

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน
ในเขตเทศบาลนครลำปาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2549

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน
ในเขตเทศบาลนครลำปาง



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2549

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง



กนกอร ศิริจิตติ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ส.ร.

ประธานกรรมการ

รศ. พลอยศรี ไปรณานนท์

ดร.ขวัญชีวัน บัวแดง

กรรมการ

ส.ร.

กรรมการ

ดร.ประสิทธิ์ ธีปรีชา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

27 มีนาคม 2549

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากรศ.พลอยศรี โปราณานนท์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา ดร.ขวัญชีวัน บัวแดง และดร.ประสิทธิ์ ลีปรีชา คณะกรรมการที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สาขาการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ปริญญาโทสาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ทุกท่านที่ช่วยเหลือให้คำแนะนำปรึกษามาโดยตลอดพร้อมทั้งกำลังใจที่มีมาเสมอ ขอขอบคุณพี่โบ พี่หญิง พี่ก้อ ที่ให้ที่พักพิงและคอยกระตุ้นให้รีบทำงานวิจัย ขอขอบคุณตอง น้องมิน ที่ทำให้การเรียนครั้งนี้มีความสุขและความสนุก มีเสียงหัวเราะอยู่เสมอ ขอขอบคุณมากมายสำหรับพี่ รัช พี่อ่อน พี่เข้ม และพี่เปะ ที่ช่วยดูแลน้องสาวคนนี้เป็นอย่างดี เป็นที่ปรึกษายามเดือดร้อนและให้กำลังใจเสมอมา

และความดีทั้งหมดของการศึกษาฉบับนี้ ขอมอบให้คุณพ่อ คุณแม่และพี่ชายที่แสนดี ที่ให้การสนับสนุน และความช่วยเหลือในการศึกษาระดับปริญญาโท และอยู่เคียงข้างมาโดยตลอด

ท้ายที่สุดนี้ ผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงประโยชน์บ้างไม่มากนักน้อยสำหรับผู้ สนใจที่จะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขต เทศบาลนครลำปาง

กนกอร ศิริจิติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขต
เทศบาลนครลำปาง

ผู้เขียน นางสาวกนกอร ศิริลลิต

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. พลอยศรี	โพรมาณนท์	ประธานกรรมการ
ดร. ขวัญชีวัน	บัวแดง	กรรมการ
ดร. ประสิทธิ์	ลีปรีชา	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยว วิธีการท่องเที่ยว และปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง โดยศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลนครลำปาง จำนวน 395 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการแบบสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

จากผลการศึกษาเบื้องต้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี ซึ่งมีสถานภาพสมรสแล้วเป็นส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ประมาณ 5,001 – 10,000 บาท ต่อเดือน

สำหรับผลการศึกษาด้านแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเลหาดทราย ตามชายฝั่งอันดามัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญ และเพื่อไปเยี่ยมญาติเป็นปัจจัยรอง

ลักษณะและวิธีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง ซึ่งจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวติดต่อกัน โดยเฉพาะในช่วงเดือนเมษายนและในช่วงปลายปี โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 3 - 4 วัน โดยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลในครอบครัวหรือญาติ ประมาณ 4 - 6 คน โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะหลักในการเดินทาง ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 7,000 บาท และเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทเป็นส่วนใหญ่ ด้านข้อมูลข่าวสารทางด้านการท่องเที่ยว นั้น กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่อโทรทัศน์/วิทยุ นิตยสารการท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ต โดยมีส่วนร่วมในการเดินทาง คือ สามเณร/ภรรยาและตนเอง เป็นผู้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย มีสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานีบริการน้ำมัน ห้องน้ำ และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวโน้มในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.2 ยังต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศอื่น เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศไทยมีความสวยงาม และดึงดูดใจให้เดินทางท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญ

Independent Studies Title The Domestic Travel of Lampang People Living in the
Municipal Area.

Author Miss Kanok-on Sirithiti

Degree Master of Arts (Tourism Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Ploysri Porananond Chairperson

Dr. Kwanchewan Buadaeng Member

Dr. Prasit Leepreecha Member

Abstract

This independent study is conducted to find out types of tourist destination, touring manner and major factors influencing the domestic travel selection of people living in the municipality of Lampang. The data is collected using questionnaires with 395 informants. The data is then analyzed using descriptive statistics : frequency, percentage and the relations of the variables.

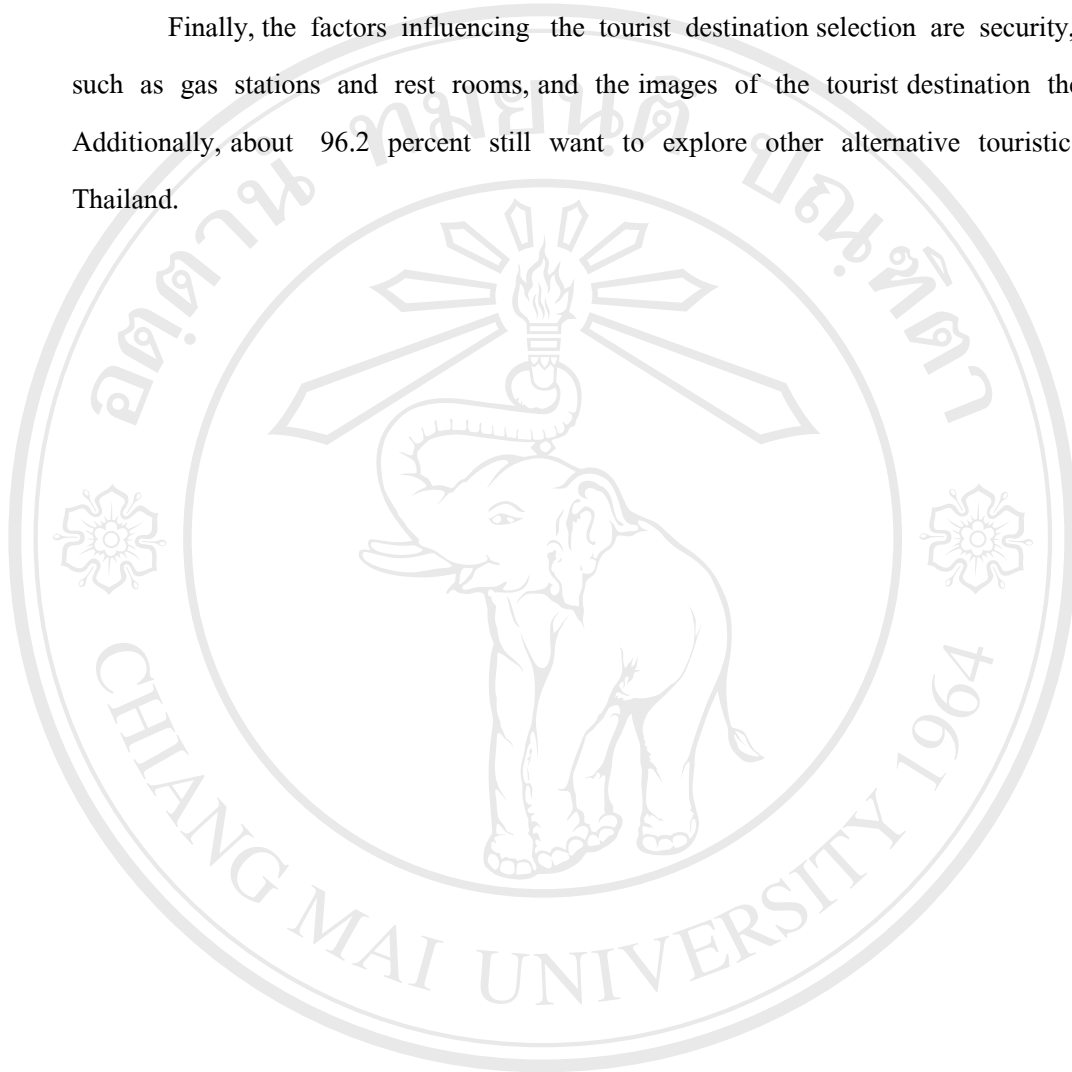
The informants are mainly female company workers between 25 – 35 years old, married, and bachelor degree graduates. The average income is 5,001 – 10,000 bath.

With regard to tourist destination, it was found that the majority of the informants preferred natural sites such as the sea and sand along the Andaman coast. Traveling for pleasure has the priority followed by visits to the relatives.

As for touring manner, the average is twice a year, 3 – 4 days each on long holidays especially during Songkran days and late December. They usually travel in groups of 4 – 6 family members or relatives. Private cars are the main transport. The average expense budget per trip is more than 7,000 bath. Hotels and resorts are the main accommodation. For them, television / radio, travel magazines and the internet are the

major sources of information. The informants themselves or their spouses take part in the decision making.

Finally, the factors influencing the tourist destination selection are security, facilities such as gas stations and rest rooms, and the images of the tourist destination themselves. Additionally, about 96.2 percent still want to explore other alternative touristic sites in Thailand.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญแผนที่	ฏ
สารบัญแผนภูมิ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 สมมติฐาน	5
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย	
1.6.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	6
1.6.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	6
1.6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	7
1.6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	7
1.6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	8
1.6.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	8
1.7 นิยามศัพท์	8
1.8 กรอบแนวคิด	10

บทที่ 2 แนวคิด และวรรณกรรมปริทัศน์

2.1 ความต้องการทางการท่องเที่ยว	11
2.1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์	12
2.1.2 ปัจจัยที่กำหนดการเดินทางท่องเที่ยว	13
2.1.3 ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว	14
2.2 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	16
2.2.1 อิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	16
2.2.2 กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว	21

บทที่ 3 สภาพพื้นที่ในการศึกษา

3.1 ลักษณะทางกายภาพ	24
3.1.1 ขนาดและที่ตั้ง	24
3.1.2 สภาพภูมิประเทศ	26
3.1.3 สภาพภูมิอากาศ	27
3.1.4 การคมนาคมและขนส่ง	27
3.2 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและระบบการเงิน	28
3.2.1 ภาคเกษตร	28
3.2.2 การเงิน	31
3.2.3 ดัชนีราคาค่าครองชีพ (อัตราเงินเฟ้อ)	31
3.2.4 ดัชนีคุณภาพชีวิต	32
3.3 โครงสร้างทางสังคม – วัฒนธรรม	33
3.3.1 ประวัติจังหวัดลำปาง	33
3.3.2 กลุ่มชาติพันธุ์	33
3.3.3 ลักษณะสังคมและชุมชน	34
3.3.4 ศาสนา	34
3.3.5 เอกลักษณะทางวัฒนธรรม	35

3.4 ลักษณะการนันทนาการของประชาชนในจังหวัดลำปาง	40
--	----

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	43
4.2 ข้อมูลสิ่งจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ	51
4.3 ข้อมูลลักษณะและวิธีการเดินทางท่องเที่ยว	52
4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว	62
4.5 แนวโน้มในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว	63
4.6 ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านบุคคลกับตัวแปรด้านอื่นๆ	66
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษา	126
5.2 อภิปรายผล	131
5.3 ข้อคิดเห็นของผู้ศึกษา	140
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	141
บรรณานุกรม	142
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	146
ประวัติผู้เขียน	154

สารบัญตาราง

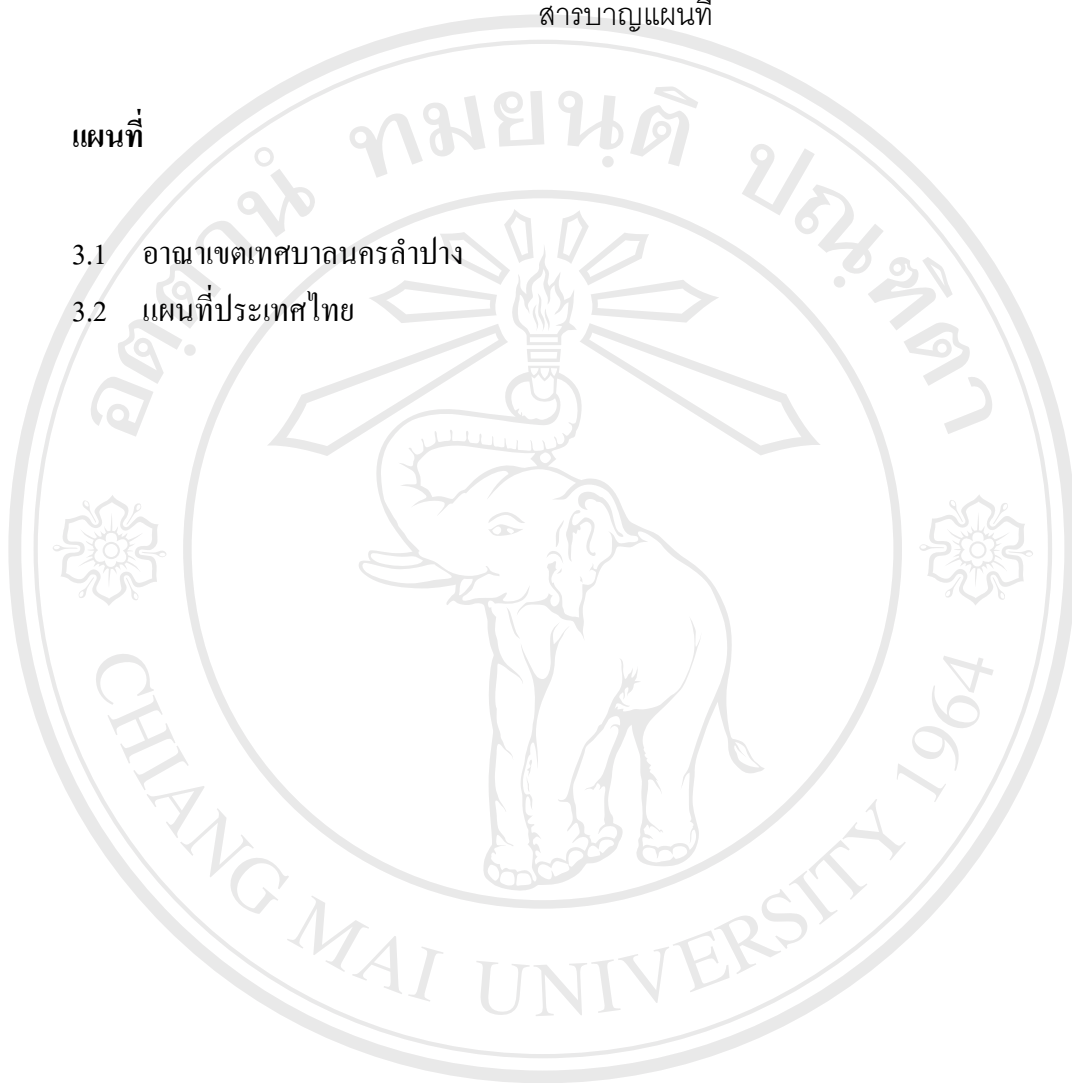
ตารางที่		หน้า
1.1	แนวโน้มการเติบโตทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่าง ปี 2539 – 2548	2
3.1	อาณาเขตและพื้นที่เทศบาลนครลำปาง	26
3.2	ภาคการค้าและอุตสาหกรรม	30
3.3	ดัชนีราคาผู้บริโภคจังหวัดลำปาง	32
4.1.1	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	43
4.1.2	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	43
4.1.3	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	44
4.1.4	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ	45
4.1.5	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	46
4.1.6	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	46
4.1.7	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	47
4.1.8	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยว ภายในประเทศในระยะเวลา 1 ปี	48
4.1.9	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการรับข้อมูล ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว	49
4.1.10	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	50
4.2.1	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่ต้องการไป ท่องเที่ยวมากที่สุด	51
4.3.1	ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเดือนที่ท่องเที่ยว	52

ตารางที่	หน้า
4.3.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว	53
4.3.3 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	53
4.3.4 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	54
4.3.5 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	55
4.3.6 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	56
4.3.7 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว	56
4.3.8 เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบจัดการเอง	57
4.3.9 เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์	58
4.3.10 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	59
4.3.11 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่พักผ่อน	60
4.3.12 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	61
4.4.1 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว	62
4.5.1 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในครั้งต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง	63
4.5.2 สถานที่ท่องเที่ยวครั้งต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง	64
4.5.3 จำแนกตามเหตุผลที่เลือกท่องเที่ยวในครั้งต่อไป	65
4.6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	66
4.6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	67
4.6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานที่พัก	68
4.6.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	69
4.6.5 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	70
4.6.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	71
4.6.7 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	72
4.6.8 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับแหล่งท่องเที่ยว	73
4.6.9 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	73
4.6.10 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับที่พักแรม	74
4.6.11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	74
4.6.12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	75

ตารางที่	หน้า
4.6.13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	76
4.6.14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	76
4.6.15 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	77
4.6.16 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	78
4.6.17 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับที่พักแรม	80
4.6.18 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	81
4.6.19 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	83
4.6.20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	84
4.6.21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	86
4.6.22 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับแหล่งท่องเที่ยว	88
4.6.23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	89
4.6.24 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับที่พักแรม	90
4.6.25 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	90
4.6.26 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	91
4.6.27 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	92
4.6.28 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	92
4.6.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งท่องเที่ยว	93
4.6.30 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	95
4.6.31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับที่พักแรม	96
4.6.32 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	98
4.6.33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	99
4.6.34 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	101
4.6.35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	102
4.6.36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งท่องเที่ยว	104
4.6.37 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	105
4.6.38 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับที่พักแรม	106
4.6.39 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	108

ตารางที่	หน้า
4.6.40 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	109
4.6.41 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	110
4.6.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	111
4.6.43 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	112
4.6.44 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว	115
4.6.45 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พักแรม	117
4.6.46 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย	119
4.6.47 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง	121
4.6.48 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวเกี่ยวกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย	123

แผนที่		หน้า
3.1	อาณาเขตเทศบาลนครลำปาง	25
3.2	แผนที่ประเทศไทย	26



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญแผนภูมิ

ตาราง	หน้า
2.1 สามเหลี่ยมแสดงลำดับชั้นความต้องการของ Maslow	12
2.2 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว	23



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

จากเหตุการณ์วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศ ในช่วงกลางปี พ.ศ. 2540 ได้ส่งผลให้กระแสนิยมการเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยลดลง การที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางออกไปเที่ยวยังต่างประเทศในปริมาณที่มากถึงปีละ 2 ล้านคน และมีค่าใช้จ่ายโดยรวมต่อปีประมาณ 1 แสนล้านบาท (เกิดศิริ เจริญวิศาลและคณะ, 2543 : 43) ทำให้รัฐบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้หันมาให้ความสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวคนไทยให้มากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากบทบาทสำคัญในด้านของนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ปรากฏอย่างชัดเจน ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) ดังนั้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourism) จึงถูกให้เป็นเครื่องมือในนโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคมของรัฐ ที่มีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไม่น้อยไปกว่าการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) (ปวีณา โทณแก้ว, 2542: 4)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544) ได้กำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และรัฐบาลยังได้ประกาศให้ปี พ.ศ. 2541 – 2542 เป็นปีการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998 – 1999) เนื่องในโอกาสพิเศษ 2 ประการ คือ การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ในปี พ.ศ. 2541 และในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ของสมเด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี พ.ศ. 2542 โดยการสร้างค่านิยมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายภายในประเทศมากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้มากขึ้น นับเป็นการกระจายรายได้และความเจริญสู่ท้องถิ่น ซึ่งเป็นผลดีต่อภาพรวมของเศรษฐกิจประเทศ การใช้คำขวัญในการรณรงค์ส่งเสริมที่ว่า “ไทยช่วยไทย กินของไทย ใช้ของไทย เที่ยวเมืองไทย ร่วมใจประหยัด ” มีเป้าหมาย ดังนี้

1. เป้าหมายจากตลาดต่างประเทศ ให้มีนักท่องเที่ยวคุณภาพจากตลาดเป้าหมายหลักเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น มีวันพักนานและนํารายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศมากขึ้น กล่าวคือ ในตลาดช่วง 2 ปี (พ.ศ. 2541 – 2542) ตั้งเป้าหมายจะให้มึนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาอย่างน้อย 17 ล้านคน นํารายได้เข้าสู่ประเทศไม่ต่ำกว่า 600,000 ล้านบาท

2. เป้าหมายจากตลาดในประเทศ ต้องการส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 122 ล้านคน/ครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนอย่างน้อย 415,500 ล้านบาท โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยไว้ดังนี้ คือ กลุ่มผู้มีรายได้สูง กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มครอบครัว กลุ่มข้าราชการบำนาญ กลุ่มเยาวชน กลุ่มการประชุม/สัมมนา/ นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งได้รับความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนถึงหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปวีณา โทณแก้ว, 2542 : 6 - 7) และมีการประมาณการแนวโน้มการเติบโตทางการท่องเที่ยวภายในประเทศและรายได้จากการท่องเที่ยวไว้ในตาราง 1.1 ดังนี้

ตาราง 1.1 แนวโน้มการเติบโตทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างปี 2539 - 2548

ปี	นักท่องเที่ยวภายในประเทศ						
	ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย		ระยะเวลา พำนักเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน		รายได้จาก การท่องเที่ยว	
	จำนวน (ล้านคน-ครั้ง)	เพิ่ม/ลด (%)	(วัน)	จำนวน (บาท)	เพิ่ม/ลด (%)	จำนวน (บาท)	เพิ่ม/ลด (%)
2539 ¹	52.47	+0.4	2.22	1,314	+6.41	157,323	+6.2
2540 ¹	52.05	-0.78	2.31	1,466	+11.58	180,388	+14.66
2541 ¹	51.68	-0.72	2.37	1,513	+3.18	187,898	+4.16
2542 ¹	53.62	+3.02	2.43	1,523	+2.26	203,179	+7.42
2543 ¹	54.74	+2.08	2.48	1,718	+12.79	210,516	+3.61
2544 ¹	58.62	+7.09	2.51	1,703	-0.89	223,732	+6.28
2545 ¹	61.82	+5.45	2.55	1,690	-0.77	235,337	+5.19
2546 ¹	69.36	+12.2	2.61	1,824	+7.98	289,987	+23.22
2547 ²	73.18	+5.51	2.65	1,895	+3.87	322,300	+11.14
2548 ²	76.25	+4.19	2.65	1,965	+3.69	347,300	+7.76

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ¹ เป็นตัวเลขจริง

² สถิตินักท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ซึ่งจะเห็นได้จากตาราง 1.1 ที่ได้ประมาณการว่าแนวโน้มการเติบโตทางการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย จะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2542 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.02 สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ 53.55 ล้านคน/ครั้ง เป็นจำนวน 53.62 ล้านคน/ครั้ง นับว่าเป็นการขยายตัวที่ดีขึ้น ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น คือสภาพเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวดีขึ้นและการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมในด้านการตลาดของบริษัทนำเที่ยวต่างๆ (น้ำฝน บุญยะวัฒน์, 2543 : 18) ในปี พ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวไทยเดินทางในประเทศ 54.74 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.08 ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน 210,516 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.61 ส่วนในปี พ.ศ. 2544 มีนักท่องเที่ยวไทยเดินทางภายในประเทศ 58.62 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.09 ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน 223,732 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.28

ในปี พ.ศ. 2546 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยได้รับการกระตุ้นจากการรณรงค์ด้วยโครงการ “Unseen in Thailand” ซึ่งเป็นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในจุดมุมมองใหม่ในเมืองไทยในช่วงเดือนเมษายน นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันส่งเสริมให้คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีการจัดงานแสดงตลาดนัดผู้บริโภค (Consumer Fair) อาทิ Amazing Thailand Grand Sale & Grand Service และ International Youth & Eco Travel Mart เป็นต้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวไทยเดินทางในประเทศเพิ่มมากขึ้น 69.36 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.2 ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน 289,987 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.22 จากรายได้ในปีก่อนหน้าและในช่วงครึ่งปี พ.ศ. 2547 มีอัตราเพิ่มขึ้นกว่า 50 % เนื่องจากมีปัจจัยด้านบวกที่สนับสนุนการเดินทาง คือการเกิดสายการบินราคาถูกลง การเพิ่มสินค้าทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น ธุรกิจสปา เป็นต้น จำนวนการเดินทางภายในประเทศของคนไทยครึ่งปีแรกมีจำนวน 43,061,677 ล้านคน/ครั้ง เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ 73.18 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.32 ก่อให้เกิดรายได้ครึ่งปีแรก 138,048.83 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

การที่คนไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้นเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้ส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบเชิงบวกจากปัจจัยภายนอกประเทศ ทั้งวิกฤติการณ์สงครามอิรักและสหรัฐอเมริกา โรคระบาดซาร์สในภูมิภาคเอเชีย ส่วนปัจจัยภายใน เช่น การกำหนดนโยบายที่ชัดเจนของรัฐบาลโดยเน้นการกระตุ้นรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และสร้างกระแสให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง จากโครงการ “Unseen in Thailand” ซึ่งได้รับการกล่าวขวัญและได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนคนไทยเพิ่มมากขึ้นนั้น ก็เป็นปัจจัยเสริมประการสำคัญที่ทำให้คนไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ (อ้างแล้ว)

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง เนื่องจากผู้ศึกษาเป็นคนภายในท้องถิ่นจึงมีความสนใจในพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง การเลือกแหล่งท่องเที่ยวและวิธีการท่องเที่ยว ซึ่งการเลือกเดินทางดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ท่องเที่ยวและข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากร รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นแนวทางพื้นฐานในการวางแผนการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยว วิธีการท่องเที่ยว และปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ ของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1.3.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ประชาชน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

1.3.2 เพื่อทราบถึงแนวโน้มในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร

- ศึกษาพื้นที่ในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง 8 ตำบล ได้แก่ ตำบลชมพู ตำบลพิชัย ตำบลบ่อแฮ้ว ตำบลพระบาท ตำบลเวียงเหนือ ตำบลสวนดอก ตำบลสบตุ๋ย และตำบลหัวเวียง

- ศึกษาประชากรในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ที่มีช่วงอายุ 25 ปี – 60 ปี จำนวน 395 คน โดยกลุ่มตัวอย่างทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (ยุทธพงษ์ กี่ยววรรณ, 2543: 79)

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ในการศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมเนื้อหาเรื่องการเดินทางแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง

1.4.3 ขอบเขตตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย

- เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว

1.4.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย

- แหล่งท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ที่พักแรม งบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่เดินทาง ระยะเวลาที่ท่องเที่ยว

1.5 สมมติฐาน

- 1.5.1 ระดับอายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่แตกต่างกัน
- 1.5.2 เพศชายเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่าเพศหญิง
- 1.5.3 ระดับการศึกษาสูงนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนามากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาน้อย
- 1.5.4 คนโสดนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีมากกว่าคนที่มีครอบครัวแล้ว
- 1.5.5 อาชีพมีส่วนในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
- 1.5.6 กลุ่มคนที่มีรายได้มากกว่าจะมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า
- 1.5.7 ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวมีส่วนในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน

1.6 ระเบียบวิธีวิจัย

1.6.1. ข้อมูล และแหล่งข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งข้อมูล คือ

1.1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการจัดทำแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร คือ ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ทั้งหมด 8 ตำบล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 395 คน และในการเก็บแบบสอบถามเป็นการสุ่มเก็บโดยไม่ได้มีการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามแต่ละตำบล

1.2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตำราทางวิชาการ จุลสาร วารสาร รายงานประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสถิติจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.6.2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน อายุตั้งแต่ 25 ปี ถึง 60 ปี ที่มีจำนวน 32,398 คน เป็นบุคคลที่มีร่างกาย สดดี สัมผัสัญญาสมบูรณ์ โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างในที่นี้กำหนดให้ = 0.05

แทนค่า $n = \frac{32,398}{1 + (32,398)(0.05)^2} = 395$ คน

นั่นคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาทั้งหมดมี 395 คน โดยใช้แบบสอบถาม 395 ชุด โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

1.6.3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่ต้องการให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอรายละเอียดเอง (Self Reporting Form) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ซึ่งสามารถแบ่งโครงสร้างแบบสอบถาม เป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส การรับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวและการได้รับคำแนะนำจากบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนา แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ลักษณะการเดินทางและวิธีการในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

- (1) การเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ
- (2) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- (3) ความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- (4) งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- (5) ช่วงเวลาในการลาหยุด/ ลาพักร้อน
- (6) ระยะเวลาและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- (7) โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
- (8) ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
- (9) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป

1.6.4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วย ที่ได้รับคำอธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เทคนิคและวิธีการเก็บข้อมูล ให้สามารถอธิบายแก่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ และจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง

โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 395 ชุด และเน้นการทำตัวเป็นกลาง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ใช้ความคิดเห็นของตนเองให้มากที่สุด

เมื่อได้แบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจะทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของข้อมูลทุกชุด โดยทำการตรวจสอบข้อมูลด้วยความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา โดยทำการตรวจสอบข้อมูลทันทีหลังจากได้เก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นและจัดเก็บข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์

1.6.5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนาใน รูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. การหาความสัมพันธ์ของตัวแปร ใช้วิธี Cross Tabulation

1.6.6. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ เดือน กันยายน พ.ศ. 2547 – เมษายน พ.ศ. 2549

1.7 นิยามศัพท์

ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง หมายถึงประชาชนที่มีอายุ 25 – 60 ปี ที่มีถิ่นพำนักอาศัยถาวรอยู่ในเขตเทศบาลนครลำปาง ได้แก่ ตำบลชมพู ตำบลพิชัย ตำบลบ่อแฮ้ว ตำบลพระบาท ตำบลเวียงเหนือ ตำบลสวนดอก ตำบลสบตุ๋ย ตำบลหัวเวียง มาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี

การท่องเที่ยวภายในประเทศ การเดินทางของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จากจังหวัดลำปางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย ที่ไม่ใช่สิ่งแวดล้อมที่คุ้นเคย และไม่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างรายได้จากการเดินทางนั้นหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป แต่เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อทัศนศึกษา และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วยหนอง คลอง บึง) ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เช่น ภูกระดึง น้ำตกเอราวัณ เกาะเสม็ด เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529. : 6)

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน โบราณสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น (อ้างแล้ว)

แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของงานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง ตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานช้างจังหวัดสุรินทร์ สวนสามพราน เป็นต้น (อ้างแล้ว)

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว หมายถึง กรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ (อ้างแล้ว)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

1.8 กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

1. อายุ
2. เพศ
3. ระดับการศึกษา
4. สถานภาพสมรส
5. อาชีพ
6. รายได้
7. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม

1. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
2. พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง
3. ที่พักแรม
4. งบประมาณค่าใช้จ่าย
5. ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยว
6. ระยะทางและระยะเวลา



การเดินทางท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิดและวรรณกรรมปริทัศน์

การท่องเที่ยวโดยทั่วไป มักจะหมายถึง การเคลื่อนที่ของคนจากที่อยู่เดิมไปยังจุดหมายปลายทางอีกแห่งหนึ่ง และเป็นการเดินทางที่มีระยะทางเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจจะมีการพักผ่อน รวมไปถึงการทำกิจกรรมนันทนาการ ณ จุดหมายปลายทางนั้นและพร้อมแสวงหาความสุข ความสนุกและความสะดวกสบาย ในช่วงเวลาหนึ่งแล้วก็เดินทางกลับ ดังนั้นนี่จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวมีบทบาทต่อชีวิตของมนุษย์อย่างมาก เนื่องจากสภาวะแวดล้อมของสังคมเมืองที่มีแต่ความวุ่นวาย การแข่งขัน ความเร่งรีบในการทำงาน ความซ้ำซากจำเจ และความเครียดที่เกิดจากการทำงาน จนทำให้มนุษย์ต้องการที่จะหลีกเลี่ยงความวุ่นวายเหล่านั้น โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการผ่อนคลายความเครียดและเสริมสร้างความสุขทางด้านจิตใจ รวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจซึ่งกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวยังเป็นการเติมความฝันและประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการเปิดโลกทัศน์ ช่วยให้ผู้ชมมีทัศนคติที่กว้างไกล และเข้าใจสภาพการณ์ต่างๆ ที่เป็นจริงสิ่งนี้นักท่องเที่ยวได้จากการเดินทางท่องเที่ยว คือ ความทรงจำที่ได้รับ รวมถึงรูปภาพและของที่ระลึกที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าความทรงจำเหล่านี้จะช่วยสร้างความสดชื่นให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการเติมพลังใจที่จะทำให้มนุษย์สามารถทำงานหรือต่อสู้กับสภาพทางสังคมได้อีกครั้ง

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาถึงแนวคิด และวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.1 ความต้องการทางการท่องเที่ยว

ความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นความต้องการที่มากกว่าความต้องการสิ่งของในชีวิตประจำวัน แต่เป็นการแสดงออกถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยว (พลอยศรี โปราณนันทน์, 2543 : 51) การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องลงทุนด้วยเงิน เวลา พลังงาน และด้วยความเครียดจากการทำงาน จึงจะได้ผลตอบแทนเป็นความสุข สนุกสนาน ยิ่งในสภาพแวดล้อมของสังคมสมัยใหม่ ที่เต็มไปด้วยความเครียด ความวุ่นวาย ความเร่งรีบ

การไปให้พ้นจากสิ่งแวดล้อมเดิมๆ หรือความจำเจชั่วขณะเวลาหนึ่ง จึงเป็นทางออกหนึ่งของผู้คนในสังคม มนุษย์ต้องการได้รับการกระตุ้น(Simulation) เพื่อให้เกิดความกระฉับกระเฉง ความกระปรี้กระเปร่า การได้สัมผัสกับความแปลกใหม่ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้มนุษย์เรากลับความตื่นเต้น การได้เดินทางท่องเที่ยวจึงทำให้มีความสุข เพราะได้เปลี่ยนแปลงจากความจำเจภายในบ้านหรือสถานที่ทำงาน ได้มาเห็นสิ่งใหม่ๆ ได้ลิ้มรสสิ่งใหม่

2.1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

แรงจูงใจ (Motivation) คือ ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น(Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อที่จะได้เกิดการตอบสนองสิ่งที่พอใจ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2546 : 36) ความต้องการต่างๆ ของบุคคลเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างกัน Maslow (1954) กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์นั้นมีความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด และจะแสดงพฤติกรรมเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและความจำเป็น ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญจากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุด ดังแผนภูมिนี้



แผนภูมิที่ 2.1 สามเหลี่ยมแสดงลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

ที่มา : Abraha H. Maslow, 1987

ในระดับต่ำสุดเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานหรือความต้องการทางกาย ที่เป็นปัจจัยเพื่อความอยู่รอดของชีวิต อันได้แก่ ความต้องการปัจจัย 4 เช่น อาหาร ที่พัก เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการการพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นที่สุดในการดำรงชีวิต แต่ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการขาดแคลนอาหาร ที่พัก เสื้อผ้า หรือเงินทองก็จะส่งผลให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างมีความสุข (Dawid W. Howell, 1989 : 28) แต่ถ้าได้รับการตอบสนองก็จะนำไปสู่ความต้องการในขั้นถัดไป คือ ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงหาความมั่นคงปลอดภัยในการดำรงชีวิตและการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ถ้าความต้องการในขั้นนี้ได้รับการตอบสนอง ความต้องการทางสังคมก็จะได้รับการยอมรับ ซึ่งเป็นความต้องการให้สังคมมาสนใจ เอาใจใส่ ต้องการที่จะได้รับการรักและถูกรัก อีกปัจจัยคือได้รับการยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม นอกจากนี้ความต้องการ การยกย่องนับถือจากตนเองและผู้อื่นก็เป็นความต้องการที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ความต้องการที่แสดงความสามารถของตนให้ผู้อื่นได้เห็นความสำคัญและยกย่องให้เกียรติ โดยการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศหรือท่องเที่ยวยังสถานที่ที่แปลกใหม่ไม่ค่อยมีผู้คนรู้จักมากนักหรือการไปพักผ่อนในโรงแรม หรือรีสอร์ทที่มีความหรูหรา ราคาแพง เป็นต้น และในระดับขั้นสูงสุด เป็นความต้องการได้รับความสำเร็จในชีวิตซึ่งเป็นความต้องการรู้จักและเข้าใจในตนเองด้วยความพยายามหรือได้เป็นในสิ่งที่ตนเป็นได้

หากจะอธิบายสามเหลี่ยมแสดงลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (ทักษิณา คุนารักษ์, 2546 : 138) กับนักท่องเที่ยว แล้วจะพบว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางนั้นเป็นการชี้ให้เห็นความต้องการระดับล่างของเขาให้ได้รับการตอบสนองและพวกเขากำลังพยายามอยู่ในขั้นที่ 3, 4 และ 5 นั่นคือ อยากที่จะให้ผู้อื่นยอมรับ ยกย่อง และอยากที่จะพัฒนาตนเอง Lundberg (1985) เชื่อว่าพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการในขั้นสูงสุด อันได้แก่ ความต้องการที่จะกระทำในสิ่งที่ท้าทาย ต้องการที่จะได้พบเห็นสิ่งที่แปลกใหม่ รวมไปถึงสถานที่แปลกๆ

2.1.2 ปัจจัยที่กำหนดการเดินทางท่องเที่ยว

ในสมัยก่อนผู้คนเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม ถิ่นที่อยู่อาศัย การขยายอาณาเขตหรือดินแดน และการไปจาริกแสวงบุญ ซึ่งจะแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลักหนีจากวิถีชีวิตเดิมๆ รวมถึงการไปเยี่ยมเยือนญาติ/

เพื่อน (Alister and Geoffrey, 1982 : 29) แต่การพิจารณาในด้านจิตวิทยาการท่องเที่ยว พบว่าคนเรานั้นมักเดินทางด้วยเหตุผลที่มากกว่า 1 อย่าง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 เหตุผล คือ

(1) **เหตุผลทางด้านร่างกาย (Physical)** คนเรานั้นต้องมีความพร้อมทางด้านร่างกายเป็นพื้นฐานในการเดินทางท่องเที่ยว (พลอยศรี โปราณนนท์, 2543 : 155) ถ้ามีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์ก็จะสามารถทำกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการทางกายได้ อาทิเช่นการไป ศูนย์สุขภาพ การเล่นกีฬา การทำกิจกรรมนันทนาการตามชายหาด หรือเป็นการพักผ่อนร่างกาย ยังแหล่งน้ำพุร้อน หรือสปา เป็นต้น (Weaver and Oppermann, 2000 : 34)

(2) **เหตุผลทางด้านวัฒนธรรม (Culture)** เป็นความปรารถนาที่อยากจะเข้าใจ เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคมอื่นๆ ว่าเป็นอย่างไร เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลป นาฏศิลป์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และศาสนา เป็นต้น (McIntosh and Goeldner, 1986 : 31)

(3) **เหตุผลระหว่างบุคคล (Interpersonal)** ความต้องการที่จะพบปะกับผู้คนใหม่ๆ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การไปเยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาติ การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม และความปรารถนาที่อยากจะเปลี่ยนแปลงตนเอง (Alister and Geoffrey, 1982 : 30) ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นการให้ความสมดุลและเติมเต็มชีวิตให้ดีขึ้น จากชีวิตประจำวัน (Chuck Y. Gee, 1989 : 55)

(4) **เหตุผลด้านสถานะและชื่อเสียง (Status and Prestige)** สถานะและชื่อเสียงเป็นเหตุผลพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เป็นความต้องการพัฒนาตนเอง โดยการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การประชุม การศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับการหาความรู้ (McIntosh and Goeldner, 1986 : 31) ทั้งนี้จะเห็นได้จากประวัติศาสตร์ การเดินทางของผู้คนจะพบว่าส่วนใหญ่มักเป็นบุคคลที่มีสถานะและมีชื่อเสียงในสังคม ซึ่งในปัจจุบันการให้ผู้อื่นยอมรับในสถานะของตน หรือความต้องการเป็นคนมีชื่อเสียงก็เป็นสาเหตุที่ทำให้คนเราเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้คนเราแต่ละคนก็ยังมีความแตกต่างกันในส่วนของการประสบการณ์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว (พลอยศรี โปราณนนท์, 2543 : 155)

2.1.3 ปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว

นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลัก (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้น ขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยหลักนี้ได้มีการศึกษา และค้นพบสาเหตุหลายประการดังนี้

แรงผลัก หรือ Push Factors (เกดศิริ เจริญวิศาลและคณะ, 2543: 46)

- (1) **ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย (Physical needs)** ในที่นี้ เช่น หากเราต้องการทำงานอย่างหนัก ร่างกายย่อมต้องการการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อนร่างกาย เช่น การไปทัวร์สมาธิ (Meditation Tour)
- (2) **ความต้องการหลีกหนีความจำเจ(Escape needs)** เช่น หลีกหนีจากความเครียดจากการทำงานหรือจากการจราจรที่ติดขัด การเดินทางท่องเที่ยวก็เป็นทางเลือกหนึ่งในการคลายเครียด
- (3) **ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ (Novelty needs)** เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการทำลายความจำเจในชีวิตประจำวัน เพื่อค้นหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับ ชีวิต โดยเฉพาะคนหนุ่มสาวสมัยใหม่มีความอยากรู้อยากเห็น อยากพบสิ่งแปลกใหม่
- (4) **ความภาคภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ (Esteem \ Prestige needs)** เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ ทำให้ผู้อื่นเห็นว่าตนได้ไปเห็นสถานที่ แปลกแตกต่างจากผู้อื่น ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ค้นพบเอง ย่อมนำมาความภาคภูมิใจมาสู่ตนเอง
- (5) **ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้ (To know and understand \ Educational Vacation needs)** การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม และเพื่อศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจว่าเชื้อชาติอื่นๆ มีความเป็นอยู่อย่างไร
- (6) **ความต้องการไปทำใจจากเรื่องร้ายๆ (Coping needs)**
- (7) **ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้มีโอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ (Social – Kinship and New People needs)** การเดินทางท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นต่างๆ ย่อมทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชอบและได้รับการยอมรับจากสังคม อย่างไรก็ตาม Kinship relations มีความแตกต่างจาก ความต้องการพบคนใหม่ๆ Kinship อาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างหายกันไปนาน

แรงดึง หรือ Pull Factors (การเลือกจุดหมายปลายทาง) คือ แรงดึงต่างๆ ที่นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป ในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางจากไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นเช่น หากแรงผลักในการเดินทาง คือการไปทำใจ (Coping) เขาอาจต้องการไปที่เงียบๆ ไม่พบปะผู้คน เพื่อต้องการเวลาในการอยู่เงียบๆ คนเดียว แต่

หากแรงผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือการสร้างความภาคภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ในการศึกษาวิเคราะห์ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย ของ เกิดศิริ เจริญวิศาลและคณะ (2542) พบว่า แรงผลักดันที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปยังต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่สามารถหาได้ภายในประเทศ และการเดินทางเพื่อไปเรียนรู้ ด้านวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ ในการเดินทางไปต่างประเทศมีแรงดึงดูดคือ การเดินทาง การคมนาคมที่สะดวก มีความสะอาด และมีความปลอดภัยสูง เช่นเดียวกับการศึกษาของเพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ (2548 : 127) ในโครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว 2547 พบว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปต่างประเทศคือต้องการหาประสบการณ์ ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ต้องการไปเห็นประเพณี/วัฒนธรรมที่แตกต่าง แต่ที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 2 ปัจจัย คือ ต้องการไปซื้อของ และค่าท่องเที่ยวถูก/ฟรี

2.2 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.2.1 อิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

อิทธิพลที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน รวมไปถึงปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม, ปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว ที่ช่วยผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน ไป

1. โครงสร้างของประชากร ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้, สถานภาพสมรส

1.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มคนในแต่ละกลุ่มมักจะมีความต้องการทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ในแง่ของภาวะความเป็นผู้ใหญ่ และระดับการคาดหวังในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน กลุ่มวัยรุ่นชอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมและใช้ระยะเวลาในการเดินทางที่ไม่ยาวนาน แต่ในกลุ่มผู้ใหญ่จะใช้เวลาพักผ่อนนานกว่าและเลือกท่องเที่ยวยังแหล่งประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและได้รับความรู้ (Alain Decrop, 1999) ซึ่งมีความขัดแย้งกับการศึกษาของเนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (2538) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2537 ผลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในระดับบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการสัมภาษณ์ 3,706 ตัวอย่าง และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ระดับครัวเรือน 4,205 ครัวเรือน ผลการวิจัยที่ได้พบว่ากลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหลักที่เหมือนกัน คือ การไปพักผ่อน และเยี่ยมชมญาติ

ส่วนกลุ่มวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงทางหน้าที่การงานและสถานะทางสังคม อีกทั้งยังถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการความมั่นคงปลอดภัยสูง รวมไปถึงต้องการความสะดวกสบาย จึงมีรสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยการขับรถไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง และครอบครัว (McIntosh and Goeldner, 1989 : 126) ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบันนั้นยังมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและยังคงสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ และนิยมเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมถิ่นฐานเดิมของบรรพบุรุษเท่านั้น แต่ยังเป็นกลุ่มที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางด้วย เช่นต้องไม่เป็นการเดินทางที่เร่งรีบ หรือมีกิจกรรมในระหว่างการเดินทางมากนัก และกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปจะเป็นกลุ่มที่จะหาข้อมูลการเดินทางจากกลุ่มบุคคลรอบตัวมากกว่าจะใช้เทคโนโลยี ยกเว้นสื่อจากโทรทัศน์ที่มีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวัน (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 61) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุรพล ปธานวนิชและคณะ (ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์, 2544 : 26) พบว่าบุคคลเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้นมักไม่นิยมที่จะท่องเที่ยวแบบเสี่ยงภัยหรือต้องใช้กำลังกายมาก แต่นิยมการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย ตลอดจนสนใจในการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและโบราณสถานมากขึ้น และเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นจะนิยมท่องเที่ยวไปกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มอื่นที่ไปเที่ยวกับเพื่อน

1.2 เพศ (Sex) ในอดีตที่ผ่านมานักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538 : 11) จากการศึกษาวิจัยของนิตยสาร Sports Illustrated ในเรื่อง Role of the Husband and Wife in Air travel Decision พบว่า ฝ่ายชายเป็นคนริเริ่มว่าทั้งคู่ (สามีและภรรยา) ควรจะเดินทางท่องเที่ยว โดยภรรยาเห็นชอบด้วย 60 เปอร์เซ็นต์ของการเดินทาง ส่วนการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใดนั้นเป็นการตัดสินใจร่วมกัน โดยเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน 73 เปอร์เซ็นต์ ส่วนการเลือกสายการบินนั้นฝ่ายชายจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจ (เลิศพร ภาวะสกุล, 2540 : 38) โดยทั่วไปเพศชายจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจจากการทำงาน จากที่อยู่อาศัย เพื่อไปแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ในขณะที่เพศหญิงเลือกที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งที่ท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับสิ่งแวดล้อมเดิม และเป็นการไปพักผ่อนมากกว่า (Kathleen L. Butler, 1994) นอกจากนี้ยังพบว่าเพศชายนิยมที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทป่าเขา และน้ำตกมากกว่าเพศหญิง ส่วนเพศหญิงจะนิยมที่จะท่องเที่ยวทางทะเลมากกว่าผู้ชาย (สุรพล ปธานวนิชและคณะ อ้างในทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์, 2544 : 26) อย่างเช่นในการศึกษาเรื่องการเลือกสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจผู้หญิงของ Gail (1999) พบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกความสะดวกสบายและคู่มือมีรสนิยม รวมไปถึงการบริการที่ได้มาตรฐานจากพนักงาน อีกทั้งความเป็นมิตรและการให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในเรื่อง

ต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจที่เป็นผู้หญิง ได้อย่างมาก

1.3 การศึกษา (Education) การศึกษาจัดว่าเป็นอีกองค์ประกอบที่น่าสนใจเพราะเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กับคนเรา ดังนั้นการศึกษาจึงนับได้ว่าเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มที่ระดับการศึกษาที่สูง (อุดมศึกษา) จะมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอุดมศึกษา (เลิศพร ภาระสกุล, 2540 : 40) เช่นเดียวกับการศึกษาในอดีตชี้ให้เห็นว่าผู้ที่มีการศึกษาที่สูงขึ้นมีโอกาสดำเนินทางมากขึ้น ถึงแม้ว่าจะเป็นประชากรส่วนน้อยของประเทศ แต่มีสัดส่วนที่สูงมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้ที่มีอาชีพและตำแหน่งหน้าที่ตลอดจนรายได้ที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ (เนาวรัตน์ พลาชัยและคณะ, 2538 : 11) อีกประการหนึ่งคือ เมื่อคนเรามีการศึกษาเพิ่มขึ้นก็มักจะอาศัยการศึกษาเป็นส่วนช่วยผลักดันในการตัดสินใจและการศึกษาช่วยให้นักเดินทางศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 71) ในขณะที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีแรงกระตุ้นที่จะท่องเที่ยวยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ไปจากถิ่นที่อยู่เดิมและมีกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยว (Swarbrook and Horner, 1999 : 58) จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวออร์เวย์ ของ Arid Steen (McIntosh and Goelner, 1986 : 353) พบว่าระดับการศึกษาของประชากรชาวออร์เวย์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดอัตราส่วนของชาวออร์เวย์ที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นตามระดับการศึกษาที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

1.4 อาชีพ (Occupation) อาจทำให้เกิดความจำเป็นและความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการ นักธุรกิจจะมีการซื้อการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน (สุวรรณ กาญจนเมธากุล, 2542 : 71) หรือกลุ่มที่เป็นทหารก็มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีทหารของนาโตสังกัดอยู่ พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ที่คนออกเดินทางท่องเที่ยวคือต้องการหลีกเลี่ยงความเครียดจากการทำงาน หรือความน่าเบื่อ (Alain Decrop, 1999) จากการศึกษาของเนาวรัตน์ พลาชัย (2538) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ หรือเป็นพนักงานของรัฐวิสาหกิจมากที่สุด เนื่องมาจากเป็นอาชีพที่มีวันหยุด หรือต้องเดินทางไปต่างพื้นที่เพื่องานราชการ งานประชุม มากกว่าอาชีพอื่น รองลงมาคือกลุ่มลูกจ้าง ธุรกิจ ร้านค้า กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มพ่อค่านักธุรกิจ

1.5 รายได้ (Income) สำหรับการท่องเที่ยวที่รายได้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สำหรับที่พักแล้ว นักท่องเที่ยวยังต้องเสียเงินในการซื้อของที่ระลึก ค่าอาหารและเครื่องดื่มด้วย (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 69) และการใช้จ่ายเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวจะมากน้อยแค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับรายได้ ถึงแม้บางครั้งครอบครัวจะจำกัดการเงินเป็นแบบการเดินทางที่จะไม่ใช้จ่ายมากก็ตาม รวมไปถึงความบ่อยของการเดินทางและปริมาณของค่าใช้จ่ายเพื่อการเดินทางที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ยิ่งรายได้เพิ่มขึ้นการเดินทางท่องเที่ยวของครอบครัวก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น และคนที่จัดว่าร่ำรวยก็จะใช้จ่ายมากสำหรับทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยว หรือสถานที่พัก (เลิศพร ภาระสกุล, 2540 : 36) รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับไม่สูงมากนัก ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท รองลงมาคือ กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2538)

1.6 สถานภาพสมรส (Status) เป็นกลุ่มที่ใช้ในการตัดสินใจ เช่น กลุ่มโสดจะง่ายต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีครอบครัว จากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวปี 2547 (เพ็ญแข ศิริวรรณ, 2548 : 29) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นโสด และนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบริษัทนำเที่ยวและเดินทางมาเอง

2. อิทธิพลของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล ๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดความสนใจก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้น นั่นแสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่ นักท่องเที่ยวเลือกที่เดินทางไป ต้องมีสิ่งดึงดูดที่นอกเหนือจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน หรือร้านอาหาร (วรรณ วลัยวาณิช, 2546 : 60) ประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณี ที่มีลักษณะเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ (ชยากรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2532 : 26) ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน น้ำตก ภูเขา ทะเล หาดทราย ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิต สินค้าพื้นเมือง ฯลฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529)

การที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวสักแห่ง นอกจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวองค์ประกอบขั้นพื้นฐาน (ถนน รถไฟ การคมนาคม) และสิ่งอำนวยความสะดวก (โรงแรม ร้านอาหาร ปั้มน้ำมัน) ยังต้องมีการนำเสนอข้อมูลหรือการนำเสนอภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เพื่อเป็นการชักจูงหรือให้เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Cee Goossens, 2000)

จากงานวิจัยของ เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และเมื่อพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวจำแนกตามรายการ พบว่า คนไทยนิยมที่จะไปเที่ยวในภาคเหนือมากที่สุด รองลงมาคือภาคกลาง ได้ กรุงเทพฯ และภาคตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ กาญจนา เชื้อนแก้ว (2547) ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวทางภาคเหนือ เพราะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสุดท้ายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวประเภทสุดท้ายนี้ ได้มีผู้ทำการศึกษาโดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม (ฉัตรสุดา อุ้ฉื้อย ,2546) พบว่า สาเหตุในการเดินทางไปท่องเที่ยวเป็นเพราะโบราณสถานเวียงกุมกามมีความที่ใกล้ตัวเมืองสามารถเดินทางไปได้เองในระยะเวลาสั้นๆ เป็นการท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว และมีบริการรถรับส่ง อีกทั้งต้องการทราบถึงประวัติความเป็นมาของเมืองเวียงกุมกาม แต่ในการศึกษาของชินวัตร อรรถเวทิน (2545) พบว่าประชากรในจังหวัดเชียงใหม่เลือกเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะทะเลมากที่สุด และเป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวไปเพื่อพักผ่อน

Berendien Lubbe (1998) ได้ศึกษาหัวข้อ Primary Image Construction ของ Chon พบว่านักท่องเที่ยวชาวอาหรับในซาอุดีอาระเบียมีความตระหนักในภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าและเลือกที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นภาษา วิถีชีวิต อาหาร ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้พวยพที่ส่วนใหญ่เป็นชาวปากีสถาน, อินเดีย, ศรีลังกา และอินเดีย นั้นไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากกว่า เพื่อต้องการพบเจอสิ่งแปลกใหม่ และเป็นการสร้างประสบการณ์ที่คนไม่เคยสัมผัส

2.2.2 กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวจะมีการตัดสินใจเป็นกระบวนการต่างๆ ขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวคนนั้นมีความคุ้นเคยกับวิธีการเดินทางและสถานที่ที่ไปมากน้อยแค่ไหน หากเป็นผู้ที่เดินทางบ่อย มีความคุ้นเคยกับสถานที่เป็นอย่างดี กระบวนการตัดสินใจก็อาจจะลดลง ใช้เวลาในการตัดสินใจเร็วขึ้น (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 99) กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

(1) การรับรู้ความต้องการ (Problem recognition) การที่ผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว

ตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่แท้จริง (Actual state) ของตน และสถานะที่ปรารถนา (Desire state) เริ่มต้นด้วยความต้องการที่จะเดินทาง ต้องการที่จะเปลี่ยนบรรยากาศจากความซ้ำซาก จำเจ หรือบรรยากาศรอบข้างที่คุ้นเคยไปยังที่แปลกใหม่ ซึ่งความต้องการที่จะเดินทางเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ จากภายในตัวผู้เดินทางเอง (Internal factors) เช่น อยากที่จะพักผ่อนจากงานที่ทำอยู่ทุกวัน ซึ่งทำให้เกิดความเบื่อหน่าย จึงอยากที่จะหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ด้วยการไปพักผ่อนประจำปียังสถานที่ต่างๆ หรือในบางครั้งความต้องการภายใน อาจเกิดจากความอยากที่จะให้คนรอบข้าง ยกย่อง จึงเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น การเดินทางรอบโลก การเดินทางเพื่อไปเล่นสกีตามสถานที่ที่มีชื่อเสียง เป็นต้น และจากสิ่งเร้าภายนอก (External factors) สิ่งเร้าต่างๆ ภายนอกที่ทำให้คนเกิดความต้องการที่จะเดินทาง (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 99) และความต้องการที่ทำให้คนอยากเดินทาง จะต้องมีความพร้อมด้านเวลา วันหยุดที่ติดต่อกัน กำลังทรัพย์ และปัจจัยด้านอื่นๆ ที่จำเป็น (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2532 : 23)

(2) การค้นหาข้อมูล (Information search) ผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยวที่ได้รับการกระตุ้น

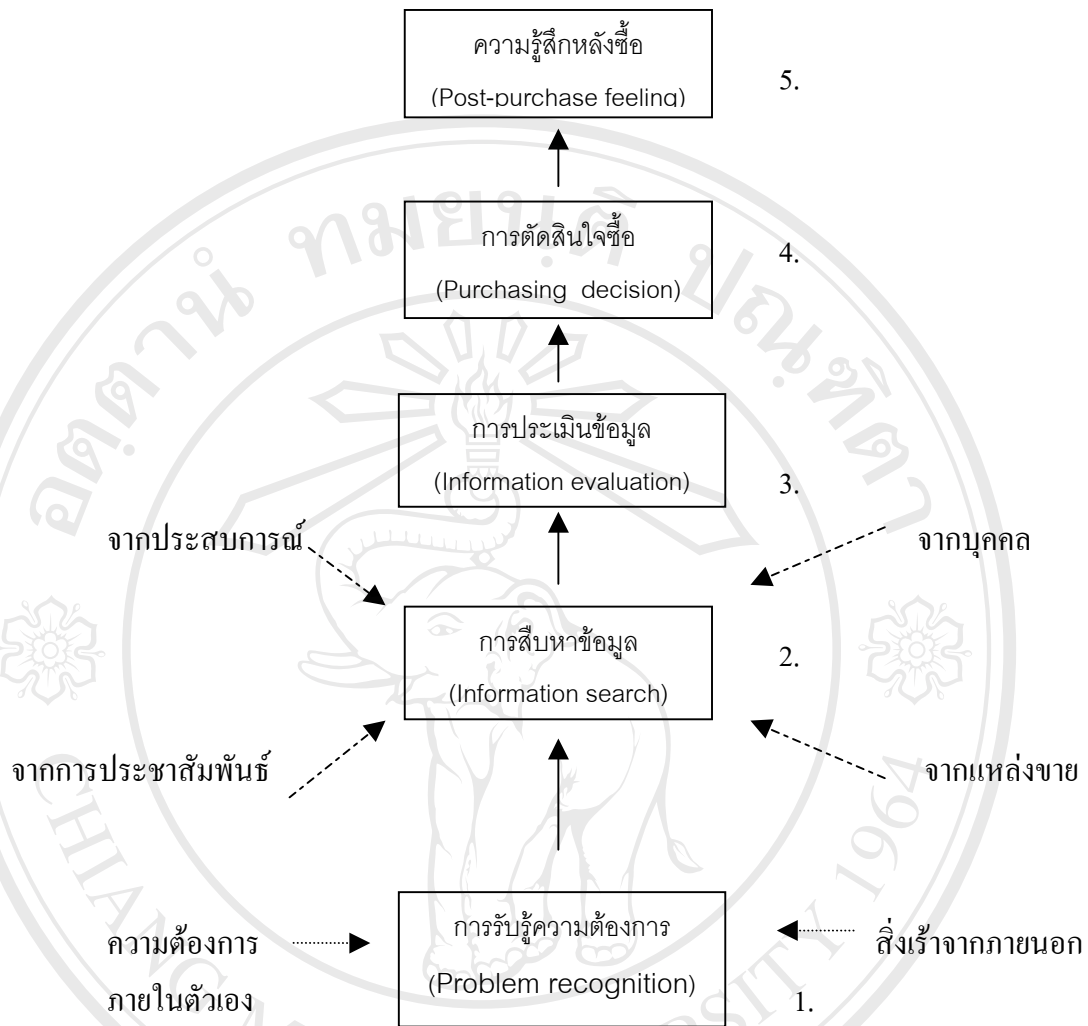
อาจจะเสาะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ก็ได้ ถ้าแรงขับของผู้ที่จะเดินทางมีมากก็มักจะซื้อทันที ในการเสาะหาข้อมูลสามารถหาได้จากหลายแหล่ง จากกลุ่มบุคคล (Personal sources) เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ญาติ จากแหล่งขาย (Commercial sources) เช่น บริษัทนำเที่ยว จากประสบการณ์ (Experiential sources) ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวเอง และจากสื่อการประชาสัมพันธ์ (Public sources) เช่น นิตยสารการท่องเที่ยว บทความในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น (วารุณี ดันติวงศ์วานิช, 2545 : 106) แต่ข้อมูลที่มีผลโดยตรงต่อผู้ที่จะเดินทางมากที่สุด คือข้อมูลจากบุคคลต่างๆ โดยการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการหรือเกิดการบอกแบบปากต่อปาก (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 100) ส่วนข้อมูลที่

ได้จากแหล่งสื่อประชาสัมพันธ์นั้น ผู้ที่จะเดินทางจะได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดแต่แหล่งบุคคลจะเป็นผู้ช่วยในการประเมินข้อมูลให้กับผู้ที่จะเดินทางท่องเที่ยว

(3) **การประเมินทางเลือก (Information evaluation)** เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเสาะแสวงหาข้อมูลเพื่อหาทางเลือกและเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของราคา สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างการเดินทาง โดยต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะได้รับมากที่สุด (Les Lumsdom, 1997 : 46) โดยปกติในการประเมินทางเลือกของผู้ที่จะเดินทางจะใช้การพิจารณาอย่างรอบคอบและอย่างมีเหตุมีผล หรือบางทีอาจจะประเมินน้อยมากแต่เป็นการเลือกจากการรับรู้ทางจิตสำนึกหรือตามสัญชาตญาณ โดยการอาศัยคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว

(4) **การตัดสินใจซื้อ (Choice of purchase)** หลังจากการรับรู้ความต้องการหรือได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว รวมไปถึงวิธีการชำระเงิน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2546 : 46) อีกทั้งการในการตัดสินใจซื้อยังขึ้นอยู่กับทัศนคติทั้งทางบวกและทางลบของบุคคลที่สามารถจะเปลี่ยนแปลงความตั้งใจของผู้ที่จะเดินทางได้ (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 102) รวมไปถึงสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านเวลา หรือสภาวะทางการเงินของผู้ที่จะเดินทาง ถ้าเกิดมีปัญหาแบบกะทันหัน เช่นการตกงาน ก็เป็นสาเหตุที่จะทำให้ยกเลิกการเดินทางได้ (Les Lumsdom, 1997 : 46)

(5) **ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post-purchase feeling)** เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสหรือรับรู้ด้วยตนเอง ความรู้สึกพอใจจะมีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ส่วนความไม่พอใจอาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งที่ได้ไปพบเห็นนั้นตรงกันข้ามกับสิ่งที่คาดหวังไว้ หรือจากสิ่งที่ผู้ขายโฆษณาไว้ เช่นน้ำทะเลที่สกปรก ชายหาดที่ไม่ขาวสะอาด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และเป็นการยากที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวอีก ขณะเดียวกันก็จะมีกรบอกต่อให้บุคคลที่ใกล้ชิดได้รับรู้ข้อมูลที่ตนได้ไปประสบมา (ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 103)



แผนภูมิ 2.2 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

ที่มา : ทักษิณา คุณารักษ์, 2546 : 103

ในการจะตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกสถานที่พักโรงแรมหรือเลือกวิธีการเดินทาง นั้น ต้องผ่านกระบวนการในการตัดสินใจต่างๆตามขั้นตอน ก่อนที่จะได้การตัดสินใจในขั้นสุดท้าย ซึ่งการตัดสินใจจะใช้เวลามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว บางครั้ง ประสบการณ์ในอดีตก็มีส่วนช่วยที่จะใช้ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวให้ง่ายและเร็วขึ้น

บทที่ 3

สภาพพื้นที่ในการศึกษา

จากสภาพภูมิประเทศลำปางอยู่ภายใต้ขุนเขาฝืนน้ำซึ่งมีความยาว 412 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ตอนกลางและตอนบนไว้เกือบทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำวังรายล้อมยาว 382 กิโลเมตร เป็นสายน้ำแห่งชีวิตที่หล่อเลี้ยงผู้คนมาเป็นเวลาอันยาวนาน เขตลางันครดินแดนเก่าแก่นี้มีผู้คนอาศัยตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์เคยเกิดปรากฏการณ์ภูเขาไฟระเบิดลาวาไหลป่าท่วมทับถมแม่น้ำทั้งสาย ทิ้งร่องรอยปล่องภูเขาไฟไว้ 3 ปล่อง ในอำเภอแม่เมาะ ทำให้ดินแดนแห่งนี้มีแหล่งถ่านหินลิกไนต์ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย นอกจากนี้ลำปางยังขึ้นชื่อในฐานะที่มีแหล่งดินขาวมากที่สุดเหมาะสำหรับทำเครื่องเคลือบดินเผาคุณภาพดี โรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกจึงสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดลำปาง เป็นอย่างมาก

นอกจากทรัพยากรธรรมชาติอันหลากหลายแล้ว ลำปางยังมีศาสนสถาน โบราณสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่นวัดพระธาตุลำปางหลวง อยู่ในบริเวณชานเมืองเก่า มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ และลำปางได้ชื่อว่าเป็น “เมืองรถม้า” เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดซึ่งถือเป็นเสน่ห์และสีสันที่กล่าวขวัญกันมาก และยังคงอนุรักษ์ไว้จนถึงทุกวันนี้ (จนกาล มาตยศิริ, 2542 : 9)

สภาพพื้นที่ในการศึกษา

3.1. ลักษณะทางกายภาพ

3.1.1. ขนาดและที่ตั้ง (เทศบาลนครลำปาง, 2549 : ออนไลน์)

เทศบาลนครลำปาง ตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 602 กิโลเมตร อยู่ในท้องที่อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีพื้นที่ 22.17 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 8 ตำบล โดยมีพัฒนาการและรายละเอียด ดังนี้

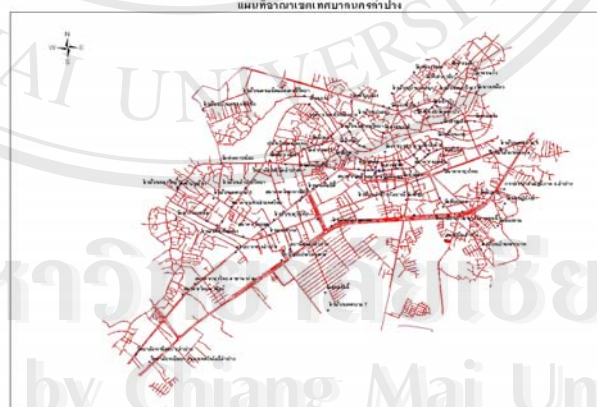
1. ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2478 มีพื้นที่ 10.86 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลสวนดอก ตำบลเวียงเหนือ ตำบลหัวเวียง และตำบลสบตุ๋ย

2. วันที่ 24 ตุลาคม 2534 มีพระราชกฤษฎีกาเปลี่ยนแปลงเขตเทศบาลเมืองลำปาง ให้ขยายเขตเทศบาลเมืองลำปางเพิ่มขึ้น 11.31 ตารางกิโลเมตร รวมกับพื้นที่ใหม่เป็น 22.17 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 8 ตำบล คือ 4 ตำบลเดิม และบางส่วนของตำบลป่อแฮ้ว บางส่วนของตำบลชมพู บางส่วนของตำบลพระบาท และบางส่วนของตำบลพิชัย (ตารางที่ 2) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 อาณาเขตและพื้นที่เทศบาลนครลำปาง

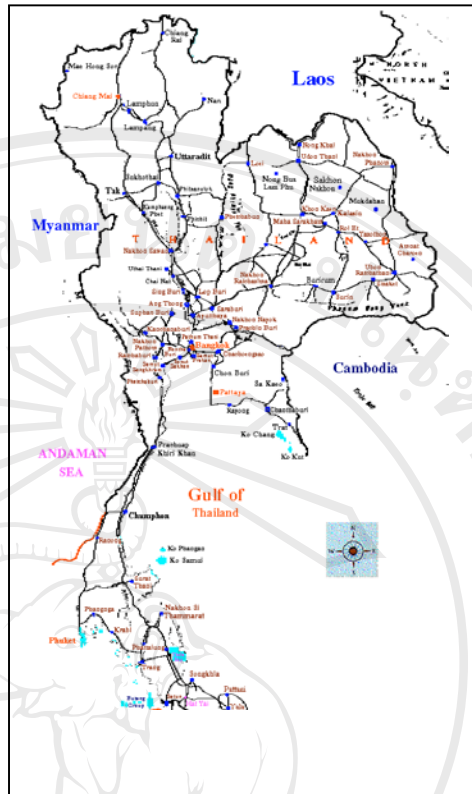
พื้นที่ทั้งตำบล (เดิม)	พื้นที่ (ตร.กม.)	พื้นที่บางส่วนของตำบล (ใหม่)	รวมพื้นที่ (ตร.กม.)
1.สวนดอก	10.86	1. ป่อแฮ้ว	1.16
2. เวียงเหนือ	10.86	2. ชมพู	3.80
3. หัวเวียง	10.86	3. พระบาท	6.13
4. สบตุ๋ย	10.86	4. พิชัย	0.22

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลพิชัย
 ตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลพระบาทและตำบลพิชัย
 ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลป่อแฮ้วและตำบลชมพู
 ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลพระบาท



แผนที่ 3.1 อาณาเขตเทศบาลนครลำปาง

ที่มา : เทศบาลนครลำปาง (ออนไลน์)



แผนที่ 3.2 แผนที่ประเทศไทย

ที่มา : แผนที่ประเทศไทย (ออนไลน์)

3.1.2. สภาพภูมิประเทศ (เทศบาลนครลำปาง , 2549 : ออนไลน์)

เทศบาลนครลำปาง เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในเขตชุมชนเมือง ลักษณะพื้นที่ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของแอ่งกระทะ โดยมีพื้นที่ทางด้านเหนือของแม่น้ำวังมีระดับสูงกว่าพื้นที่ดินด้านทิศใต้ และลาดเอียงสู่มแม่น้ำวัง ซึ่งไหลผ่านกลางใจเมือง จากทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ไปยังทิศตะวันตกเฉียงใต้ แบ่งพื้นที่เป็น 2 ฝั่ง ฝั่งซ้ายประกอบด้วย ตำบลสวนดอก ตำบลหัวเวียง ตำบลสบตุ๋ย ตำบลชมพู ตำบลพิชัย และตำบลพระบาท ฝั่งขวาประกอบด้วย ตำบลเวียงเหนือและตำบลบ่อแฮ้ว พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบดินตะกอนเก่าและที่ระดับตะกอนใหม่ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ดี เหมาะแก่การเพาะปลูก

เขตตำบลเวียงเหนือและตำบลหัวเวียง ในอดีตเคยเป็นที่ตั้งเมืองเก่าคือ เมืองเขลางค์นคร รุ่นที่ 1 - รุ่นที่ 3 มีอายุเก่าแก่กว่า 1,300 ปี ปัจจุบันยังมีร่องรอยซากโบราณสถานให้เห็นทั่วไป เช่น เจดีย์ แนวกำแพงเมืองโบราณ และคูเมืองเก่า เป็นต้น

3.1.3. สภาพภูมิอากาศ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2548 : ออนไลน์)

จากลักษณะพื้นที่ของจังหวัดที่เป็นแอ่งคล้ายก้นกะทะ จึงทำให้อากาศร้อนอบอ้าวเกือบตลอดปี ฤดูร้อนร้อนจัด และหนาวจัดในฤดูหนาว อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี มีค่าอยู่ในช่วง 26.15 องศาเซลเซียส ถึง 27.43 องศาเซลเซียส อุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุดจะอยู่ในช่วง 17.8 – 18.4 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดจะอยู่ในช่วง 36.77 – 38.22 องศาเซลเซียส

3.1.4 การคมนาคมและขนส่ง (หอการค้าจังหวัดลำปาง, 2548 : ออนไลน์)

จังหวัดลำปางเป็นศูนย์กลางคมนาคมทางภาคเหนือที่สำคัญ เนื่องจากมีทางหลวงหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธินสายตาก-เชียงใหม่) มาตัดกับทางหลวงหมายเลข 11 (เด่นชัย-เชียงใหม่) เป็นชุมทางรถไฟสำหรับรถที่ต้องผ่านไปจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งเป็นสถานีต้นทาง และมีท่าอากาศยานภายในประเทศ

ทางรถยนต์

ทางรถยนต์ส่วนตัว จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 ถึงกิโลเมตรที่ 52 แยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 32 ผ่านอุรุยา ชัยนาท เข้านครสวรรค์ แล้วแยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 1 ผ่านกำแพงเพชร ตาก ตรงเข้าสู่จังหวัดลำปาง รวมระยะทางทั้งสิ้น 599 กิโลเมตร (สี่ช่องทางจราจรตลอดเส้นทาง) ใช้เวลาเดินทางประมาณ 7 ชั่วโมง หรือใช้เส้นทางสายใหม่ แยกจากอินทร์บุรี ผ่านพิษณุโลก อุตรดิตถ์ เด่นชัย เข้าลำปางก็ได้

ทางรถโดยสารประจำทาง บริษัทขนส่งจำกัด จัดบริการรถโดยสารธรรมดาและปรับอากาศไปลำปางทุกวัน

ทางรถไฟ

เส้นทางเดินทางด้วยรถไฟสายเหนือจากกรุงเทพฯ ซึ่งปัจจุบันไปสิ้นสุดที่เชียงใหม่ นั้นจะผ่านจังหวัดลำปางทุกขบวน เพราะก่อนที่จะตัดทางรถไฟไปถึงเชียงใหม่ ทางรถไฟจะตัดมาจังหวัดลำปาง เมื่อปี พ.ศ. 2458 ก่อนที่จะเริ่มทำการเจาะอุโมงค์รถไฟที่ลำขุนตานแล้วจึงทะลุผ่านไปเชียงใหม่ได้ ซึ่งแต่ละขบวนรถไฟจะผ่านอำเภอแม่เมาะ อำเภอเมืองลำปาง และอำเภอห้างฉัตร ซึ่งเป็นช่วงตอนกลางของจังหวัดลำปางทั้งสิ้น (ชนกาล มาตยศิริ, 2542 : 49)

การเดินทางโดยรถไฟสายเหนือจากกรุงเทพฯ ถึงจังหวัดลำปางมีระยะทาง 625 กิโลเมตร และสามารถต่อไปถึงสถานีปลายทางที่จังหวัดเชียงใหม่อีก 88 กิโลเมตร โดยในปี 2544 สถิติการให้บริการ ผู้โดยสาร เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ร้อยละ 5.29 เป็น 248,907 คน

ทางเครื่องบิน

ลำปาง มีสนามบินอยู่ที่อำเภอเมืองลำปาง โดย เมื่อเดือนพฤศจิกายน บริษัท PB AIR ได้เปิดให้บริการสายการบิน แทนบริษัทการบินไทย จากลำปาง- กรุงเทพฯ และกรุงเทพฯ – ลำปาง ทุกวันๆ ละ 2 เที่ยวบิน

3.2. โครงสร้างเศรษฐกิจและระบบการเงิน (เทศบาลนครลำปาง, 2549 : ออนไลน์)

โครงสร้างทางเศรษฐกิจของเทศบาลนครลำปาง ส่วนใหญ่เป็นสาขาอุตสาหกรรม มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เซรามิกซึ่งสามารถพัฒนาให้มีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ และสาขาพาณิชย์กรรม การค้าส่งและค้าปลีก ยังคงเติบโตอย่างสม่ำเสมอ เช่นเดียวกับสาขาบริการที่มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากประชาสัมพันธ์ของทางราชการ มีมากขึ้น ส่วนการพึ่งพิงสาขาการเกษตรมีน้อยมาก เนื่องจากมีพื้นที่ทำการเกษตรค่อนข้างน้อย

ปี 2547 ที่ผ่านมา เศรษฐกิจจังหวัดลำปางโดยภาพรวมมีการขยายตัวดีพอสมควร คาดว่ามีอัตราการขยายตัวในระดับร้อยละ 5.5 - 6 ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า เนื่องจากอุตสาหกรรมสำคัญของจังหวัดที่ผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่ อุตสาหกรรมเซรามิก อุตสาหกรรมไม้ยางพาราแปรรูป และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ถูกกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาทที่แข็งตัวขึ้นจากปี 2546 และต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาสูงขึ้น เช่น ก๊าซที่ใช้เป็นเชื้อเพลิง ไม้ยางพารา สืบเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางภาคใต้ และการส่งออก ไปให้คู่แข่ง เป็นต้น มูลค่าการค้าขยายตัวได้ดีพอสมควร โดยภาพรวมขยายตัวประมาณร้อยละ 12.77 ผลผลิตด้านการเกษตรอยู่ในภาวะทรงตัวเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า แม้ว่าราคาผลผลิตจะเพิ่มสูงขึ้น แต่ผลผลิตไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นมากนัก การลงทุน ภาครัฐลดน้อยลง โดยบลงทุนภาครัฐที่จัดสรรให้จังหวัดลำปาง และการเบิกจ่ายลดลง ร้อยละ 8.56 และ 8.13 ตามลำดับ จากปีงบประมาณก่อนหน้า ภาวะค่าครองชีพ (ดัชนีราคาผู้บริโภค) เพิ่มสูงขึ้นจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 5.5 โดยสรุปภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดลำปาง ปี 2547 เป็นรายสาขาที่สำคัญ (อ้างในสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดลำปาง, 2548) ดังนี้

3.2.1. ภาคเกษตร

ภาคเกษตรของจังหวัดลำปาง ปีการผลิต 2546/2547 ขยายตัวประมาณ ร้อยละ 2.5 - 3 พืชเกษตรที่สำคัญ ของจังหวัดลำปาง ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ สับปะรด อ้อย

- ข้าว ปีการผลิต 2546/47 จังหวัดลำปาง มีผลผลิตข้าวเปลือกนปี 266,020 ตัน ลดลงจากปีการผลิตก่อนหน้า (286,585 ตัน) ร้อยละ 2.94 โดยแยกเป็นข้าวเปลือกเจ้า 16,270 ตัน และ

ข้าวเปลือกเหนียว 249,750 ตัน มูลค่าผลผลิตข้าว ประมาณ 1,803.29 ล้านบาท ราคาข้าวเปลือกในปี 2547 มีราคาก่อนข้างสูง โดยข้าวเปลือกเจ้าในจังหวัดลำปางเฉลี่ยตันละ 8,545 บาท และข้าวเปลือกเหนียวราคาเฉลี่ย ตันละ 6,664 บาท โดยราคาเฉลี่ยต่อตันสูงขึ้นร้อยละ 12.95 และ 11.19 จากปีก่อนหน้าตามลำดับ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการแทรกแซงตลาดตามนโยบายช่วยเหลือเกษตรกรของรัฐบาล

- **ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์** ปีการผลิต 2546/47 จังหวัดลำปางมีผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 52,600 ตัน เพิ่มจากปีการผลิตก่อนหน้า (50,850 ตัน) ร้อยละ 3.53 ราคาโดยราคาเฉลี่ยที่เกษตรกรขายได้ กก.ละ 3.75 บาท ผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จังหวัดลำปางมีมูลค่าประมาณ 197.25 ล้านบาท เพิ่มสูงจากปีก่อนหน้า (191.71 ล้านบาท) ประมาณร้อยละ 2.89 ราคาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในปีนี้ โดยเฉพาะในช่วงปลายฤดู มีราคาเพิ่มสูงขึ้นมากแม้ว่าจะมีโรคไข้หวัดนกกระบาดก็ตาม เป็นเพราะโรงงานอาหารสัตว์และไซโลขนาดใหญ่ได้ส่งออกข้าวโพดส่วนหนึ่ง เนื่องจากไม่มั่นใจปริมาณการใช้ของโรงงานผลิตอาหารสัตว์ในประเทศ เพราะการระบาดของโรคไข้หวัดนก

- **สับปะรด** ปีการผลิต 2546/47 จังหวัดลำปาง มีผลผลิตสับปะรด 47,172 ตัน ผลผลิตเพิ่มขึ้นจากปีการผลิตก่อนหน้า (45,530 ตัน) ร้อยละ 3.61 มูลค่าการผลิตประมาณ 167.93 ล้านบาท โดยราคาสับปะรด เฉลี่ย กก.ละ 3.56 เป็นอีกปีหนึ่งที่เกษตรกรจังหวัดลำปางสามารถขายสับปะรดได้ในราคาสูง หรือมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.38

- **อ้อย** ผลผลิตอ้อยจังหวัดลำปางปีการผลิต 2546/47 ผลผลิตรวม 208,733.640 ตัน มูลค่าประมาณ 130.46 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปีการผลิต 2545/46 ผลผลิต 297,539.58 ตัน มูลค่า 171.38 ล้านบาท ผลผลิตและมูลค่าลดลงร้อยละ 23.88 ตามลำดับ

ผลผลิตน้ำตาลปีการผลิต 2546/47 จำนวน 213.82 ตัน เปรียบเทียบกับผลผลิตน้ำตาลปี 2545/46 จำนวน 288.1 ตัน ผลผลิตน้ำตาลลดลงร้อยละ 25.78

ตารางที่ 3.2 ภาคการค้าและอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม การค้า	ปีงบประมาณ 2546 ล้านบาท	ปีงบประมาณ 2547 ล้านบาท	การเปลี่ยนแปลง ร้อยละ
มูลค่าการค้ารวม	24,626.71	27,771.45	12.77
จำหน่ายในประเทศ	23,679.49	26,775.16	13.07
ส่งออก	947.22	996.29	5.18
เซรามิก	2,400.46	2,633.07	9.69
จำหน่ายในประเทศ	1,101.11	1,163.44	5.66
ส่งออก	1,299.35	1,469.63	13.11
ไม้แปรรูปและไม้ยางพารา	1,251.57	1,245.90	- 0.45
จำหน่ายในประเทศ	406.54	412.26	1.41
ส่งออก	845.03	833.64	- 1.35
อาหารแปรรูป	794.24	671.17	- 15.50
จำหน่ายในประเทศ	778.85	665.54	- 14.55
ส่งออก	15.39	5.63	- 63.40
อุตสาหกรรมอื่น ๆ	587.29	639.45	8.89
จำหน่ายในประเทศ	533.53	593.48	11.24
ส่งออก	53.70	45.97	- 14.40
การค้าส่งและค้าปลีก	21,993.67	25,214.94	14.65
ในประเทศ	21,960.57	25,103.88	14.31
ส่งออก	33.10	111.06	235.56

ที่มา : สำนักงานสรรพากรเขตพื้นที่ลำปาง (อ้างในสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2548)

มูลค่าการค้าทั่วไปรวมของจังหวัดลำปาง ปี 2547 มีมูลค่า 27,771.455 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 12.77

อุตสาหกรรมที่สำคัญ ๆ ของจังหวัดลำปาง ได้แก่ อุตสาหกรรมเซรามิก อุตสาหกรรมแปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ยางพารา อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และอื่น ๆ

- อุตสาหกรรมเซรามิก ปี 2547 มูลค่าเซรามิกจังหวัดลำปางรวม 2,633.07 ล้านบาท เป็นมูลค่าการค้าจำหน่ายในประเทศ 1,163.44 ล้านบาท และจำหน่ายในต่างประเทศ 1,469.63 ล้านบาท เปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า มูลค่ารวม เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.69

- อุตสาหกรรมแปรรูปไม้และไม้ยางพารา ปี 2547 มูลค่าการผลิต 1,245.900 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 0.45

- **อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร** มูลค่าการผลิต รวม 671.173 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 15.5

ภาคการปศุสัตว์ จำนวนปศุสัตว์ในจังหวัดลำปาง ชนิดของปศุสัตว์ส่วนใหญ่เป็นการเลี้ยงไก่ ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คือ 1,263,860 ตัว รองลงมาเป็นการเลี้ยงโค มีจำนวน 174,711 ตัว สุกร จำนวน 94,700 ตัว เป็ด จำนวน 33,201 ตัว นอกเหนือจากนั้นเป็นการเลี้ยง กระบือ นกกระทา แพะ นกกระทาจอกเทศ ช้าง ห่าน กวาง และม้า (สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง, 2548)

3.2.2. การเงิน

สาขานาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง ปี 2547 จำนวน 33 สาขา เพิ่มจากปี 2546 จำนวน 2 สาขา โดยมียอดเงินฝากและเงินสินเชื่อ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2547

อย่างไรก็ตาม ในช่วง 11 เดือนแรกของปี 2547 ปริมาณเงินฝากทุกประเภทเฉลี่ยเดือนละ 18,425 ล้านบาท และอัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก เฉลี่ย ร้อยละ 55.26 ในขณะที่ช่วงระยะเวลาเดียวกันปี 2546 เฉลี่ยปริมาณเงินฝากเดือนละ 19,405 ล้านบาท อัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก ร้อยละ 53.31 แสดงว่า ในปี 2547 ปริมาณเงินฝากลดลงแต่ปริมาณเงินสินเชื่อเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับเงินฝาก

ในช่วง 3 ไตรมาสแรกของปี 2547 สินเชื่อเพื่อการบริโภคยังอยู่ในระดับสูงกว่าหมวดสินเชื่อประเภทอื่น รองลงมาได้แก่สินเชื่อเพื่อการผลิต

3.2.3 ดัชนีราคาค่าครองชีพ (อัตราเงินเฟ้อ) (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง, 2548 : ออนไลน์)

ตั้งแต่ มกราคม-พฤศจิกายน 2547 ดัชนีราคาผู้บริโภค เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปี 2546 ร้อยละ 5.5 โดยดัชนีราคาผู้บริโภคในปี 2546 อยู่ที่ร้อยละ 102.5 ในปี 2547 อยู่ที่ระดับร้อยละ 108.0

ทั้งนี้ สินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าหมวดอื่น ๆ เพิ่มขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 10.9 และ 1.5 ตามลำดับ

เหตุที่อัตราค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น เป็นผลมาจากการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ และราคา สินค้าเกษตรที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลต่อสินค้าหมวดอาหารที่เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าว

ตารางที่ 3.3 ดัชนีราคาผู้บริโภคจังหวัดลำปาง

เดือน / หมวด ปี	ดัชนีรวม			หมวดอาหารและ เครื่องดื่ม			หมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ อาหารและเครื่องดื่ม		
	2545	2546	2547	2545	2546	2547	2545	2546	2547
มกราคม	98.5	101.5	107.0	98.5	101.5	107.0	98.5	101.6	101.6
กุมภาพันธ์	98.5	101.0	108.7	98.5	101.0	108.7	98.7	102.0	101.7
มีนาคม	98.3	100.5	111.2	98.3	100.5	111.2	99.2	101.9	101.7
เมษายน	99.0	102.8	116.1	99.0	102.8	116.1	100.2	101.8	101.7
พฤษภาคม	99.2	105.1	116.1	99.2	105.1	116.1	100.6	101.3	102.1
มิถุนายน	100.4	105.0	116.6	100.4	105.0	116.6	99.8	100.2	102.6
กรกฎาคม	100.4	104.7	116.7	100.4	104.7	116.7	100.2	100.5	102.9
สิงหาคม	100.4	105.4	116.9	100.4	105.4	116.9	100.1	101.2	103.2
กันยายน	101.0	106.4	118.9	101.0	106.4	118.9	100.1	101.0	103.9
ตุลาคม	102.6	106.7	120.4	102.6	106.7	120.4	101.2	100.6	104.1
พฤศจิกายน	101.4	105.5	117.1	101.4	105.5	117.1	100.7	101.0	103.8
ธันวาคม	100.3	106.1	108	100.3	106.1	115.2	100.7	101.5	103.0
เฉลี่ย	100.0	102.5	108.0	100.0	104.2	115.1	100.0	101.2	102.7

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง

3.2.5 ดัชนีคุณภาพชีวิต (หอการค้าจังหวัดลำปาง, 2548 : ออนไลน์)

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของ United Nation Development Program (UNDP) ได้
ข้อเสนอว่าการวัดระดับการพัฒนาประเทศควรวัดในรูปของ การพัฒนาคุณภาพชีวิต 3 ตัวแปร คือ
อายุขัยเฉลี่ย การศึกษา และรายได้ต่อหัว เรียกว่าดัชนีคุณภาพชีวิต แบ่งเป็น 3 ระดับ

คุณภาพชีวิตระดับสูงมีค่า HDI ตั้งแต่ 0.800-1.000

คุณภาพชีวิตระดับกลางมีค่า HDI ตั้งแต่ 0.500-0.799

คุณภาพชีวิตระดับต่ำมีค่า HDI ตั้งแต่ 0.000-0.499

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดทำดัชนีคุณภาพชีวิต
ของคนไทยขึ้นตามแนวความคิดพื้นฐานของ UNDP ดังกล่าว เพื่อเป็นเกณฑ์วัดระดับคุณภาพชีวิต
ของคนไทยระดับภาพรวมทั้งประเทศ ภาค จังหวัด เขต เมือง และชนบท สำหรับดัชนีคุณภาพชีวิต

ของคนไทยในชนบทคำนวณจากข้อมูล กชช.2ค.ผนวก จปฐ.13 ตัวแปร แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือน้ำดื่ม น้ำใช้ สาธารณสุข การศึกษา ไฟฟ้า ที่อยู่อาศัย และการคมนาคม

ดัชนีคุณภาพชีวิตของคนจังหวัดลำปาง จัดอยู่ในระดับกลาง คือ มีดัชนีคุณภาพชีวิตเท่ากับ 0.6710 เป็นอันดับที่ 4 ของภาคเหนือ และอันดับที่ 29 ของประเทศ

3.3. โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม

3.3.1. ประวัติจังหวัดลำปาง

จังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดที่มีอายุเก่าแก่ไม่น้อยกว่า 1,300 ปี มีชื่อเรียกขานกัน หลายชื่อ ซึ่งปรากฏหลักฐานตามตำนานต่าง ๆ รวม 11 ชื่อ ได้แก่ กุกกุกนคร ลัมภกับปะนกร ศรีนครชัย นครเวียง คอกัว เวียงดิน เขลางค์นคร นครลำปางคำเขลางค์ อาลัมภางค์ เมืองลคอร และเมืองนครลำปาง จากการที่เรียกขานกันว่า “กุกกุกนคร” แปลว่า เมืองไก่ ดังนั้นตราประจำจังหวัดลำปาง คือ “ไก่ขาว”

จังหวัดลำปาง สร้างเมื่อ พ.ศ. 1223 จากหนังสือพงศาวดารโยนก กล่าวว่า ‘สุพรหมฤาษี’ สร้างเมืองเพื่อให้ เจ้าอนันตยศ โอรสพระนางจามเทวี ครองคู่กับเมืองหริภุญชัย (ลำพูน) ให้ชื่อเมืองว่า “นครเขลางค์” ต่อมาเปลี่ยนเป็น “นครอาลัมภางค์” และเปลี่ยนชื่อเป็น ‘นครลำปาง’ ในภายหลัง ในสมัยโยนกเชียงแสน นครลำปางเคยตกอยู่ภายใต้อำนาจของขอม และเคยเป็นเมืองประเทศราชของพม่าและเมืองเชียงใหม่ ในสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี “เจ้าทิพย์ช้าง” สามารถขับไล่พวกพม่าออกจากเมืองลำปางได้สำเร็จ จึงได้รับสถาปนาเป็น “พระยาสุวโลไชยสงคราม” ขึ้นครองนครลำปางในปี พ.ศ. 2279

ในปี พ.ศ. 2307 “เจ้าแก้วฟ้า” พระโอรสของเจ้าทิพย์ช้างได้ขึ้นครองนครลำปาง และเป็นต้นตระกูล ณ ลำปาง ณ ลำพูน รวมทั้ง ณ เชียงใหม่ ในเวลาต่อมา และมี “เจ้าบุญวาทย์วงศ์มานิต” เป็นผู้ครองนครลำปางองค์สุดท้าย

จังหวัดลำปางได้ประกาศจัดตั้งเป็นจังหวัด ในปี พ.ศ. 2435 (สมัยรัชกาลที่ 5) โดยขึ้นอยู่กับมณฑลพายัพสมัยหนึ่ง (พ.ศ. 2443) ต่อมาแยกเป็นมณฑลมหาสารภูรี ในปี พ.ศ. 2458 ซึ่งในเวลาต่อมาได้มีประกาศยกเลิกมณฑลทั้งราชอาณาจักร ลำปางจึงมีฐานะเป็น “จังหวัดลำปาง” ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2476 (สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง, 2548)

3.3.2 กลุ่มชาติพันธุ์

กลุ่มชาวไทยในบริเวณนี้แต่เดิมเรียกว่า “ไตยวน” หรือ “ไทยโยนก” หรือ “คนเมือง” เป็นชนส่วนใหญ่เจ้าของถิ่นแต่เดิม ได้สร้างสมวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของตนขึ้นมาเอง และสืบทอดกันมาตลอด ดังนั้น ชีวิตความเป็นอยู่จึงมีระเบียบแบบแผน มีกรอบอาชีพของตน

เอง จากหนังสืออนุสรณ์ศาสตราจารย์ ขจร สุขพานิช กล่าวถึง เรื่องถิ่นกำเนิดและอพยพของ
 เผ่าไทย ว่า “คนเมือง” เป็นคนไทยที่สืบเชื้อสายมาจาก “อาณาจักรเจน” (จีน เรียกว่า เกียน)
 มีเมืองหลวงอยู่ในมณฑลยูนนาน ประเทศจีน ในอดีตคนเมืองนับถือศาสนาพุทธประกอบกับถือผี
 และรับประเพณีข้าวเหนียวเป็นหลัก ผู้หญิงนุ่งซิ่นลายขวางหรือมีเชิงสวมเสื้อแขนยาว ห่มสไบ
 หรือมีผ้าคาดอก เรียกว่า “ผ้าสะว่ายแล่ง” หรือ “ผ้าสะว่านอก” เก๋้ามวยสูงประดับช่อดอกไม้ ปิ่น
 หรือดอกไม้ไหว ทำด้วยทองหรือเงิน ส่วนผู้ชายนุ่งกางเกงไทยยาว ที่เรียกว่า “เตี้ยวสะดอ”
 สวมเสื้อม่อฮ่อม หรือคอกลมขาวแขนสามส่วนติดกระดุมจีน และอาจมีผ้าคาดเอวหรือเกียนศรีษะ
 อีกผืนหนึ่ง นิยมสักลวดลายตามร่างกาย ส่วนชาวเขาเผ่าต่างๆ ที่มีอยู่ตามภูมิลำเนาในเขตจังหวัด
 ลำปาง ได้แก่ ม้ง, เย้า, ลาฮู, อะข่า, กะเหรี่ยง เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2528 : 34)

3.3.3 ลักษณะสังคมและชุมชน (เทศบาลนครลำปาง , 2549 : ออนไลน์)

ประชากรส่วนใหญ่มีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในเขตเทศบาล ลักษณะของชุมชนในเขต
 เทศบาลนครลำปาง เกาะกลุ่มตามแนวริมฝั่งแม่น้ำวัง และเกาะกลุ่มหนาแน่นใน 4 บริเวณ ได้แก่

1. บริเวณภายในแนวคูเมืองฝั่งทิศใต้ เป็นย่านธุรกิจการค้าหลักของชุมชน
2. บริเวณหน้าสถานีรถไฟนครลำปาง เป็นย่านพาณิชย์กรรมและที่อยู่อาศัย
3. บริเวณฝั่งทิศเหนือของแม่น้ำวัง ภายในคูเมืองบริเวณถนนปงสนุกและถนนรัชฎาภิเษก
 เป็นเขตที่พักอาศัย
4. ในเขตตำบลชมพู เป็นแหล่งอุตสาหกรรมเซรามิก และเป็นเขตที่พักอาศัย

ชุมชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ได้จัดตั้งชุมชนย่อยขึ้นตามนโยบายของกระทรวงมหาดไทย
 เพื่อเสริมสร้างให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครอง ป้องกัน แก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนของ
 ตนเอง เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จำนวนทั้งหมด 32 ชุมชน

3.3.4 ศาสนา

ประชาชนในจังหวัดลำปางนับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ ในปี 2543 มีประชากรนับถือ
 ศาสนาพุทธ จำนวน 796,462 คน (99.00%) ศาสนาคริสต์ จำนวน 6,254 คน (0.77%) อิสลาม
 จำนวน 1,668 คน (0.20%) และศาสนาซิก จำนวน 85 คน (0.01%) ศาสนาสถานในศาสนาพุทธมี
 ทั้งสิ้น 688 แห่ง แยกเป็นอารามหลวง 3 วัด วัดราษฎร์จำนวน 685 วัด หรือแยกเป็นวัดฝ่าย
 มหานิกาย 672 วัด และวัดฝ่ายธรรมยุต 16 วัด หรือ แยกเป็นวัดมีวิสุทธคามวิมา 399 วัด และสำนัก
 สงฆ์ 289 แห่ง ที่พักสงฆ์ 97 แห่ง วัดร้าง 87 วัด ส่วนศาสนาสถานในศาสนาคริสต์นิกาย

โปรแตสแตนต์ที่มีจำนวน 20 แห่ง นิกายคาทอลิก จำนวน 17 แห่ง ศาสนาสถานในศาสนาอิสลาม (มัสยิด) จำนวน 1 แห่ง และศาสนาซิก จำนวน 1 แห่ง

พระภิกษุ มีจำนวนทั้งสิ้น 2,166 รูป เป็นพระภิกษุมหานิกาย 2,070 รูป พระภิกษุธรรมยุต 96 รูป ส่วนสามเณรมีทั้งสิ้น 2,800 รูป เป็นมหานิกาย 2,766 รูป และธรรมยุต 34 รูป (หอการค้าจังหวัดลำปาง, 2548)

3.3.5 เอกลักษณะทางวัฒนธรรม

จังหวัดลำปางมีสิ่ง que แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของ ผู้คน อันเป็นการสะท้อนให้เห็นสภาพของสังคม (วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณะและภูมิปัญญา จังหวัดลำปาง, 2542) โดยอาจจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1. ศิลปหัตถกรรมและงานช่างท้องถิ่นของลำปาง ศิลปกรรมที่มีอยู่ในเมืองลำปาง สะท้อนให้เห็นถึงเจริญรุ่งเรืองของสังคมแต่ครั้งอดีตตั้งแต่สมัยทวารวดี นับถอยหลังแสดงถึงอายุของเมืองลำปางได้ไม่น้อยกว่า 1,300 ปี ศิลปกรรมในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำวัง มีอยู่เป็นจำนวนมากไม่น้อย ซึ่งสามารถนำเอาเอกลักษณ์ทางด้านศิลปกรรมมาเสนอได้ ดังนี้

● จิตรกรรม ศิลปะการวาดรูประบายสีซึ่งอยู่ในลักษณะจิตรกรรมฝาผนังใน

อุโบสถ วิหาร ผู้พรธรรม ตลอดจนภาพพระพุทธรูป ในเขตจังหวัดลำปางมีภาพจิตรกรรม ฝาผนังที่มีความงดงามทรงคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและเป็นหลักฐานในทาง ประวัติศาสตร์โบราณคดีของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี ได้แก่ จิตรกรรมฝาผนังวิหารน้ำแต้ม พระธาตุลำปางหลวง อายุประมาณ 400 ปี ซึ่งมีอายุเก่าแก่ที่สุดในภาคเหนือ ซึ่ง ลายจิตรกรรมที่นิยมกันมาก คือ ลายหม้อดอก ลายหม้อดอกหรือภาพแจกันดอกไม้ ที่ประดับอยู่ตามวัดต่างๆ ในลำปางและวัดในภาคเหนือ ซึ่งมีทั้งแบบลายปูนปั้น แกะสลักด้วยไม้ และภาพน้ำรักปิดทองนั้น ภาพลายหม้อดอกที่ฝาดาผ้า (แขงคอสอง) วิหาร จามเทวี วัดปงยางคก ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง นอกจากนี้จะเป็นภาพลายหม้อดอกที่เก่าแก่ที่สุดในภาคเหนือ (พ.ศ. 2275 – 2302) แล้ว ยังมีความสวยงามเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากคุณค่าทางศิลปะแล้ว ยังมีคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ โดยมีคติความเชื่อแฝงอยู่ในความหมายที่นอกเหนือจากการเป็นหม้อดอกหรือแจกันดอกไม้บูชาพระ ยังมีความหมายถึง ความมั่นคงอุดมสมบูรณ์ หรือในภาษาบาลีว่า *บูรณะฆฎะ* อันเป็นความเชื่อที่สืบทอดมาตั้งแต่ครั้งสมัยทวารวดี ดังหลักฐานภาพหม้อดอกที่อยู่ด้านหนึ่งของเหรียญเงินสมัยทวารวดี และอีกด้านหนึ่งเป็นรูปหอยสังข์ ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกันกับผังเมืองรูป หอยสังข์ของเขลางค์นคร เมืองคู่แฝดกับหริภุญชัย สมัยจามเทวีวงศ์ ด้วยความมีคุณค่าทั้งทางศิลปะและทางประวัติศาสตร์ ลายหม้อดอกจึงได้ถูกนำมาเป็นตราประจำสภา วัฒนธรรมจังหวัดลำปาง

ศิลปกรรมแบบพม่าและไทยใหญ่ในจังหวัดลำปาง จังหวัดลำปางมีวัดแบบพม่า และไทยใหญ่เป็นจำนวนมาก จากการสำรวจวัดพม่าและไทยใหญ่ในประเทศไทยพบว่า จังหวัดลำปางมีจำนวนมากที่สุดและยังเป็นวัดที่มีลักษณะศิลปกรรมสวยงามที่สุดอีกด้วย นอกจากงานศิลปกรรมที่มีความสวยงามแล้ว สิ่งที่น่าสังเกตได้จากวัดนี้คือ ทรงเจดีย์เป็นแบบพม่ามอญไม่มีบั๊บลั้งก์ กุฎีกับวิหารรวมเป็นอาคารเดียวกัน และพระพุทธรูปแบบพม่าที่ส่วนมากเป็นปางมารวิชัย เรียกเป็นภาษาพม่าว่า *เต็งมะเลงซ่า* ซึ่งมีลักษณะพระเศียรเม็ดพระศกละเอียด ไรพระศกเป็นแถบกว้าง พระพักตร์ พระเนตรและพระโอษฐ์เล็ก พระกรรณยาวจรดกับพระอังสา เส้นรัดประคดกลม ชายจีวรเป็นริ้วถี่

วัดพม่าและไทยใหญ่ในจังหวัดลำปาง สร้างขึ้นโดยคหบดีชาวมอญพม่า ตองสู๊ และชาวไทยใหญ่ ที่มารับจ้างเป็นลูกช่างทำไม้ของบริษัทบอมเบย์ - เบอร์มา, บริษัทอิส-เอเซียติก, บริษัทหลุยส์ดีเลียวโนเวน ฯลฯ ในยุคที่ชาวยุโรปได้สัมปทานการทำไม้จากสยามครั้งนั้น มีอยู่ด้วยกันประมาณ 10 วัด เช่น วัดศรีชุม (พ.ศ.2433), วัดศรีรองเมือง (พ.ศ. 2448), และเฉพาะส่วนที่เป็นมณฑลพม่าอยู่ในวัดพระแก้วดอนเต้า (พ.ศ. 2452) เป็นต้น

● **งานช่างท้องถิ่น** นครลำปางเป็นเมืองใหญ่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมา กว่า 1,200 ปี ประกอบด้วยชุมชนเมืองที่เป็นศูนย์กลางและชุมชนหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิตสิ่งจำเป็นต่างๆ เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สามารถพึ่งตนเองได้โดยไม่ต้องอาศัยแหล่งชุมชนภายนอก อย่างไรก็ตามหลังจากความเจริญสมัยใหม่ และระบบการค้าแบบเสรีนิยม และยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้การผลิตต่างๆ ในชุมชนลดความสำคัญลงไป แต่ยังมีแหล่งผลิตที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ แหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาในเขตตัวเมืองลำปาง แหล่ง ปั้นหม้อ วัดม่อนเขาแก้ว แหล่งทำครกหินบ้านไร่ แหล่งผลิตกองข้าวไผ่ปง แหล่ง ทำเครื่องเหล็กบ้านขามแดงและบ้านกาดเมฆ แหล่งผลิตกระดาษสาบ้านท่าล้อ ท่าข้าว แหล่งทำไม้แกะสลักบ้านหลุก แหล่งผลิตเครื่องจักรสานบ้านต้นตอง เป็นต้น

1. เครื่องปั้นดินเผาในจังหวัดลำปาง หรือเซรามิก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากดิน หิน ผ่านการเผาทำให้เนื้อผลิตภัณฑ์มีความแข็งแกร่งทนถาวรเนื้อแกร่ง สีขาว สีน้ำตาล สีเหลือง เคาะเสียงกังวาน เครื่องปั้นดินเผา ในปัจจุบันแบ่งได้ 3 ประเภท ประเภทที่ 1 คือ ประเภทที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง ประเภทที่ 2 ประเภทที่เกี่ยวข้องกับงานอุตสาหกรรม ประเภทที่ 3 เป็นประเภทที่เกี่ยวข้องกับภาชนะ เครื่องใช้ เครื่องตกแต่งและเครื่องประดับ

2. วัฒนธรรมการกิน

อาหารที่นิยมประจำถิ่นมีอยู่มากมายหลายชนิดและมีจำนวนไม่น้อยที่ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนบ้าน หรือกลุ่มชนที่เคยเข้ามาอาศัยอยู่ในลำปาง เช่น ไทยใหญ่(เงี้ยว) และจีนอิสลาม (จีนฮ่อ) อย่างเช่น ข้าวแต่น เป็นอาหารว่าง หรือของกินเล่น เป็นของฝากลือชื่อของเมืองลำปาง แต่เดิมนั้นของกินประเภทนี้ นานๆ จึงจะได้กินสักครั้ง โดยเป็นอาหารที่ทำขึ้นใช้เป็นของว่างหรือเป็นของหวานในงานประเพณี เป็นต้นว่า งานบวชพระ ขึ้นบ้านใหม่ แต่ปัจจุบันมีการผลิตและมีจำหน่ายกันอย่างแพร่หลาย

3. ขนบธรรมเนียมประเพณี

จังหวัดลำปางในสมัยโบราณเป็นเมืองสำคัญเมืองหนึ่งของอาณาจักรล้านนา มีขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นคล้ายคลึงกับเมืองอื่นๆ ซึ่งประชากรส่วนใหญ่สืบเชื้อสายมาจากกลุ่มชนที่เรียกตนเองว่า ไทยยวน มีวัฒนธรรมและประเพณีขนบธรรมเนียมต่างๆ เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ พิธีกรรม ประเพณีทางศาสนา วิถีชีวิต การแต่งกาย ธรรมเนียมสังคม ระบบการนับวันเดือนปี ภาษาพูดและเขียน เป็นต้น

ตัวอย่างประเพณีในจังหวัดลำปาง

ประเพณีฟ้อนผีปู้ย่า ประเพณีการฟ้อนผี เป็นพิธีกรรมความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผีประจำตระกูล ชาวบ้านเรียกว่าผีปู้ย่า และเรียกพิธีกรรมนี้ว่า *เลี้ยงผี* ซึ่งสังเวยด้วยสุราอาหารต่างๆ มีคนทรงเจ้าเรียกว่า *ม้าชี* หรือ *ที่นั้ง* เป็นผู้ประกอบพิธีกรรม โดยมีดนตรีขับกล่อมเพื่อให้ผีได้ฟ้อนรำ

ผีปู้ย่ามีสองประเภทคือ *ผีมืด* กับ *ผีเม้ง* หากตระกูลที่นับถือผีต่างกันได้มาเกี่ยวดองเป็นครอบครัวเดียวกัน เมื่อมีการเลี้ยงผีจะเรียกกันว่า *ผีมืดซอนเม้ง* การฟ้อนผีปู้ย่านิยมทำกันมากในเขตเมืองและชนเมือง โดยเฉพาะในเขตเวียงเก่าฝั่งตำบลเวียงเหนือ นอกจากการฟ้อนผีปู้ย่าแล้วยังมีการฟ้อนผีอีกชนิดหนึ่งเรียกว่า *ฟ้อนผีอะฮัก* (อรัญ - อรัญชะ หรืออรัญ) เป็นประเพณีการนับถือผีหรือเจ้าซึ่งให้ความคุ้มครองเมือง หมู่บ้าน สถานที่ เช่น เจ้าพ่อขุนตาล เจ้าพ่อประตู่ผา ฯลฯ ทำการเลี้ยงหรือฟ้อนตามสถานที่ของเจ้าพ่อนั้นๆ หรือตามหมู่บ้านต่างๆ เทศกาลการฟ้อนผี คือระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม

ประเพณีทานข้าวสลาก หรือกินก๋วยสลาก

ประเพณีทานข้าวสลาก หมายถึง ประเพณีทานสลากภัตเป็นประเพณีที่ชาวเหนือถือสืบเนื่องมานาน การทานสลากจะเริ่มในราววันเพ็ญเดือน 12 และสิ้นสุดในเดือนเก็งดับ (เดือน 11 ได้) ที่ลำปางเริ่มที่วัดปงยางคก ซึ่งเป็นวัดต้นตระกูลของเจ้าเจ็ดตน และในตัวเมืองลำปางจะเริ่มที่วัดแสงเมืองมา

4. เอกลักษณ์ทางภาษา

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางอีกประการหนึ่ง คือ ภาษา ซึ่งเรียกกันว่า **คำเมือง** คำเมืองหรือภาษาไทยถิ่นเหนือ เป็นภาษาถิ่นที่พูดกันในบริเวณจังหวัดภาคเหนือของประเทศไทยทั้ง 8 จังหวัด ซึ่งมีลักษณะทางภาษาส่วนใหญ่เหมือนกัน จะแตกต่างกันเพียงบางประการ เช่น เสียงสระประสม เสียงพยัญชนะ ควบกล้ำ และคำศัพท์เฉพาะถิ่น

ในด้านเสียงนั้น คำที่เขียนด้วยอักษรต่ำ แล้วมีรูปไปไม่โทคำกับ ได้แก่ น้ำ นื่อง ม้า พร้าว ฟ้อน ล้อ ง้าว ซึ่งคำเหล่านี้มีเสียงวรรณยุกต์สูง – ต่ำ การออกเสียงในแต่ละพยางค์ของจังหวัดลำปาง จะมีช่วงพยางค์ที่มีอัตราช่วงที่สั้นกว่า ผู้พูดคำเมืองเชียงใหม่

ในด้านคำศัพท์ คำเมืองในจังหวัดลำปางมีคำศัพท์เฉพาะถิ่นใช้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อยู่หลายคำ แต่คำลงท้ายประโยคว่า **หนา** ซึ่งในถิ่นอื่นมักใช้ **นา**

ภาษาถิ่นย่อยคำเมืองในจังหวัดลำปาง สามารถแบ่งภาษาถิ่นย่อยของคำเมืองในจังหวัดได้ เป็น 2 กลุ่ม คือภาษาถิ่นย่อยลำปางตอนเหนือ ได้แก่ ภาษาที่ใช้ในอำเภอวังเหนือ อำเภอแจ้ห่ม อำเภอเมืองปาน อำเภอห้างฉัตร อำเภอเมือง อำเภอแม่เมาะ อำเภอองาว อำเภอแม่ทะ อำเภอเสริมงาม อำเภอเกาะคา อำเภอสบปราบ และภาษาถิ่นย่อยลำปางตอนใต้ ได้แก่ ภาษาที่ใช้ในอำเภอเถิน และอำเภอแม่พริก

5. นาฏศิลป์พื้นบ้านจังหวัดลำปาง นาฏศิลป์หรือศิลปะของการฟ้อนรำแบบพื้นบ้าน ในจังหวัดลำปาง มีหลายชนิด เป็นต้นว่า ดบมะผาบ ฟ้อนเจิง (เจิง) ฟ้อนหอก ฟ้อนดาบ ซึ่งเป็นการรำรำในขบวนทำศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัว และยังมี การฟ้อนของชาวบ้านในลักษณะการวาดมือ และแขนพร้อมทั้งการเคลื่อนไหวของร่างกายไปตามลีลาจังหวะของดนตรี ซึ่งสามารถพบเห็นตามงานรื่นเริง งานบุญ หรือในขบวนแห่ต่างๆ อันเป็นลีลาการเคลื่อนไหวที่เป็นไปตามธรรมชาติและประสบการณ์ของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น

6. เอกลักษณ์ทางดนตรีของลำปาง เมืองเขลางค์นครเป็นเมืองคู่แฝดกับหริภุญชัยหรือลำพูนในยุคสมัยทวารวดี โดยมีอายุไม่น้อยกว่า 1,300 ปีมาแล้ว ตามประวัติศาสตร์ของทวารวดีนั้น พุทธศาสนาได้เข้ามาสู่ดินแดนแห่งนี้หลายเส้นทางด้วยกัน เช่น จากลังกาโดยตรง จากลังกาโดยผ่านมอญและสุโขทัย เป็นต้น นับสำคัญที่เกี่ยวกับการดนตรีก็คือ การรับเอาอิทธิพลทางดนตรีของอินเดียซึ่งผ่านมาทางลังกาเข้ามาในรูปของดนตรีพิธีกรรมศาสนา ภาพรวมวัฒนธรรมทางดนตรีของภาคเหนือแม้จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่ในรายละเอียดแล้วแต่ละจังหวัดต่างก็มีลักษณะเฉพาะตนที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละเมือง สามารถสรุปถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ได้ดังนี้

1. เอกลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรี
2. เอกลักษณ์เกี่ยวกับแบบแผนการบรรเลงและการประสมวง
3. เอกลักษณ์เกี่ยวกับทำนองเพลง

- **เอกลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรี** ลำปางมีเครื่องดนตรีที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด อาทิ

กลองทิ้งทึง (ตะโพนมอญ) และกลองฮับ ลำปางเรียกกลองตะโพนมอญว่า *กลองทิ้งทึง* และมีกลองสองหน้าใบขนาดย่อมใช้ตีคู่กันกับกลองทิ้งทึงเรียกว่า *กลองฮับ* หรือ *กลองรับ* แม้จังหวัดอื่นจะมีกลองแบบนี้ แต่สัญลักษณ์พิเศษซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของเมืองลำปาง คือเสียงของกลองทั้งสองจะกลมกลืนไปกับทำนองดนตรี โดยทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องทำจังหวะ และเป็นเสียงประสานยื่นหรือโดรน (Drone) อันต่างจากกลองทั่วไปที่ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องทำจังหวะเท่านั้น

สังข์ ดนตรีพื้นบ้านชาวเหนือโดยเฉพาะเมืองลำปาง ไม่ใช่สังข์ในการตีให้จังหวะจะใช้สังข์เท่านั้นในการทำจังหวะกับวงปาทย์และวงตกลีง สังข์มีรูปร่างคล้ายฉาบ (ขนาดเล็ก) ที่มีเนื้อหนาให้เสียงเหมือนฉิ่ง นอกจากจะมีความโดดเด่นในด้านของรูปทรงแล้วกระสวนหรือลีลาของสังข์ในการตีสังข์ยังนับเป็นเอกลักษณ์ได้อีก กล่าวคือ มีลีลาของสังข์ที่ต่างจากธรรมเนียมนิยมของการตีสังข์ทั่วไป

- **เอกลักษณ์เกี่ยวกับแบบแผนการบรรเลงและการประสมวง**

วงปาทย์ คือ วงปี่พาทย์อีกแบบหนึ่ง โดยมีเอกลักษณ์เกี่ยวกับแบบแผนการประสมวงและการบรรเลงแบบลำปางโดยเฉพาะ ปัจจุบันลำปางมีวงปี่พาทย์ประมาณ 82 คณะ (2540) อำเภอที่มีมากที่สุดคือ อำเภองาว รองลงมาคืออำเภอเมืองลำปาง

- **เอกลักษณ์เกี่ยวกับทำนองเพลง**

จากการศึกษาดนตรีวงปาทย์ในลำปางพบว่า พิธีกรรมพืชน้ำที่เคร่งจารีตนั้น จะใช้วงปาทย์บรรเลงประกอบในพิธีกรรมเพียง 4 เพลงเท่านั้น คือเพลงมอญ (พืชน้ำ) เพลงเค้าห้า เพลงมวย และเพลงส่งเจ้า เนื่องจากประเพณีพืชน้ำเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของเมืองลำปาง เพลงประกอบพิธีกรรมทั้ง 4 เพลง จึงนับเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของจังหวัดลำปางด้วย

7. เอกลักษณ์ทางยานพาหนะ : รถม้าลำปาง

เมื่อรถยนต์มีใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้นในกรุงเทพมหานคร ยุคสมัยรัชกาลที่ 6 รถม้าเป็นยานพาหนะของผู้สูงศักดิ์ เจ้านายเชื้อพระวงศ์ ข้าราชการพาราชั้นผู้ใหญ่และคหบดี ตลอดจนรถม้ารับจ้างรับแขก ก็ได้ถูกถ่ายเทออกสู่หัวเมืองต่างๆ ที่มีทางรถไฟผ่าน ลำปางซึ่งเป็นเมืองชุมทางของ

ภาคเหนือในยุคนั้น มีชาวต่างประเทศทั้งชาวเอเชียและยุโรปมาประกอบการค้า และทำไม้กันอย่างคับคั่ง เมื่อทางรถไฟมาถึงลำปาง (พ.ศ. 2459) รถม้าจากกรุงเทพฯ จึงกลายเป็นยานพาหนะของผู้สูงศักดิ์และชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังแพร่หลายไปเป็นรถโดยสาร และรับจ้างขนสินค้าของชาวลำปางตั้งแต่นั้นมา

ปัจจุบันรถม้าเป็นยานพาหนะที่ต้องขึ้นทะเบียนเสียภาษีรถรับจ้าง และสารพัดข้อบังคับต้องมีใบขับขี่เช่นเดียวกับยานพาหนะทั้งหลาย

3.4 ลักษณะการนันทนาการของประชาชนในจังหวัดลำปาง

นันทนาการ (Recreation) เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกิจกรรมเวลาว่าง (อิสระ) ฉะนั้นนันทนาการ คือ การใช้เวลาว่างอย่างมีจุดหมาย หรือการใช้ประโยชน์สูงสุดจากช่วงเวลาว่าง (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544 : 27)

วัตถุประสงค์ที่ทำให้บุคคลเข้าร่วมทำกิจกรรมนันทนาการที่สำคัญ คือ

1. เพื่อความสนุกสนานร่าเริง (Fun and Enjoyment)
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต (Quality of Life)

จากการสุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ ประชาชนในจังหวัดลำปางในหัวข้อที่เกี่ยวกับการใช้เวลาว่างหรือกิจกรรมนันทนาการ (กนกอร ศิริจิตติ : 2548) พบว่า

กลุ่มอายุ 25 – 35 ปี นิยมใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือนอกเวลา การเล่นอินเทอร์เน็ต และการฟังเพลง สาเหตุเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ และผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานและถ้ามีเวลาช่วงวันหยุด นิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่นอุทยานแห่งชาติ สวนรุกชาติ เพื่อการพักผ่อน และเป็นการทำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การศึกษาเส้นทางธรรมชาติ และถ้ามีวันหยุดยาวก็เลือกที่จะไปท่องเที่ยว ยังแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล เพื่อเป็นการได้พบปะเพื่อนใหม่ เปิดโลกทัศน์ให้กับตนเอง และเป็นการพักผ่อน ส่วนกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยว นั้น ได้แก่ การดำน้ำดูปะการังหรือเล่นกีฬาตามชายหาด ซึ่งแรงจูงใจส่วนใหญ่ที่เลือกท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ ต้องการเพลิดเพลินกับธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวัน

กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี กิจกรรมยามว่างที่นิยมคือ การอ่านหนังสือ เล่นอินเทอร์เน็ต และออกไปพบปะเพื่อน สาเหตุเป็นการหาความรู้เพิ่มเติมในสายงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นการผ่อนคลายส่วนการออกไปพบปะเพื่อนนั้น เป็นการไปเยี่ยมเยือนและไถ่ถามเรื่องต่างๆไป เช่นการทำงาน หรือเรื่องของคุณภาพ เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะ

แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ชายหาด และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนคลายเครียดและได้พบเจอสิ่งแปลกใหม่

กลุ่มอายุ 46 – 55 ปี กิจกรรมยามว่าง คือ ออกไปพบปะเพื่อนฝูง และการออกกำลังกาย เพื่อสุขภาพที่แข็งแรง และป้องกันโรครุนแรง ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวนิยมไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี อาทิเช่นวัดที่มีชื่อเสียง หรือมีเกจิอาจารย์ชื่อดัง เพื่อเป็นสิริมงคลกับตนเองและบุคคลในครอบครัว เพื่อการพัฒนาด้านจิตใจให้มีความสุข และพบบ้างเจอสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ใหม่ๆให้กับตนเอง

กลุ่มอายุ 56 ปีขึ้นไป กิจกรรมยามว่าง คือ ออกกำลังกายที่ไม่ออกแรงมาก เช่น การรำไทเก๊ก เพื่อร่างกายที่แข็งแรงและเป็นการออกไปพบเจอเพื่อนในวัยใกล้เคียงกัน อีกทั้งยังเป็นการคลายเครียด แหล่งท่องเที่ยวที่ไปมักเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีงานเทศกาลสินค้าพื้นเมือง เพื่อเป็นการหาประสบการณ์ใหม่ๆ และได้พบเจอผู้คน

การนันทนาการจึงเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ และช่วยฟื้นฟูสภาพจิตใจ หรือทำให้กระปรี้กระเปร่า ซึ่งการนันทนาการโดยมากจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีลักษณะพิเศษต่างๆ เช่น กิจกรรมกลางแจ้ง หรือการเดินทางท่องเที่ยว และทัศนศึกษา เป็นต้น (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544 : 31)

จากข้อมูลเบื้องต้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพชีวิตของประชาชนในจังหวัดลำปาง มีความสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ได้ โดยวัดได้จากการวัดดัชนีคุณภาพชีวิตของจังหวัดลำปางที่เป็นอันดับ 4 ของภาคเหนือและอันดับที่ 29 ของประเทศ แสดงให้เห็นถึงความ เป็นอยู่ที่ดี และการมีศักยภาพในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค รวมไปถึงสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย ถึงแม้ในด้านของเศรษฐกิจจะมีภาวะค่าครองชีพที่สูงขึ้น ร้อยละ 5.5 จากเศรษฐกิจของประเทศที่มีการขยายตัว และการเกิดสถานการณ์ความไม่สงบทางภาคใต้

ส่วนกิจกรรมนันทนาการนั้น ถ้ามีระยะเวลาในวันหยุดพักผ่อน การท่องเที่ยว เป็นทางเลือกหนึ่งที่ประชาชนจังหวัดลำปางให้ความสนใจ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เน้นเป็นพิเศษ คือการท่องเที่ยวทางทะเล เนื่องด้วยจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่อยู่ในหุบเขา และธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นภูเขาหรือน้ำตก ซึ่งประชาชนโดยทั่วไปคุ้นเคยอยู่แล้ว

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ต้องการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ที่จะตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และเพื่อต้องการทราบถึงแนวโน้มในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไปอีกด้วย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในรูปของการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้วิธี Cross Tabulation จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ จะแบ่งผลการศึกษาเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2. ข้อมูลสิ่งจูงใจจากแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ส่วนที่ 3. ข้อมูลลักษณะและวิธีการเดินทางท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5. แนวโน้มในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป
- ส่วนที่ 6. ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านบุคคลกับตัวแปรด้านอื่นๆ

ส่วนที่ 4.1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในช่วงเดือนที่ทำการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 – 31 ตุลาคม 2548 ซึ่งมีโครงสร้างทางด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	260	65.8
ชาย	135	34.2
รวม	395	100.0

จากจำนวนประชาชนกลุ่มตัวอย่าง เมื่อจำแนกตามเพศหญิงและเพศชายแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 และเพศชาย จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ในปัจจุบันผู้หญิงมีบทบาททางสังคมเพิ่มมากขึ้น จากสมัยก่อนที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ชาย ส่วนผู้หญิงจะอยู่ดูแลบ้าน และบุตรหลาน แต่จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นความอิสระทางสังคม – ทางการศึกษา ทำให้ผู้หญิงมีการศึกษาที่ดีขึ้น มีจำนวนที่สำเร็จการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น เริ่มมีการทำงานนอกบ้านและสามารถเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว โดยทำให้มีรายได้ส่วนเกินเพื่อใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และมีการตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 4.1.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25 - 35 ปี	210	53.2
36 - 45 ปี	98	24.8
46 - 55 ปี	72	18.2
55 - 60 ปี	15	3.8
รวม	395	100.0

อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 55 – 60 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ดังตารางที่ 4.1.2 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ช่วงอายุ 25 – 35 ปี เป็นช่วงวัยที่กำลังเริ่มต้นการทำงาน และมีความสนใจในสิ่งต่างๆ รอบๆ ตัว ซึ่งการท่องเที่ยวก็เปรียบเสมือนกระแสความนิยมอย่างหนึ่งของคนรุ่นใหม่ที่ต้องออกเดินทางท่องเที่ยว

เที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น และเป็นการค้นหาประสบการณ์อันแปลกใหม่ให้กับตนเองอีกอย่างหนึ่ง ส่วนกลุ่มอายุ 36 – 45 ปี เป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงในการทำงาน มีฐานะทางการเงินที่แน่นอน จึงสามารถที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 55 – 60 ปี เป็นกลุ่มที่เริ่มออกจากราชการก่อนถึงวัยเกษียณอายุ ทำให้ยังพอมีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะไม่ต้องมีภาระในการส่งเสียดูแลบุตรหลานแล้ว และยังเป็นกลุ่มที่มีเงินสะสมมากพอ และมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง แต่ยังคงมีแนวความคิดแบบสมัยเก่าที่ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพราะเห็นว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลือง ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวไม่เป็นที่น่าสนใจเท่ากับการเลี้ยงดูบุตรหลานที่บ้าน

ตารางที่ 4.1.3 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	47	11.1
มัธยมศึกษาตอนต้น	28	7.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	59	14.9
อนุปริญญา หรือ ปวส.	68	17.2
ปริญญาตรี	160	40.5
ปริญญาโท	30	7.6
ปริญญาเอก	3	0.8
รวม	395	100.0

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ ระดับการศึกษานอนปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ส่วนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่น้อยสุดคือระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นมีโอกาสที่จะได้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่า โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่การศึกษาในระดับมัธยมขึ้นไป เนื่องจากระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทของอาชีพและรายได้ ซึ่งนับเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความรับผิดชอบในการทำงาน ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีแนวโน้มที่จะทำงานในสำนักงาน มีอาชีพที่มั่นคง และรายได้ที่ดีกว่า รวมไปถึงค่านิยมและวัฒนธรรมที่ต่างกัน ทำให้มีโอกาสที่จะได้เดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ได้มากกว่า เช่น ไปประชุม / สัมมนา ไปงานกีฬา ไปติดต่อราชการ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีความต้องการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ การท่องเที่ยวจึงเป็นเหมือนหนทางที่ช่วยให้เกิดความพึงพอใจ

ใจในสิ่งที่แสวงหา นั่น และกลุ่มนี้ยังมีอำนาจในการซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวที่สูงอีกด้วย

ตารางที่ 4.1.4 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	209	52.9
โสด	180	45.6
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	6	1.5
รวม	395	100.0

ข้อมูลจำแนกตามสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ สถานภาพโสด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 และน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปางที่มีสถานภาพสมรสและโสดนิยมเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด เกือบร้อยละ 99 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งผู้ที่สมรสแล้วหรือมีบุตรแล้วจะเลือกที่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มคนโสด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ทั้งคู่ ทั้งจากสามีและภรรยา นอกจากนั้นผู้หญิงรุ่นใหม่ เมื่อแต่งงานไปแล้วก็ยังคงการชะลอการมีบุตรไว้อย่างน้อย 2 – 3 ปี หลังจากการแต่งงาน หรือถ้ามีบุตรก็เลือกที่จะกลับไปทำงานทันที ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวช่วยทำให้รายได้ของครอบครัวมีเพิ่มมากขึ้น การมีรายได้จากทั้งสองทางของครอบครัวรุ่นใหม่จึงเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้ที่สมรสและทำให้สมาชิกในครอบครัวมีโอกาสได้ใกล้ชิดกัน รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยขึ้น และนิยมเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบาย มีการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มคนโสดที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวตามป่าเขาหรือน้ำตกมากกว่า

สำหรับกลุ่มคนที่หย่าร้างหรือแยกกันอยู่นั้น การเดินทางท่องเที่ยวนับเป็นความจำเป็นที่น้อยที่สุด เนื่องจากรายได้ที่มีอยู่ทางเดียวของสามีหรือภรรยา รวมไปถึงการมีภาระเลี้ยงดูบุตรซึ่งถือว่าเป็นภาระค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว เมื่อรวมกับค่าใช้จ่ายที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิตประจำวัน การเลือกเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกสุดท้าย หลังจากเหลือค่าใช้จ่ายทั้งหมดในส่วนของค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวัน อีกทั้งกลุ่มคนที่หย่าร้างหรือแยกกันอยู่ยังไม่มีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งเพราะอาจเกรงกลัวในเรื่องของความปลอดภัย และความเหงาที่ต้องเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง

ตารางที่ 4.1.5 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 3 คน	132	33.4
4 - 6 คน	232	58.7
7 - 9 คน	29	7.3
มากกว่า 9 คนขึ้นไป	2	0.5
รวม	395	100.0

จากการศึกษาพบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปางที่สู่มศึกษามีสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือ มีสมาชิกในครอบครัว 1 - 3 คน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 9 คนขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 0.5 ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวน้อยกว่า 6 คน ประมาณร้อยละ 92 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ปัจจุบันขนาดของครอบครัวมีขนาดที่เล็กลง ค่านิยมเรื่องเพศของลูกได้หายไป จากในอดีตที่ค่านิยมของคนไทยนิยมที่จะมีบุตรชาย จึงทำให้มีบุตรหลายคน ทำให้มีภาระค่าเลี้ยงดู และค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตที่สูง แต่จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขนาดครอบครัวเฉลี่ยครอบครัวละ 4 - 6 คน ทำให้รายได้เฉลี่ยของครอบครัวสูงขึ้น จึงมีรายได้ส่วนหนึ่งเหลือพอที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาความเพลิดเพลินหรือทำกิจกรรมยามว่างพร้อมกันทั้งครอบครัว

ตารางที่ 4.1.6 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	104	26.3
ธุรกิจส่วนตัว	98	24.8
รับจ้าง	91	23.0
รับราชการ	75	19.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	3.0
เกษตรกร	11	2.8
เกษียณอายุ	4	1.0
รวม	395	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมา คือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และน้อยที่สุดคือ เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 1.0 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ที่เป็น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างเป็นสัดส่วนที่มากใกล้เคียงกัน ซึ่งจัดเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และลักษณะงานมีความยืดหยุ่น ทำให้สามารถมีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าผู้ที่มีอาชีพอื่น ในส่วนของกลุ่มข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จัดเป็นกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง มีโอกาสที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้บ้างแต่ไม่บ่อยครั้ง ในกลุ่มเกษตรกรและผู้เกษียณอายุนั้นเป็นกลุ่มที่รายได้น้อยจึงส่งผลให้การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทำได้ลำบาก และมีภาระในการทำงานที่ค่อนข้างหนัก ดังนั้นเมื่อมีวันหยุดจึงพักผ่อนอยู่ที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้ที่เกษียณอายุนั้นนิยมที่จะเลี้ยงดูบุตรหลานมากกว่าการออกเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1.7 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	17.2
5,001 – 10,000 บาท	124	31.4
10,001 - 15,000 บาท	77	19.5
15,001 - 20,000 บาท	35	8.9
20,001 - 25,000 บาท	26	6.6
25,001 บาทขึ้นไป	65	16.5
รวม	395	100.0

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ช่วง 20,001 – 25,000 บาท เป็นร้อยละ 6.6 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่พึ่งสำเร็จการศึกษาและกำลังเริ่มต้นการทำงาน และส่วนใหญ่จะสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมการเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัวหรือเพื่อน ส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวที่ขับรถยนต์ส่วนบุคคลไปกันเองเพราะเน้นความสะดวกสบาย โดยเฉพาะการเลือกที่พักประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ท ดังนั้นกลุ่มคนที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายนั้นจะต้องมีรายได้อย่างต่ำจำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นรายได้หลังจากที่ใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวันที่เป็นจริงๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าเครื่องนุ่งห่ม ค่าน้ำค่าไฟ รวมไปถึงค่าเลี้ยงดูบุตรเป็นต้น และยังคงมีเหลือพอในการนำไปใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย การที่มีรายได้มากขึ้นจะทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น พักผ่อนในที่สะดวกสบายได้มากขึ้น แต่ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้น้อยมักจะเก็บออมเงินเพื่อใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็น ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวหรือถ้าเดินทางท่องเที่ยวก็จะเลือกเดินทาง

ท่องเที่ยวในระยะที่ใกล้ทำให้เสียค่าใช้จ่ายน้อย ไม่เน้นความสะดวกสบายในการพักและ
นิยมพักกันตามบ้านญาติหรือพักรวมกันเป็นกลุ่ม

**ตารางที่ 4.1.8 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ในระยะเวลา 1 ปี**

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในระยะเวลา 1 ปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	101	25.6
2 ครั้ง	119	30.1
3 ครั้ง	84	21.3
4 ครั้ง	91	23.0
รวม	395	100.0

การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในระยะเวลา 1 ปี จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง
ส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในระยะเวลา 1 ปี เดินทางท่องเที่ยวจำนวน 2
ครั้ง มี 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1
ครั้ง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และน้อยที่สุดคือ ในระยะเวลา 1 ปี เดินทางท่องเที่ยว
จำนวน 3 ครั้ง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 จากข้อมูลที่ได้พบว่า ความถี่ที่กลุ่มตัวอย่าง
ตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศในระยะเวลา 1 ปี มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งความถี่ในการ
เดินทางท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับสถานะทางเศรษฐกิจของผู้ที่เดินทาง ถ้าผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวมีรายได้
เหลือจ่ายมากพอก็จะสามารถเดินทางได้บ่อยครั้ง แต่ถ้ามีฐานะทางการเงินที่น้อยกว่าก็จะเดินทาง
ท่องเที่ยวได้ไม่บ่อยและไปท่องเที่ยวในบริเวณที่ไม่ไกลมากนัก รวมไปถึงวิถีชีวิตของแต่ละกลุ่ม
ตัวอย่างที่มีภาระการทำงานและเวลาว่างที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับอาชีพการทำงานที่ส่วนใหญ่เป็น
พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง ที่มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่า เพราะมี
ความยืดหยุ่นในการทำงานและช่วงเวลาของวันหยุด อีกทั้งปัจจุบันความสะดวกในการเดินทางก็มี
มากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีสาธารณูปโภคที่ครบครัน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา หรือแม้
แต่ร้านอาหาร และการเดินทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หรือที่พักแรมก็ง่ายขึ้นมีทางเลือกที่
หลากหลาย ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางที่ยาวนานเหมือนในอดีตที่สภาพถนนส่วนใหญ่
เป็นดินแดง หรือมีความคดเคี้ยวทำให้ยากต่อการเดินทาง และการคมนาคมขนส่งในปัจจุบันมีมาก
ขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการโดยสารด้วยเครื่องบิน รถโดยสารประจำทางหรือรถไฟ รวมไปถึงบริการรถ
เช่าที่มีมากมายทำให้สะดวกสบาย

ตารางที่ 4.1.9 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว

การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์ / วิทยุ	153	38.7
นิตยสารทางการท่องเที่ยว	51	12.9
อินเทอร์เน็ต	41	10.4
แผ่นพับ / โปสเตอร์	39	9.9
หนังสือแนะนำเที่ยว (Guide Book)	35	8.9
หนังสือพิมพ์	33	8.4
จากบริษัทนำเที่ยว	33	8.4
ป้ายโฆษณา	10	2.5
รวม	395	100.0

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว เพื่อต้องการทราบถึง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด จากการศึกษาค้นคว้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้รับข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อ โทรทัศน์ / วิทยุ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ นิตยสารทางการท่องเที่ยว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และน้อยที่สุดคือ ป้ายโฆษณา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 จากตารางที่ 4.1.9 ข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบว่า การส่งเสริมทางการตลาดเพื่อเพิ่มปริมาณจำนวนนักท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศควรเลือกสื่อประเภทโทรทัศน์ / วิทยุ เพราะประชาชนรับทราบข้อมูลจากสื่อประเภทนี้มากที่สุด เนื่องจากโทรทัศน์ / วิทยุจัดเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและมีความน่าเชื่อถือ โทรทัศน์เป็นสื่อสำหรับครอบครัวที่สมาชิกสามารถจะดูด้วยกันได้ และเป็นสื่อที่ผู้รับสื่อ รับรู้ได้มากจากภาพ เสียงและภาพที่เคลื่อนไหวทำให้ง่ายต่อการจดจำ เพราะสามารถแทรกข้อมูลข่าวสารเข้าไปในจิตใจของผู้ชมในขณะที่นั่งพักผ่อนซึ่งเป็นช่วงที่ไม่อยู่ในอารมณ์ของการโต้แย้ง จึงทำให้ง่ายต่อการโน้มน้าว

ในอดีตแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้รับการพัฒนาหรือดูแลทำให้เกิดความเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว เมื่อนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นและพบว่าแหล่งท่องเที่ยวไม่สวยงามอย่างที่ตนได้ตั้งความหวังไว้ก็ทำให้เกิดความรู้สึกไม่อยากเดินทางท่องเที่ยวอีก และเมื่อกลับบ้านก็ไปบอกต่อสู่ญาติพี่น้องหรือเพื่อนที่ใกล้ชิด ทำให้เกิดความเสียหายต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้หน่วยงานของภาครัฐและบริษัทนำเที่ยว ได้จัดทำรายการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างความมั่นใจต่อผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว ให้เห็นภาพของแหล่งท่องเที่ยวและรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างชัดเจน เป็นการสร้างความ

เชื่อถือและความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยในการเดินทางและที่พักแรม รวมไปถึงยังสามารถคำนวณค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวได้ และสื่อที่ประชาชนรับรู้รองลงมาคือ สื่อประเภทนิตยสารทางการท่องเที่ยวที่มีมากในปัจจุบัน แต่เป็นสื่อเฉพาะกลุ่มเท่านั้น คือถ้าไม่ใช่ผู้ที่รักการอ่านก็จะไม่ให้ความสนใจมากนักและเป็นสื่อที่สามารถอ่าน ณ เวลาใดก็ได้ แม้เวลาจะผ่านไปแล้วหลายเดือน ส่วนสื่อจากป้ายโฆษณาที่พบว่ามีประชาชนไม่ค่อยทราบข้อมูลข่าวสาร ถึงแม้จะเป็นการใช้อย่างกว้างขวาง แต่ป้ายโฆษณาส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายละเอียดและเนื้อหาที่สำคัญ มีเพียงภาพ สัญลักษณ์ ตัวหนังสือบอกชื่อสถานที่เท่านั้นจึงทำให้ขาดความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในสื่ออื่น

ตารางที่ 4.1.10 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว

บุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน	174	44.1
ญาติ/พี่น้อง	76	19.2
ผู้ร่วมงาน	72	18.2
สามี/ภรรยา	46	11.6
ลูก	15	3.8
พ่อ/แม่	12	3.0
รวม	395	100.0

บุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษาค้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีบุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมา คือ ญาติ/พี่น้อง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และน้อยที่สุดคือพ่อ/แม่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มที่ยังคงมีความใกล้ชิดสนิทสนม กับเพื่อนอยู่มาก ด้วยวัยที่ใกล้เคียงกัน ทำให้เพื่อนเป็นกลุ่มที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขอความช่วยเหลือในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ด้วยความไว้วางใจ และเชื่อว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เพื่อนแนะนำนั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าไปท่องเที่ยวและเป็นข้อมูลที่ใหม่ไม่ล้าสมัย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเส้นทาง การเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ที่พักหรือร้านอาหาร เป็นต้น

ส่วนที่ 4.2. ข้อมูลประเภทของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

ตารางที่ 4.2.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่ต้องการไปท่องเที่ยวมากที่สุด

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	314	79.5
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	57	14.4
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม	24	6.1
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 4.2.1 กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไปท่องเที่ยวมากที่สุดได้เพียงข้อเดียว พบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุดคือ เกาะช้าง เกาะเสม็ด และเกาะแถบชายฝั่งทะเลอันดามัน น้ำตกทีลอซู สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ สุสานหอย ล่องแก่ง ล่องแพที่แม่ฮ่องสอน ดอยตุง ดอยสุเทพ น้ำตกวังตะไคร้ เขาใหญ่ ภูกระดึง ตลาดน้ำ สวนสนุก พิพิธภัณฑ์น้ำจืด หัวหิน เกาะเต่า เกาะตะรุเตา ถ้ำมรกต เกาะสมุย ภูเก็ต และเกาะพีพี เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการไปท่องเที่ยวรองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ เขาพระวิหาร ปราสาทพนมรุ้งและจังหวัดอยุธยา นอกจากนั้นเป็นพระราชดอยสุเทพ พระธาตุดอยตุง พระธาตุลำปางหลวง พระธาตุแช่แห้ง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจไปเที่ยวน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมมากที่สุดคือ งานบุญบั้งไฟพญานาค และงานปีใหม่เมืองเชียงใหม่ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น แห่งสูงหลวงปีใหม่เมืองลำปาง วิถีชีวิตชาวบ้าน งานลอยกระทงของจังหวัดสุโขทัย งานทำบุญเดือนสิบของจังหวัดนครศรีธรรมราช งานแห่เทียนของจังหวัดอุบลราชธานี และท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นต้น

ส่วนที่ 4.3 ข้อมูลลักษณะและวิธีการเดินทางท่องเที่ยว

ข้อมูลลักษณะและวิธีการเดินทางท่องเที่ยว เป็นข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ทั้งหมด การจัดการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง สถานที่พักแรมและบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทาง ดังจะได้เสนอต่อไป

ตารางที่ 4.3.1 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเดือนที่ท่องเที่ยว

เดือนที่ท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มกราคม	41	10.4
กุมภาพันธ์	9	2.3
มีนาคม	29	7.3
เมษายน	145	36.7
พฤษภาคม	17	4.3
มิถุนายน	3	0.8
กรกฎาคม	4	1.0
สิงหาคม	11	2.8
กันยายน	2	0.5
ตุลาคม	36	9.1
พฤศจิกายน	24	6.1
ธันวาคม	74	18.7
รวม	395	100.0

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมา คือ เดือนธันวาคม จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และน้อยที่สุดคือ เดือนกันยายน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ดังตารางที่ 4.3.1 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศช่วงเดือนเมษายนและช่วงปลายปีจนถึงต้นปีคือ ช่วงเดือนตุลาคม – มกราคม เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงของการหยุดพักร้อนวันหยุดตามเทศกาล(เทศกาลสงกรานต์) และยังเป็นการศึกษาปิดภาคเรียนของบุตรหลานที่อยู่ในวัยเรียน ทำให้ครอบครัวหรือผู้ปกครองมีโอกาสที่จะพาบุตรหลานไปท่องเที่ยวพร้อมกันเป็นครอบครัว สำหรับเดือนที่มีการเดินทางท่องเที่ยวน้อยนั้น เพราะเป็นช่วงเปิดภาคเรียนของสถาบันการศึกษาต่างๆ จึงไม่สะดวกในการเดินทาง

ตารางที่ 4.3.2 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว

ช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	192	48.6
ทุกโอกาสตามสะดวก	171	43.3
เสาร์ – อาทิตย์	27	6.8
วันธรรมดา	5	1.3
รวม	395	100.0

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ เดินทางท่องเที่ยวได้ทุกโอกาสตามสะดวก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และน้อยที่สุดคือ ท่องเที่ยวในวันธรรมดา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 จากข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบร้อยละ 50 ของทั้งหมด สามารถเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศได้ทุกโอกาสตามสะดวก และนิยมเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวัน เช่น ช่วงต่อของวันหยุดทางราชการ หรือวันสำคัญต่างๆ ซึ่งเป็นการไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและไปกันเป็นครอบครัวโดยส่วนใหญ่จะขับรถส่วนตัวส่วนบุคลไปกันประมาณ 4 – 6 คน ยิ่งเป็นช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ทำให้นักเรียนสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัวได้โดยไม่ต้องรอช่วงปิดเทอม

ตารางที่ 4.3.3 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 วัน	139	35.2
3-4 วัน	171	43.3
5-6 วัน	55	13.9
มากกว่า 7 วัน	30	7.6
รวม	395	100.0

จากตารางที่ 4.3.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยว 3-4 วัน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยว 1-2 วัน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 และน้อยที่สุดคือ ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7 วันขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 4 วันมากที่สุด เกือบร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ทำการศึกษา ซึ่งจำนวนวันเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับระยะทางและเวลาในการเดินทาง

ตารางที่ 4.3.4 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อนและท่องเที่ยว	285	72.2
เยี่ยมญาติ	56	14.2
ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ	31	7.8
ประชุม / สัมมนา / ฟังก์ชั่น	9	2.3
การท่องเที่ยวโดยได้รับรางวัล	4	1.0
หลีกเลี่ยงความจำเจ	4	1.0
ทัศนศึกษา	3	0.8
การกีฬา	2	0.5
ปฏิบัติราชการ	1	0.3
รวม	395	100.0

จากการผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ เพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ เดินทางมาเพื่อเยี่ยมญาติ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาเพื่อปฏิบัติราชการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด เป็นการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อนสมองและร่างกาย จากการทำงานหนักและความเครียด ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนนั้นสามารถแบ่งได้อีกหลายรูปแบบ เช่นการไปพักผ่อนร่างกาย การไปพักผ่อนอากาศ การเที่ยวชมความสวยงามของธรรมชาติ การไปล่องเรือ รวมไปถึงการไปนันทนาการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนนับถือ สถานที่ไปพักผ่อนมักจะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย มีอากาศบริสุทธิ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ เกาะสมุย เกาะช้าง เกาะเสม็ด และเกาะแถบชายฝั่งทะเลอันดามัน หัวหิน เกาะเต่า เกาะตะรุเตา และ เกาะพีพี น้ำตกทีลอซู สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ สุสานหอย ล่องแก่ง ล่องแพที่แม่ฮ่องสอน ดอยตุง ดอยสุเทพ น้ำตกวังตะไคร้ เขาใหญ่ ภูกระดึง ตลาดน้ำ สวนสนุก พิพิธภัณฑ์น้ำจืด เป็นต้น

ตารางที่ 4.3.5 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ (จำนวนเฉลี่ย 6 คน)	226	57.2
เพื่อน จำนวน (จำนวนเฉลี่ย 7 คน)	84	21.3
แฟน / คนรัก	43	10.9
การนำเที่ยวของหน่วยงาน	21	5.3
คนในระแวกพื้นที่เดียวกันรวมกลุ่มกัน เที่ยว	12	3.0
ไปคนเดียว	9	2.3
รวม	395	100.0

บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ เมื่อคำนวณจำนวนคนเฉลี่ยของการท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ เท่ากับ 6 คน/ครั้ง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวรองลงมาคือ เพื่อน โดยจำนวนเฉลี่ยเท่ากับ 7 คน/ครั้ง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างนิยมเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ดังตารางที่ 4.3.5 พบว่า จำนวนกลุ่มในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่ว่าจะเลือกท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติหรือเพื่อนมีจำนวนคนเฉลี่ย ประมาณ 6-7 คน เกือบร้อยละ 80 ของการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแต่ละครั้ง

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนนั้นเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกในครอบครัวหรือญาติ เพราะครอบครัวจัดเป็นสังคมกลุ่มแรกที่เรารู้จัก มีความสนิทสนมมากที่สุด และมีอิทธิพลต่างๆ ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ในขณะที่กลุ่มเพื่อนนั้น สามารถที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างอิสระมากกว่า เนื่องจากวัยที่ใกล้เคียงกัน มีความเข้าใจหรือการรับรู้ในเรื่องต่างๆ ที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.3.6 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	54	13.7
3,001 - 5,000 บาท	124	31.4
5,001 - 7,000 บาท	73	18.5
มากกว่า 7,000 บาท	144	36.5
รวม	395	100.0

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงมากกว่า 7,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 3,001 – 5,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายกับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างจะเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหาร เครื่องดื่ม ในสัดส่วนที่สูง รองลงมาคือค่าที่พักที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพักในโรงแรมหรือรีสอร์ท รวมไปถึงค่ายานพาหนะในการเดินทาง (ค่าน้ำมันรถ) ค่าซื้อของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ตารางที่ 4.3.7 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว

รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จัดการเอง	329	83.3
ซื้อแพคเกจทัวร์	66	16.7
รวม	395	100.0

รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นแบบจัดการเอง จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อแพคเกจทัวร์ มีเพียง 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ประชาชนยังคงไม่นิยมการใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยว ซึ่งจะแตกต่างกับชาวต่างประเทศที่นิยมใช้บริการของบริษัทท่องเที่ยวมากกว่าด้วยเพราะความสะดวกสบายและลดภาระในการติดต่อประสานงาน การจัดการในด้านสถานที่ท่องเที่ยว หรือที่พักแรม ในขณะที่คนไทยนิยมการบริการตัวเองโดยการเลือกที่จะจัดการรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวเอง เพราะความต้องการความรู้ลึกเป็นส่วนตัวและสามารถที่จะเลือกรายการ การท่องเที่ยวได้ไม่ว่าจะเป็นระยะทางหรือจุดหมายในการท่องเที่ยว ระยะเวลาใน

การออกเดินทางและเวลาที่ถึงจุดหมายปลายทางที่มีความยืดหยุ่นมากกว่าโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวทั่วไป

ตารางที่ 4.3.8 เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบจัดการเอง

เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบจัดการเอง	ลำดับความสำคัญ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. รู้สึกเป็นส่วนตัวและจัดโปรแกรมได้อย่างอิสระ	210 (63.8)	52 (15.8)	25 (7.6)	19 (5.8)	23 (7.0)	329 (100.0)
2. รู้จักเส้นทาง สถานที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี	32 (9.7)	97 (29.5)	75 (22.8)	85 (25.8)	40 (12.2)	329 (100.0)
3. ประหยัดค่าใช้จ่าย	49 (14.9)	76 (23.1)	123 (37.4)	64 (19.5)	17 (5.2)	329 (100.0)
4. ใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า	17 (5.2)	92 (28.0)	89 (27.1)	111 (33.7)	20 (6.1)	329 (100.0)
5. โปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวไม่น่าสนใจ	21 (6.4)	12 (3.6)	111 (33.7)	50 (15.2)	229 (69.9)	329 (100.0)

เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบจัดการเอง จากแบบสอบถามได้สัมภาษณ์โดยให้กลุ่มตัวอย่าง 329 คน ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแบบจัดการเอง เรียงลำดับความสำคัญของเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวแบบจัดการเอง จากมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบจัดการเองมากที่สุด เพราะความรู้สึกเป็นส่วนตัวและจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้เองอย่างอิสระ รู้จักเส้นทาง/ที่พักแรมและแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ประหยัดค่าใช้จ่าย ใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า และโปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวไม่น่าสนใจ ตามลำดับแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เห็นความสำคัญของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเหตุผลหลักในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแบบจัดการเอง แต่ให้ความสำคัญต่อความรู้สึกเป็นส่วนตัวและการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้เองอย่างอิสระเป็นเหตุผลที่สำคัญ

ตารางที่ 4.3.9 เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์

เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์	ลำดับความสำคัญ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. สะดวกสบายเพราะมีบริการที่ดี	30 (45.5)	14 (21.2)	9 (13.6)	9 (13.6)	4 (6.1)	66 (100.0)
2. โปรแกรมท่องเที่ยวน่าสนใจ	10 (15.2)	14 (21.2)	15 (22.7)	17 (25.8)	10 (15.2)	66 (100.0)
3. เคยใช้บริการแล้วประทับใจ	5 (7.6)	12 (18.2)	27 (40.9)	10 (15.2)	12 (18.2)	66 (100.0)
4. ไม่ต้องยุ่งยากในการเดินทางท่องเที่ยว	9 (13.6)	20 (30.3)	10 (15.2)	16 (24.2)	11 (16.7)	66 (100.0)
5. ราคาถูก	12 (18.2)	6 (9.1)	5 (7.6)	14 (21.2)	29 (43.9)	66 (100.0)

เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 66 คน ที่เลือกการท่องเที่ยวภายในประเทศแบบซื้อแพคเกจทัวร์เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกการท่องเที่ยวแบบจัดการเองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เรียงลำดับเหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์โดยเรียงจากเหตุผลที่ให้ความสำคัญมากที่สุดไปหาเหตุผลที่สำคายน้อยที่สุด ได้แก่ ความสะดวกสบายเพราะมีบริการที่ดีและมีบริการทุกอย่างพร้อมหมด เพราะไม่ต้องเสียเวลาในการหาซื้อบริการต่างๆ เมื่อเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง เช่นที่พักแรมหรือร้านอาหาร แต่ใช้เวลาทั้งหมดไปกับการท่องเที่ยวและการพักผ่อนได้อย่างเต็มที่ เหตุผลรองลงมาคือ เคยใช้บริการแล้วประทับใจ โปรแกรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และเหตุผลที่สำคายน้อยที่สุดคือ ราคาถูก

เหตุผลในการเลือกการท่องเที่ยวภายในประเทศของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งแบบจัดการเองกับแบบซื้อแพคเกจทัวร์มีเหตุผลที่คล้ายกัน คือการให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายค่อนข้างน้อย และเหตุผลหลักในการเลือกท่องเที่ยวของทั้ง 2 แบบ คือกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว รู้สึกเป็นส่วนตัวและจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้เองอย่างอิสระ

ตารางที่ 4.3.10 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล	266	67.3
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	50	12.7
รถเช่าเหมา(มีคนขับ)	36	9.1
รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์)	32	8.1
เครื่องบิน	9	2.3
รถไฟ	2	0.5
รวม	395	100.0

ในตารางที่ 4.3.10 พบว่า พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา คือ รถโดยสารประจำทาง / รถทัวร์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยที่สุดคือ รถไฟ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เลือกท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์จำนวน 66 คน มีเพียง 50 คน เท่านั้นที่ใช้บริการรถนำเที่ยว แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกท่องเที่ยวแบบซื้อแพคเกจทัวร์มากกว่าร้อยละ 50 เป็นกลุ่มทัวร์ขนาดเล็กและใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวคือ รถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถเช่าเหมา (มีคนขับ) ไม่มีความจำเป็นต้องใช้รถโดยสารประจำทาง / รถทัวร์ เนื่องจากความสะดวกของการคมนาคมและสาธารณูปโภคที่มีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ห้องน้ำ หรือสถานีบริการน้ำมัน ที่มีอยู่มากมายตลอดเส้นทางการเดินทาง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลมาก เพราะมีความเป็นส่วนตัว มีอิสระ มีความยืดหยุ่นในการจัดสรรเวลาการท่องเที่ยว รวมไปถึงเป็นการให้ทางเลือกใหม่ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ๆ นอกจากนี้รถยนต์ส่วนบุคคลยังสามารถควบคุมเวลาที่จะออกเดินทางและเวลาที่จะไปถึงยังจุดหมายปลายทาง หรือเลือกที่จะหยุดแวะพักในระหว่างทาง หรือเปลี่ยนเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวได้เอง ที่สำคัญคือเป็นการกระชับความสัมพันธ์ของคนในครอบครัวได้ดี และพบว่าประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปางไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยรถไฟ

ตารางที่ 4.3.11 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานที่พักแรม

สถานที่พักแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม	153	38.7
รีสอร์ท	86	21.8
บ้านเพื่อน/ญาติ	81	20.5
เต็นท์ / ตั้งแคมป์	26	6.6
เกสต์เฮาส์	18	4.6
บังกะโล	18	4.6
บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน	7	1.8
วัด / โรงเรียน	6	1.5
รวม	395	100.0

ในการเลือกสถานที่พักแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมพักที่โรงแรม จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7 ส่วนสถานที่พักแรม รองลงมา คือ รีสอร์ท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และสถานที่พักแรมที่กลุ่มตัวอย่างพักน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ดังตารางที่ 4.3.11 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ในอดีตวัฒนธรรมของคนไทยที่จะต้องออกเดินทางนั้น จะนิยมพักกันตามบ้านญาติ หรือวัดเป็นส่วนใหญ่ และในสมัยนั้น โรงแรมก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนักจะมีอยู่ก็ตามหัวเมืองเท่านั้น แต่จากการได้รับอิทธิพลของทางตะวันตกก็ทำให้คนไทยส่วนใหญ่มีค่านิยมในการเลือกพักโรงแรมหรือรีสอร์ทเพิ่มมากขึ้น เพราะมีบริการที่ครบครัน มีความสะดวกสบาย ยิ่งกระแสค่านิยมของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวและมีที่พักที่สบาย จึงทำให้นิยมพักแรมตามโรงแรมหรือรีสอร์ทเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบัน โรงแรมหรือรีสอร์ทมีเป็นจำนวนมาก และมีบริการด้านพื้นฐานที่เหมือนกัน เช่น ห้องพักที่สะอาด มีบริการห้องอาหารเป็นต้น จะมีเพียงราคาที่แตกต่างกันไปจึงทำให้ประชาชนสามารถที่จะเลือกพักแรมที่ใดก็ได้ขึ้นอยู่กับงบประมาณที่จะใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปางที่เดินทางไปท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้ เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล พักในโรงแรมและรีสอร์ทในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนว่าการท่องเที่ยวเป็นค่านิยมของกลุ่มบุคคลชนชั้นกลางที่มีการศึกษา

ตารางที่ 4.3.12 ข้อมูลของนักท่องเที่ยวจำแนกบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สามี/ภรรยา	108	27.3
ตัดสินใจเอง	105	26.6
เพื่อน	82	20.8
พ่อ/แม่	42	10.6
ลูก	40	10.1
หน่วยงาน	18	4.6
รวม	395	100.0

ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคือ สามี/ภรรยา จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 แต่จากข้อมูลตารางที่ 4.1.4 ที่เกี่ยวกับสถานภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามากกว่าครึ่งมีสถานภาพสมรส จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด นั่นแสดงว่า จำนวนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส คู่สมรสมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนไม่น้อยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเอง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 ในขณะที่เพื่อนเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก และบุคคลที่มีส่วนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ หน่วยงาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและเป็นผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเองนั้น เพราะการศึกษาที่สูงขึ้น มีอาชีพที่ดีขึ้นทำให้สามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อย โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว หรือสถานที่ที่จะท่องเที่ยวนั้น เพื่อนและสื่อทางโทรทัศน์จะมีอิทธิพลต่อการให้คำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด

ส่วนที่ 4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4.1 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย
1. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	4.51
2. งบประมาณและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง	3.11
3. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว	
3.1. ระบบสื่อสาร ไฟฟ้า ประปา	3.89
3.2. สภาพถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.97
3.3. สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำสะอาด	4.18
4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	
4.1. ที่พักแรม	4.09
4.2. ร้านอาหาร	3.89
4.3. มีบริการนำเที่ยว	3.48
4.4. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.77
5. ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	4.19
6. ระยะทางและระยะเวลาในการท่องเที่ยว	
6.1. ระยะทางจากบ้าน-แหล่งท่องเที่ยว-ที่พัก	3.94
6.2. ระยะเวลาที่พำนักในแหล่งท่องเที่ยว	3.82
7. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว	4.02
8. สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว	
8.1. ศิลปวัฒนธรรม	3.87
8.2. โบราณสถาน	3.75
8.3. ทะเล หาดทราย	4.30
8.4. ภูเขา น้ำตก	4.19
8.5. สวนสนุก	3.14
8.6. งานแสดงสินค้า	3.18
8.7. การแข่งขันกีฬา	2.84
8.8. อาหาร	3.86
8.9. ธรรมชาติไมตรีของคนไทย	4.06

จากแบบสอบถามได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาว่า ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลมากที่สุด(5) มาก(4) ปานกลาง(3) น้อย(2) จนถึงน้อยที่สุด(1) ต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ผลการศึกษาได้จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ

จากแหล่งท่องเที่ยวทางด้านทะเล หาดทราย ภูเขาและน้ำตก สาธารณูปโภคอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำ สะอาด ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และอรรถาธิบายไมตรีของคนไทย สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คำนึงถึงความปลอดภัย เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปกับครอบครัว เมื่อเวลาเดินทางไปยังแหล่งที่แปลกไปจากถิ่นที่อยู่ของตนย่อมมีความกังวล ถ้าเกิดปัญหาอาจจะลำบากในการติดต่อประสานงานขอความช่วยเหลือ รวมไปถึงข่าวที่น่าเสนอเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มักจะมีผู้ร้ายที่ฉกชิงวิ่งราวทรัพย์สินจากนักท่องเที่ยวเป็นประจำ ส่วนช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว นั้นเป็นตัวกำหนดแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางไปได้ คือ ถ้ามีระยะเวลาที่ยาวนานก็สามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้นและไปได้ไกลขึ้น แต่ถ้ามีช่วงวันหยุดระยะเวลาสั้นๆ ก็เลือกเดินทางท่องเที่ยวในระยะทางสั้นๆ

ปัจจัยรองลงมา คือ สภาพถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ระบบการสื่อสาร/ไฟฟ้า/ประปา แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและโบราณสถาน ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น

ส่วนที่ 4.5 แนวโน้มในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป

ตารางที่ 4.5.1 การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในครั้งต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ในครั้งต่อไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	380	96.2
ไม่ใช่	15	3.8
รวม	395	100.0

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในครั้งต่อไป จำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 96.2 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในครั้งต่อไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ดังตารางที่ 4.5.1 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่เดินทางท่องเที่ยวอีกในอนาคตเป็นเพราะความต้องการไปพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานที่เคร่งเครียดอยู่ตลอดเวลา การพักผ่อนเป็นการทำให้ร่างกายได้รู้สึกผ่อนคลายและเมื่อกลับไปทำงานก็มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น รวมไปถึงการมีเวลาว่างพอที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ถึงแม้จะมีวันหยุดที่ไม่ยาวนานนัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในการท่องเที่ยวของกลุ่มคนชนชั้นกลางที่ได้กล่าวมาแล้ว ส่วนสาเหตุของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาจากการไม่มีเวลาว่าง การไม่มีค่าใช้จ่าย และความไม่แน่ใจใน

อนาคตว่าจะสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้หรือไม่ ด้วยสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม หรือต้นทุนบริการทางการท่องเที่ยวที่มีราคาสูงขึ้น

ตารางที่ 4.5.2 สถานที่ท่องเที่ยวครั้งต่อไปของกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ท่องเที่ยวในครั้งต่อไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทะเล / หมู่เกาะ	136	40.6
ภูเขา / หน้าผา / คอย / สวนป่า / วนอุทยาน	58	17.3
น้ำตก / เขื่อน / แก่ง / น้ำพุ	44	13.1
ศิลปวัฒนธรรมและ โบราณสถาน	31	9.3
จังหวัดในภาคเหนือ	25	7.5
จังหวัดในภาคใต้	23	6.9
วิถีชีวิต / ประเพณี / เทศกาล	5	1.5
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4	1.2
ที่ไหนก็ได้แต่ไม่ไกลบ้าน	4	1.2
ห้างสรรพสินค้าและแหล่งช้อปปิ้ง	4	1.2
สวนสัตว์	1	0.3
รวม	335	100.0

สถานที่ท่องเที่ยวในครั้งต่อไป พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ การเลือกที่จะไปเที่ยว ที่ทะเล / หมู่เกาะ คิดเป็นจำนวน 136 คน ประมาณร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ สถานที่ประเภท ภูเขา / หน้าผา / คอย / สวนป่า / วนอุทยาน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นไปได้ที่น้อยที่สุดคือ สวนสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 0.3 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของถิ่นที่อยู่ของประชาชน ถือว่าเป็นการกำหนดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นคนทางภาคเหนือที่สภาพแวดล้อมเป็นภูเขา ป่าไม้ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากสภาพแวดล้อมหรือภูมิทัศน์ที่ตนคุ้นเคยที่เต็มไปด้วยภูเขา ต้นไม้ น้ำตก รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นถ้าให้เลือกเดินทางท่องเที่ยว จะเลือกไปยังหมู่เกาะ/ทะเลเป็นจำนวนมากนั้น เพื่อการพักผ่อนและ เปลี่ยนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ชั่วคราว

ตารางที่ 4.5.3 อัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

เหตุผลที่เลือกท่องเที่ยวในครั้งต่อไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ความงาม / ประทับใจ / ดึงดูดใจ	95	28.7
ความเป็นธรรมชาติ / ความสดชื่น	71	21.5
ยังไม่เคยไป	57	17.2
พักผ่อน / ปลดปล่อยอารมณ์ / สบายใจ	35	10.6
ได้ความรู้ / ได้รู้ประวัติศาสตร์/ศิลปวัฒนธรรม	22	6.6
กลับบ้าน / เยี่ยมญาติ	12	3.6
ไม่ได้ไปมานานแล้ว	9	2.7
ประหยัดน้ำมัน / สะดวกเวลาและระยะทาง	9	2.7
ร่วมกับการทำธุระ เช่น สอบบรรจุ/แข่งกีฬา/ทำงาน	8	2.4
สินค้าราคาถูก (ช้อปปิ้ง)	6	1.8
กำลังได้รับความนิยม	4	1.2
เดินทางสะดวก ปลอดภัย	3	0.9
รวม	331	100.0

เหตุผลที่เลือกท่องเที่ยวในครั้งต่อไป จากการศึกษาพบว่าความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความประทับใจและดึงดูดใจเป็นเหตุผลอันดับแรก รองลงมา คือ ความเป็นธรรมชาติ/ ความสดชื่น ยังไม่เคยไปแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และ เป็นการพักผ่อน ปลดปล่อยอารมณ์

ข้อมูลการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไปกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกของกลุ่มตัวอย่าง ในแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด ที่ต้องการให้กลุ่มตัวอย่างระบุสถานที่และเหตุผลได้หลากหลายมากขึ้น จึงอาจเป็นช่องทางให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางท่านไม่ระบุถึงข้อมูลดังกล่าว ทำให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบไม่เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ศึกษา

ส่วนที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว กกับการเดินทางท่องเที่ยว

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเดินทาง

ตารางที่ 4.6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

อายุ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
25 - 35 ปี	183 (87.1)	18 (8.6)	9 (4.3)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	73 (46)	23 (23.5)	2 (2.0)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	46 (63.9)	13 (18.1)	13 (18.1)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	12 (80.0)	3 (20.0)	0 (0.0)	24 (6.1)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ของอายุกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุเลือกที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด โดยเฉพาะที่มีช่วงอายุ 25 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 4.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 23.5 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46-55 ปี ส่วนใหญ่เลือกแหล่งที่จะเดินทางไปยังท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 18.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56-60 ปี ส่วนใหญ่เลือกแหล่งที่จะเดินทางไปยังท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.6.2 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

อายุ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
25 - 35 ปี	151 (71.9)	22 (10.5)	7 (3.3)	22 (10.5)	2 (1.0)	6 (2.9)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	63 (64.3)	7 (7.1)	14 (14.3)	13 (13.3)	0 (0.0)	1 (1.0)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	47 (65.0)	4 (5.6)	11 (15.0)	10 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	5 (33.3)	3 (20.0)	0 (0.0)	5 (33.3)	0 (0.0)	2 (13.3)	9 (2.3)
รวม	266 (67.3)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (12.7)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์อายุกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีช่วงอายุ 25-35 ปี ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ และรถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 10.5 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 1.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา คือ รถเช่าเหมา(มีคนขับ) คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46-55 ปี ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 14.0 และน้อยที่สุดคือ รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56-60 ปี ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและรถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์)เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ รถเช่าเหมา(มีคนขับ) และรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.3 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับที่พักแรม

อายุ	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ท	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน /ญาติ	บ้านพักข้าราชการ	
25 - 35 ปี	83 (39.5)	42 (20.0)	12 (12.7)	12 (12.7)	19 (9.0)	0 (0.0)	41 (19.5)	1 (0.5)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	29 (29.6)	28 (28.6)	6 (6.1)	3 (3.1)	5 (5.1)	6 (6.1)	18 (18.4)	3 (3.1)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	35 (48.6)	10 (13.9)	0 (0.0)	3 (4.2)	2 (2.8)	0 (0.0)	19 (26.4)	3 (4.2)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	6 (40.0)	6 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (20.0)	0 (0.0)	15 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์อายุกับที่พักแรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 28.6 และน้อยที่สุดคือ บังกะโลและบ้านพักข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 3.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46-55 ปี ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน / ญาติ คิดเป็นร้อยละ 26.4 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ และ วัด / โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56-60 ปี ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม และรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 40.0 เท่ากัน รองลงมา คือ บ้านเพื่อน / ญาติ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือเกสต์เฮาส์ บังกะโล เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน และบ้านพักข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.6.4 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

อายุ	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
25 - 35 ปี	30 (14.3)	73 (34.8)	48 (22.9)	59 (28.1)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	18 (18.4)	27 (27.6)	15 (15.3)	38 (38.8)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	5 (6.9)	23 (31.9)	9 (12.5)	35 (48.6)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	1 (6.7)	1 (6.7)	1 (6.7)	12 (80.0)	15 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 - 35 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วง 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.1 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46 - 55 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.9 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56 - 60 ปี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา คือ น้อยกว่า 3,000 บาท 3,001 - 5,000 บาท และ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 4.6.5 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

อายุ	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกัน หลาย วัน	เสาร์ - อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตามสะดวก	
25 - 35 ปี	112 (53.3)	12 (5.7)	5 (2.4)	81 (38.6)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	38 (38.8)	6 (6.1)	0 (0.0)	54 (55.1)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	37 (51.4)	7 (9.7)	0 (0.0)	28 (38.9)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	5 (33.3)	2 (13.3)	0 (0.0)	8 (53.3)	15 (100.0)
รวม	192 (48.6)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 25 - 35 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 38.6 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 2.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46 - 55 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 38.9 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56 - 60 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

อายุ	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1-2 วัน	3-4 วัน	4-5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
25 - 35 ปี	84 (40.0)	92 (43.8)	19 (9.0)	15 (7.1)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	34 (34.7)	41 (41.8)	17 (17.3)	6 (6.1)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	16 (22.2)	33 (45.8)	14 (19.4)	9 (12.5)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	5 (33.3)	5 (33.3)	5 (33.3)	0 (0.0)	15 (100.0)
รวม	139 (35.2)	171 (43.3)	55 (13.9)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 25 - 35 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 34.7 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46 - 55 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.2 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 12.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56 - 60 ปี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน 3 - 4 วัน และ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ในสัดส่วนเท่ากัน รองลงมา คือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.7 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

อายุ	บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						รวม
	พ่อ / แม่	สามี/ภรรยา	ลูก	หน่วยงาน	เพื่อน	ตัดสินใจเอง	
25 - 35 ปี	37 (17.6)	41 (19.5)	5 (2.4)	8 (3.8)	60 (28.6)	59 (28.1)	210 (100.0)
36 - 45 ปี	4 (4.1)	43 (43.9)	12 (12.2)	5 (5.1)	12 (12.2)	22 (22.4)	98 (100.0)
46 - 55 ปี	0 (0.0)	18 (25.0)	17 (23.6)	5 (6.9)	10 (13.9)	22 (30.6)	72 (100.0)
56 - 60 ปี	1 (6.7)	6 (40.0)	6 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (13.3)	15 (100.0)
รวม	42 (10.6)	108 (27.3)	40 (10.1)	18 (4.6)	82 (20.8)	105 (26.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 25 - 35 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 28.1 และน้อยที่สุดคือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 2.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36 - 45 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 22.4 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 4.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 46 - 55 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 56 - 60 ปี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา และลูก คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมา คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 13.3 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงานและเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.0

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.8 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

เพศ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
ชาย	98 (72.6)	32 (23.7)	5 (3.7)	135 (100.0)
หญิง	216 (83.1)	25 (9.6)	57 (14.4)	260 (100.0)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศหญิงและเพศชาย ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 83.1 และ 72.6 ตามลำดับ) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เลือกมากที่สุดคือ ทะเล/ หมู่เกาะ ตามชายฝั่งทะเลอันดามัน และแหล่งท่องเที่ยวที่ รองลงมา คือภูเขา/น้ำตก ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายเลือกท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 23.7 และ 9.6 ตามลำดับ) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่เลือกไปท่องเที่ยว คือ เขาพระวิหาร ปราสาทพนมรุ้งและจังหวัดอยุธยา เป็นต้น

ตารางที่ 4.6.9 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

เพศ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสาร ประจำทาง/ รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการ นำเที่ยว (ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
ชาย	97 (71.9)	12 (8.9)	5 (3.7)	18 (13.3)	0 (0.0)	3 (2.2)	135 (100.0)
หญิง	169 (65.0)	24 (9.2)	27 (10.4)	32 (12.3)	2 (0.8)	6 (2.3)	260 (100.0)
รวม	266 (67.3)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (12.7)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 13.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 12.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.6.10 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับที่พักแรม

เพศ	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ท	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน /ญาติ	บ้านพักข้าราชการ	
ชาย	68 (50.4)	37 (27.4)	3 (2.2)	2 (1.5)	8 (5.9)	2 (1.5)	14 (10.4)	1 (0.7)	135 (100.0)
หญิง	85 (32.7)	49 (18.8)	15 (5.8)	16 (6.2)	18 (6.9)	4 (1.5)	67 (25.8)	6 (2.3)	260 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับที่พักแรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่นิยมพักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 27.4 และน้อยที่สุดคือ บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ในขณะที่เพศหญิงส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมา คือบ้านเพื่อน / ญาติ คิดเป็นร้อยละ 25.8 และน้อยที่สุดคือ วัด / โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.5 เนื่องจากเพศหญิง คำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นในการพักแรมจึงนิยมพักในสถานที่ที่เชื่อถือว่ามีความปลอดภัยสูงสุด

ตารางที่ 4.6.11 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

เพศ	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
ชาย	16 (11.9)	37 (27.4)	22 (16.3)	60 (44.0)	135 (100.0)
หญิง	38 (14.6)	87 (33.5)	51 (19.6)	84 (32.3)	260 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.4

รองลงมาคือ 3,001- 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.4 และน้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.9

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.3 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.6

ดังนั้นจะพบว่า เพศหญิงใช้จ่ายเงินในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.6.12 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

เพศ	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกัน หลาย วัน	เสาร์ – อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตาม สะดวก	
ชาย	64 (47.4)	7 (5.2)	1 (0.7)	63 (46.7)	135 (100.0)
หญิง	128 (49.2)	20 (7.7)	4 (1.6)	108 (41.5)	260 (100.0)
รวม	192 (48.6)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ ทุกโอกาสตามสะดวก คิดเป็นร้อยละ 46.7 และน้อยที่สุด คือช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.7

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 41.5 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.5

พบว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศกับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

เพศ	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1-2 วัน	3-4 วัน	4-5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
ชาย	47 (34.8)	58 (43.0)	24 (17.8)	6 (4.4)	135 (100.0)
หญิง	92 (35.4)	113 (43.5)	31 (11.9)	24 (9.2)	260 (100.0)
รวม	139 (35.2)	171 (43.3)	55 (13.9)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 – 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ 1 – 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 4.4

กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ 1 – 2 คิดเป็นร้อยละ 35.4 และน้อยที่สุด คือมากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.2

ดังนั้น ทั้งเพศหญิงและเพศชาย เดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะเวลา 3 – 4 วัน เหมือนกัน

ตารางที่ 4.6.14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

เพศ	บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						รวม
	พ่อ / แม่	สามี / ภรรยา	ลูก	หน่วยงาน	เพื่อน	ตัดสินใจเอง	
ชาย	15 (11.1)	34 (25.2)	16 (11.9)	4 (.03)	27 (20.0)	39 (28.9)	135 (100.0)
หญิง	27 (10.4)	74 (28.5)	24 (9.2)	14 (5.4)	55 (21.2)	66 (26.0)	260 (100.0)
รวม	42 (10.6)	108 (27.3)	40 (10.2)	18 (4.5)	82 (20.8)	105 (26.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือการตัดสินใจเอง ร้อยละ 26.0 และลูกมีส่วนในการตัดสินใจที่น้อยที่สุด ร้อยละ 9.2 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายเป็นผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมาคือ ภรรยา ส่วนหน่วยงานนั้นน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.15 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
ประถมศึกษา	35 (74.5)	9 (19.1)	3 (6.4)	47 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	23 (82.0)	5 (18.0)	0 (0.0)	28 (100.0)
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือปวช.	39 (66.1)	13 (18.6)	9 (15.3)	68 (100.0)
อนุปริญญาหรือปวส.	52 (76.5)	13 (19.1)	3 (4.4)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	137 (85.6)	14 (8.8)	9 (5.6)	160 (100.0)
ปริญญาโท	25 (83.3)	5 (16.7)	0 (0.0)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 19.1 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 6.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 66.1 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 18.6 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 15.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 19.1 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 4.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 85.6 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.8 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 5.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.16 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

ระดับการศึกษา	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
ประถมศึกษา	27 (57.4)	5 (10.6)	8 (17.0)	7 (14.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	47 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	19 (67.9)	3 (10.7)	2 (7.1)	4 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	28 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	38 (64.4)	7 (11.9)	5 (8.5)	9 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	59 (100.0)
อนุปริญญาหรือปวส.	42 (61.8)	8 (11.8)	7 (11.9)	5 (8.5)	9 (15.3)	0 (0.0)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	120 (75.0)	11 (6.9)	9 (5.6)	15 (9.4)	2 (1.3)	3 (1.9)	160 (100.0)
ปริญญาโท	20 (66.7)	2 (6.7)	0 (0.0)	4 (13.3)	0 (0.0)	4 (13.3)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	3 (100.0)
รวม	266 (67.0)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (13.0)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา คือ รถเช่าเหมา (มีคนขับ) คิดเป็นร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 10.7 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว (ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 15.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 14.7 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 6.9 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถเช่าเหมา(มีคนขับ) รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสาร/รถทัวร์ และรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.17 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับที่พักแรม

ระดับการศึกษา	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ท	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน /ญาติ	บ้านพัก ข้าราชการ	
ประถมศึกษา	9 (19.1)	4 (8.5)	0 (0.0)	6 (12.8)	2 (4.3)	5 (10.6)	20 (42.6)	1 (2.1)	47 (100.0)
มัธยมศึกษา ตอนต้น	13 (46.0)	6 (21.0)	1 (3.6)	0 (0.0)	4 (14.0)	0 (0.0)	4 (14.0)	0 (0.0)	28 (100.0)
มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือ ปวช.	23 (39.0)	6 (10.2)	4 (6.8)	2 (3.4)	4 (6.8)	1 (1.7)	17 (28.8)	2 (3.4)	59 (100.0)
อนุปริญญา หรือ ปวส.	29 (43.0)	16 (24.0)	2 (2.9)	4 (5.9)	3 (4.4)	0 (0.0)	11 (16.0)	3 (4.4)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	62 (38.8)	44 (27.5)	9 (5.6)	4 (2.5)	12 (7.5)	0 (0.0)	29 (18.1)	0 (0.0)	160 (100.0)
ปริญญาโท	15 (50.0)	9 (30.0)	2 (6.7)	2 (6.7)	1 (3.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.3)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	2 (66.7)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับที่พักแรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่พักที่บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 19.1 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุดคือ บังกะโล วัด/โรงเรียน และบ้านพักข้าราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 28.8 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 27.5 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียนและบ้านพักรับรองข้าราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 30.0 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน และบ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ บังกะโล เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน บ้านเพื่อน/ญาติ และบ้านพักรับรองข้าราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบระดับการศึกษากับรายได้พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงจะนิยมพักในโรงแรม ซึ่งมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงจะมีรายได้ที่มากกว่า มีการทำงานที่มั่นคงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ตารางที่ 4.6.18 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

ระดับการศึกษา	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
ประถมศึกษา	19 (40.4)	14 (29.8)	4 (8.5)	10 (21.3)	47 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	2 (7.1)	12 (43.0)	6 (21.0)	8 (29.0)	28 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	13 (22.0)	14 (23.7)	12 (20.3)	20 (33.9)	59 (100.0)
อนุปริญญาหรือ ปวส.	7 (10.3)	26 (38.2)	11 (16.2)	24 (35.3)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	13 (8.1)	54 (34.0)	29 (18.0)	64 (40.0)	160 (100.0)
ปริญญาโท	0 (0.0)	2 (6.7)	11 (37.0)	17 (57.0)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	0 (0.0)	2 (66.7)	0 (0.0)	1 (33.3)	3 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.8 และน้อยที่สุดคือ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมา คือ บาท 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.7 และน้อยที่สุดคือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.3 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา คือ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท และ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.19 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกัน หลาย วัน	เสาร์ – อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตาม สะดวก	
ประถมศึกษา	9 (19.1)	8 (17.0)	0 (0.0)	30 (63.8)	47 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	16 (57.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (42.9)	28 (100.0)
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือ ปวช.	29 (49.2)	2 (3.4)	1 (1.7)	27 (45.8)	59 (100.0)
อนุปริญญาหรือ ปวส.	32 (47.0)	6 (8.8)	1 (1.5)	29 (43.0)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	87 (54.4)	10 (6.3)	2 (1.3)	61 (38.1)	160 (100.0)
ปริญญาโท	18 (60.0)	1 (3.3)	1 (3.3)	10 (33.3)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (66.7)	3 (100.0)
รวม	192 (48.6)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 42.9 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 45.8 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 43.0 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 38.1 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 3.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1 - 2 วัน	3 - 4 วัน	4 - 5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
ประถมศึกษา	24 (51.1)	13 (27.7)	4 (8.5)	6 (12.8)	47 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	11 (39.3)	11 (39.3)	3 (10.7)	3 (10.7)	28 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	25 (42.4)	18 (30.5)	11 (18.6)	5 (8.5)	59 (100.0)
อนุปริญญาหรือ ปวส.	30 (44.1)	33 (48.5)	5 (7.4)	0 (0.0)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	47 (29.4)	78 (48.8)	25 (15.6)	10 (6.3)	160 (100.0)
ปริญญาโท	2 (6.7)	18 (60.0)	7 (23.3)	3 (10.0)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (100.0)
รวม	139 (35.0)	171 (43.0)	55 (14.0)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.7 และน้อยที่สุดคือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน และ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน และ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 44.1 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 29.4 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุดคือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน 3 - 4 วัน และ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.21 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

ระดับการศึกษา	บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						รวม
	พ่อ / แม่	สามี/ภรรยา	ลูก	หน่วยงาน	เพื่อน	ตัดสินใจ เอง	
ประถมศึกษา	2 (4.3)	15 (31.9)	10 (21.3)	3 (6.4)	2 (4.3)	15 (31.9)	47 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนต้น	2 (7.1)	6 (21.4)	6 (21.4)	2 (7.1)	8 (28.6)	4 (14.3)	28 (100.0)
มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือ ปวช.	5 (8.5)	17 (28.8)	6 (10.2)	4 (6.8)	13 (22.0)	14 (23.7)	59 (100.0)
อนุปริญญาหรือปวส.	9 (13.2)	15 (22.1)	9 (13.2)	5 (7.4)	10 (14.7)	20 (29.4)	68 (100.0)
ปริญญาตรี	20 (13.0)	50 (31.0)	9 (5.6)	2 (1.3)	36 (23.0)	43 (27.0)	160 (100.0)
ปริญญาโท	2 (6.7)	5 (17.0)	0 (0.0)	2 (6.7)	13 (43.0)	8 (27.0)	30 (100.0)
ปริญญาเอก	2 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	3 (100.0)
รวม	42 (10.6)	108 (27.3)	40 (10.1)	18 (4.6)	82 (20.8)	105 (26.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา และตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา คือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 21.3 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ และหน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 4.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือ สามี/ภรรยาและลูก คิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ และ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 23.7 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 6.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือปวส. ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 22.1 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามเณร/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยเอง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยเอง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และน้อยที่สุดคือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ สามเณร/ภรรยา ลูก หน่วยงานที่ทำงาน และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับการเลือกเดินทาง

ตารางที่ 4.6.22 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับแหล่งท่องเที่ยว

สถานภาพสมรส	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
โสด	143 (79.4)	32 (17.8)	5 (2.8)	180 (100.0)
สมรส	166 (74.4)	25 (12.0)	18 (8.6)	209 (100.0)
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	5 (83.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	6 (100.0)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 17.8 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 2.8

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 12.0 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 8.6

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.0

พบว่า สถานภาพไม่มีความแตกต่างกันระหว่างสถานภาพสมรสกับแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.23 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

สถานภาพสมรส	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสารประจำทาง / รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
โสด	112 (62.2)	26 (14.4)	14 (7.8)	20 (11.1)	2 (1.1)	6 (3.3)	180 (100.0)
สมรส	151 (72.2)	10 (4.8)	15 (7.2)	30 (14.4)	0 (0.0)	3 (1.4)	209 (100.0)
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3 (50.0)	0 (0.0)	3 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (100.0)
รวม	266 (67.3)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (12.7)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 14.4 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 1.1

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 14.4 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล และรถเช่าเหมา(มีคนขับ) คิดเป็นร้อยละ 50.0 และน้อยที่สุดคือ รถโดยสาร/รถทัวร์ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.24 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับที่พักแรม

สถานภาพสมรส	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ท	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน/ ญาติ	บ้านพักข้าราชการ	
โสด	77 (42.8)	35 (19.4)	9 (5.0)	9 (5.0)	17 (9.4)	2 (1.1)	30 (16.7)	1 (0.6)	180 (100.0)
สมรส	74 (35.4)	49 (23.4)	9 (4.3)	9 (4.3)	9 (4.3)	2 (1.0)	51 (24.4)	6 (2.9)	209 (100.0)
หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	2 (33.3)	2 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับสถานที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 19.4 และน้อยที่สุดคือ บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.6

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่พัก ที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน / ญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.4 และน้อยที่สุดคือ วัด / โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.0

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม รีสอร์ท และ วัด / โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ บังกะโล เต็นท์/ตั้งแคมป์ บ้านเพื่อน / ญาติ และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.25 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

สถานภาพสมรส	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
โสด	30 (16.7)	64 (35.6)	41 (22.8)	45 (25.0)	180 (100.0)
สมรส	22 (10.5)	58 (27.8)	31 (14.8)	98 (46.9)	209 (100.0)
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	2 (33.3)	2 (33.3)	1 (16.7)	1 (16.7)	6 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 - 5,000

บาท คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.8 และน้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 3,000 บาท และ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ 5,001 – 7,000 บาท และ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ในสัดส่วนที่เท่ากัน

ตารางที่ 4.6.26 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

สถานภาพ สมรส	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกัน หลาย วัน	เสาร์ – อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตาม สะดวก	
โสด	83 (46.1)	9 (5.0)	2 (1.1)	86 (47.8)	180 (100.0)
สมรส	108 (51.7)	14 (6.7)	3 (1.4)	84 (40.2)	209 (100.0)
หย่าร้าง/แยกกัน อยู่	1 (16.7)	4 (66.7)	0 (0.0)	1 (16.7)	6 (100.0)
รวม	192 (48.2)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 46.1 และน้อยที่สุด คือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 40.2 และ น้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวันและทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.27 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

สถานภาพ สมรส	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1-2 วัน	3-4 วัน	4-5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
โสด	69 (38.3)	76 (42.2)	18 (10.0)	17 (9.4)	180 (100.0)
สมรส	67 (32.1)	92 (44.0)	37 (17.7)	13 (6.2)	209 (100.0)
หย่าร้าง/แยก กันอยู่	3 (50.0)	3 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (100.0)
รวม	139 (35.2)	171 (43.3)	55 (13.9)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.4

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.1 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.2

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน และ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และน้อยที่สุดคือ 4 - 5 วัน และมากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.28 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

สถานภาพสมรส	บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						รวม
	พ่อ / แม่	สามี / ภรรยา	ลูก	หน่วยงาน	เพื่อน	ตัดสินใจเอง	
โสด	36 (20.0)	8 (4.4)	3 (1.7)	5 (2.8)	70 (38.9)	58 (32.3)	180 (100.0)
สมรส	6 (2.9)	98 (46.9)	36 (17.2)	13 (6.2)	12 (5.7)	44 (21.1)	209 (100.0)
หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	0 (0.0)	2 (33.3)	1 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (50.0)	6 (100.0)
รวม	42 (10.6)	108 (27.3)	40 (10.1)	18 (4.6)	82 (20.8)	105 (26.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 32.2 และน้อยที่สุดคือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 1.7

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 21.1 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 2.9

กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ หน่วยงานที่ทำงาน และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.0

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.29 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งท่องเที่ยว

อาชีพ	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
รับราชการ	53 (71.0)	12 (16.0)	10 (13.0)	75 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10 (83.3)	0 (0.0)	2 (16.7)	12 (100.0)
พนักงานบริษัท เอกชน	93 (89.4)	9 (8.7)	2 (1.9)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	70 (71.4)	25 (25.5)	3 (3.1)	98 (100.0)
รับจ้าง	75 (82.4)	10 (11.0)	6 (6.6)	91 (100.0)
เกษตรกร	9 (81.8)	1 (9.1)	1 (9.1)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	4 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 13.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 89.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.7 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 1.9

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 3.1

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 82.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.0 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 6.6

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 9.1

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.30 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

อาชีพ	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการนำเที่ยว (ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
รับราชการ	48 (64.0)	6 (8.0)	8 (10.7)	10 (13.3)	0 (0.0)	3 (4.0)	75 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11 (91.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (100.0)
พนักงานบริษัทเอกชน	73 (70.2)	5 (4.8)	8 (7.7)	16 (15.4)	0 (0.0)	2 (1.9)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	65 (66.3)	10 (10.2)	10 (10.0)	9 (9.2)	2 (2.0)	2 (2.0)	98 (100.0)
รับจ้าง	61 (67.0)	15 (16.0)	5 (5.5)	10 (11.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	91 (100.0)
เกษตรกรกรรม	8 (72.7)	0 (0.0)	1 (9.1)	2 (18.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (50.0)	0 (0.0)	2 (50.0)	4 (100.0)
รวม	266 (67.3)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (12.7)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล

บุคคล คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 8.3 และน้อยที่สุดคือ รถโดยสาร/รถทัวร์ รถเช่าเหมา(มีคนขับ) รถไฟและรถเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 15.4 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ รถโดยสาร/รถทัวร์ รถเช่าเหมา(มีคนขับ) คิดเป็นร้อยละ 12.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุดคือ รถโดยสาร/รถทัวร์ รถไฟ และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสาร/รถทัวร์ รถเช่าเหมา(มีคนขับ) และรถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.31 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับที่พักแรม

อาชีพ	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ท	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน /ญาติ	บ้านพักข้าราชการ	
รับราชการ	30 (40.0)	22 (29.3)	5 (6.7)	2 (2.7)	4 (5.3)	0 (0.0)	11 (14.7)	1 (1.3)	75 (100.0)
พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	7 (58.3)	2 (16.7)	1 (8.3)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	1 (8.3)	0 (0.0)	12 (100.0)
พนักงาน บริษัทเอกชน	37 (35.6)	27 (26.0)	4 (3.8)	8 (7.7)	9 (8.7)	0 (0.0)	15 (14.4)	4 (3.8)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	57 (58.2)	19 (19.4)	5 (5.1)	3 (3.1)	2 (2.0)	0 (0.0)	12 (12.2)	0 (0.0)	98 (100.0)
รับจ้าง	20 (22.0)	14 (15.4)	3 (3.3)	5 (5.5)	10 (11.0)	6 (6.6)	31 (34.1)	2 (2.2)	91 (100.0)
เกษตกรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (100.0)	0 (0.0)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	2 (50.0)	2 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับที่พักแรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 29.3 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ บังกะโล วัด/โรงเรียน และบ้านพักข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน และบ้านพักข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 19.4 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.5

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่พักที่บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมา คือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุดคือ บ้านพักข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 1.5

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่พักที่บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ บังกะโล เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน และ บ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน – คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรมและรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในสัดส่วนที่เท่ากัน และที่พักแรมที่ไม่เลือกพักคือ เกสต์เฮาส์ บังกะโล เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน บ้านเพื่อน/ญาติ และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.32 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
รับราชการ	3 (4.0)	23 (30.7)	12 (16.0)	37 (49.3)	75 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1 (8.3)	6 (50.0)	4 (33.3)	1 (8.3)	12 (100.0)
พนักงานบริษัทเอกชน	13 (12.5)	32 (30.8)	24 (23.1)	35 (33.7)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	3 (3.1)	24 (24.5)	25 (25.5)	46 (46.9)	98 (100.0)
รับจ้าง	27 (29.7)	37 (40.7)	8 (8.8)	19 (20.9)	91 (100.0)
เกษตรกรกรรม	7 (63.6)	2 (18.2)	0 (0.0)	2 (18.2)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)	4 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.7 และน้อยที่สุดคือน้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือน้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.3

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.5

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมา คือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.1

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมา คือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.7 และน้อยที่สุดคือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.8

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท และมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.2 ในสัดส่วนเท่ากัน และน้อยที่สุดคือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.6.33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

อาชีพ	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกัน หลาย วัน	เสาร์ - อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตาม สะดวก	
รับราชการ	51 (68.0)	2 (2.7)	0 (0.0)	22 (29.3)	75 (100.0)
พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	5 (41.7)	2 (16.7)	0 (0.0)	5 (41.7)	12 (100.0)
พนักงานบริษัท เอกชน	55 (52.9)	6 (5.8)	2 (1.9)	41 (39.4)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	38 (38.8)	9 (9.2)	3 (3.1)	48 (49.0)	98 (100.0)
รับจ้าง	43 (47.3)	7 (7.7)	0 (0.0)	41 (45.1)	91 (100.0)
เกษตรกรรม	0 (0.0)	1 (9.1)	0 (0.0)	10 (90.9)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (100.0)	4 (100.0)
รวม	192 (48.6)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 29.3 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน และ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ ช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 39.4 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 1.9

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา คือ ช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 3.1

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 45.1 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมา คือ ช่วงวันเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 9.1 และน้อยที่สุดคือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน และ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.6.34 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

อาชีพ	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1 - 2 วัน	3 - 4 วัน	4 - 5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
รับราชการ	14 (19.0)	42 (56.0)	15 (20.0)	4 (5.3)	75 (100.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5 (41.7)	5 (41.7)	2 (16.7)	0 (0.0)	12 (100.0)
พนักงานบริษัทเอกชน	36 (34.6)	50 (48.1)	13 (12.5)	5 (4.8)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	33 (33.7)	41 (41.8)	14 (14.3)	10 (10.2)	98 (100.0)
รับจ้าง	44 (48.4)	29 (31.9)	9 (9.9)	9 (9.9)	91 (100.0)
เกษตรกรกรรม	7 (63.6)	2 (18.2)	0 (0.0)	2 (18.2)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	7 (63.6)	2 (18.2)	0 (0.0)	2 (18.2)	11 (100.0)
รวม	139 (35.2)	171 (43.3)	55 (13.9)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 5.3

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน และ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และน้อยที่สุดคือมากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 4.8

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.7 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.2

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และน้อยที่สุดคือ 4 - 5 วัน และมากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.9

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุดคือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน และ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และน้อยที่สุด คือ 1 - 2 วัน และ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.35 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

อาชีพ	บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						รวม
	พ่อ / แม่	สามี / ภรรยา	ลูก	หน่วยงาน	เพื่อน	ตัดสินใจเอง	
รับราชการ	7 (9.3)	17 (23.0)	13 (17.0)	2 (2.7)	24 (32.0)	12 (16.0)	75 (100.0)
พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	0 (0.0)	4 (33.3)	2 (16.7)	1 (8.3)	1 (8.3)	4 (33.3)	12 (100.0)
พนักงานบริษัท เอกชน	14 (13.5)	20 (19.2)	0 (0.0)	10 (9.6)	33 (31.7)	27 (26.0)	104 (100.0)
ธุรกิจส่วนตัว	4 (4.1)	35 (35.7)	11 (11.2)	1 (1.0)	14 (14.3)	33 (33.7)	98 (100.0)
รับจ้าง	17 (18.7)	26 (28.6)	9 (9.9)	4 (4.4)	10 (11.0)	25 (27.5)	91 (100.0)
เกษตรกรกรรม	0 (0.0)	4 (36.4)	5 (45.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (18.2)	11 (100.0)
เกษียณอายุ	0 (0.0)	2 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (50.0)	4 (100.0)
รวม	42 (10.6)	108 (27.3)	40 (10.1)	18 (4.6)	82 (20.8)	105 (26.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 23.0 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 2.7

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยาและตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมา คือ ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุดคือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 33.7 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 1.0

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 27.5 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 4.4

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 36.4 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ หน่วยงานที่ทำงาน และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่เกษียณอายุ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยาและเป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.0 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ ลูก หน่วยงานที่ทำงาน และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.0

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6.36 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งท่องเที่ยว

รายได้	ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	51 (75.0)	12 (17.6)	5 (7.4)	68 (100.0)
5,000-10,000 บาท	110 (88.7)	12 (9.7)	2 (1.6)	124 (100.0)
10,001-15,000 บาท	55 (71.4)	16 (20.8)	6 (7.8)	77 (100.0)
15,001-20,000 บาท	29 (82.9)	5 (14.3)	1 (2.9)	35 (100.0)
20,001-25,000 บาท	20 (76.9)	4 (15.4)	2 (7.7)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	49 (75.4)	8 (12.3)	8 (12.3)	65 (100.0)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 7.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 9.7 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 1.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.8 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 7.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 82.9 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 2.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.4 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 7.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 12.3

ตารางที่ 4.6.37 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

รายได้	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	46 (67.6)	8 (11.8)	5 (7.4)	9 (13.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	68 (100.0)
5,000 - 10,000 บาท	95 (76.6)	7 (5.6)	8 (6.5)	13 (10.5)	0 (0.0)	1 (0.8)	124 (100.0)
10,001 - 15,000 บาท	47 (61.0)	12 (15.6)	7 (9.1)	4 (5.2)	2 (2.6)	5 (6.5)	77 (100.0)
15,001 - 20,000 บาท	19 (54.3)	5 (14.3)	3 (8.6)	7 (20.0)	0 (0.0)	1 (2.9)	35 (100.0)
20,001 - 25,000 บาท	19 (73.1)	1 (3.8)	2 (7.7)	4 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	40 (61.5)	3 (4.6)	7 (10.8)	13 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	65 (100.0)
รวม	266 (67.3)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (12.7)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 13.2 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 10.5 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 15.6 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 2.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 15.4 และน้อยที่สุดคือ รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.38 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับที่พักแรม

รายได้	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ต	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน /ญาติ	บ้านพักข้าราชการ	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2 (19.1)	5 (7.4)	1 (1.5)	2 (2.9)	7 (10.3)	6 (8.8)	32 (47.1)	2 (2.9)	68 (100.0)
5,000 - 10,000 บาท	47 (37.9)	28 (22.6)	7 (5.6)	10 (8.1)	8 (6.5)	0 (0.0)	22 (17.7)	2 (1.6)	124 (100.0)
10,001 - 15,000 บาท	34 (44.2)	17 (22.1)	6 (7.8)	3 (3.9)	4 (5.2)	0 (0.0)	13 (16.9)	0 (0.0)	77 (100.0)
15,001 - 20,000 บาท	13 (37.1)	13 (37.1)	1 (2.9)	1 (2.9)	3 (8.6)	0 (0.0)	2 (5.7)	2 (5.7)	35 (100.0)
20,001 - 25,000 บาท	9 (34.6)	7 (26.9)	3 (11.5)	2 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (19.2)	0 (0.0)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	37 (56.9)	16 (24.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.2)	0 (0.0)	7 (10.8)	1 (1.5)	65 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่พักที่บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา คือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 19.1 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 1.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 22.6 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 22.1 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน และ บ้านพักรับรองข้าราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่พักที่โรงแรมและรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมา คือ เต็นท์/ตั้งแคมป์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 26.9 และน้อยที่สุดคือ เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน และบ้านพักรับรองข้าราชการและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 56.9 รองลงมา คือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 24.6 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ บังกะโล และวัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.39 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

รายได้	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	33 (48.5)	16 (23.5)	7 (10.3)	12 (17.6)	68 (100.0)
5,000-10,000บาท	14 (11.3)	51 (41.1)	25 (20.2)	34 (27.4)	124 (100.0)
10,001-15,000 บาท	6 (7.8)	28 (36.4)	17 (22.1)	26 (33.8)	77 (100.0)
15,001-20,000 บาท	1 (2.9)	11 (31.4)	6 (17.1)	17 (48.6)	35 (100.0)
20,001-25,000 บาท	0 (0.0)	7 (26.9)	9 (34.6)	10 (38.5)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	0 (0.0)	11 (16.9)	9 (13.8)	45 (69.2)	65 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5 และน้อยที่สุดคือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.4 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.8 และน้อยที่สุดคือ ช่วงน้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา คือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.6 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.9 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.40 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

รายได้	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกันหลายวัน	เสาร์ – อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตามสะดวก	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	22 (32.4)	9 (13.2)	0 (0.0)	37 (54.4)	68 (100.0)
5,000 - 10,000 บาท	65 (52.4)	6 (4.8)	3 (2.4)	50 (40.3)	124 (100.0)
10,001 - 15,000 บาท	37 (48.1)	6 (7.8)	0 (0.0)	34 (44.2)	77 (100.0)
15,001 - 20,000 บาท	19 (54.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (45.7)	35 (100.0)
20,001 - 25,000 บาท	20 (76.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (23.1)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	29 (44.6)	6 (9.2)	2 (3.1)	28 (43.1)	65 (100.0)
รวม	192 (48.6)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมา คือ วันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 40.3 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 2.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 44.2 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตาม

ความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 45.7 และน้อยที่สุดคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ และวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 23.1 และน้อยที่สุดคือ วันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 43.1 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 4.6.41 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

รายได้	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1-2 วัน	3-4 วัน	4-5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	48 (70.6)	8 (11.8)	5 (7.4)	7 (10.3)	68 (100.0)
5,000 - 10,000 บาท	37 (29.8)	70 (56.5)	12 (9.7)	5 (4.0)	124 (100.0)
10,001 - 15,000 บาท	25 (32.5)	33 (42.9)	13 (16.9)	6 (7.8)	77 (100.0)
15,001 - 20,000 บาท	6 (17.1)	19 (54.3)	6 (17.1)	4 (11.4)	35 (100.0)
20,001 - 25,000 บาท	4 (15.4)	13 (50.0)	8 (30.8)	1 (3.8)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	19 (29.2)	28 (43.1)	11 (16.9)	7 (10.8)	65 (100.0)
รวม	139 (35.2)	171 (45.3)	55 (13.9)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 70.6 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุดคือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 4.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน และ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 29.2 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4.6.42 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

รายได้	บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ						รวม
	พ่อ / แม่	สามี / ภรรยา	ลูก	หน่วยงาน	เพื่อน	ตัดสินใจเอง	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	12 (17.6)	10 (14.7)	10 (14.7)	5 (7.4)	9 (13.2)	22 (32.4)	68 (100.0)
5,000 - 10,000 บาท	16 (12.9)	35 (28.8)	7 (5.6)	5 (4.0)	22 (17.7)	39 (31.5)	124 (100.0)
10,001 - 15,000 บาท	8 (10.4)	21 (27.3)	4 (5.2)	1 (1.3)	26 (33.8)	17 (22.1)	77 (100.0)
15,001 - 20,000 บาท	2 (5.7)	12 (34.3)	5 (14.3)	3 (8.6)	7 (20.0)	6 (17.1)	55 (100.0)
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.0)	7 (26.9)	1 (3.8)	3 (11.5)	8 (30.8)	7 (26.9)	26 (100.0)
25,001 บาท ขึ้นไป	4 (6.2)	23 (35.4)	13 (20.0)	1 (1.5)	10 (15.4)	14 (21.5)	65 (100.0)
รวม	42 (10.6)	108 (27.3)	40 (10.1)	18 (4.6)	82 (20.8)	105 (26.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเงิน

ทางท่องเที่ยว เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา คือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 17.6 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 - 10,000 บาท มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และน้อยที่สุดคือ ลูก คิดเป็นร้อยละ 5.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 27.3 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 8.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ สามี/ภรรยา และการตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 26.9 และน้อยที่สุดคือ พ่อ/แม่ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมา คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 21.5 และน้อยที่สุดคือ หน่วยงานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 1.5

7. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว
 ตารางที่ 4.6.43 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว			รวม
	แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม	
แผ่นพับ/โปรচার์	34 (87.2)	5 (12.8)	0 (0.0)	39 (100.0)
หนังสือนำเที่ยว	30 (85.7)	4 (11.4)	1 (2.9)	35 (100.0)
หนังสือพิมพ์	20 (60.6)	4 (11.4)	1 (2.9)	33 (100.0)
นิตยสารการท่องเที่ยว	43 (84.3)	7 (13.7)	1 (2.0)	51 (100.0)
โทรทัศน์/วิทยุ	121 (79.1)	20 (13.1)	12 (7.8)	153 (100.0)
จากบริษัทนำเที่ยว	23 (69.7)	7 (21.2)	0 (0.0)	33 (100.0)
อินเทอร์เน็ต	36 (87.8)	5 (12.2)	0 (0.0)	41 (100.0)
ป้ายโฆษณา	7 (70.0)	2 (20.0)	1 (10.0)	10 (100.0)
รวม	314 (79.5)	57 (14.4)	24 (6.1)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อแผ่นพับ/โปรচার์ ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 87.2 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 12.8 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือนำเที่ยว (Guide book) ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.4 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 2.9

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 18.2

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อนิตยสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 79.1 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 13.1 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 7.8

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 9.1

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 87.8 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 12.2 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อป้ายโฆษณา ส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.6.44 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว	พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง						รวม
	รถยนต์ส่วนบุคคล	รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	รถเช่าเหมา (มีคนขับ)	รถบริการนำเที่ยว (ซื้อทัวร์)	รถไฟ	เครื่องบิน	
แผ่นพับ/โปรซัวร์	30 (76.9)	2 (5.1)	2 (5.1)	3 (7.7)	2 (5.1)	0 (0.0)	39 (100.0)
หนังสือนำเที่ยว	24 (68.6)	1 (2.9)	4 (11.4)	6 (17.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	35 (100.0)
หนังสือพิมพ์	17 (51.5)	7 (21.2)	3 (9.1)	5 (15.2)	0 (0.0)	1 (3.0)	33 (0.0)
นิตยสารการท่องเที่ยว	33 (64.7)	6 (11.8)	4 (7.8)	7 (13.7)	0 (0.0)	1 (2.0)	51 (100.0)
โทรทัศน์/วิทยุ	113 (73.9)	13 (8.5)	10 (6.5)	14 (9.2)	0 (0.0)	3 (2.0)	153 (100.0)
จากบริษัทนำเที่ยว	13 (39.4)	4 (12.1)	5 (15.2)	11 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (100.0)
อินเทอร์เน็ต	27 (65.9)	3 (7.3)	3 (7.3)	4 (9.8)	0 (0.0)	4 (9.8)	41 (100.0)
ป้ายโฆษณา	9 (90.0)	0 (0.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (100.0)
รวม	266 (67.3)	36 (9.1)	32 (8.1)	50 (12.7)	2 (0.5)	9 (2.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับพาหนะที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อแผ่นพับ/โปรซัวร์ ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 7.7 และน้อยที่สุดคือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือนำเที่ยว(Guide book) ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 68.6 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 17.1 และน้อยที่สุดคือ รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ รถโดยสาร/รถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อนิตยสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 13.7 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 9.2 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดคือ รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมา คือ รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) คิดเป็นร้อยละ 9.8 และน้อยที่สุดคือ รถไฟ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อป้ายโฆษณา ส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมา คือ รถเช่าเหมา(มีคนขับ) คิดเป็นร้อยละ 10.0 และน้อยที่สุดคือ รถโดยสาร/รถทัวร์ รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์) รถไฟและเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 0.0

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นหลัก ส่วนการเดินทางด้วยรถไฟกลุ่มตัวอย่างเลือกน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.6.45 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พักแรม

การรับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยว	ที่พักแรม								รวม
	โรงแรม	รีสอร์ต	เกสต์เฮาส์	บังกะโล	เต็นท์/ ตั้งแคมป์	วัด/ โรงเรียน	บ้านเพื่อน /ญาติ	บ้านพักข้าราชการ	
แผ่นพับ/ โปสเตอร์	22 (56.4)	8 (20.5)	2 (5.1)	2 (5.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (12.8)	0 (0.0)	39 (100.0)
หนังสือ นำเที่ยว	11 (3.14)	16 (45.7)	2 (5.7)	1 (2.9)	2 (5.7)	0 (0.0)	3 (8.6)	0 (0.0)	35 (100.0)
หนังสือพิมพ์	13 (39.4)	9 (27.3)	1 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (30.0)	0 (0.0)	33 (100.0)
นิตยสารการ ท่องเที่ยว	19 (37.3)	10 (19.6)	5 (9.8)	4 (7.8)	4 (7.8)	0 (0.0)	9 (17.6)	0 (0.0)	51 (100.0)
โทรทัศน์/ วิทยุ	57 (37.3)	31 (20.3)	5 (3.3)	5 (3.3)	13 (8.5)	4 (2.6)	35 (22.9)	3 (20.0)	153 (100.0)
จากบริษัท นำเที่ยว	13 (39.4)	3 (9.1)	0 (0.0)	2 (6.1)	2 (6.1)	2 (6.1)	8 (24.2)	3 (9.1)	33 (100.0)
อินเทอร์เน็ต	14 (34.0)	8 (20.0)	3 (7.3)	4 (9.8)	3 (7.3)	0 (0.0)	8 (20.0)	1 (2.4)	41 (100.0)
ป้ายโฆษณา	4 (40.0)	1 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (20.0)	0 (0.0)	3 (30.0)	0 (0.0)	10 (100.0)
รวม	153 (38.7)	86 (21.8)	18 (4.6)	18 (4.6)	26 (6.6)	6 (1.5)	81 (20.5)	7 (1.8)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่พัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อแผ่นพับ/โปสเตอร์ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมา คือ รีสอร์ต คิดเป็นร้อยละ 20.5 และน้อยที่สุดคือ เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือนำเที่ยว (Guide book) ส่วนใหญ่พักที่รีสอร์ต คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 31.4 และน้อยที่สุดคือ วัด / โรงเรียน และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 30.3 และน้อยที่สุดคือ บังกะโล เต็นท์/ตั้งแคมป์ วัด/โรงเรียน และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อนิตยสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา คือ รีสอร์ต คิดเป็นร้อยละ 19.6 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 22.9 และน้อยที่สุดคือบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.2 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ รีสอร์ท และบ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ วัด/โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อป้ายโฆษณา ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ บ้านเพื่อน/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และน้อยที่สุดคือ เกสต์เฮาส์ บังกะโล วัด/โรงเรียน และบ้านพักรับรองข้าราชการหรือเอกชน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.46 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย

การรับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	น้อยกว่า 3,000 บาท	3,001 - 5,000 บาท	5,001 - 7,000 บาท	มากกว่า 7,000 บาท	
แผ่นพับ/โปสเตอร์	3 (7.7)	16 (41.0)	11 (28.2)	9 (23.1)	39 (100.0)
หนังสือนำเที่ยว	4 (11.4)	5 (14.3)	5 (14.3)	21 (60.0)	35 (100.0)
หนังสือพิมพ์	4 (12.0)	5 (15.0)	7 (21.0)	17 (52.0)	33 (100.0)
นิตยสารการท่องเที่ยว	7 (13.7)	13 (25.5)	15 (29.4)	16 (31.4)	51 (100.0)
โทรทัศน์/วิทยุ	27 (17.6)	56 (36.6)	22 (14.4)	48 (31.4)	153 (100.0)
จากบริษัทนำเที่ยว	3 (9.1)	8 (24.2)	5 (15.2)	17 (51.5)	33 (100.0)
อินเตอร์เน็ต	1 (2.4)	20 (48.8)	6 (14.6)	14 (34.1)	41 (100.0)
ป้ายโฆษณา	5 (50.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	2 (20.0)	10 (100.0)
รวม	54 (13.7)	124 (31.4)	73 (18.5)	144 (36.5)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อแผ่นพับ/โปสเตอร์ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.2 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.7

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือนำเที่ยว(Guide book) ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ 3,001 - 5,000 บาท และ 5,001-7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.4

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา คือ 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมา คือ 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.4 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.7

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.4 และน้อยที่สุดคือ 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.4

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.2 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.1

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ มากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.1 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.4

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อป้ายโฆษณา ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว น้อยกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ 5,001 – 7,000 บาท และมากกว่า 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ 3,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.47 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง

การรับรู้ข่าวสาร การท่องเที่ยว	ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง				รวม
	วันหยุดติดต่อกัน หลายวัน	เสาร์ - อาทิตย์	วันธรรมดา	ทุกโอกาสตาม สะดวก	
แผ่นพับ/โปรচার์	14 (35.9)	5 (12.8)	0 (0.0)	20 (51.3)	39 (100.0)
หนังสือนำเที่ยว	15 (42.9)	1 (2.9)	0 (0.0)	19 (54.3)	35 (100.0)
หนังสือพิมพ์	20 (60.6)	3 (9.1)	0 (0.0)	10 (30.3)	33 (100.0)
นิตยสารการท่องเที่ยว	25 (49.0)	2 (3.9)	10 (2.0)	23 (45.1)	51 (100.0)
โทรทัศน์/วิทยุ	71 (46.4)	12 (7.8)	3 (2.0)	67 (43.8)	153 (100.0)
จากบริษัทนำเที่ยว	15 (45.5)	4 (12.1)	0 (0.0)	14 (42.4)	33 (100.0)
อินเทอร์เน็ต	27 (65.9)	0 (0.0)	1 (2.4)	13 (31.7)	41 (100.0)
ป้ายโฆษณา	5 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (50.0)	10 (100.0)
รวม	192 (48.6)	27 (6.8)	5 (1.3)	171 (43.3)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อแผ่นพับ/โปรচার์ มากที่สุด จะเดินทางท่องเที่ยวในทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา คือ ช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือนำเที่ยว (Guide book) ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ ช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 42.9 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 30.3 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อนิคมสารทางการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 45.1 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 43.8 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 2.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 42.4 และน้อยที่สุดคือ วันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมา คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 31.7 และน้อยที่สุดคือ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อ- ป้ายโฆษณา ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวันและ ทุกโอกาสตามความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในสัดส่วนเท่ากัน และน้อยที่สุด คือ ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และช่วงวันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.6.48 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย

การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว	ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย				รวม
	1-2 วัน	3-4 วัน	4-5 วัน	มากกว่า 5 วัน	
แผ่นพับ/โปสเตอร์	17 (43.6)	14 (35.9)	5 (12.8)	3 (7.7)	39 (100.0)
หนังสือนำเที่ยว	8 (22.9)	11 (31.4)	9 (25.7)	7 (20.0)	35 (100.0)
หนังสือพิมพ์	12 (36.0)	16 (48.0)	4 (12.0)	1 (3.0)	33 (100.0)
นิตยสารการท่องเที่ยว	22 (43.1)	18 (35.3)	6 (11.8)	5 (9.8)	51 (100.0)
โทรทัศน์/วิทยุ	56 (36.6)	68 (44.4)	19 (12.4)	10 (6.5)	153 (100.0)
จากบริษัทนำเที่ยว	7 (21.2)	23 (69.7)	3 (9.1)	0 (0.0)	33 (100.0)
อินเทอร์เน็ต	10 (24.0)	20 (49.0)	7 (17.0)	4 (9.8)	41 (100.0)
ป้ายโฆษณา	7 (70.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	0 (0.0)	10 (100.0)
รวม	139 (35.0)	171 (43.0)	55 (14.0)	30 (7.6)	395 (100.0)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวกับระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อแผ่นพับ/โปสเตอร์ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 7.7

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือนำเที่ยว(Guide book) ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 3.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อนิตยสารการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมา คือ 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.8

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 36.6 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.5

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา คือ 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.8

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อป้ายโฆษณา ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 - 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 0.0

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น การประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การออกกฎระเบียบ มาตรการต่าง ๆ เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้การท่องเที่ยวมีการพัฒนาที่ยั่งยืน และจงใจให้แต่ละจังหวัดมีการพัฒนาสถานที่ต่าง ๆ ให้มีศักยภาพ และความเหมาะสมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ พร้อมทั้งปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพแก่แหล่งท่องเที่ยวเดิมให้มากยิ่งขึ้น

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัจจัยสำคัญเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง โดยได้ทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปางทั้งหมด 395 ตัวอย่าง เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการศึกษา ใช้สถิติพรรณนาในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และ วิธี Cross Tabulation

จากการศึกษาได้แบ่งข้อสรุปออกเป็น 2 ประการ คือสรุปข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างการวิจัย เป็นการสรุปจากข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลในการเลือกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว แนวโน้มในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป และความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านบุคคลกับตัวแปรด้านอื่นๆ และสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการสรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้านบุคคลทั้งหมด 7 ตัวแปรคือ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยว

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างการวิจัย

จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 395 คน เป็นเพศหญิง 260 คน (ร้อยละ 65.8) และเพศชาย 135 คน (ร้อยละ 34.2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี (ร้อยละ 53.2) รองลงมา คืออายุระหว่าง 36 – 45 ปี (ร้อยละ 24.8) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 52.9) และยังเป็นโสด (ร้อยละ 45.6)

สำหรับด้านการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 40.5) รองลงมา คือ ระดับอนุปริญญาหรือปวส. (ร้อยละ 17.2) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 26.3) มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท (ร้อยละ 31.4) วิเคราะห์ได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับอาชีพและรายได้ เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีแนวโน้มในการทำงานที่มั่นคงและรายได้ที่ดีกว่าทำให้มีโอกาสที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ

ในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา (2548) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง (ร้อยละ 30.1) และท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 3 – 4 วัน (ร้อยละ 43.3) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว คือเพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว (ร้อยละ 72.2) เหตุผลรองลงมา คือเพื่อการเยี่ยมญาติ (ร้อยละ 14.2) ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทะเล/หาดทราย (ร้อยละ 4.30) โดยเฉพาะทะเลทางฝั่งอันดามัน โดยเลือกรูปแบบในการจัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง (ร้อยละ 83.3) เนื่องจากความรู้สึกเป็นส่วนตัวและการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้อย่างอิสระ (ร้อยละ 63.8) ส่วนกลุ่มที่เลือกท่องเที่ยวโดยการซื้อแพคเกจทัวร์ (ร้อยละ 16.7) มีเหตุผลเพราะความสะดวกสบายและมีบริการที่ดี (ร้อยละ 45.5)

ในด้านของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 7,000 บาท (ร้อยละ 36.5) และจำนวนคนที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง คือ 4- 6 คน (ร้อยละ 58.7) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนในครอบครัว/ญาติ (ร้อยละ 57.2) เนื่องจากปัจจุบันขนาดของครอบครัวมีขนาดที่เล็กลง ทำให้มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวสูงขึ้น จึงมีรายได้เหลือพอที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาความบันเทิงหรือกิจกรรมยามว่างทำพร้อมกันได้

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเกินกว่าครึ่ง (ร้อยละ 67.3) ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง(รถทัวร์) (ร้อยละ 12.7) และรถเช่าเหมา(มีคนขับ) (ร้อยละ 9.1) จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้พาหนะเพื่อการเดินทางยังพบอีกว่าประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปางนั้นไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถไฟ

ส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ในช่วงเดือน เมษายน (ร้อยละ 36.7) และเดือน ธันวาคมจนถึงช่วงต้นปี (ปีใหม่) (ร้อยละ 18.7) และเดือนที่มีการเดินทางท่องเที่ยวน้อยสุด คือ

เดือนกันยายน (ร้อยละ 0.5) และข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวได้จากสื่อทางโทรทัศน์/วิทยุ (ร้อยละ 38.7) รองลงมา เป็นสื่อจากนิตยสารทางการท่องเที่ยว (ร้อยละ 12.9) ส่วนบุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นเพื่อน (ร้อยละ 44.1) และจากญาติพี่น้อง (ร้อยละ 19.2)

5.1.2 สรุปผลการศึกษาที่ได้จากการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

1. จากการหาค่าความสัมพันธ์ของอายุกับแหล่งท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มอายุที่ต่างกันไม่ได้มีผลทำให้การเลือกแหล่งท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทาง และที่พักแรมต่างกัน

ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 - 35 ปี เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยที่สุดคือ 3,001 - 5,000 บาท (ร้อยละ 34.8) เมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุอื่นๆ ที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท

แต่ละช่วงอายุมีความแตกต่างกันในช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25 - 35 ปี และ 46 - 55 ปี จะเดินทางในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายๆวัน ส่วนกลุ่มอายุ 36 - 45 ปี และ 56 - 60 ปี จะเดินทางท่องเที่ยวทุกโอกาสที่สะดวก

ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มช่วงอายุแต่ละกลุ่มมีบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 - 35 ปี มีเพื่อนเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจท่องเที่ยว (ร้อยละ 28.6) กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 36 - 45 มีสามี/ภรรยาที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ร้อยละ 43.9) ส่วนกลุ่มตัวอย่างอายุ 46 - 55 ปี (ร้อยละ 30.6) ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และกลุ่มตัวอย่างอายุ 56 - 60 ปี บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือสามี/ภรรยาและลูก ในสัดส่วนที่เท่ากัน (ร้อยละ 40.0)

2. จากการหาค่าความสัมพันธ์ของเพศกับแหล่งท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า เพศที่ต่างกันไม่ได้มีผลทำให้การเลือกแหล่งท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางเที่ยว ระยะเวลาท่องเที่ยวเฉลี่ย และที่พักแรมต่างกัน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวนั้นเพศชายมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท (ร้อยละ 44.0) ส่วนเพศหญิงมีค่าใช้จ่าย 3,000 - 5,000 บาท (ร้อยละ 33.5) ส่วนการเลือกเดินทางท่องเที่ยวนั้น บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายส่วนใหญ่ ร้อยละ 28.9 ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเอง แต่ในกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่สมรสแล้ว (ร้อยละ 28.5)

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นสามี ส่วนเพศหญิงที่มีสถานภาพโสดจะตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 26.0)

3. การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในทุกระดับการศึกษาเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะหลัก รองลงมาคือรถบริการนำเที่ยว (ซีอทัวร์) ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอกที่จะใช้พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถเช่าเหมา(มีคนขับ) รถบริการนำเที่ยว(ซีอทัวร์)และเครื่องบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพักที่โรงแรม (ร้อยละ 38.7) ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาที่เลือกพักบ้านเพื่อน/ญาติ ส่วนระยะเวลาท่องเที่ยวของแต่ละระดับการศึกษามีความแตกต่างกัน คือ ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. จะใช้เวลาท่องเที่ยวเพียง 1 – 2 วัน ส่วนอนุปริญาตรี หรือปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท ใช้เวลาท่องเที่ยว 3 – 4 วัน และปริญญาเอกจะเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 5 วัน

ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยของกลุ่มระดับการศึกษามีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในช่วงต่ำสุดคือ น้อยกว่า 3,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น, อนุปริญาตรีหรือปวส. และปริญญาเอกมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 – 5,000 บาท นอกนั้นมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท

4. จากการหาค่าความสัมพันธ์ของสถานภาพสมรสกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันไม่ได้มีผลทำให้การเลือกแหล่งท่องเที่ยวพาหนะในการเดินทาง และลักษณะที่พักแรมต่างกัน

ส่วนในด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวนั้นได้ข้อสรุปค่อนข้างแตกต่างกันของแต่ละสถานภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท และบุคคลที่แนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวคือ เพื่อน โดยจะเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 - 4 วัน ตามแต่โอกาสที่สะดวก เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่มีพันธะผูกพันสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างอิสระเสรี ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท จะมีสามี/ภรรยา เป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาว 3 – 4 วัน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีภาระในการดูแลบุตร ดังนั้นเมื่อจะเดินทางท่องเที่ยวจึงต้องให้เป็นช่วงที่ปิดภาคเรียนของบุตรหลายก่อนจึงจะสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า 3,000 บาท และ 3,001 – 5,000 บาท เป็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์

5. การหาค่าความสัมพันธ์ของอาชีพกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละอาชีพส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 79.5) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทาง (ร้อยละ 67.3) ยกเว้นกลุ่มที่เกษียณอายุที่เลือกใช้บริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) และเดินทางด้วยเครื่องบิน ส่วนการเลือกที่พักแรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพักที่โรงแรม (ร้อยละ 38.7) และรีสอร์ท (ร้อยละ 21.8) ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้างและเกษตรกรที่เลือกพักที่บ้านเพื่อน/ญาติ และเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีความมั่นคงหรือมีรายได้ที่ค่อนข้างสูง เช่น ราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และเกษียณอายุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวติดต่อกัน หรือตามแต่โอกาสที่สะดวกจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท ส่วนกลุ่มอาชีพที่มีรายได้ค่อนข้างน้อย เช่น รับจ้าง และเกษตรกร จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่น้อยกว่า 3,000 บาท หรือ 3,000 – 5,000 บาท และเดินทางท่องเที่ยวเพียง 1 – 2 วัน

6. ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับรายได้ส่วนใหญ่มีสิ่งจูงใจมาจากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จากผลการศึกษาพบว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะ รองลงมาคือรถบริการนำเที่ยว(ซื้อทัวร์) ในด้านที่พักส่วนใหญ่เลือกพักที่โรงแรม โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำที่สุด คือต่ำกว่า 5,000 บาทจะพักแรมที่บ้านเพื่อน/ญาติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่น้อยกว่า 3,000 บาท เดินทางท่องเที่ยว 1 – 2 วัน ตามแต่โอกาสที่สะดวกที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ และเป็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท และรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท เดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาว 3- 4 วัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3- 4 วัน ในช่วงวันหยุดยาว

ส่วนบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และ 20,001 - 25,000 บาท เพื่อนเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

7. จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า สื่อที่ต่างกันไม่ได้มีผลทำให้การเลือกแหล่งท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทาง และลักษณะที่พักแรมต่างกัน

ยกเว้นข้อมูลข่าวสารที่ได้จากหนังสือแนะนำเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างได้ข้อมูลส่วนใหญ่ในการเลือกที่พักแรมเป็นรีสอร์ท โดยจะใช้เวลาในการพักผ่อนและท่องเที่ยว 3-4 วัน และมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่า 7,000 บาท โดยมีสามีหรือภรรยาเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูล ท่องเที่ยวผ่านทางหนังสือแนะนำเที่ยว, หนังสือพิมพ์, นิตยสารทางการท่องเที่ยว และบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 36.5) จะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท และเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 3 วัน ในช่วงวันหยุดติดต่อกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ข้อมูลจากแผ่นพับ/โปรชัวร์, โทรทัศน์/วิทยุ และอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 31.4) มีค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว 3,001 - 5,000 บาท โดยเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน และกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านป้ายโฆษณา มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 3,000 บาท บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยการรับข้อมูลผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ และแผ่นพับ/โปรชัวร์ เป็นการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยตนเอง

8. จากการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แนะนำการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยว พบว่า บุคคลที่แนะนำต่างกันไม่ได้มีผลทำให้การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และพาหนะในการเดินทางต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ได้รับการแนะนำในการเลือกที่พักแรม พบว่าการแนะนำจากพ่อ/แม่, สามี/ภรรยา, ญาติ/พี่น้อง และผู้ร่วมงานจะแนะนำให้พักที่โรงแรม ส่วนเพื่อนจะแนะนำให้พักที่รีสอร์ท และลูกจะแนะนำให้พักที่บ้านญาติ/เพื่อน ในด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่จะใช้จ่ายมากกว่า 7,000 บาท ยกเว้นการแนะนำจากพ่อ/แม่ และเพื่อนที่จะใช้จ่ายประมาณ 3,001 - 5,000 บาท

9. เช่นเดียวกับการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยว พบว่าข้อมูลที่ได้ไม่ได้มีนัยสำคัญในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว 1, 2, 3 หรือ 4 ครั้ง ยังคงเลือกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

กลุ่มตัวอย่างที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว 1 - 4 ครั้งจะนิยมท่องเที่ยวในเดือนเมษายน ทั้งหมดมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว มีรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นแบบจัดการเอง และนิยมใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นิยมพักที่โรงแรม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งมาครั้งแรกมีค่าใช้จ่ายเพียง 3,001 - 5,000 บาท และส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ สามี/ภรรยา ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว 4 ครั้งมีเพื่อนเป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

ผู้ศึกษาอภิปรายผลการศึกษาจากกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ การศึกษาถึงปัจจัยสำคัญเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน ในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำมาหาข้อสรุปและอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ระยะเวลาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายใน ประเทศที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีช่วงอายุระหว่าง 25 - 35 ปี, 36 - 45 ปี, 46 - 55 ปี และ 56 - 60 ปี เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เหมือนกัน โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/หาดทราย ซึ่งมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ดังนั้น ระยะเวลาที่แตกต่างกันจึงไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศที่ต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Alain Decrop (1999) ที่ได้ศึกษาวิจัยกระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักเดินทางชาวเบลเยียม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน พบว่า อายุเป็นปัจจัยพื้นฐานในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่ต่างกัน คือ กลุ่มวัยรุ่นจะท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลาย ส่วนกลุ่มผู้ใหญ่จะท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความรู้ เช่นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่นเดียวกับ ทักษิณา คุณารักษ์ (2546) การศึกษาการแบ่งตลาดตามลักษณะ

ประชากรศาสตร์ กล่าวว่า กลุ่มผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมถิ่นฐานเดิมของบรรพบุรุษ และต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย รวมถึงการศึกษาของสุรพล ปธานวนิชและคณะ (อ้างในทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ : 2544) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการสังคมของผู้ใช้แรงงาน พบว่า บุคคลที่มีอายุเพิ่มขึ้นมักไม่นิยมที่จะท่องเที่ยวแบบเสี่ยงภัย แต่นิยมท่องเที่ยวที่สะดวกสบายตลอดจนพอใจในการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด โบราณสถานมากขึ้น และจากผลการศึกษาลักษณะการนันทนาการของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง (บทที่ 3 หน้า 45) ที่ผู้ศึกษาได้สุ่มทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน คือกลุ่มอายุ 25 – 35 ปี ชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัยหรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป นิยมเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางศิลปวัฒนธรรม

ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงอายุ ส่วนใหญ่ที่เดินทางไปท่องเที่ยว คือ เพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว รองลงมาคือการไปเยี่ยมญาติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (2538) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2537 ที่ศึกษาวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในระดับบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ใช้วิธีการสัมภาษณ์ 3,706 ตัวอย่าง และส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ระดับครัวเรือน 4,205 ครัวเรือน ผลการวิจัยที่ได้พบว่ากลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวหลักที่เหมือนกัน คือ การไปพักผ่อน และเยี่ยมญาติ

ส่วนพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะหลักในการท่องเที่ยว โดยเลือกพักแรมที่โรงแรมและรีสอร์ท เนื่องจากความสะดวกสบายและความปลอดภัย ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 56 – 60 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท เป็นค่าใช้จ่ายที่สูงกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่นๆ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 25 – 35 ปี ที่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 3,001 – 5,000 บาท

5.2.2 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เพศชายเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่าเพศหญิง จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะทางทะเล/หาดทราย (ร้อยละ 49.6) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 44.4) แสดงว่าเพศหญิงเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่าเพศชาย ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาไม่

ตรงกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ แต่จากการเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ พบว่าเพศชายเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากกว่าเพศหญิง

กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยวมากที่สุด เหตุผลรองลงมา คือเพื่อไปเยี่ยมญาติ และต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Alistair and Geoffrey (1982) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคม, ทักษิณา คุณารักษ์ (2546) เป็นการศึกษาการแบ่งตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์, และเกศศิริ เจริญวิศาล ที่ศึกษาความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย (2543) ที่ได้กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หรือเดินทางไปเพื่อเยี่ยมญาติที่นั่นนั้น เป็นเหตุผลและเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้คนเราเดินทางท่องเที่ยว คือเหตุผลทางด้านร่างกายที่ต้องการไปพักผ่อนร่างกายจากความเหนื่อยล้าและให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย การต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ จากการทำงานและการดำรงชีวิตในแต่ละวัน ซึ่งเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่คนเราต้องการมากที่สุด และการได้รับความยอมรับจากสังคมจากการเดินทางท่องเที่ยว และเชื่อว่าการท่องเที่ยวเป็นความต้องการขั้นสูงสุด คือการต้องการได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่

ส่วนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ผลการศึกษา พบว่า เพศชายเป็นผู้ที่ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเอง ในขณะที่เพศหญิงบุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเป็นสามี ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของนิตยสาร Sport Illustrated ที่ศึกษาบทบาทของสามีและภรรยาในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว (เลิศพร ภาระสกุล, 2540) กล่าวว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวเป็นการตัดสินใจร่วมกัน (สามีและภรรยา) ในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งเพศชายและเพศหญิงจะเลือกเดินทางท่องเที่ยว โดยรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด และเลือกพักที่โรงแรม เพราะมีความปลอดภัย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Gail (1999) เกี่ยวกับการเลือกแหล่งที่พักแรมของนักธุรกิจหญิงซึ่งพบว่านักธุรกิจหญิงเลือกที่จะพักแรมยังสถานที่สะดวกสบายและปลอดภัย ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย นั้นเพศชายมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 7,000 บาท ซึ่งเป็นจำนวนค่าใช้จ่ายที่มากกว่าเพศหญิงที่ใช้จ่ายเฉลี่ย 3,001 – 5,000 บาท

5.2.3 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ ระดับการศึกษาสูงนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนามากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาน้อย

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากเป็นอันดับหนึ่ง

จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับศึกษาน้อยกว่า ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ คูนาร์กซ์ (2546) การศึกษาการแบ่งตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์ ที่กล่าวว่า การที่คนเรามีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะทำให้มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและมีความสนใจทางด้านวัฒนธรรมมากขึ้น

ในด้านระดับของการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาตั้งแต่อนุปริญญาขึ้นไป และเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ส่วนการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน ที่เป็นช่วงวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวันทำให้ท่องเที่ยวได้นาน โดยมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางเหมือนกันทุกระดับการศึกษา คือ เพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว

ในด้านที่พักแรมนั้น พบว่า กลุ่มระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่เลือกที่จะพักแรมตามบ้านญาติ/เพื่อน ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เลือกพักแรมที่โรงแรม (ร้อยละ 38.7) ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาจะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 3,000 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่มากกว่า 7,000 บาท

ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้ชี้แจงถึง การที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสในการท่องเที่ยวได้มากกว่า และมีโอกาสเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอุดมศึกษา ตามที่เลิสพร ภาระสกุล (2540) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรและสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว กลุ่มที่มีระดับการศึกษาที่สูงจะมีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Arid Steen อ้างใน McIntosh and Goelner (1986) เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ที่พบว่าระดับการศึกษาของประชากรชาวอเมริกันกับการศึกษามีความสัมพันธ์กัน และมีแนวโน้มที่จะใช้บริการทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย และ Swarbrook and Horner (1999) ที่ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ที่ได้กล่าวว่า กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำจะมีแรงกระตุ้นที่เดินทางท่องเที่ยวยังสถานที่ที่มีความแปลกใหม่ ไปจากถิ่นที่อยู่เดิมและมีกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยว

5.2.4 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ คนโศคนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มากกว่าคนที่มีการครอบครัวแล้ว จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่หย่าร้าง/แยกกันอยู่นิยมท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมมากที่สุด รองลงไปคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสและโศคตามลำดับ ดังนั้น คนที่มีการครอบครัวแล้วนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีมากกว่าคนโศค

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในด้านของสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งผู้ที่สมรสแล้วหรือมีบุตรแล้วจะเลือกที่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัวมากกว่ากลุ่มคนโศค เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้ทั้งคู่ ทั้งจากสามีและภรรยา นอกจากนั้นผู้หญิงรุ่นใหม่ เมื่อแต่งงานไปแล้วก็ยังคงการชะลอการมีบุตรไว้อย่างน้อย 2 – 3 ปี หลังจากการแต่งงาน หรือถ้ามีบุตรก็เลือกที่จะกลับไปทำงานทันที ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวช่วยทำให้รายได้ของครอบครัวมีเพิ่มมากขึ้น การมีรายได้จากทั้งสองทางของครอบครัวรุ่นใหม่จึงเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น

ส่วนช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว นั้น กลุ่มคนโศคสามารถที่เดินทางท่องเที่ยวได้ทุกโอกาสที่สะดวกและจะท่องเที่ยวกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่กลุ่มที่สมรสแล้วจะเดินทางในช่วงที่เป็นวันหยุดยาวติดต่อกันหลายวัน เพื่อให้บุคคลภายในครอบครัวสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปพร้อมกันและเป็นการตัดสินใจร่วมกันของสามี/ภรรยา จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มโศคและหย่าร้าง/แยกกันอยู่ คือใช้จ่ายมากกว่า 7,000 บาท เนื่องจากภาระความรับผิดชอบในการดูแลค่าใช้จ่ายของภรรยา/สามี หรือบุตร ในส่วนของกลุ่มโศคและหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ประมาณ 3,001 – 5,000 บาท สำหรับกลุ่มคนที่หย่าร้างหรือแยกกันอยู่นั้น การเดินทางท่องเที่ยวนับเป็นความจำเป็นที่น้อยที่สุด เนื่องจากรายได้ที่มีอยู่ทางเดียวของสามีหรือภรรยา รวมไปถึงการมีภาระเลี้ยงดูบุตรซึ่งถือว่าเป็นภาระค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว อีกทั้งกลุ่มคนที่หย่าร้างหรือแยกกันอยู่ยังไม่มีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งเพราะอาจเกรงกลัวในเรื่องของความปลอดภัย และความเหงาที่ต้องเดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพัง

5.2.5 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า อาชีพมีส่วนในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง ตามลำดับ ซึ่งทุกกลุ่มอาชีพเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สุวรรณา กาญจนเมธา (2542) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่กล่าวว่า อาชีพทำให้เกิดความจำเป็นและความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และ Alain Decrop (1999) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักเดินทางที่พบว่า อาชีพเป็นสิ่งที่กำหนดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ

นักเดินทางชาวเบลเยียม คือ กลุ่มที่ทำงานประจำมีความต้องการพักผ่อน คลายเครียดจากการทำงาน ส่วนกลุ่มที่ทำงานอยู่ในบ้าน (แม่บ้าน) ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับตนเอง

ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ย พบว่ากลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัวและผู้เกษียณอายุ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 7,000 บาท แต่กลุ่มเกษตรกรมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยน้อยกว่า 3,000 บาท เนื่องมาจากกลุ่มเกษตรกรจะท่องเที่ยวเพียง 1 - 2 วัน ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อไปเยี่ยมญาติ/เพื่อนและนิยมพักผ่อนตามบ้านญาติ/เพื่อนอีกด้วย จึงทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นที่เลือกเดินทางเพื่อการพักผ่อนและท่องเที่ยว ใช้ระยะเวลาในการพักผ่อนและท่องเที่ยว 3 - 4 วัน และเลือกที่จะพักที่โรงแรม จึงทำให้ค่าใช้จ่ายต่างๆ มีมากกว่ากลุ่มเกษตรกร

เมื่อวิเคราะห์จากการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า เดือนที่แต่ละกลุ่มอาชีพเลือกเดินทาง คือ เดือนเมษายน แต่แตกต่างกันที่ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน และรับจ้างจะท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน เนื่องจากหน้าที่การทำงานที่ทำให้ไม่สามารถลาหยุดได้บ่อย ส่วนกลุ่มอาชีพเกษตรกรและผู้เกษียณอายุจะท่องเที่ยวตามแต่โอกาสที่สะดวก เป็นเพราะมีรายได้ที่น้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ และมีภาระการทำงานที่หนักยกลำบาก ดังนั้นเมื่อมีเวลาพักผ่อนจึงนิยมพักผ่อนที่บ้านเป็นส่วนใหญ่

5.2.6 กลุ่มคนที่มีรายได้มากกว่าจะมีความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า จากการหาค่าความสัมพันธ์ของรายได้กับความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ทุกกลุ่มระดับรายได้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง ในช่วงเดือนเมษายน และช่วงปลายปี ดังนั้นระดับรายได้ที่ต่างกันจึงไม่ส่งผลต่อความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

รายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท และเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีซึ่งกลุ่มนี้เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน เฉลี่ยเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3 - 4 วัน เนื่องจากเป็นวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ในการเลือกที่พักแรม กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จะพักที่บ้านญาติ/เพื่อน ส่วนกลุ่มรายได้อื่นๆ เลือกพักที่โรงแรม ซึ่งค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวเฉลี่ยของระดับรายได้ กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 ขึ้นไปจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 7,000 บาท แต่มีข้อสังเกตว่ากลุ่มที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท จะมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่า 7,000 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้รับ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวที่ขับรถยนต์ส่วนบุคคลไปกันเองเพราะเน้นความสะดวกสบาย โดยเฉพาะการเลือกที่พักประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ท ซึ่งกลุ่มคนที่เดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายนั้นจะต้องมีรายได้อย่างต่ำจำนวนหนึ่ง ซึ่ง

เป็นรายได้หลังจากที่ใช้จ่ายในการดำรงชีวิตประจำวันที่เป็นจริงๆ เช่นค่าอาหาร ค่าเครื่องนุ่งห่ม ค่าน้ำค่าไฟ รวมไปถึงค่าเลี้ยงดูบุตรเป็นต้น และยังคงมีเหลือพอในการนำใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย

เลิศพร ภาระสกุล (2540) ศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรและสังคมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และทักษิณา कुमारักษ์ (2546) ศึกษาการแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า นอกจากค่าใช้จ่ายในด้านที่พักแรมแล้วนั้นยังมีค่าใช้จ่ายในส่วนของอาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกด้วย การใช้จ่ายเงินในการเดินทางท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับรายได้ รวมถึงความถี่ของการเดินทาง ถ้ามีรายได้ที่เพิ่มขึ้นก็จะทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับคำกล่าวข้างต้นทั้งหมด เนื่องจาก ผลการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มระดับรายได้จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายน และช่วงเดือนธันวาคมและต้นปีใหม่ จึงทำให้ท่องเที่ยวได้เพียง 2 - 3 ครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปี และเมื่อวิเคราะห์จากเศรษฐกิจภาคการค้า/อุตสาหกรรม การลงทุน พบว่ามีอัตราผลผลิตมีอัตราการผลิตที่สูงขึ้น แต่ทางด้านการเงินปริมาณเงินฝากของประชาชนที่ลดลง เนื่องจากดัชนีค่าครองชีพ (อัตราเงินเฟ้อ) (จากการอ้างอิงในบทที่ 3) พบว่าปี 2547 อัตราค่าครองชีพของประชาชนเพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 5.5 สาเหตุมาจากการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศและราคาสินค้าเกษตรที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเป็นปัจจัยขึ้นพื้นฐานของคนเรา ทำให้การเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นทางเลือกท้ายสุดในการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

5.2.7. จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว มีส่วนในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน ผลการศึกษาจากการรับรู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว โดยผ่านจากสื่อ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้แก่ แผ่นพับ/โปรচার์ หนังสือนำเที่ยว(Guide book) หนังสือพิมพ์ นิตยสารทางการท่องเที่ยว โทรทัศน์/วิทยุ จากบริษัทนำเที่ยว อินเทอร์เน็ต และป้ายโฆษณา พบว่าสื่อเหล่านี้ไม่ได้มีอิทธิพลให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยที่สื่อจากทางโทรทัศน์/วิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มากที่สุด รองลงมา คือ นิตยสารทางการท่องเที่ยว และอินเทอร์เน็ต

ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสถานที่พักแรมโดยเฉพาะรีสอร์ทนั้น พบว่า สื่อที่เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด มาจากหนังสือนำเที่ยว (Guide Book) ส่วนค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า การรับรู้ข้อมูลจากสื่อหนังสือนำเที่ยว นิตยสารทางการท่องเที่ยว และบริษัทนำเที่ยว จะมีค่าใช้จ่ายที่มากกว่า 7,000 บาท โดยเลือกพักที่โรงแรม และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ

3- 4 วัน ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากป้ายโฆษณาจะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีงบประมาณในการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด คือมีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า 3,000 บาท และใช้เวลาเดินทางเพียง 1-2 วัน

5.2.8. กลุ่มบุคคลที่แนะนำในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ พ่อ/แม่ สามी/ภรรยา ลูก ญาติ / พี่น้อง เพื่อน และผู้ร่วมงาน จากการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มบุคคลจะแนะนำให้เดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยกลุ่มบุคคลที่มีส่วนในการให้คำแนะนำมากที่สุด คือ สามी/ภรรยา และลูก อีกทั้งยังเป็นกลุ่มบุคคลที่แนะนำให้เลือกใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นพาหนะหลักในการเดินทางด้วย ในส่วนของสถานที่พักผ่อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพักผ่อนที่โรงแรม

ส่วนคำแนะนำจากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันไป นั่นคือ ถ้าลูก เป็นบุคคลที่แนะนำให้เดินทางท่องเที่ยว จะส่งผลให้มีการเดินทางมากกว่า 5 วัน และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายนที่เป็นวันหยุดติดต่อกันหลายวัน โดยเลือกพักผ่อนที่บ้านญาติ/เพื่อนและมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 7,000 บาท

จากการศึกษาของ Cee Goosesens (2000) เกี่ยวกับข้อมูลทางการท่องเที่ยวและแรงจูงใจท่องเที่ยว และวรรณิ วงษ์วานิช (2546) เกี่ยวกับภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว ได้กล่าวตรงกันว่า นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามแล้วนั้น ต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกรวมไปถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่จะชักจูงหรือเป็นแรงจูงใจให้กลุ่มคนออกเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พักแรม และโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สภาพถนน ระบบการติดต่อสื่อสาร เป็นปัจจัยสำคัญ และในด้านของแหล่งท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ทะเล/หาดทราย) ด้วยเหตุผลของความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว

ในส่วนของกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวนั้น พบว่าวัตถุประสงค์หลักของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งทำให้รู้ถึงความต้องการที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนจากการทำงานที่ทำเป็นกิจวัตรประจำวัน ด้วยการไปพักผ่อนยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ (ทะเล/หาดทราย) ส่วนปัจจัยภายนอกที่กระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยว คือ เวลาที่จะสามารถท่องเที่ยวได้เป็นเวลานาน ในช่วงหยุดพักติดต่อกันหลายวัน

การค้นหาข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ส่วนใหญ่ได้มาจากทั้งตัวบุคคลและสื่อจากกลุ่มบุคคลที่แนะนำหรือให้ข้อมูลท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพื่อน ญาติ/พี่น้อง และผู้ร่วมงาน สื่อที่ได้จากการประชาสัมพันธ์ คือ โทรทัศน์/วิทยุ นิตยสารทางการท่องเที่ยว และอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก สอดคล้องกับวารุณี ดันติวงค์วานิช (2545) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวกล่าวว่า ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลจากหลายแหล่งทั้งจากแหล่งบุคคล จากการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น จากข้อมูลที่ได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะประเมินการเลือกเดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Les Lumsdom (1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว ที่พบว่า การรวบรวมข้อมูลที่ได้จะนำมาเปรียบเทียบกับปัจจัยหลายด้าน โดยวัดจากสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก

จากการรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง และข้อมูลทั้งหมด พบว่าในส่วนของการตัดสินใจท่องเที่ยว นั้น มีความแตกต่างกัน ทางเพศชายจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจเองว่าจะเลือกเดินทางท่องเที่ยว ณ สถานที่ใด เวลาไหน และเพศหญิงส่วนใหญ่สามีมักจะเป็นผู้ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว และจะจัดการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด โดยพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางคือ รถยนต์ส่วนบุคคล เพราะมีความเป็นส่วนตัว และมีอิสระในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวและเลือกพักแรมที่โรงแรม

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ในการเดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง ด้วยเหตุที่ว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม ดึงดูดใจ และแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ ทักษิณา คุณารักษ์ (2546) การศึกษากระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว ที่กล่าวว่า ถ้านักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจที่ได้จากการท่องเที่ยวจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

5.3 ข้อคิดเห็นของผู้ศึกษา

จากการศึกษาถึงปัจจัยสำคัญเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน ในเขตเทศบาลนครลำปาง มีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่จูงใจนักท่องเที่ยวและเสนอภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ หรือในช่วง Low Season นอกเหนือจากช่วงวันหยุดยาวติดต่อกัน โดยการจัดทำสโปดโทรทัศน์และแบบโฆษณาสำหรับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย และมีการจัดทำรายการละครสั้นแนวสนุกสนานโดยสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยมุ่งไปที่สื่อทางโทรทัศน์/วิทยุ เนื่องจากสื่อทางโทรทัศน์/วิทยุ เป็นสื่อที่สมาชิกภายในครอบครัวสามารถดูด้วยกันได้ และเป็นสื่อที่ผู้รับ รับรู้ได้มากที่สุดจากเสียง และภาพที่เคลื่อนไหวทำให้ง่ายต่อการจดจำ และสามารถแทรกข้อมูลข่าวสารไปในจิตใจของผู้ชมได้ เพราะขณะที่เรานั่งพักผ่อนดูโทรทัศน์นั้นเป็นช่วงที่ไม่อยู่ในอารมณ์ของการโต้แย้ง จึงง่ายต่อการโน้มน้าว

2. จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มบุคคลภายในครอบครัวหรือญาติ ประมาณ 4 - 6 คน เกือบร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 395 คน ซึ่งเป็นกลุ่มวัยที่แตกต่างกัน มีความชอบที่ต่างกัน ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจึงต้องนำเสนอรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกันและมีความหลากหลายในการจัดทำโปรแกรมนำเที่ยวหรือกิจกรรมระหว่างการเดินทางเพื่อความเหมาะสมสำหรับลูกค้าในแต่ละระดับที่อายุ

3. หน่วยงานทางภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติให้มีความสมบูรณ์สวยงาม มีการจัดการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ควรมีการวางแผนควบคุมและอนุรักษ์แหล่งพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีความสามารถจำกัดในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการให้ข้อมูลความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ในการให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปกป้องดูแลธรรมชาติให้ยาวนานที่สุด เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้งด้วยความประทับใจ จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในการเลือกเดินทาง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล/ หมู่เกาะ และน้ำตก/ป่าไม้

4. ควรมีการปรับปรุงสภาพถนน เส้นทางจราจร ป้ายบอกทางหรือเครื่องหมายต่างๆ ที่ชัดเจนเพื่อบ่งบอกถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ห้องน้ำที่มีความสะอาด หรือมีร้านอาหารที่คอยให้บริการผู้ที่เดินทาง

5. ควรมีการจัดตั้งให้ความช่วยเหลือแก่ผู้เดินทาง หรือนักท่องเที่ยว ตามสถานที่ท่องเที่ยว และตามเส้นทางจราจร เพื่อความปลอดภัยและลดการเกิดเหตุอาชญากรรมที่อาจเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

6. หน่วยงานทางภาครัฐควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โดยการลดอัตราค่าบริการต่างๆ เช่นบริการรถขนส่งมวลชน(รถไฟ) ที่พักแรมที่เป็นของหน่วยงานราชการ และค่าบริการในการเข้าชมสถานที่แต่ละแห่ง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและหมู่คณะที่ต้องการไปทัศนศึกษาและท่องเที่ยว

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาคิดว่าในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ดังนี้

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการเดินทางระหว่างรถโดยสารประจำทางและรถไฟในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดลำปาง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กอวางแผนโครงการ ฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา. (2528).

การสำรวจเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ลำปาง-ลำพูน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2529). กองวิชาการและฝึกอบรม. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2538). แผนการตลาดการท่องเที่ยว 2538. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กาญจนา เชื้อนแก้ว. (2547). ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.

การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เกิดศิริ เจริญวิศาล และจุฑามาศ จันทร์รัตน์. (2542). ความเข้าใจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อ

ส่งเสริมให้ไทยเที่ยวไทย. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ สงขลา.

คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. (2542). วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์

ศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดลำปาง. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.

ฉนกาล มาตยศิริ. (2542). ลำปาง : เสน่ห์เขากลางคันนคร. กรุงเทพฯ : บริษัท คอมแพคท์พริ้นท์

จำกัด.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว. คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรสุดา อุ้ฉื่อง. (2546). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม.

การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2537). การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว. ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะ

มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

_____. (2532). ปกิณกะบทความวิชาการท่องเที่ยว. ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ชินวัตร อรรถเวทิน. (2545). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของ
 ประชากร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
 เชียงใหม่.
- ทักษิณา คุณารักษ์. (2546). การตลาดและการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว. สาขาวิชาการท่องเที่ยว
 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทวีศักดิ์ ทิพย์มิ่งษ์. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป
 ท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา. คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏ
 ราชนครินทร์.
- เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว
 ชาวไทย. กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปวีณา โทณแก้ว.(2542). ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย.
 วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พลอยศรี โปราณานนท์. (2543). การท่องเที่ยวเบื้องต้น. เชียงใหม่ : สาขาการท่องเที่ยว คณะ
 มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2547. ภาควิชาคณิตศาสตร์
 และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุทธพงษ์ กัวยวรรณ. (2543). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2540). เอกสารประกอบการสอน วิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ
 : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทเพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน
 ่า. หน้า95
- วรรณา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. พิมพ์ครั้งที่ 2 .
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. สำนักวิชาวิทยาศาสตร์
 การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวรรณ กาญจนเมธากุล. (2542). การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ภูเก็ต : คณะวิทยา
 การจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ภาษาอังกฤษ

- Butler, Kathleen L. (1994). **Independence for Western Woman Through Tourism**.
Research Notes and Reports. USA : University of California - Berkeley.
- Decrop, Alian.(1999). **“Personal Aspects of Vacationers’ Decision. Making Process : An Interpretivist Approach”**. Journal of Travel & Tourism Marketing. 8,4 pp: 59 –68.
- Frew, Elspeth A. and Shaw Robin N.(1999). **“The relationship between personality, gender, and Tourism behavior”**. Annals of Tourism Research. 20,2 pp: 177-268.
- Gee, Chuck Y., Makens, James C., Choy Dexter J.L., (1989). **The Travel Industry**. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Goossens, Cee. (2000). **“Tourism Information And Pleasure Motivation”**. Annals of Tourism Research. 27, 2 pp : 301 - 321.
- Howell, David W., (1989). **An Introduction to the Travel and tourism Industry**. Niagara University.
- Lundberg, Donald E., (1985) . **The Tourist Business**. New York : Van Nostrand Reinhold.
- Lumsdom, Les. (1997). **Tourism Marketing**. UK : International Business Press.
- Lubbe, Berendien. (1998). **“Primary Image as a Dimension Image : An Empirical Assessment”**. Journal of Travel & Tourism Marketing,7,4 pp : 21-43.
- Maslow, Abraham H. (1954). **Motivation and Personality**. New York : Harper & Row.
- Mathieson, Alister and Wall, Geoffrey.(1987). **Tourism : Economic, Physical and Social Impacts**. New York : John Wiley & Son,Inc.
- McIntosh, Robert W. and Goeldner, Charles R. (1986). **Tourism- Principle, practices philosophies**. New York : John Wiley & Sons,Inc.,
- Sammons, Gail, Morec, Pat, Fox, Benso and Micco De Fred. (1999). **“Analysis of Female Business Traveler’s Selection of Lodging Accommodations”**. Journal of Travel & Tourism Marketing, 8,1 pp : 65 – 83.
- Swarbrooke, John and Horner, Susan. (1999). **Consumer Behavior in Tourism**. New Delhi : Butterworth – Heinemann.
- Weaver, David and Oppermann, Martin. (2000). **Tourism Motivation and Behavior Tourism Management**. Milton : Australia Ltd..

เว็บไซต์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. “สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา http://www.tat.or.th/stat/web/static_index.php (2 ตุลาคม 2547)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 2547. “สถานการณ์ท่องเที่ยว : สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยปี 2546”. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา http://www.tat.or.th/tat/e-journal/upload/4/47/jan-mar_ThaiSit.pdf.

(2 ตุลาคม 2547)

เทศบาลนครลำปาง. 2548. “ข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลนครลำปาง”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.lampangcity.com/> (16 กันยายน 2548)

_____. (2549). “แผนที่อาณาเขตเทศบาลนครลำปาง”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.lampangcity.com/img/map1.jpg> (17 มีนาคม 2549)

แผนที่ประเทศไทยและ 76 จังหวัดในประเทศไทย. 2549. “แผนที่ประเทศไทย”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.geocities.com/rainforest/7153/thmap5.htm> (6 เมษายน 2549)

สำนักงานจังหวัดลำปาง. 2548. “ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดลำปาง”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา www.lampang.go.th/office (16 กันยายน 2548)

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง. 2548. “โครงสร้างทางเศรษฐกิจจังหวัดลำปาง”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <http://www.moc.go.th/opscenter/lp/data1.html> (16 กันยายน 2548)

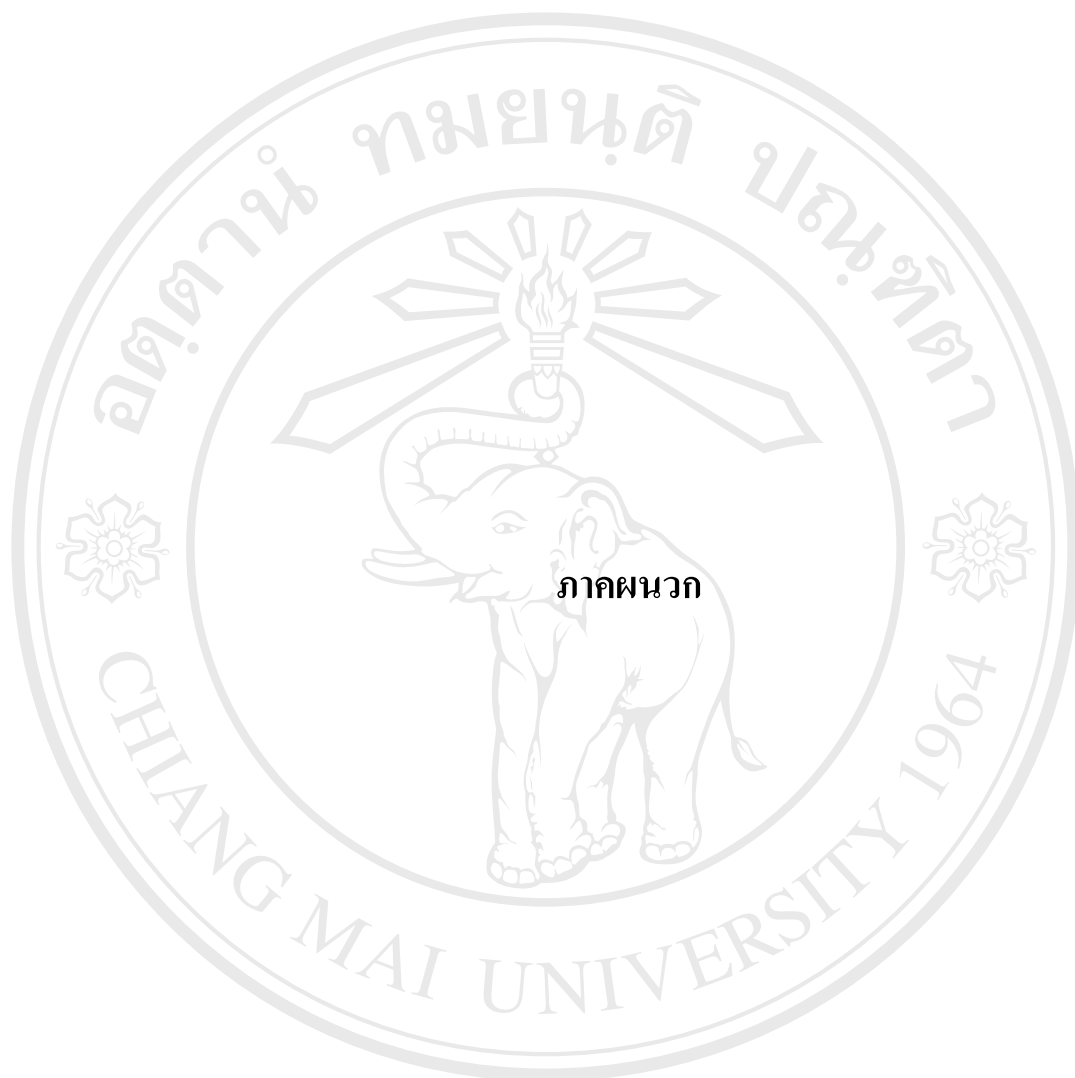
สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง. 2548. “ข้อมูลจังหวัดลำปาง”. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา <http://www.investmentthailand.com/th/TransDet.asp?p=p06>

(16 กันยายน 2548) (16 กันยายน 2548)

หอการค้าจังหวัดลำปาง. 2548. “ลักษณะทางกายภาพของจังหวัดลำปาง”. [ระบบออนไลน์]

แหล่งที่มา <http://www.lampang-th.com/commerce/commerce3.html> (16 กันยายน 2548)



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

การเดินทางเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตเทศบาลนครลำปาง

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่เป็นคำตอบของท่าน
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1 ชาย2 หญิง

2. อายุ

1 25 - 35 ปี3 46 - 55 ปี2 36 - 45 ปี4 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1 ประถมศึกษา5 ปริญญาตรี2 มัธยมศึกษาตอนต้น6 ปริญญาโท3 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.7 ปริญญาเอก4 อนุปริญญาหรือ ปวส.

4. สถานภาพสมรส

1 โสด2 สมรส3 หย่าร้าง/แยกกันอยู่

5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

1 1-3 คน3 7-9 คน2 4-6 คน4 มากกว่า 9 คนขึ้นไป

6. อาชีพ

1 ข้าราชการ5 รับจ้าง2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ6 เกษตรกรรม3 พนักงานบริษัทเอกชน7 เกษียณอายุ4 ธุรกิจส่วนตัว

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท | 4 <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท |
| 2 <input type="checkbox"/> 5,001 – 10,000 บาท | 5 <input type="checkbox"/> 20,001 – 25,000 บาท |
| 3 <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท | 6 <input type="checkbox"/> 25,001 ขึ้นไป |

8. ในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กี่ครั้ง

- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> 1 ครั้ง | 3 <input type="checkbox"/> 3 ครั้ง |
| 2 <input type="checkbox"/> 2 ครั้ง | 4 <input type="checkbox"/> 4 ครั้ง |

9. ท่านทราบข้อมูล ข่าวสาร ในการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> แผ่นพับ/โบรชัวร์ | 5 <input type="checkbox"/> โทรทัศน์/วิทยุ |
| 2 <input type="checkbox"/> หนังสือนำเที่ยว (Guide book) | 6 <input type="checkbox"/> จากบริษัทนำเที่ยว |
| 3 <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ | 7 <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต |
| 4 <input type="checkbox"/> นิตยสารทางการท่องเที่ยว | 8 <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา |

10. ส่วนใหญ่ท่านได้รับคำแนะนำในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวจากใคร

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1 <input type="checkbox"/> พ่อ/แม่ | 4 <input type="checkbox"/> ญาติ/พี่น้อง |
| 2 <input type="checkbox"/> สามี/ภรรยา | 5 <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| 3 <input type="checkbox"/> ลูก | 6 <input type="checkbox"/> ผู้ร่วมงาน |

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านต้องการไปท่องเที่ยวมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกชาติ น้ำตก ถ้ำ น้ำพุร้อน ภูเขา ทะเล หาดทราย เกาะ ฯลฯ
ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ดอยหลวงเชียงดาว เขื่อนภูมิพล ภูกระดึง น้ำตกเอราวัณ หมู่เกาะเสม็ด อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา เกาะพีพี เป็นต้น
12. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา ได้แก่ วัด, โบราณสถาน, อุทยานประวัติศาสตร์, พิพิธภัณฑ์ ฯลฯ
ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย เป็นต้น
13. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม ได้แก่ งาน ประเพณี, วิถีชีวิต, สินค้าพื้นเมือง ฯลฯ
ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก สวนสามพราน งานช้างจังหวัดสุรินทร์ งานบุญบั้งไฟ จังหวัดยโสธร งานวิ่งควายจังหวัดชลบุรี เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ลักษณะและวิธีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

14. ส่วนใหญ่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนใดมากที่สุด

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> มกราคม | 7 <input type="checkbox"/> กรกฎาคม |
| 2 <input type="checkbox"/> กุมภาพันธ์ | 8 <input type="checkbox"/> สิงหาคม |
| 3 <input type="checkbox"/> มีนาคม | 9 <input type="checkbox"/> กันยายน |
| 4 <input type="checkbox"/> เมษายน | 10 <input type="checkbox"/> ตุลาคม |
| 5 <input type="checkbox"/> พฤษภาคม | 11 <input type="checkbox"/> พฤศจิกายน |
| 6 <input type="checkbox"/> มิถุนายน | 12 <input type="checkbox"/> ธันวาคม |

15. ช่วงเวลาที่ท่านชอบเดินทางท่องเที่ยว คือ

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> วันหยุดติดต่อกันหลายวัน | 3 <input type="checkbox"/> วันธรรมดา |
| 2 <input type="checkbox"/> เสาร์ - อาทิตย์ | 4 <input type="checkbox"/> ทุกโอกาสตามความสะดวก |

16. ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1 <input type="checkbox"/> 1 - 2 วัน | 3 <input type="checkbox"/> 4 - 5 วัน |
| 2 <input type="checkbox"/> 3 - 4 วัน | 4 <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 วัน |

17. วัตถุประสงค์ของการไปท่องเที่ยวของท่าน ได้แก่

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติ / เพื่อน | 6 <input type="checkbox"/> ทักษะศึกษา |
| 2 <input type="checkbox"/> พักผ่อนและท่องเที่ยว | 7 <input type="checkbox"/> ศาสนา |
| 3 <input type="checkbox"/> ปฏิบัติราชการ | 8 <input type="checkbox"/> การกีฬา |
| 4 <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวโดยได้รับรางวัล | 9 <input type="checkbox"/> ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ |
| 5 <input type="checkbox"/> ประชุม/ สัมมนา/ ฟឹกอบรม | 10 <input type="checkbox"/> หลีกหนีความจำเจ |

18. ท่านเดินทางท่องเที่ยวไปกับใครมากที่สุด

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> ครอบครัว/ญาติ จำนวน _____ คน | 4 <input type="checkbox"/> ไปคนเดียว |
| 2 <input type="checkbox"/> เพื่อน จำนวน _____ คน | 5 <input type="checkbox"/> การนำเที่ยวของหน่วยงาน |
| 3 <input type="checkbox"/> แฟน หรือคนรัก | 6 <input type="checkbox"/> คนในระแวงพื้นที่เดียวกัน
รวมกลุ่มกันเที่ยว |

19. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน โดยเฉลี่ยประมาณเท่าไร

- | | |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท | 3 <input type="checkbox"/> 5,001 – 7,000 บาท |
| 2 <input type="checkbox"/> 3,001 – 5,000 บาท | 4 <input type="checkbox"/> มากกว่า 7,000 บาท |

20. ในการเดินทางท่องเที่ยว ท่านเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร

- | |
|---|
| 1 <input type="checkbox"/> จัดการเอง (ตอบข้อ 21) |
| 2 <input type="checkbox"/> ซื้อแพคเกจทัวร์ (ข้ามไปข้อ 22) |

21. ถ้าท่านเลือกที่จะจัดการการท่องเที่ยวเองทั้งหมดเพราะ

- | |
|--|
| 1 <input type="checkbox"/> รู้สึกเป็นส่วนตัว และจัดโปรแกรมท่องเที่ยวได้อิสระ |
| 2 <input type="checkbox"/> รู้จักเส้นทาง สถานที่พักและแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดี |
| 3 <input type="checkbox"/> ประหยัดค่าใช้จ่าย |
| 4 <input type="checkbox"/> ใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า |
| 5 <input type="checkbox"/> โปรแกรมของบริษัทนำเที่ยวไม่น่าสนใจ |

22. ถ้าท่านเลือกที่ให้บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดโปรแกรมท่องเที่ยวทั้งหมดเพราะ

- | | |
|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> สะดวกสบายเพราะมีบริการที่ดี | 3 <input type="checkbox"/> เคยใช้บริการแล้วประทับใจ |
| 2 <input type="checkbox"/> โปรแกรมท่องเที่ยวน่าสนใจ | 4 <input type="checkbox"/> ราคาถูก |

23. พาหนะใดที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว (เลือกเพียงข้อเดียว)

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนบุคคล | 5 <input type="checkbox"/> รถบริการนำเที่ยว (ซื้อทัวร์) |
| 2 <input type="checkbox"/> รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์ | 6 <input type="checkbox"/> รถไฟ |
| 3 <input type="checkbox"/> รถรับเช่า (ขับเอง) | 7 <input type="checkbox"/> เครื่องบิน |
| 4 <input type="checkbox"/> รถเช่าเหมา (มีคนขับ) | |

24. ในการเดินทางท่องเที่ยวท่านเลือกพักแรมสถานที่ใด (เลือกเพียงข้อเดียว)

- | | |
|--|--|
| 1 <input type="checkbox"/> โรงแรม | 5 <input type="checkbox"/> เต็นท์ / ตั้งแคมป์ |
| 2 <input type="checkbox"/> รีสอร์ท | 6 <input type="checkbox"/> วัด/โรงเรียน |
| 3 <input type="checkbox"/> เกสต์เฮ้าส์ | 7 <input type="checkbox"/> บ้านเพื่อน/ญาติ |
| 4 <input type="checkbox"/> บังกะโล | 8 <input type="checkbox"/> บ้านพักรับรองข้าราชการ
หรือเอกชน |

25. บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1 <input type="checkbox"/> พ่อ/แม่ | 4 <input type="checkbox"/> หน่วยงานที่ทำงาน |
| 2 <input type="checkbox"/> สามี/ภรรยา | 5 <input type="checkbox"/> เพื่อน |
| 3 <input type="checkbox"/> ลูก | 6 <input type="checkbox"/> ตัดสินใจเอง |

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
(โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน)

รายการ	มีอิทธิพลมากที่สุด	มีอิทธิพลมาก	มีอิทธิพลปานกลาง	มีอิทธิพลน้อย	ไม่มีอิทธิพลเลย
<u>ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว</u> <u>และวิธีการในการเดินทาง</u>					
1. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
2. งบประมาณและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว					
3. โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีในการเดินทางท่องเที่ยว - ระบบการสื่อสาร ไฟฟ้า น้ำประปา					
- สภาพถนนในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
- สาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น ห้องน้ำสะอาด ทราย					
4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว - ที่พักแรม					
- ร้านอาหาร					
- มีบริการนำเที่ยว					
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร					
5. ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น วันหยุดสุดสัปดาห์, วันหยุดตามเทศกาล, วันหยุดพักผ่อน, วันธรรมดา					

รายการ	มีอิทธิพลมากที่สุด	มีอิทธิพลมาก	มีอิทธิพลปานกลาง	มีอิทธิพลน้อย	ไม่มีอิทธิพลเลย
6. ระยะทางและระยะเวลาในการทางท่องเที่ยว					
- ระยะทางในการเดินทางจากบ้านไปยังแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก					
- ระยะเวลาที่พำนักในแหล่งท่องเที่ยว					
7. ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
8. สิ่งดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยว					
- ศิลปวัฒนธรรม					
- โบราณวัตถุสถาน					
- ทะเล หาดทราย					
- ภูเขา น้ำตก					
- สวนสนุก					
- งานแสดงสินค้า					
- การแข่งขันกีฬา					
- อาหาร					
- อารยศาสตร์ไมตรีของคนไทย					

ส่วนที่ 5 แนวโน้มในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป

1. หลังจากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในครั้งนี้ ท่านจะยังเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอีก

1 ใช่

2 ไม่ใช่

2. ในครั้งต่อไปท่านจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ณ สถานที่ท่องเที่ยวใด

.....

3. เหตุใดท่านถึงเลือกท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านตอบในข้อ 2

.....

