

บทคัดย่อ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ยที่ 40 ปี และมีอายุอยู่ในช่วง ระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 17,500 บาท และส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท

ในด้านปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงใหม่จากเพื่อน/ญาติ และเลือกแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติรองลงมาคือ ประเพณี/กิจกรรมต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน หรือวัดวาโดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามดึงดูดใจทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

ในส่วนของลักษณะการเดินทางพบว่ากลุ่มส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยเครื่องบิน และเป็นการเดินทางมาซ้ำ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปและประทับใจมากที่สุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวในเมืองและ โบราณสถาน/วัดวาอาราม

สำหรับพฤติกรรมด้านการใช้จ่ายเฉลี่ยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป โดยเป็นค่าใช้จ่ายด้านบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าพาหนะ และค่าที่พัก วัตถุประสงค์ในการมาเยือนของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ พักผ่อนและเยี่ยมญาติ/เพื่อน ในการเลือกที่พักส่วนใหญ่เลือกพักที่โรงแรม ในเมือง เน้นความสะดวกสบายระดับราคาต่ำกว่า 1,000 บาท โดยจะจองห้องพักด้วยตัวเองหรือให้เพื่อนจอง และจะพักค้างคืน ประมาณ 3 - 4 คืน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่นิยมแวะพักระหว่างการเดินทางมายังเชียงใหม่ด้วย เหตุผลว่าระหว่างเดินทางโดยเครื่องบิน, รถประจำทาง ทำให้ไม่สะดวกในการแวะรายทาง นอกจากนั้นยังพบว่าระยะทางจากภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างมายังจังหวัดเชียงใหม่เป็นระยะทางที่ไม่ไกลมากนัก อย่างไรก็ตามหากขับรถมาเอง จังหวัดที่เลือกแวะพักคือ จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดแพร่

หลังจากเดินทางมายังเชียงใหม่แล้วหากกลับส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะไม่แวะเที่ยวที่จังหวัดอื่นๆ อีก เหตุผลที่ไม่เลือกแวะท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น เนื่องจากตั้งใจจะมาเที่ยวเชียงใหม่โดยเฉพาะ มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาแต่หากจะแวะเที่ยวจังหวัดที่จะแวะคือ แม่ฮ่องสอน น่าน และเพชรบูรณ์

ในส่วนของการวิเคราะห์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง และยังพบว่าแรงจูงใจและสิ่งกระตุ้นในด้านสื่อ และความคาดหวัง มีผลต่อกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง