	8
2546	10004.5	-7.4	8.2
2546(ม.ค.-ก.ค.)	5130	27.1	8.9
2547(ม.ค.-ก.ค.)	6520.5	27.1	8.4

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547)

จากตารางที่ 1.3 จะเห็นได้ว่าทิศทางการท่องเที่ยวเที่ยวของไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แม้ว่าในบางช่วง ไทยจะประสบปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว อาทิ การเกิดโรคระบาดในภูมิภาคเอเชีย ปัญหาการก่อการร้ายเป็นต้น แต่ในภาพรวมจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวไทยยังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังจะดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จาก 6,951,600 คน ในปี พ.ศ.2538 เป็น 10,004,500 คน ในปี พ.ศ.2546 อีกสิ่งหนึ่งที่หลายหน่วยงานพยายามช่วยกันสนับสนุน นั่นก็คือการเพิ่มระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว จากตารางที่ 1.3 นี้เราพบว่าระยะเวลาการพำนักเฉลี่ยในแต่ละปีของนักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มขึ้นลงไม่แตกต่างกันมากนัก แต่หากสามารถเพิ่มจำนวนวันการพำนักของนักท่องเที่ยวให้นานขึ้น นั่นก็หมายถึงสามารถเพิ่มรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศให้แก่ท้องถิ่นและประเทศได้มากขึ้นด้วย

เชียงใหม่ เป็นจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบนซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของภาคเหนือ มีเนื้อที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 22 อำเภอและ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอหางดง อำเภอแม่แตง อำเภอสารภี อำเภอสันกำแพง อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอเชียงดาว อำเภอสันทราย อำเภอฝาง อำเภอฮอด อำเภออมก๋อย อำเภอพร้าว อำเภอแม่ริม อำเภอสะเมิง อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอสันป่าตอง อำเภอแม่อาว อำเภอดอยเต่า อำเภอเวียงแหง อำเภอไชยปราการ อำเภอแม่วาง กิ่งอำเภอแม่ฮอน และ กิ่งอำเภอดอยหล่อ

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2546-2547

รายการ	มกราคม - ธันวาคม		
	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2546	Δ (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวรวม	3,898,543	3,399,906	+14.67
นักท่องเที่ยวชาวไทย	2,101,099	1,922,059	+9.32
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	1,797,444	1,477,847	+21.63
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)			
ค่าใช้จ่ายรวม	3,028.41	2,858.79	+5.93
นักท่องเที่ยวชาวไทย	2,655.32	2,554.41	+3.95
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	3,444.40	3,254.65	+5.83
รายได้ (ล้านบาท)			
รายได้รวม	45,066.88	38,290.92	+17.70
นักท่องเที่ยวชาวไทย	20,831.84	18,860.03	+10.45
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	24,235.04	19,430.89	+24.72

ที่มา : สำนักงานภาคเหนือเขต1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548)

จากตารางที่1.4 จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14.7 เป็น 3.9 ล้านคน เทียบกับปี พ.ศ. 2546 ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่เท่ากับ 3.4 ล้านคน โดยนักท่องเที่ยวต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 46 ของนักท่องเที่ยวโดยรวมของเชียงใหม่ในปี พ.ศ.2547 มีการสร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวของเชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.7 คิดเป็นมูลค่า 45,067 ล้านบาท ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 54 เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 24,235 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.7 จากปี พ.ศ.2546 สำหรับในปี พ.ศ. 2548 การท่องเที่ยว

เชียงใหม่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราที่น่าพอใจ ปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนการท่องเที่ยวเชียงใหม่ต่อเนื่องมาในปี พ.ศ.2548 มีดังนี้

1)เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีประเพณีที่เป็นซึ่งรู้จักและมีชื่อเสียงระดับประเทศได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ และเทศกาล โคมยี่เป็งหรือประเพณีลอยกระทงของล้านนา เป็นกิจกรรมสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมทุกปี

2)สภาพอากาศที่หนาวเย็นในช่วงปลายปีและฤดูประเทศที่สวยงาม ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ เช่น สภาพอากาศที่หนาวเย็นจัดบนอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ก่อให้เกิดน้ำค้างแข็งบนยอดหญ้า หรือที่เรียกกันว่า“แม่คะนิง” ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เดินทางขึ้นไปสัมผัสทะเลหมอกและอากาศที่หนาวเย็นรวมทั้ง แม่คะนิง ตามดอยต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ เช่นดอยสุเทพ-ปุย ดอยอินทนนท์ และห้วยน้ำดัง เป็นต้น

3)การพัฒนาสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ๆนอกจากสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นจุดขายสำคัญของเชียงใหม่แล้ว เชียงใหม่ยังมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น หมีแพนด้าในสวนสัตว์เชียงใหม่ และการเปิดเชียงใหม่ ไนท์ซาฟารี

4)การสนับสนุนธุรกิจสปา โดยเฉพาะแบบล้านนา โดยได้รับการความร่วมมือจากผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาสปาสไตล์ล้านนา ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมา ซึ่งกลายเป็นจุดแข็งที่ทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยือนเชียงใหม่ได้ไม่น้อย

5)รัฐบาลให้การสนับสนุนการพัฒนาสินค้าโอท็อป(OTOP) และใช้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางสินค้าโอท็อป(OTOP)ที่มีชื่อเสียง ทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางสินค้าโอท็อป(OTOP)ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว โดยมีสินค้าโอท็อป(OTOP)ให้เลือกได้อย่างหลากหลายทั้งผลิตภัณฑ์งานไม้ เซรามิก ผ้าฝ้าย เครื่องเงิน และกระดาษสา เป็นต้น

6)ความสะดวกและรวดเร็วในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ อันเนื่องมาจากการขยายการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา ทำให้สามารถเดินทางมาเยือนจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสายการบินปกติมาก ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น นอกจากการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำแล้ว ยังมีการเพิ่มเส้นทางบินในประเทศระหว่างเชียงใหม่กับจังหวัดต่างๆ และเส้นทางบินเชื่อมเชียงใหม่กับต่างประเทศ โดยเฉพาะจีนตอนใต้และภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง รวมทั้งญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ และฮ่องกง

7)โรงแรมชั้นนำทั้งของไทยและต่างชาติต่างขยายการลงทุน สร้างโรงแรมหรูระดับ 4-5 ดาวในเครือของตนในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจการค้า การ

ลงทุน และการท่องเที่ยวในอนาคต นอกจากนี้ยังมีการขยายตลาดการประชุมสัมมนาและพัฒนาศักยภาพในการรองรับการจัดประชุมขนาดใหญ่ระดับนานาชาติ และจัดงานประชุมทั้งของหน่วยราชการและธุรกิจเอกชนเข้ามาจัดในเชียงใหม่มากขึ้น ซึ่งเกื้อหนุนต่อการขยายตลาดนักท่องเที่ยวระดับบนทั้งในกลุ่มคนไทยและต่างชาติ

ตารางที่ 1.5 แสดงจำนวนสถานพักแรมในเชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2546-2547

รายการ	มกราคม - ธันวาคม		
	พ.ศ. 2547	พ.ศ. 2546	Δ(%)
จำนวนรวมของสถานพักแรม (แห่ง)	214	195	+9.74
จำนวนรวมของห้องพัก (ห้อง)	14,103	13,625	+3.51
อัตราการถือครองห้องพัก (ร้อยละ)	51.65	45.63	+6.02
จำนวนรวมของแขกที่เข้าพักที่เป็นชาวต่างประเทศ (คน)	1,613,145	1,308,812	+23.25

ที่มา : สำนักงานภาคเหนือเขต1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548)

จะเห็นได้ว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังจะเห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นชาวต่างประเทศ ในปี พ.ศ.2547มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ.2546 คือ จาก 1,308,812 คน เป็น 1,613,145 คน แนวโน้มของจำนวนสถานพักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นไปในทิศทางเดียวกันด้วย คือ เพิ่มขึ้นจาก 195 แห่งในปี พ.ศ.2546 เป็น 214 แห่ง ในปี พ.ศ.2547 ส่งผลให้มีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 3.51 นอกจากการเพิ่มขึ้นของสถานพักแรมแล้ว อัตราการถือครองห้องพักของนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2546 คือ เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 45.63 เป็นร้อยละ 51.65 ในปี พ.ศ.2547(ตารางที่1.5)

ตารางที่ 1.6 แสดงจำนวนสถานพักผ่อนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
ในปี พ.ศ.2548

ราคาต่ำสุดของ ราคาประกาศขาย	โรงแรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่				เกสต์เฮ้าส์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่			
	จำนวนสถาน ประกอบการ	ร้อยละ	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ	จำนวนสถาน ประกอบการ	ร้อยละ	จำนวน ห้องพัก	ร้อยละ
2500 บาทขึ้นไป	12	11.65	2,180	17.29				
1500-2499 บาท	12	11.65	2,548	20.21	1	1.02	8	0.38
1000-1499 บาท	12	11.65	1,572	12.47				
500 - 999 บาท	26	25.24	3,453	27.39	17	17.35	414	19.60
ต่ำกว่า 500 บาท	41	39.81	2,855	22.64	80	81.63	1,690	80.02
รวม	103	100.00	12,608	100.00	98	100.00	2,112	100.00

ที่มา : สำนักงานภาคเหนือเขต1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548)

จากตารางที่ 1.6 จะเห็นได้ว่าสถานพักผ่อนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ.2548 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 201 แห่ง และเมื่อรวมกับสถานพักผ่อนที่อยู่นอกเขตอำเภอเมืองอีก 69 แห่ง พบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนสถานพักผ่อนรวมทั้งสิ้นจำนวน 270 แห่ง ซึ่งเมื่อเทียบกับข้อมูลในตารางที่ 1.5 พบว่ามีสถานพักผ่อนเพิ่มขึ้นจำนวน 56 แห่ง จากเดิมมีจำนวน 214 แห่ง ในปี พ.ศ.2547 ซึ่งสอดคล้องกับตัวเลขการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวและเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การ พัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ที่ผลักดันและสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นเมืองที่น่าอยู่และน่าท่องเที่ยวระดับ เอเชีย ภายใต้แนวคิดที่ว่า นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง (City of Life and Prosperity)

ตารางที่ 1.7 แสดงจำนวนสถานพักผ่อนนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ในปี พ.ศ.2548

ราคาต่ำสุดของ ราคาประกาศขาย	สถานพักผ่อนนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่			
	จำนวนสถานประกอบการ	ร้อยละ	จำนวนห้องพัก	ร้อยละ
2500 บาทขึ้นไป	11	15.94	361	14.06
1500-2499 บาท	13	18.84	596	23.21
1000-1499 บาท	13	18.84	418	16.28
500 - 999 บาท	19	27.54	834	32.48
ต่ำกว่า 500 บาท	13	18.84	359	13.98
รวม	69	100.00	2,568	100.00

ที่มา : สำนักงานภาคเหนือเขต1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548)

จากตารางที่1.7 จะเห็นได้ว่า สถานพักผ่อนนอกเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ในแต่ละระดับราคาจะมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยสถานพักผ่อนที่มีระดับราคา 500-999 บาทต่อห้อง/คืน มีจำนวนมากที่สุด คือ 19 แห่ง ส่วนสถานพักผ่อนที่มีระดับราคาสูงสุด 2,500 บาทขึ้นไปต่อห้อง/คืน มีจำนวน 11 แห่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง จุดเด่นของสถานพักผ่อนในกลุ่มนี้คือมักเป็นสถานพักผ่อนที่ให้ความสำคัญการออกแบบตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และร่วมสมัยที่ลงตัว เพื่อสร้างความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะช่วยให้ผู้ใช้บริการได้รับความรู้สึกและประสบการณ์ย้อนยุค แต่ครบครันไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่นสปา สระว่ายน้ำส่วนตัว เป็นต้น นอกจากนี้ยังเน้นการสร้างความปลอดภัยในการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอบอุ่นและเป็นส่วนตัว เน้นการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่พิเศษสุดมากกว่าความหรูหราหรือยิ่งใหญ่ให้กับตัวสินค้า (มิ่งสรรพ ขาวสอาด นุกูล เครือฟู และอัครพงศ์ อันทอง, 2547)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ในปีพ.ศ.2546 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำมีจำนวนมากถึงร้อยละ 51.31 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดและการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวซ้ำทั้งหมดที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ.2546เท่ากับ150,390ล้านบาท จะเห็นได้ว่ามีจำนวนใกล้เคียงกับการใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวครั้งแรกซึ่งมีการใช้จ่ายรวมในปีเดียวกันเท่ากับ 158,879 ล้านบาท (ตารางที่ 1.8) แต่ต้นทุนในการรักษาลูกค้าที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวซ้ำจะน้อยกว่าต้นทุนในการแสวงหานักท่องเที่ยวรายใหม่ ถึงร้อยละ 80 ดังนั้นหากประเทศไทย

สามารถรักษากลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเข้าไว้ได้ ย่อมทำให้ประเทศได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น (กนิดา วัฒนวัฒน์, 2548)

ตารางที่ 1.8 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยวซ้ำเปรียบเทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวครั้งแรก ปีพ.ศ.2546

ปีพ.ศ.2546	จำนวน (คน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคน (บาท/วัน)	ค่าใช้จ่ายรวม (ล้านบาท)	สัดส่วนของ ค่าใช้จ่ายรวม (ร้อยละ)
นักท่องเที่ยวซ้ำ	5,535,134	3,317.48	150,390	48.63
นักท่องเที่ยว ครั้งแรก	4,469,319	4,340.50	158,879	51.37
รวม	10,004,453	3,774.50	309,269	100.00

ที่มา : โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2546 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาใน 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่สองเป็นการศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ และส่วนสุดท้ายเป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำพบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคาดว่าจะผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ภาครัฐและเอกชนในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสถานพักแรมในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจของตนเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น อันจะนำมาซึ่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ ระบบเศรษฐกิจภายในจังหวัดเชียงใหม่และระดับประเทศ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อระบุปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1) ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาใช้ประกอบการวางแผนการตลาดและกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจภายในท้องถิ่นและระดับชาติ

2) เพื่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งส่วนราชการและเอกชนทราบถึงปัญหาที่พบ จากการให้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮ้าส์และโรงแรม ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและสามารถดำเนินการแก้ไขต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการกลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในส่วนของประเภทของที่พักนั้นจะศึกษาเฉพาะที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์เท่านั้น เนื่องจากในจังหวัดเชียงใหม่มีที่พักทั้งสองประเภทนี้รวมกันมากกว่าร้อยละ 80 ของที่พักทั้งหมด(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือเขต1,2548)

1.5 นิยามศัพท์

เกสต์เฮ้าส์ หมายถึงที่พักที่เจ้าของบ้านแบ่งให้นักท่องเที่ยวได้เช่าพักแรม ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลายอย่าง เช่น มีระบบห้องปรับอากาศ อาหาร เครื่องดื่ม ทีวี และเครื่องทำน้ำร้อนเป็นต้น โดยเกสต์เฮ้าส์ที่ทำการศึกษาคั้งนี้ คือ เกสต์เฮ้าส์ในจังหวัดเชียงใหม่

โรงแรม หมายถึงบ้านพักที่มีเพียง 10 ห้องพัก ไปจนถึงอาคารขนาดใหญ่ที่มีห้องพักนับพันห้องขึ้นไป อาจมีห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ สนามกีฬาหรือสถานที่เพื่อการพักผ่อน เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส และห้องพักบริการ 24 ชั่วโมง พร้อมกับภัตตาคารร้านอาหารและบาร์ที่ให้บริการบันเทิงหลากหลาย โดยโรงแรมที่ทำการศึกษาคั้งนี้ คือ โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์/แนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว(Tourism Demand)

อุปสงค์ในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว นั้นจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้นๆซึ่งจะมีผลทำให้ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย(ภินิตา ธนวัฒน์, 2548)

การเดินทางท่องเที่ยวนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ทั้งทางภาครัฐและเอกชนต่างพยายามที่ส่งเสริมให้มีการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์การท่องเที่ยวเพราะจะส่งผลมีปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย รายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการต่างๆในชุมชน ในลักษณะทวีคูณ(Multiplier Effect) อันจะก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว มีดังนี้

1)ปัจจัยผลักดันให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว ได้แก่ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาทางการคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร เป็นต้น

2)ปัจจัยดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ราคาสินค้าและบริการ ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

ลักษณะอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

1) มีความยืดหยุ่นสูง

ความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการที่จะหาซื้อสินค้าและบริการสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว อาจเกิดจากความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ความแตกต่างของค่าเงินระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวและประเทศที่จะไปท่องเที่ยวเป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการ

2) มีความอ่อนไหวสูง

ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเพิ่มขึ้นหรือลดลง หากมีปัจจัยบางประการเกิดขึ้น เช่น ได้รับความพิเศษ เกิดปัญหาการก่อการร้าย ภัยธรรมชาติ มีเหตุการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้เงินอย่างเร่งด่วน มีอุบัติเหตุหรือความเจ็บป่วยเกิดขึ้นก่อนการเดินทางเป็นต้น

3) มีลักษณะเฉพาะฤดูกาล

ฤดูกาลมีส่วนในการกำหนดลักษณะสิ่งดึงดูดใจ ความยากลำบากในการเดินทาง รวมถึงความสามารถที่จะไปเที่ยวได้ของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว

4) มีส่วนผลักดันให้เกิดการอุปโภคและบริโภคสินค้าอื่น

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานสินค้าและบริการต่างๆ ในชุมชนนั้นๆ เข้าด้วยกัน เช่น ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะใช้บริการสถานพักผ่อน ใช้บริการทางด้านการคมนาคมขนส่งในการเดินทางระหว่างการท่องเที่ยว ต้องการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม มีการจับจ่ายซื้อของที่ระลึก ในบางรายอาจต้องใช้บริการทางการแพทย์ระหว่างการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า หากอุปสงค์ในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อุปสงค์ต่อสินค้าและบริการอื่นๆ ในชุมชนก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุปทานของการท่องเที่ยว(Tourism Supply)

อุปทานการท่องเที่ยวหมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิด ที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มี เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรมก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ตาม อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในสถานที่นั้นๆ (ตุ้ย ชุมสาย, ม.ล. , 2530)

ลักษณะของอุปทานทางการท่องเที่ยว สามารถจำแนกได้เป็น 5 ประการ ดังนี้

- 1) เป็นสินค้าที่มีผลผลิตสุดท้ายเป็น ความรู้สึก การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบสินค้าและบริการเหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น
- 2) เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอย ในการขายสินค้าหรือบริการจะไม่มีตัวตน สินค้าเนื่องจากการบริการ ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง
- 3) คุณภาพของสินค้าและบริการมีความไม่แน่นอน เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานสินค้าและบริการต่างๆเข้าด้วยกัน จึงยากที่จะควบคุมคุณภาพ และนอกจากนี้ยังได้รับผลกระทบจากปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ ภัยธรรมชาติ สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น
- 4) ปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการ จะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายแต่จะคงสภาพและมีปริมาณคงเดิมหากได้รับการจัดการและพัฒนาอย่างเหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์ก็จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนสินค้าอื่นๆ
- 5) ผลผลิตไม่สามารถกักเก็บไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณห้องพักและแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยในการจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสมซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพที่อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวเท่ากัน

2.1.3 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจโรงแรม (ภินิตา ธนวัฒน์, 2548) กล่าวถึงการตลาดธุรกิจโรงแรมมีลักษณะพื้นฐานที่ไม่แตกต่างจากธุรกิจอื่นคือมีปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้และปัจจัยที่ควบคุมได้ คือตัวแปรภายนอก(External Variables) ที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมการเกิดขึ้นได้ เช่น สภาพอากาศ ภาวะขาดแคลนพลังงาน ภาวะการผันผวนของค่าเงิน เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่ควบคุมได้ คือ ตัวแปรภายใน(Internal Variables) หรือที่เรียกกันว่าส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) ส่วนประสมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว ประกอบด้วยส่วนประสมหลัก 4 Ps ได้แก่ Product Price Place และ Promotion และอีก 3 P's ได้แก่ Process People และ Physical evidence ตามรายละเอียดดังนี้ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และคณะ, 2547)

1.ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) ได้แก่ผลิตภัณฑ์หลัก เช่น แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หรือการแสดงต่างๆ ซึ่งกล่าวได้

ว่า ผลิตภัณฑ์หลัก คือ สินค้าหรือบริการที่นักท่องเที่ยวซื้อ หรือใช้บริการ และผลิตภัณฑ์เสริม เช่น ธุรกิจขนส่ง ดำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายธุรกิจโรงแรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ด้านกายภาพ (Physical Products) คือ สิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น ห้องพัก ห้องประชุม อาหารและเครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม เป็นต้น ส่วนผลิตภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งของโรงแรม คือ ความพึงพอใจต่ออารมณ์ (Emotional Satisfaction) ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สัมผัสได้ด้วยความรู้สึกเฉพาะบุคคล เช่น การบริการของพนักงาน ชื่อเสียงของโรงแรม เป็นต้น

2.ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายไปเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวด้วย ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่า เขาจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

3.การจัดจำหน่าย (Place/Channels of Distribution) หมายถึง ช่องทางที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า เป็นช่องทางในการส่งมอบการบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งในธุรกิจการบริการนั้นมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น คือ ผู้ผลิตไม่ต้องเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปให้กับผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคต้องเข้ามาหาผลิตภัณฑ์หรือเข้ามาใช้บริการ ณ จุดบริการ ลักษณะของช่องทางในการจัดจำหน่ายของธุรกิจโรงแรมอาจแบ่งได้เป็น 2 ระบบ คือ

1)ระบบไม่ผ่านคนกลาง นักท่องเที่ยวติดต่อกับทางโรงแรมโดยตรง ไม่ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น จดหมาย โทรศัพท์ โทรสาร ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือมาติดต่อโรงแรมด้วยตัวเอง เป็นต้น

2)ระบบผ่านคนกลาง ทางโรงแรมได้ติดต่อประสานงานทางธุรกิจกับตัวแทนประเภทต่างๆทำให้ขายสินค้าหรือบริการได้ในปริมาณมากและรวดเร็วกว่าขายตรง เนื่องจากผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมใช้เงินในการลงทุนสูง ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการขายจะช่วยให้โรงแรมได้ทุนกลับคืนมาหรืออยู่ในจุดคุ้มทุนได้รวดเร็วขึ้น ตัวแทนในการขายได้แก่ ตัวแทนโรงแรม (Hotel Representative) บริษัทนำเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยว สายการบิน ระบบการสำรองห้องพัก เป็นต้น

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงแรมนั้น นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อโรงแรมโดยตรงหรือติดต่อผ่านคนกลางก็ได้

4.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างโรงแรมกับลูกค้า(นักท่องเที่ยว)ด้วยวิธีการต่างๆเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ การติดต่อ อาจทำ

ได้โดยการใช้พนักงานขาย(Personal Selling)และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน(Non – Personal Selling) เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญได้แก่

- การโฆษณา (Advertising)
- การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์(Publicity and Public Relations)
- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
- การตลาดโดยตรง(Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing)

5.กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง สิ่งที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การให้บริการของพนักงานต้อนรับ

6.ผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่ให้บริการการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ พนักงานต้อนรับในโรงแรม พนักงานบริการในร้านอาหาร พนักงานขับรถประจำทาง เป็นต้น

7.สภาพลักษณะพื้นที่ (Physical evidence) หมายถึง สภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งต้องมีความสะอาด ปลอดภัยและมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการทบทวนด้านอิทธิพลของตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อแบบแผนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและทบทวนเอกสารที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดของที่พักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักรของนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังทำการรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบในการใช้บริการที่พักรด้วย โดยเน้นศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักรในเขตพื้นที่ที่มีสภาพภูมิศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาในครั้งนี้จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาด้านอิทธิพลของตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ต่อแบบแผนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 เป็นศึกษาปัจจัยทางการตลาดของที่พักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยจะศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักรประเภทต่างๆ

ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบในการเข้าพักในที่พักรประเภทต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.2.1 อิทธิพลของตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ต่อแบบแผนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ประกอบด้วยงานศึกษาของพิสิษฐ์ สุขสวัสดิ์ (2541) ที่ศึกษาเรื่องแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยผู้ศึกษาได้ทำการออกแบบสอบถาม เพื่อถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอ ปายและพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน จำนวน 200 ตัวอย่าง จากนั้นนำมาประมวลผลโดยใช้เครื่องมือทางสถิติวิเคราะห์การจำแนก เชิงพหุ(Multiple Classification Analysis :MCA) ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย โดยมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับร้อยละ 90 ขึ้นไป ได้แก่ตัวแปรสัญชาติของนักท่องเที่ยวและอาชีพของนักท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรเพศ อายุ รวมถึงระดับการศึกษา ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับที่กล่าวไว้ข้างต้น ในงานศึกษาของ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์(2539)ซึ่งศึกษาในเรื่องของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวไทยเพื่อนำความรู้ที่ได้มาใช้เป็นแนวทาง ในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้พ้นจากลักษณะความไม่ยั่งยืนในปัจจุบัน ส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาว ญี่ปุ่นกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการเที่ยวซึ่งไม่สร้างปัญหา และจัดเตรียมรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพไว้รองรับนักท่องเที่ยวเหล่านั้น งานวิจัยนี้ได้วางอยู่บนสมมุติฐานที่ว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีบทบาทเป็นอย่างสูงในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากเป็นลูกค้ารายใหญ่ ที่มีการใช้จ่ายทางเศรษฐกิจสูงที่สุด โดยผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมข้อมูลเอกสารทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ ทำการออกแบบสอบถาม แล้วจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผล ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการเติบโตสูงสุด 4 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว นักท่องเที่ยวกลุ่มสาวออฟฟิศ และ กลุ่มนักเรียนที่ไปทัศนศึกษาตามหลักสูตร

2.2.2 ปัจจัยทางการตลาดของที่พักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย งานศึกษาของ โกศล วัชรโรทน (2542)ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และออกแบบสอบถาม ทั้งหมด 234 ตัวอย่าง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS/PC+ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ฐานนิยม และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ของผู้บริโภคคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สัญลักษณ์ และวัสดุสื่อสารตามลำดับนอกจากนี้ บุญเลิศ เปเรร่า (2543) ซึ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในด้านโรงแรมที่พัก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ในเรื่องความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินและพนักงานมากที่สุด ส่วนในด้านของภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและศูนย์การค้า พบว่านักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจต่อทุกองค์ประกอบในระดับพึงพอใจ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร จำนวน 200 ตัวอย่างจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

นอกจากงานวิจัยที่ทำการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว ยังมีงานวิจัยอื่นที่น่าสนใจ ที่ทำการศึกษานอกเขตจังหวัดเชียงใหม่ แต่มีลักษณะทางด้านสภาพทางภูมิศาสตร์หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ งานศึกษาของอรุณี ปัญญามูลวงศา (2542) ที่ทำการศึกษารื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศ ในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนจำนวน 200 คน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ชาวไทย 50 คน ชาวเอเชีย 50 คน ชาวยุโรป 50 คนและชาวอเมริกา 50 คนและนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดของที่พักไม่ว่าจะเป็น การบริการ ระบบการรักษาความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย ราคาที่พัก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังแสดงความเห็นในเรื่องอื่นๆที่น่าสนใจไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการบ้านพักที่ติดกับแม่น้ำ โดยจะเลือกที่พักที่มีชื่อเสียงและให้ความสำคัญต่อความสะดวกของที่พักในระดับสูง สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือเครื่องทำน้ำอุ่น สิ่งอำนวยความสะดวกในบริเวณที่พักที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดคือร้านอาหารและการศึกษาของวชิราภรณ์ โลหะชาละ (2545) ที่ทำการศึกษารื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนที่จังหวัดเชียงรายจำนวน 370 คน นำข้อมูลที่ได้มา ทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลสูงสุดต่อความพึงพอใจในการเลือกเข้าพักโรงแรมได้แก่ ปัจจัยด้านราคาที่พักและความปลอดภัย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ ทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมตามลำดับ

2.2.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่พบ ในการเข้าพักในสถานพักแรมประเภทต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่รวบรวมได้มีดังนี้

1) ในการใช้บริการเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบปัญหาดังนี้ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นการไม่มีกระดาษชำระไว้บริการในห้องน้ำ

2) นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ได้ระบุปัญหาที่พบในการใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาความไม่พอเพียงของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมและปัญหาค่าบริการต่างๆของโรงแรมที่ราคาค่อนข้างแพง

3) ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนคือ ควรมีการกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มที่ต่ำกว่านี้ ควรเพิ่มเติมการบริการโทรศัพท์สาธารณะต่างประเทศ เครื่องรับโทรทัศน์ที่สามารถเปิดดูข่าวสารได้ทั่วโลก สระว่ายน้ำ สนามกีฬา ห้องอบซาวน่า

(โกศล วัชรโรทน, 2542; บุญเลิศ เปเรร่า, 2543; วชิราภรณ์ โลหะชาละ, 2545)

2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ มีสองกลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและเลือกพักโรงแรมอย่างน้อย 1 คืนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและเลือกพักเกสต์เฮาส์อย่างน้อย 1 คืนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่ม
ตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังนี้

- เพศ
- อายุ
- รายได้เฉลี่ยต่อปี
- ระดับการศึกษา
- จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยว
มาเที่ยวเชียงใหม่โดยรวมครั้ง
ปัจจุบัน
- จำนวนวันที่พักในเชียงใหม่
- ร้อยละของค่าใช้จ่ายค่าที่พัก
เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆ
ในการท่องเที่ยวครั้งนี้
- จำนวนประเทศที่ท่องเที่ยว
ในการเดินทางครั้งนี้

ศึกษาปัจจัยในการเลือกที่
พักของกลุ่มตัวอย่างแต่ละ
กลุ่ม โดยปัจจัยที่ศึกษามี 4
ปัจจัย ดังนี้

- ปัจจัยด้านราคาที่พัก
- ปัจจัยด้านช่องทางจัด
จำหน่ายที่ตั้งของสถาน
พักผ่อน
- ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/
การบริการ
- ปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการขาย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาจะแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ราคาที่พักเป็นเกณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

3.1.1 ประชากรกลุ่มที่ 1 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมที่มีราคาสูงกว่า 750 บาทต่อคืนในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ซึ่งราคา 750 บาทต่อคืนเป็นระดับราคาเฉลี่ยของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ขณะที่ทำการศึกษานี้

3.1.2 ประชากรกลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมที่มีราคาต่ำกว่า 750 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

3.1.3 ประชากรกลุ่มที่ 3 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ที่มีราคาสูงกว่า 250 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ซึ่งราคา 250 บาทต่อคืนเป็นระดับราคาเฉลี่ยของเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ขณะที่ทำการศึกษานี้

3.1.4 ประชากรกลุ่มที่ 4 ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ที่มีราคาต่ำกว่า 250 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

จากประชากรกลุ่มนี้ ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญจากกลุ่มประชากรกลุ่มละ 75 ตัวอย่างรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและเลือกพักโรงแรมอย่างน้อย 1 คืนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและเลือกพักเกสต์เฮาส์อย่างน้อย 1 คืนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ตัวอย่าง

3.2 วิธีเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่เดือน ตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ.2550 ตามแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สถานีรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ที่พักแรมประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3.3 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่ใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อปี ระดับการศึกษา จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวมาเชียงใหม่โดยรวมครั้งปัจจุบัน จำนวนวันที่พักในเชียงใหม่ ร้อยละของค่าใช้จ่ายที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวครั้งนี้และจำนวนประเทศที่ท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก โดยให้นักท่องเที่ยวเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัย 4 ปัจจัยดังนี้

-ปัจจัยด้านราคาที่พัก

-ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ที่ตั้งของสถานพักแรม

-ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/การบริการ

-ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

2) การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งการวิเคราะห์แต่ละส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางแสดงจำนวนและร้อยละ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกที่พัก จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์ปัจจัยทั้งสี่ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาที่พัก ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง อาคารที่พักและการบริการ และปัจจัยด้านการโฆษณา/การส่งเสริมการขาย นักท่องเที่ยว

จะเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยทั้ง 4 โดยการเลือกลำดับที่ 1 ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกพักมากที่สุด การกำหนดค่าคะแนนให้กับลำดับความสำคัญที่ 1 ถึง 4 มีดังนี้

ลำดับ	ค่าคะแนนความสำคัญ
1	4
2	3
3	2
4	1

นำค่าคะแนนที่ได้มาจัดลำดับความสำคัญแต่ละปัจจัย โดยปัจจัยที่ได้ค่าคะแนนมากที่สุดถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกพักมากที่สุด ส่วนค่าคะแนนอื่น ๆ มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับและคะแนน โดยการวิเคราะห์จะวิเคราะห์ตามกลุ่มเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวมาเชียงใหม่โดยรวมครั้งปัจจุบัน ร้อยละของค่าใช้จ่ายค่าที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการท่องเที่ยวครั้งนี้และจำนวนประเทศที่ท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อระบุปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและ เกสต์เฮ้าส์ ในจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลที่ใช้

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่างซึ่งเป็นข้อมูลชุดเดียวกับการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2) การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลในส่วนของปัญหาและข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) นำเสนอโดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักในที่พักรวมประเภทโรงแรมในการเดินทางครั้งนี้ และกลุ่มที่ 2 คือข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักในที่พักรวมประเภทเกสต์เฮ้าส์ในการเดินทางครั้งนี้

ในการนำเสนอผลการศึกษาใช้สถิติอย่างง่ายเช่นผลเฉลี่ยหรือร้อยละ ในการนำเสนอ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับ มาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บตัวอย่างตั้งแต่เดือนตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2550 ตามแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สถานีรถไฟ จังหวัดเชียงใหม่ ท่าอากาศยาน เชียงใหม่ ที่พักประเภทเกสต์เฮาส์และโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทำการเก็บตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ด้วยวิธีโควต้า (Quota Sampling) โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักในที่พักประเภทโรงแรมที่มีราคาต่ำกว่า 750 บาทต่อคืน จำนวน 75 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักในที่พักประเภทโรงแรมที่มีราคาสูงกว่า 750 บาทต่อคืน จำนวน 75 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักในที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ที่มีราคาต่ำกว่า 250 บาทต่อคืน จำนวน 75 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่เข้าพักในที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ที่มีราคาสูงกว่า 250 บาทต่อคืน จำนวน 75 ตัวอย่าง

นำเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มของโรงแรมและเกสต์เฮาส์ บทนี้จะประกอบไปด้วยผลการศึกษา 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ส่วนที่สองเป็นการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ และส่วนสุดท้ายเป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำพบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่

4.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ทวีปของสัญชาติ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปยุโรป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปอเมริกา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปออสเตรเลีย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.67 และนักท่องเที่ยว

ที่มาจากทวีปเอเชียจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ไม่มีใครที่มาจากทวีปตะวันออกกลาง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปยุโรป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปอเมริกา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปออสเตรเลีย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.67 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปเอเชียจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทวีปตะวันออกกลางจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์จำแนกตามทวีปของสัญชาติ

ทวีปตามสัญชาติ	โรงแรม		เกสต์เฮ้าส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทวีปยุโรป	54	36.00	52	34.67
ทวีปอเมริกา	42	28.00	35	23.33
ทวีปเอเชีย	17	11.33	24	16.00
ทวีปออสเตรเลีย	37	24.67	37	24.67
ทวีปตะวันออกกลาง	0	0.00	2	1.33
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.2 เพศ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวหญิง มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 51.33 ส่วนนักท่องเที่ยวชาย มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 48.67 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาย มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.33 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามเพศ

เพศ	โรงแรม		เกสต์เฮาส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	73	48.67	89	59.33
หญิง	77	51.33	61	40.67
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.3 อายุ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมีจำนวนมากที่สุดคือ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวชายที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 อายุระหว่าง 41-50 ปีมีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ อายุต่ำกว่า 20 ปีมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวชายที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 80 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 อายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.34 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ 41-50 ปีจำนวน 3คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์จำแนกตามอายุ

อายุ	โรงแรม		เกสต์เฮ้าส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	8	5.33	12	8.00
21 – 30 ปี	40	26.67	80	53.33
31 – 40 ปี	49	32.67	29	19.33
41 – 50 ปี	21	14.00	3	2.00
51 – 60 ปี	12	8.00	9	6.00
60 ปีขึ้นไป	20	13.33	17	11.34
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.4 อาชีพ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบวิชาชีพชั้นสูงมีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.33 รองลงมาคือกลุ่มที่เป็นนักเรียน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 กลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงานมีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 กลุ่มที่ทำงานในบริษัทเอกชน มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 กลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 กลุ่มที่เป็น เอน์จีโอ/มิชชันนารีมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และกลุ่มที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ทหาร มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์ พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่ประกอบวิชาชีพชั้นสูงมีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.66 รองลงมาคือกลุ่มที่เป็นนักเรียน มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 กลุ่มที่ทำงานในบริษัทเอกชน มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 กลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงานมีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 กลุ่มที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และกลุ่มที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ทหารมีจำนวนเท่ากับกลุ่มที่เป็นเอน์จีโอ/มิชชันนารี แต่ละกลุ่มมีจำนวน 1 คน แต่ละกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 0.67 ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	โรงแรม		เกสต์เฮ้าส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิชาชีพชั้นสูง	62	41.33	40	26.66
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ทหาร	3	2.00	1	0.67
บริษัทเอกชน	22	14.67	32	21.33
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	6	4.00	18	12.00
นักเรียน	27	18.00	36	24.00
แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน	25	16.67	22	14.67
เอ็นจีโอ/มิชชันนารี	5	3.33	1	0.67
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.5 รายได้

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ อยู่ในช่วง 20,000– 39,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รายได้ 60,000 – 79,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 รายได้ 40,000–59,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 และรายได้มากกว่า 80,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ อยู่ในช่วง 20,000– 39,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีมีจำนวนมากที่สุด คือมีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รายได้ 40,000–59,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 รายได้ 60,000 – 79,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้ไม่มีใครที่มีรายได้มากกว่า 80,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามรายได้

รายได้ (ดอลลาร์สหรัฐ/ปี)	โรงแรม		เกสต์เฮาส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000	40	26.67	55	36.67
20,000 - 39,999	54	36.00	63	42.00
40,000 - 59,999	26	17.33	22	14.67
60,000 - 79,999	28	18.67	10	6.66
มากกว่า 80,000	2	1.33	0	0.00
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.6 ระดับการศึกษา

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จบปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับประกาศนียบัตร/วิทยาลัย/อาชีวศึกษา แต่ละกลุ่มมีจำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 5.33 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮาส์พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จบปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 65.34 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ระดับประกาศนียบัตร/วิทยาลัย/อาชีวศึกษาจำนวน 23 คนคิดเป็นร้อยละ 15.33 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	โรงแรม		เกสต์เฮ้าส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	8	5.33	24	16.00
ประกาศนียบัตร/วิทยาลัย/ อาชีวศึกษา	8	5.33	23	15.33
ปริญญาตรี	102	68.00	98	65.34
สูงกว่าปริญญาตรี	32	21.34	5	3.33
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.7 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่ 2 มีจำนวนสูงสุด คือมีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ครั้งที่ 4 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ครั้งที่ 5 ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 และครั้งที่ 5 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่ 2 มีจำนวนสูงสุด คือมีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 57.33 รองลงมาเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33 ครั้งที่ 4 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ครั้งที่ 5 ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.34 และครั้งที่ 5 จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่	โรงแรม		เกสต์เฮาส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2 ครั้ง	117	78.00	86	57.33
3 ครั้ง	18	12.00	41	27.33
4 ครั้ง	9	6.00	9	6.00
5 ครั้ง	2	1.33	6	4.00
5 ครั้งขึ้นไป	4	2.67	8	5.34
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.8 ระยะเวลาที่พักรู้เชียงใหม่

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่กลับมาเที่ยวซ้ำส่วนใหญ่ มีระยะเวลาพักรู้ในเชียงใหม่จำนวน 3 คืน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.33 รองลงมาได้แก่ 4คืน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 ,5 คืน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ,11-15 คืน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67,8-10 คืนจำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 10.00 ,7 คืน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 ,2 คืน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 , 16-20 คืน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ตามลำดับโดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่มีใครพักเชียงใหม่ระยะเวลา 1 คืน,6 คืนและมากกว่า 20 คืน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่กลับมาเที่ยวซ้ำส่วนใหญ่มีระยะเวลาพักรู้ในเชียงใหม่มากกว่า 20 คืน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 45.33 รองลงมาได้แก่ 5 คืน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 , 3 คืน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00, 4 คืน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 , 7คืน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00, 11-15 คืนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากัน คือมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 , 8-10 คืน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ,2 คืน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับโดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่มีใครพักเชียงใหม่ระยะเวลา 1 คืน,6 คืนและ 16-20 คืนดังแสดงใน ตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามระยะเวลาที่พักรอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาที่พัก ในเชียงใหม่	โรงแรม		เกสต์เฮาส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คืน	0	0.00	0	0.00
2 คืน	10	6.67	1	0.67
3 คืน	41	27.33	21	14.00
4 คืน	29	19.33	17	11.33
5 คืน	18	12.00	31	20.67
6 คืน	0	0.00	0	0.00
7 คืน	13	8.67	6	4.00
8 – 10 คืน	15	10.00	2	1.33
11-15 คืน	16	10.67	4	2.67
16 – 20 คืน	8	5.33	0	0.00
มากกว่า 20 คืน	0	0.00	68	45.33
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.9 จำนวนประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเท่านั้น มีสัดส่วนสูงสุด มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมา ได้แก่ ท่องเที่ยวอีก 1 ประเทศนอกจากประเทศไทย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 ท่องเที่ยวอีก 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และท่องเที่ยวมากกว่า 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ที่มีราคาต่ำกว่า 250 บาทต่อคืน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเท่านั้น มีสัดส่วนสูงสุด มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมา ได้แก่ ท่องเที่ยวอีก 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 ,ท่องเที่ยวมากกว่า 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และท่องเที่ยวอีก 1 ประเทศนอกจากประเทศไทย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.66 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์จำแนกตามจำนวนประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้

จำนวนประเทศที่เดินทางมา ท่องเที่ยว	โรงแรม		เกสต์เฮ้าส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเทศไทยเท่านั้น	130	86.67	88	58.67
อีก 1 ประเทศ	13	8.67	16	10.66
อีก 2 ประเทศ	5	3.33	28	18.67
มากกว่าอีก 2 ประเทศ	2	1.33	18	12.00
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.1.10 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อพักผ่อน มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 46.58 รองลงมาได้แก่ เพื่อช้อปปิ้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 18.26 เพื่อประชุม/สัมมนา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.07 เพื่อธุรกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.76 ทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.39 และเพื่อเยี่ยมเพื่อน/ญาติ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.94 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพื่อพักผ่อน มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 47.03 รองลงมาได้แก่ เพื่อช้อปปิ้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.07 ทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 เพื่อเยี่ยมเพื่อน/ญาติ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 เพื่อธุรกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.36 เพื่อประชุม/สัมมนาและเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆนอกเหนือจากที่ระบุไว้ในแบบสอบถามมีจำนวนเท่ากันคือจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.10

4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	โรงแรม		เกสต์เฮาส์	
	จำนวนคำตอบ	ร้อยละของคำตอบ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละของคำตอบ
เยี่ยมเพื่อน/ญาติ	13	5.94	17	7.20
พักผ่อน	102	46.58	111	47.03
ช้อปปิ้ง	40	18.26	45	19.07
ประชุม/สัมมนา	33	15.07	8	3.39
กิจกรรมเพื่อสุขภาพ	14	6.39	32	13.56
ธุรกิจ	17	7.76	15	6.36
อื่นๆ	8	3.39	8	3.39

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.1.11 แหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พัก

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักโรงแรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยวจากประเทศของนักท่องเที่ยวเอง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.13 บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.15 วารสารการท่องเที่ยว/แผ่นพับโฆษณา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63 และเพื่อน/ญาติ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.99 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่มีใครเดินเข้าไปติดต่อเอง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮาส์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 39.41 รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 วารสารการท่องเที่ยว/แผ่นพับโฆษณา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 16.47 เดินเข้าไปติดต่อเอง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.06 และบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.76 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่มีใครที่มีแหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พักจากบริษัทนำเที่ยวจากประเทศของนักท่องเที่ยวเอง ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์จำแนกตามแหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พัก

แหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พัก	โรงแรม		เกสต์เฮ้าส์	
	จำนวนคำตอบ	ร้อยละของคำตอบ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละของคำตอบ
บริษัทนำเที่ยวจากประเทศ ของนักท่องเที่ยวเอง	53	35.10	0	0.00
บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย	41	27.15	3	1.76
เว็บไซต์ต่างๆ	47	31.13	60	35.30
เพื่อน/ญาติ	3	1.99	67	39.41
วารสารการท่องเที่ยว/แผ่นพับโฆษณา	7	4.63	28	16.47
เดินเข้าไปติดต่อเอง	0	0.00	12	7.06

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : นักท่องเที่ยวสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4.1.12 ร้อยละระหว่างราคาที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่า การใช้จ่ายค่าที่พักกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ที่ ร้อยละ 26-50 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 10-25 จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 , มากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 และน้อยกว่าร้อยละ 10 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เลือกพักเกสต์เฮ้าส์พบว่า การใช้จ่ายค่าที่พักกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวันของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ที่ร้อยละ 10-25 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ ร้อยละ 26-50 จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33, และ น้อยกว่าร้อยละ 10 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่มีใครที่ใช้จ่ายค่าที่พักเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวันมากกว่าร้อยละ 50 ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละกลุ่มตัวอย่างที่พักโรงแรมและเกสต์เฮาส์จำแนกตามร้อยละระหว่างราคาที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน

ร้อยละระหว่างราคาที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน	โรงแรม		เกสต์เฮาส์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าร้อยละ 10	3	2.00	18	12.00
ร้อยละ 10 – 25	47	31.33	100	66.67
ร้อยละ 26 – 50	84	56.00	32	21.33
มากกว่าร้อยละ 50	16	10.67	0	0.00
รวม	150	100.00	150	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาครั้งนี้ เลือกศึกษาเฉพาะปัจจัยสำคัญที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านที่ตั้งของสถานพักแรม ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/การบริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เท่านั้น โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัย 4 ด้านดังกล่าวของกลุ่มตัวอย่างกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเช่น เพศ อายุ เป็นต้น

4.2.1 เพศ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่าปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิง รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่าปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิง รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของ
นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ		ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ พักประเภทโรงแรม					ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ พักประเภทเกสต์เฮ้าส์				
		ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์/ การบริการ	การส่งเสริม การขาย		ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์/ การบริการ	การส่งเสริม การขาย	
ชาย	คะแนน	244	274	152	97		288	269	151	88	
	อันดับที่	2	1	3	4		1	2	3	4	
หญิง	คะแนน	215	285	163	105		214	199	105	86	
	อันดับที่	2	1	3	4		1	2	3	4	

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.2 อายุ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปีและ 60ปีขึ้นไป เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พักรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของ โรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/การบริการของ โรงแรม ราคา และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51-60 ปี เลือกปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ รูปลักษณ์/การบริการของ โรงแรม ที่ตั้ง และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/การบริการของ โรงแรม ที่ตั้ง และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี, 41-50 ปี และ 51-60 ปี เลือกปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮ้าส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปีและ 60 ปีขึ้นไปเลือกปัจจัยด้านที่ตั้งเป็น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮ้าส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ		ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ พักประเภทโรงแรม				ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ พักประเภทเกสต์เฮ้าส์			
		ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์/ การบริการ	การส่งเสริม การขาย	ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์/ การบริการ	การส่งเสริม การขาย
ต่ำกว่า 20 ปี	คะแนน	20	28	24	8	120	149	71	59
	อันดับที่	3	1	2	4	1	3	2	4
21 – 30 ปี	คะแนน	120	149	71	59	272	220	124	96
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4
31 – 40 ปี	คะแนน	139	180	94	77	87	91	59	33
	อันดับที่	2	1	3	4	2	1	3	4
41 – 50 ปี	คะแนน	57	79	48	26	16	15	14	5
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4
51 – 60 ปี	คะแนน	35	29	32	2	44	40	20	16
	อันดับที่	1	3	2	4	1	2	3	4
60 ปีขึ้นไป	คะแนน	48	76	47	19	52	67	34	17
	อันดับที่	2	1	3	4	2	1	3	4

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 รายได้เฉลี่ยต่อปี

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้ง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/ การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษากลุ่มนี้ไม่มีใครที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 80,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี ,20,000-39,999 และ60,000-79,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี เลือกปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/ การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ย 40,000-59,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีเลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี (ดอลลาร์สหรัฐ/ปี)		ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ พักประเภทโรงแรม				ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่ พักประเภทเกสต์เฮ้าส์			
		ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์/ การบริการ	การส่งเสริม การขาย	ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์/ การบริการ	การส่งเสริม การขาย
น้อยกว่า 20,000	คะแนน	110	160	83	55	204	173	100	73
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4
20,000 – 39,999	คะแนน	154	184	93	59	216	213	116	85
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4
40,000 – 59,999	คะแนน	71	97	53	39	67	70	55	26
	อันดับที่	2	1	3	4	2	1	3	4
60,000 – 79,999	คะแนน	76	99	68	36	27	36	18	9
	อันดับที่	2	1	3	4	2	1	3	4

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.4 ร้อยละของค่าใช้จ่ายค่าที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในการท่องเที่ยวครั้งนี้

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆน้อยกว่าร้อยละ 10 เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม ราคา และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆเท่ากับร้อยละ 10-25, ร้อยละ 26-50 และมากกว่าร้อยละ 50 เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พักเช่นเดียวกัน แต่รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคารูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆน้อยกว่าร้อยละ 10 เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆเท่ากับร้อยละ 10-25, ร้อยละ 26-50 เลือกปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก เช่นเดียวกัน แต่รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีไม่มีใครที่มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆมากกว่าร้อยละ 50 ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามร้อยละของค่าใช้จ่ายค่าที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในการท่องเที่ยวครั้งนี้

ร้อยละของ ค่าใช้จ่ายค่าที่พัก เมื่อเทียบกับ ค่าใช้จ่ายอื่นๆใน การท่องเที่ยวครั้งนี้		ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ประเภทโรงแรม				ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก ประเภทเกสต์เฮ้าส์			
		ราคา	ที่ตั้ง	รูปถ่าย / การบริการ	การส่งเสริม การขาย	ราคา	ที่ตั้ง	รูปถ่าย / การบริการ	การส่งเสริม การขาย
น้อยกว่า ร้อยละ 10	คะแนน	6	12	10	3	62	64	36	18
	อันดับ ที่	3	1	2	4	2	1	3	4
ร้อยละ 10-25	คะแนน	137	174	82	67	325	312	196	135
	อันดับ ที่	2	1	3	4	1	2	3	4
ร้อยละ 26-50	คะแนน	242	303	178	114	111	97	62	40
	อันดับ ที่	2	1	3	4	1	2	3	4
มากกว่า ร้อยละ 50	คะแนน	42	64	38	16	0	0	0	0
	อันดับ ที่	2	1	3	4	0	0	0	0

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.5 จำนวนครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมครั้งปัจจุบัน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่ 2 และ 3 ครั้งโดยรวมครั้งปัจจุบัน เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่ 4, 5 และมากกว่า 5 ครั้งโดยรวมครั้งปัจจุบัน เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่ 2, 3, และ 5 ครั้งโดยรวมครั้งปัจจุบัน เลือกปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่ 4 และมากกว่า 5 ครั้งโดยรวมครั้งปัจจุบัน เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมครั้งปัจจุบัน

จำนวนครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมครั้งปัจจุบัน		ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทโรงแรม				ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮ้าส์			
		ราคา	ที่ตั้ง	รูปถ่าย/การบริการ	การส่งเสริมการขาย	ราคา	ที่ตั้ง	รูปถ่าย/การบริการ	การส่งเสริมการขาย
2 ครั้ง	คะแนน	344	415	245	149	317	276	148	118
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4
3 ครั้ง	คะแนน	50	68	33	29	144	124	101	51
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4
4 ครั้ง	คะแนน	20	33	23	14	30	33	17	10
	อันดับที่	3	1	2	4	1	2	3	4
5 ครั้ง	คะแนน	5	7	6	2	24	18	12	6
	อันดับที่	3	1	2	4	1	2	3	4
มากกว่า 5 ครั้ง	คะแนน	9	16	1	4	25	31	16	8
	อันดับที่	3	1	2	4	2	1	3	4

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.6 จำนวนประเทศที่ท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวประเทศไทยเท่านั้นและท่องเที่ยวมากกว่า 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวอีก 1 ประเทศนอกจากประเทศไทย เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านรูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม ราคาและการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวอีก 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย เลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้าน ราคา รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวประเทศไทยเท่านั้น, อีก 1 ประเทศ และท่องเที่ยวมากกว่า 2 ประเทศนอกจากประเทศไทย เลือกปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮาส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มาจาก 1 ประเทศนอกจากประเทศไทย เลือกปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้าน ที่ตั้ง การส่งเสริมการขาย และ รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนประเทศที่ท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้

จำนวนประเทศที่ท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้		ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทโรงแรม					ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮ้าส์				
		ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์ / การบริการ	การส่งเสริมการขาย	ราคา	ที่ตั้ง	รูปลักษณ์ / การบริการ	การส่งเสริมการขาย		
ประเทศไทยเท่านั้น	คะแนน	372	487	273	167	316	308	188	110		
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4		
อีก1ประเทศ	คะแนน	33	42	37	18	79	69	31	41		
	อันดับที่	3	1	2	4	1	2	4	3		
อีก2ประเทศ	คะแนน	15	20	5	10	62	50	26	24		
	อันดับที่	2	1	4	3	1	2	3	4		
อีกมากกว่า 2ประเทศ	คะแนน	6	8	4	2	69	57	36	18		
	อันดับที่	2	1	3	4	1	2	3	4		

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.7 ภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พัก

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยทางด้านที่ตั้งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณ์/การบริการของโรงแรม และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจเลือกที่พัก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการของเกสต์เฮ้าส์ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮ้าส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเมื่อมองในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกที่พัก		โรงแรม	เกสต์เฮ้าส์
ราคา	คะแนน	70	90
	อันดับที่	2	1
ที่ตั้ง	คะแนน	98	77
	อันดับที่	1	2
รูปลักษณ์ /การบริการ	คะแนน	56	48
	อันดับที่	3	3
การส่งเสริม การขาย	คะแนน	26	25
	อันดับที่	4	4

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

4.3.1 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่พบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คน ที่เข้าพักในโรงแรม ซึ่งสามารถรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

- 1) ราคาที่พักแพงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพของที่พัก ดังนั้นจึงควรปรับปรุงคุณภาพของห้องพักให้ดีขึ้น
- 2) โรงแรมไกลจากสนามบินทำให้แขกที่เข้าพักต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นในการเดินทางระหว่างสนามบินกับโรงแรม ดังนั้นทางโรงแรมจึงควรมีบริการรับส่งระหว่างโรงแรมและสนามบิน โดยที่แขกไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม

- 3) ห้องพักรวมสภาพเก่า ดังนั้นจึงควรปรับปรุงสภาพภายในห้องพักให้ดูใหม่อยู่เสมอ

- 4) เครื่องนอนในห้องพักมีสภาพเก่า ดังนั้นจึง ควรได้รับการดูแลมากขึ้น เช่นควรมีที่นอนที่ดูใหม่ สะอาดและน่าใช้งาน
- 5) อุปกรณ์ไฟฟ้าภายในห้องพักรั่วรด ดังนั้นจึงควรมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอให้มีสภาพที่ยังใช้งานได้
- 6) สุขภัณฑ์ในห้องน้ำเก่าเกินไป ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงสุขภัณฑ์ในห้องน้ำให้ดูดีกว่าที่เป็นอยู่
- 7) หนังสือพิมพ์ที่ให้บริการมีไม่เพียงพอและไม่หลากหลาย ดังนั้นจึงควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของหนังสือพิมพ์ที่ให้บริการภายในโรงแรม
- 8) ภายในโรงแรมมีพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่น้อยเกินไป ดังนั้นจึงควรมีการจัดพื้นที่ที่สามารถสูบบุหรี่ได้ให้มากขึ้น
- 9) อาหารเช้าไม่อร่อยหลากหลายและเผ็ด ดังนั้นจึงควรเพิ่มความหลากหลายของอาหาร และเพิ่มชนิดของอาหารที่ไม่มีรสจัด

4.3.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่พบในการใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮ้าส์

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 คนที่เข้าพักในเกสต์เฮ้าส์ ซึ่งสามารถรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

- 1) ภายในและบริเวณรอบๆ ที่พักไม่สวยงามเท่าที่ควร ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงที่พักและบริเวณ โดยรอบให้ดูสวยงามอยู่เสมอ
- 2) ห้องพักมีขนาดเล็กเกินไปหากแขกที่มาเป็นกลุ่มหรือครอบครัวใหญ่ต้องการพักด้วยกันในห้องเดียวกัน ดังนั้นจึงควรมีการเพิ่มห้องพักขนาดใหญ่ที่สามารถพักได้ทั้งครอบครัว (ผู้ใหญ่ 4 คน)
- 3) ไม่มีตู้เย็นในห้องพัก ดังนั้นจึงควรมีตู้เย็นให้บริการในห้องพักแต่ละห้อง
- 4) ระบบไฟฟ้าชำรุดและอันตราย ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงระบบไฟฟ้าให้มีความปลอดภัยมากขึ้น
- 5) มีผู้จำนวนมากในห้องพัก ดังนั้นจึงควรกำจัดขยะ บริเวณภายในเกสต์เฮ้าส์ เพื่อไม่ให้เกิดความรำคาญแก่แขกที่เข้าพัก
- 6) แขกบางคนที่เข้าพักส่งเสียงดังรบกวนแขกคนอื่น ดังนั้นจึงควรมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบห้ามปรามแขกที่ส่งเสียงดัง เพื่อมิให้รบกวนแขกที่เข้าพักคนอื่น

7) ไม่มีร้านอาหารภายในที่พัก ดังนั้นจึงควรมีร้านอาหารภายในบริเวณที่พักหรือใกล้ที่พัก เพื่อความสะดวกของแขกที่ใช้บริการเกสต์เฮาส์

8) แขกไม่สามารถสื่อสารให้เข้าใจกับพนักงานของเกสต์เฮาส์เนื่องจากพนักงานไม่เข้าใจภาษาอังกฤษ ดังนั้นจึงควรมีพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2 ประการคือหนึ่งเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่และสองคือเพื่อระบุปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำพบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการออกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง ใช้วิธีเก็บตัวอย่างแบบโควตา(Quota Sampling) สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้ออกเป็น 4 กลุ่มย่อย ดังนี้ กลุ่มที่ 1 ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมที่มีราคาสูงกว่า 750 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำนวน 75 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 2 ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมที่มีราคาต่ำกว่า 750 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำนวน 75 ตัวอย่าง กลุ่มที่ 3 ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ที่มีราคาสูงกว่า 250 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำนวน 75 ตัวอย่าง และกลุ่มที่ 4 ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำและพักค้างคืนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ที่มีราคาต่ำกว่า 250 บาทต่อคืน ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ จำนวน 75 ตัวอย่าง ใช้เวลาเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน ตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ.2550 ตามแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สถานีรถไฟจังหวัดเชียงใหม่ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการนำเสนอผลการศึกษาระดับกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ กลุ่มที่หนึ่ง ได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักในโรงแรมและกลุ่มที่สอง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักในเกสต์เฮาส์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำ

ในจังหวัดเชียงใหม่

1) ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกที่พักประเภทโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัญชาติอยู่ในทวีปยุโรป เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 20,000-39,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งที่สอง มีระยะเวลาพัก 3 คืน โดยมากจะเที่ยวเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน แหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พักที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้คือบริษัทนำเที่ยวจากประเทศของนักท่องเที่ยวเอง นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายค่าที่พักอยู่ที่ร้อยละ 26-50 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน

2) ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัญชาติอยู่ในกลุ่มทวีปยุโรป เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุ 21 -30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 20,000 – 39,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่สอง มีระยะเวลาพักมากกว่า 20 คืน โดยจะมาเที่ยวเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเพื่อน/ญาติเป็นแหล่งข้อมูลในการติดต่อที่พัก ค่าใช้จ่ายค่าที่พักอยู่ที่ร้อยละ 10-25 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน

5.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโรงแรมในการท่องเที่ยวครั้งนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งมีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกที่พักประเภทโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างเมื่อจำแนกตาม เพศ รายได้เฉลี่ยต่อปี ร้อยละของค่าใช้จ่ายด้านที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเชียงใหม่และจำนวนประเทศที่นักท่องเที่ยวครั้งนี้ เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งของโรงแรมมีอิทธิพลสูงสุดต่อกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกช่วงอายุยกเว้นช่วงอายุ 51-60 ปีที่ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกพักโรงแรม

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุด ต่อเกือบทุกช่วงอายุยกเว้น อายุ 31-40 ปีและอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่ปัจจัยด้านที่ตั้งของโรงแรมมีอิทธิพลสูงสุด เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุด ต่อกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 และ 20,000-39,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี แต่ปัจจัยด้านที่ตั้งของโรงแรมมีอิทธิพลสูงสุดต่อกลุ่มที่มีรายได้ 40,000-59,999 และ 60,000-79,999 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี เมื่อจำแนกตามร้อยละของค่าใช้จ่ายค่าที่พักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวันในการท่องเที่ยวครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้งมีอิทธิพลสูงสุดต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายค่าที่พักน้อยกว่าร้อยละ 10 เทียบกับค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆในแต่ละวัน แต่ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุดต่อนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายค่าที่พักร้อยละ 10-25 และร้อยละ 26-50 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน โดยในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไม่มีใครที่ใช้จ่ายค่าที่พักมากกว่าร้อยละ 50 เทียบกับค่าใช้จ่ายอื่นๆในแต่ละวัน เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุดต่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 2, 3, 4 และ 5 แต่ปัจจัยด้านที่ตั้งมีอิทธิพลสูงสุดต่อนักท่องเที่ยวที่มาเชียงใหม่ มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป เมื่อจำแนกตามจำนวนประเทศในการเดินทางครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกพักเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่พบ ในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมและเกสต์เฮาส์ ในจังหวัดเชียงใหม่

1) ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบในการใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า ราคาที่พักบางแห่งยังแพงเกินไปหากเทียบกับคุณภาพของโรงแรม โดยเฉพาะปัญหาด้านลักษณะของห้องพักหรือของใช้ในห้องพักควรได้รับการปรับปรุง อาทิเช่น สภาพภายในห้องพักควรมีการปรับปรุงให้ดูใหม่อยู่เสมอ, เครื่องนอนในห้องพัก ควรได้รับการดูแลมากกว่านี้ เช่นควรมีสีลินที่ดูใหม่ สะอาดและน่าใช้งาน , อุปกรณ์ไฟฟ้าภายในห้องพัก ควรมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอให้มีสภาพที่ยังใช้งานได้ดี ,ควรมีการปรับปรุงสุขภัณฑ์ในห้องน้ำให้ดูดีกว่าที่เป็นอยู่ นอกจากนี้ปัญหาในการอำนวยความสะดวกของในโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างระบุไว้มีดังนี้ ควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของหนังสือพิมพ์ที่ให้บริการภายในโรงแรม ,การจัดพื้นที่สำหรับผู้ที่สูบบุหรี่ยังมีไม่เพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันมีเพียงบริเวณสระว่ายน้ำและด้านหน้าโรงแรมเท่านั้น, อาหารเช้าควรมีหลากหลาย โดยเพิ่มชนิดของอาหารที่ไม่มีรสจัด , ควรมีบริการรับส่งระหว่างโรงแรมและสนามบิน โดยที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม

2) ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบในการใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ระบุว่าสภาพของห้องพักรวมได้รับการดูแลให้สวยงามอยู่เสมอ ควรมีห้องพักขนาดใหญ่ที่สามารถพักได้ทั้งครอบครัว รวมถึงควรมีผู้เฝ้าให้บริการในห้องพักแต่ละห้อง , ระบบไฟฟ้าภายในห้องพักก็ควรปรับปรุงให้มีความปลอดภัยมากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังระบุที่พบภายนอกห้องพัก ดังนี้ ควรมีการดูแลเรื่องยุง บริเวณภายในเกสต์เฮาส์ ที่สร้างความรำคาญแก่แขกที่เข้าพัก ควรมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบห้ามปรามแขกที่ส่งเสียงดังเพื่อมิให้รบกวนแขกที่เข้าพักคนอื่น ควรมีร้านอาหารภายในบริเวณที่พักหรือใกล้ที่พัก เพื่อความสะดวกของแขกที่ใช้บริการเกสต์เฮาส์และควรมีพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี เพื่อความสะดวกในการสื่อสารกับแขกที่เข้าพัก

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านราคาสถานพักแรม

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่แสดงความคิดเห็นว่า สถานพักแรมที่ตนเข้าพักมีราคาแพงเกินไปก็เนื่องจากว่า คุณภาพของที่พักและการให้บริการไม่เป็นไปตามที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับเมื่อเทียบกับราคาที่พัก ดังนั้นผู้ประกอบการด้านสถานพักแรมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของที่พักและบุคลากร ซึ่งนอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแล้ว ยังเป็นอีกทางหนึ่งที่จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะจ่ายค่าที่พักแม้ว่าจะมีราคาสูง

นอกจากนี้ทางภาครัฐเองก็ควรมีส่วนเข้ามาช่วยเหลือในการจัดอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ให้มีคุณภาพมากขึ้น มีการสอดส่องดูแลคุณภาพของสถานพักแรม เพื่อเป็นการรักษามาตรฐานคุณภาพของสถานพักแรมอันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

2) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านที่ตั้งของสถานพักแรม

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริเวณที่ตั้งของสถานพักแรม ดังนั้นในการเริ่มดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงเรื่องของที่ตั้งและทำเลของที่พัก ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจประเภทนี้

ในส่วนของทางภาครัฐเองก็ควรมีการช่วยเหลือ โดยการปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนในแต่ละท้องถิ่น ให้มีความสะดวกและปลอดภัย ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและช่วยเหลือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวทุกๆประเภท

3) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านรูปลักษณ์/การบริการของสถานพักผ่อน

ในการยกระดับคุณภาพของรูปลักษณ์/การบริการของสถานพักผ่อนนั้น ทางผู้ประกอบการควรเริ่มต้นจากการให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ มีการปรับปรุงที่พักและจัดอบรมบุคลากรของคณอยู่เสมอ ทางผู้ประกอบการอาจขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐในการเข้ามาให้ความรู้กับบุคลากรของตนก็ได้

4) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านการส่งเสริมการขายของสถานพักผ่อน

ในยุคปัจจุบันที่ธุรกิจทุกประเภทมีการแข่งขันกันสูง การนำเอาระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามามีส่วนในการประกอบธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นและไม่ควรมองข้าม ธุรกิจสถานพักผ่อนก็เช่นเดียวกัน ควรมีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์และจองที่พัก ซึ่งจะทำให้การติดต่อระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานพักผ่อนมีความสะดวกและรวดเร็วขึ้นมาก อันเป็นการเพิ่มยอดขายและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. โครงการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามา
ประเทศไทย พ.ศ.2547. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2547. รายงานประจำปี พ.ศ.2546. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2548. รายงานประจำปี พ.ศ.2547. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2549. รายงานประจำปี พ.ศ.2548. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2550. รายงานประจำปี พ.ศ.2549. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานภาคเหนือเขต 1. 2548. รายงานประจำปี พ.ศ.2547.
กรุงเทพฯ: สำนักงานภาคเหนือเขต 1.

_____. 2548. จำนวนสถานพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ.2548. เชียงใหม่: สำนักงาน
ภาคเหนือเขต 1. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

โกศล วัชรโรจน. 2542. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่
พักผ่อนประเภทเกสต์เฮ้าส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ตุ้ย ชุมสาย. 2530. ปฐมบทแห่งการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.

นิคม จารุมณี. 2536. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่1.

กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

บุญเลิศ เปเร่รา. 2543. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. 2542. ศักยภาพจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวในอนุ
ภูมิภาคลุ่มน้ำโขง. เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิสิษฐ์ สุขสวัสดิ์. 2541. แบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตอำเภอปาย
จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กนิดา ธนวัฒน์. 2548. การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานกระบวนวิชา 751409 (Research Exercise in Economics
Issues). คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย. 2545. โครงการศึกษาแผนการปฏิบัติการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวเชียงราย พะเยา แพร่ น่าน. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด นุกูล เครือฟู และอัครพงศ์ อันทอง. 2547. อุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย
ไทย. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วชิราภรณ์ โลหะชาละ. 2545. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พัก
ในจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ และ คณะ. 2547. ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์
ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา. ใน เอกสารประกอบการจัดประชุมวิชาการทาง
บริหารธุรกิจ ครั้งที่ 3 พ.ศ.2547. เชียงใหม่: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2549. รัฐบาลใหม่เร่งฟื้นความมั่นใจ : คาดดึงต่างชาติเที่ยวไทย 13.4 ล้านคน
ในปี'49. แหล่งที่มา: <http://www.kasikornbank.com/portal/site/KResearch>
(20 ตุลาคม2549)

_____. 2550. **ท่องเที่ยวเชียงใหม่ปี ‘ 50 ชบ:หลังสิ้นสงครามพิชิตสวนโลก.**
แหล่งที่มา: <http://www.kasikornbank.com/portal/site/KResearch> .
(26 มีนาคม 2550)

“เศรษฐกิจ ปี 2549 ”. 2548. **ประชาชาติธุรกิจ** (26 ธันวาคม). แหล่งที่มา:
<http://www.matichon.co.th/prachachart> (26 ธันวาคม 2548)

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. 2539. **นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นกับโอกาสในการยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวไทย.** กรุงเทพฯ: สถาบันเพื่อการวิจัยและพัฒนาประเทศไทยและภาควิชาภาษาญี่ปุ่น คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณี ปัญญามูลวงศา. 2542. **ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน.** การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Greene, William H. 2003. **Econometric Analysis.** 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

Questionnaire

Factors Affecting Accommodation Choices of Revisiting Foreign Tourists in
Chiang Mai Province

ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
ที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่

This is a questionnaire for an independent study that will be submitted to graduate school in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Economics at Chiangmai University

Explanation : Please tick ✓ in and fill the blanks with the appropriate information.

Have you ever been to Thailand before?

Never (First time) Yes, this is the time

Have you ever been to Chiang Mai before ?

Never (First time) Yes, this is the time

Part 1 ; Personal Information

1. Sex Male Female

2. Nationality

3. Age Less than 20 years old 21 – 30 years old

31 – 40 years old 41-50 years old

51 – 60 years old 60 years old up

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

4. Marital Status

- Single Married Widowed / Divorced / Separated

5. Your occupation

- Professional (e.g. Dentist , Lowyer , etc.)
- Government / State Enterprise / Military Personal
- Administrator / Manager
- Housewife / Unpaid Family Worker
- Clerical / Salesman / Commercial Personal
- Agricultural Worker
- Laborer / Production / Survey Worker
- Student Retired / Unemployed
- NGO / Missionary Other.....

6. Your income per year

- Less than 20,000 USD 20,000 – 39,999 USD
- 40,000 – 59,999 USD 60,000 – 79,999 USD
- 80,000 USD up

7. Highest education attained

- High school or Lower Vocational / Certificate
- Bachelor degree Higher than bachelor degree

8. Who do you travel with on this trip?

- Alone With friend (s) / partner
- With family Other.....

9. How many people under 18 years of age are traveling with you on this trip?

None There areboy (s) ,girl (s)

Part 2 ; Travel Information

Question	<u>Last</u> trip	<u>This</u> trip
1. Your length of stay in Thailand?	<input type="checkbox"/> Less than 1 week <input type="checkbox"/> 1 – 2 weeks <input type="checkbox"/> More than 2 weeks	<input type="checkbox"/> Less than 1 week <input type="checkbox"/> 1 – 2 weeks <input type="checkbox"/> More than 2 weeks
2. How many countries will you visit on each trip? In addition to Thailand	<input type="checkbox"/> Just Thailand <input type="checkbox"/> 1 country;..... <input type="checkbox"/> 2 countries;..... <input type="checkbox"/> More than 2 countries;..... (Please specify)	<input type="checkbox"/> Just Thailand <input type="checkbox"/> 1 country;..... <input type="checkbox"/> 2 countries;..... <input type="checkbox"/> More than 2 countries;..... (Please specify)
3. How long do you stay in Chiang Mai ?	<input type="checkbox"/> Just 1 night <input type="checkbox"/> More than 1 night;..... (please specify the number)	<input type="checkbox"/> Just 1 night <input type="checkbox"/> More than 1 night;..... (please specify the number)
4. What is the main purpose of traveling to Chiang Mai?	<input type="checkbox"/> Visit Friend / Relatives <input type="checkbox"/> Relaxation / Vacation <input type="checkbox"/> Shopping <input type="checkbox"/> Seminar / conference <input type="checkbox"/> Health Activity <input type="checkbox"/> Business <input type="checkbox"/> Other.....	<input type="checkbox"/> Visit Friend / Relatives <input type="checkbox"/> Relaxation / Vacation <input type="checkbox"/> Shopping <input type="checkbox"/> Seminar / conference <input type="checkbox"/> Health Activity <input type="checkbox"/> Business <input type="checkbox"/> Other.....
5. Your type of accommodation while in Chiang Mai.	<input type="checkbox"/> Hotel Price/night <input type="checkbox"/> 750 Baht up/night <input type="checkbox"/> price less than 750 Baht/night	<input type="checkbox"/> Hotel Price/night <input type="checkbox"/> 750 Baht up/night <input type="checkbox"/> price less than 750 Baht/night

	<input type="checkbox"/> Guesthouse Price/night <input type="checkbox"/> 250 Baht up/night <input type="checkbox"/> price less than 250 Baht /night <input type="checkbox"/> Other;.....(please specify)	<input type="checkbox"/> Guesthouse Price/night <input type="checkbox"/> 250 Baht up/night <input type="checkbox"/> price less than 250 Baht /night <input type="checkbox"/> Other;.....(please specify)
6. How did you arrange your accommodation ?	<input type="checkbox"/> Travel Agency <input type="checkbox"/> In your country <input type="checkbox"/> Thai Travel Agent <input type="checkbox"/> By yourself through <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Friends / Relatives <input type="checkbox"/> Fax / Telephone <input type="checkbox"/> Other..... (please specify)	<input type="checkbox"/> Travel Agency <input type="checkbox"/> In your country <input type="checkbox"/> Thai Travel Agent <input type="checkbox"/> By yourself through <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Friends / Relatives <input type="checkbox"/> Fax / Telephone <input type="checkbox"/> Other..... (please specify)
7. How did you find your accommodation generally?	<input type="checkbox"/> Up to my expectation <input type="checkbox"/> Above my expectation <input type="checkbox"/> Below my expectation	<input type="checkbox"/> Up to my expectation <input type="checkbox"/> Above my expectation <input type="checkbox"/> Below my expectation
8. Do you think the price of your accommodation is appropriate for its quality?	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Not sure	<input type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Not sure
9. Please roughly indicate the your daily spending on accommodation as percentage of your daily to real spend	<input type="checkbox"/> Less than 10% <input type="checkbox"/> 10 – 25 % <input type="checkbox"/> 26 – 50 % <input type="checkbox"/> more than 50 %	<input type="checkbox"/> Less than 10% <input type="checkbox"/> 10 – 25 % <input type="checkbox"/> 26 – 50 % <input type="checkbox"/> more than 50 %

10. Please put in order of important, factors influencing your choice of accommodation? (1 being most important)Price factorLocationServicesAdvertisementPrice factorLocationServicesAdvertisement
---	---	---

Part 3 ; Other opinion

1. Did you hear about this accommodation during a previous trip ?

- Yes
 No

2. Have you ever stayed at this accommodation before?

- Yes
 No

3. Will you come back to stay at this accommodation again?

- Definitely yes
 Yes
 Not sure
 No
 Absolutely no

4. Will you encourage your friends / relatives to stay at this accommodation ?

- Definitely yes
 Yes
 Not sure
 No
 Absolutely no

5. Other suggestions / recommendations to improve your accommodation :

.....

.....

.....

Thanks for your favor !!!!!

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ
วัน เดือน ปี เกิด	27 กุมภาพันธ์ 2524
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเบญจมราชูทิศ จังหวัดนครศรีธรรมราช ปีการศึกษา 2541 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาชีววิทยา มหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดสงขลา ปีการศึกษา 2545
ประสบการณ์	ปี พ.ศ. 2545-2547 ครูสอนภาษาไทยให้ชาวต่างประเทศ บริษัทคอน เนอรัสโตน จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน ประกอบธุรกิจส่วนตัวสอนภาษาไทยให้ชาว ต่างประเทศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved