



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
Tourists Satisfaction for Chiangrai Tourism Products

โดย จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัยและคณะ

กรกฎาคม 2550

สัญญาเลขที่ RDG4800013

รายงานฉบับสมบูรณ์

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
Tourists Satisfaction for Chiangrai Tourism Products

ผู้วิจัย
จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย

สังกัด
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ชุดโครงการการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
กลุ่มจังหวัดล้านนา

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความคิดเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความร่วมมือและช่วยเหลือจากหลายฝ่าย

ขอขอบคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้สนับสนุนงบประมาณ ขอขอบคุณ ดร.เทอชชาย ช่วยบำรุงและทีมงาน ที่ปรึกษา ขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่าน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ไม่ได้กล่าวถึง และสุดท้าย ขอขอบคุณผู้ที่ให้นำข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย

กรกฎาคม 2550

บทสรุปผู้บริหาร

จังหวัดเชียงราย จังหวัดเหนือสุดของไทยที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ที่สามารถเอื้อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของที่ระลึก บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สนใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวนเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

งานวิจัย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายครั้งนี้ จึงกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ปัจจัยหรือสาเหตุความไม่พึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อหาข้อมูลมาพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาแยกตามเพศ อายุ สถานะภาพ สัญชาติ อาชีพ รายได้ ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลในระดับความเชื่อมั่น 95% จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ประเภทละ 400 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามตามพื้นที่การท่องเที่ยวในอำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด และอำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด และจัดการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ให้บริการ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยที่ได้มาจากข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอเป็น 6 ตอนคือ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสรุปผลการประชุมระดมความคิดเห็นผลการวิจัยสรุปว่า

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ 20,001-25,001 ส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่างส่วน 51-60 ปี มีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานธนาคาร ส่วนใหญ่ถือสัญชาติอเมริกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 มาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่อที่มีอิทธิพลคืออินเทอร์เน็ต

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังมาก เกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึก โรงแรม/ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในด้านบริษัทนำเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก มีความคาดหวังระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งความคาดหวังในทุกอย่างในระดับปานกลาง

สรุปภาพรวม ความคาดหวังและ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ส่วนความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0013

ชื่อโครงการ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ชื่อนักวิจัย : จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย

มะณี สมรัก

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

E-mail Address : sjirapha@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 - 30 มิถุนายน 2549

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ปัจจัยหรือสาเหตุ ความไม่พึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาแยกตามเพศ อายุ สถานะภาพ สัญชาติ อาชีพ รายได้ ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและ สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ของจังหวัดเชียงราย เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีแบบผสม(Mixing methodologies) ทั้งวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative method) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างละ 400 ตัวอย่าง ในระดับความเชื่อมั่น 95% ตามพื้นที่การท่องเที่ยวในอำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดและอำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม(Questionnaire survey) และการจัดการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ให้บริการ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยที่ได้มาจากข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ในเชิงคุณภาพใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา(Content analysis) ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยค่าสถิติร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน(One-way ANOVA) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอเป็น 6 ตอนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และสรุปผลการประชุมระดมความคิดเห็นผลการวิจัยพบว่า

ข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้ 20,001-25,001 ส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมาก

ที่สุด ชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่างส่วน 51-60 ปี มีสถานะภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานธนาคาร ส่วนใหญ่ถือสัญชาติอเมริกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาทที่จังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่อที่มีอิทธิพลคืออินเทอร์เน็ต

ข้อมูลตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคาดหวังมาก เกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึก โรงแรม/ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในด้านบริษัทนำเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก มีความคาดหวังระดับปานกลาง ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งความคาดหวังในทุกเรื่องในระดับปานกลาง

สรุปภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายดังนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

คำหลัก: ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยว, ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

Abstract

Project Code : RDG48O0013

Project Title : Tourists Satisfaction on Chiangrai Tourism Products

Investigators : Jirapha Sakkitimalai

Manee Somrak

Chiangrai Rajabhat University

E-mail Address : sjirapha@hotmail.com

Project Duration : 1 July 2005 - 30 June 2006

This study aims to examine the expectation and satisfaction of Chiangrai Tourism Products. It found out that the expectation and satisfaction of Thai tourists and Alien tourists in districts of the most number and districts of the less number of attraction places. All of the result came up by age, gender, marital status, nationality, occupation, level of income and the frequency visiting. The respondents were 800 samples under the confidential level 95%. The questionnaires collection data composed in three parts: the personal data, the expectation and satisfaction data, and the suggestion data. The analysis showed the percentage, mean, standard deviation and one way ANOVA by used SPSS for window program to analyze.

The findings of the studied were:

The first part : personal data

The most of respondents were male form the USA which was the first trip in Thailand, the age average on 51-60 years old, the status is married, occupied in private organization, income between 20,001-25,001 bath. Internet was the most influence press .

The second part : the expectation and satisfaction data.

The expectation and satisfaction of Thai tourists had high expectation in Chiangrai Tourism Products but Alien tourists expected and satisfied in middle level. From the comparison of the expectation and satisfaction based on age, gender, marital status, nationality, occupation, level of income, and number of time for visiting. It found that the expectation and satisfaction were different between groups.

The respondents suggestion in this study were most of Chiangrai Tourism Products might be adjusted in some part to progress an efficiency by Chiangrai Tourism.

Key word: Tourists, Satisfaction, Tourism Products

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
Abstract	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
คำถามการวิจัย	2
คำนพยามศัพท์เฉพาะ	2
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs)	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)	3
แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
เอกสารที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer Behavior Model)	4
สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product and Service)	5
ส่วนผสมการตลาด	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	8
รูปแบบการวิจัย	8
ประชากร	8
กลุ่มตัวอย่าง กระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	8
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	9
กระบวนการรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูล วิธีวิเคราะห์ ขั้นตอนการวิเคราะห์ เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์	9

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	10
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย	11
ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	15
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	41
ตอนที่ 4 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	67
ตอนที่ 5 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	72
ตอนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	101
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	135
สรุปผลการวิจัย	135
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	135
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	136
การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลต่อความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	138
สรุปภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายดังนี้	143
ข้อเสนอแนะ	143
ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	143
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป	144
ข้อเสนอแนะของผู้ทำวิจัยต่อผู้นำข้อมูลไปใช้	144
บรรณานุกรม	145
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	147
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	160

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	11
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย	15
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับโรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย	16
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	17
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	18
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย	19
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย	20
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	21
ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน	22
ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอายุต่างกัน	25
ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอาชีพต่างกัน	28
ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	31
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกัน	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงราย ของนักท่องเที่ยว	37
ตารางที่ 4.15 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวัง ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด	40
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย	41
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับโรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย	42
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	43
ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	44
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย	45
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย	46
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ย ชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	47
ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน	48
ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอายุต่างกัน	51
ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอาชีพต่างกัน	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	57
ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้ง ในการท่องเที่ยวต่างกัน	60
ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยว เชียงรายของนักท่องเที่ยว	63
ตารางที่ 4.29 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด	66
ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	67
ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)	68
ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)	69
ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย	72
ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับโรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย	73
ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	74
ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	75
ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย	77
ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	78
ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน	79
ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับอายุต่างกัน	82
ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับอาชีพต่างกัน	85
ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกัน	88
ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	91
ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกัน	94
ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	97
ตารางที่ 4.45 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึก ของจังหวัดเชียงราย	101
ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับโรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย	102
ตารางที่ 4.48 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	103
ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย	104
ตารางที่ 4.50 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย	105
ตารางที่ 4.51 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ของจังหวัดเชียงราย	106
ตารางที่ 4.52 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	107
ตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน	108
ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี สถานภาพต่างกัน	111
ตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในระดับอายุต่างกัน	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในระดับอาชีพต่างกัน	117
ตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีสัญชาติต่างกัน	120
ตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในระดับรายได้ต่างกัน	123
ตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกัน	126
ตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยว เชียงรายของนักท่องเที่ยว	129
ตารางที่ 4.61 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดของต่างชาติ	132
ตารางที่ 4.62 สรุปผลการสำรวจ	133
ตารางที่ 4.62 สรุปผลการสำรวจ (ต่อ)	134

บทที่ 1

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงราย จังหวัดเหนือสุดของไทยที่มีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและสร้างขึ้นเอง ที่พักหลายหลากรูปแบบและราคา อาหารทุกประเภท ของที่ระลึก บุคลากรทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ถนนหนทาง ยานพาหนะ ฯลฯ ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สนใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวนมากขึ้นในแต่ละปี ดังจะเห็นได้จากผู้ประกอบการสร้างที่พักเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ซึ่งจังหวัดเชียงรายถูกจัดอันดับจังหวัดนำท่องเที่ยวของไทยในอันดับต้น ๆ ประกอบกับการกำหนดยุทธศาสตร์หลักของจังหวัด นอกจากยุทธศาสตร์ด้านการค้าชายแดน จะเน้นยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพทางทรัพยากรการท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้มีแผนพัฒนาด้านนี้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.)ภาคเหนือเขต2 องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ทั้งระดับจังหวัด ตำบล หมู่บ้าน หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ หน่วยงานต่าง ๆ ของเอกชน สถานศึกษาในพื้นที่ทั้ง โรงเรียน วิทยาลัย รวมทั้งมหาวิทยาลัย ต่างให้ความสำคัญและร่วมมือในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ร่วมมือด้านวิชาการ มีการจัดประชุมองค์กรต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีการจัดทำงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวแต่ผู้ให้บริการต่างคนต่างทำ ยังขาดการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นเอกภาพ ทำให้ตอบสนองได้ไม่ตรงจุดเกิดการสูญเสียทรัพยากรเช่น สินค้าที่ผลิตมาไม่ตรงใจลูกค้า ตอบสนองลูกค้าไม่ตรงจุด ขายสินค้าและบริการนั้นไม่ได้ ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพรวมอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น งานวิจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในครั้งนี้ จะศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงราย งานวิจัยในหัวข้อใกล้เคียงกันนี้เคยมีการทำในจังหวัดอื่น แต่สำหรับจังหวัดเชียงรายถือเป็นครั้งแรก โดยมีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว นำผลการศึกษาไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ของจังหวัดเชียงราย ให้ตอบสนองตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด และถือเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้ประชาชน จังหวัดรวมทั้งประเทศ ดังสโลแกน “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมั่งคั่ง”

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัด เชียงราย
- 2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัด เชียงราย
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยหรือสาเหตุความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

3. คำถามการวิจัย

- 3.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร?
- 3.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร?
- 3.3 อะไรคือปัจจัยหรือสาเหตุความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

4. คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ผลของการใช้บริการ จากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัด เชียงราย

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย หมายถึง ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย ของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว โรงแรม-ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร-ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

5. ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs)

6 เดือนที่ 1

1. ได้ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
2. ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์
3. ได้ข้อมูลจากการรวบรวมแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว
4. ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

5. ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ

6 เดือนที่ 2

1. ทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
2. ได้ผลวิจัยและเขียนรายงานผลการศึกษา
3. ได้รายงานความก้าวหน้าและฉบับสมบูรณ์

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)

1. เป็นองค์ความรู้ใหม่เพื่อการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงราย
2. ได้ข้อมูลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
3. บริการความรู้แก่ชุมชนโดยเผยแพร่ข้อมูลวิจัย
4. เป็นข้อมูลธนาคารข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว
5. เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานวิจัย

7. แนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการวิจัย
2. เสนอผลการวิจัยต่อหน่วยงานภาครัฐเพื่อใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
3. นำผลการวิจัยไปศึกษาต่อในเชิงลึก

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในหัวข้อเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินการตามแนวคิดดังต่อไปนี้

- 1.1 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer Behavior Model)
- 1.2 สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product and Service)
- 1.3 ส่วนผสมการตลาด (Tourism Product and Service Mix)

1.1 แนวคิดพฤติกรรมของผู้บริโภค (Customer Behavior Model)

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โดยการซื้อหรือไม่ซื้อ

1.1.1 สิ่งกระตุ้นภายนอก (Stimulus) อาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งจะเน้นการจัดสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการใช้บริการ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นซึ่งเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)

1.1.3 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคภายนอกซึ่ง ไม่สามารถควบคุมได้ อาจเป็นทางที่จะนำเสนอส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริโภคได้แก่

1.1.3.1 เศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจของโลก

1.1.3.2 เทคโนโลยี (Technology) เช่น เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร

1.1.3.3 วัฒนธรรม (Culture) เช่น เทศกาล ขนบธรรมเนียม

1.1.4 ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภค และกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

1.1.4.1 ลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อ ซึ่งมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

1.1.4.1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors)

1.1.4.1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

1.1.4.1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ

1.1.4.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) การซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจ

1.1.4.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer Decision Process) โดยผู้บริโภคจะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยจะทำการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ และถ้ามีการซื้อเกิดขึ้น จะมีพฤติกรรมอย่างไรในการตอบสนองการซื้อนั้น

1.1.5 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจ ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1.1.5.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

1.1.5.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

1.1.5.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

1.1.5.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchasing Timing)

1.1.5.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchasing Amount)

1.2 สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product and Service)

สินค้าและบริการท่องเที่ยว (Tourism Product and Service) หมายถึง ส่วนผสมการตลาดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนผสมนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถควบคุม ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของตลาด

1.3 ส่วนผสมการตลาด (Tourism Product and Service Mix)

ส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วย

1.3.1 ผลិតภัณฑ์ ได้แก่ สิ่งให้ผู้ให้บริการหรือผู้ขาย สร้าง จัดหาเพื่อให้บริการ หรือขายแก่ลูกค้า เช่น โรงแรม อาหาร ของที่ระลึก รถเช่า บริการอื่น ๆ

- สถานที่ตั้ง การก่อสร้าง การออกแบบ ขนาดของอาหารและบ้านพัก จำนวนห้องพัก การออกแบบตกแต่งห้องพัก ห้องอาหาร บาร์ ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจและส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม การให้แสงสี สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการบำรุงรักษา

- องค์ประกอบของการบริการ ประเภท รูปแบบ จำนวน ความรู้ความสามารถทัศนคติและเครื่องแบบของพนักงาน ความปลอดภัย

- ชื่อ/ตรา และตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรม

- ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง

- การบริการเสริมอื่น ๆ

1.3.2 ราคา มีทั้งราคาปกติ ราคาลดพิเศษและเฉพาะกลุ่มลูกค้า และราคาสำหรับบริการส่งเสริมการขายแต่ละส่วนของผลิตภัณฑ์

1.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น วิธีการนำสินค้าหรือบริการถึงลูกค้า โดยกระบวนการต่าง ๆ เช่น ระบบการสำรองห้องพัก การขายโดยผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่าย ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยวและอื่น ๆ

1.3.4 การส่งเสริมการตลาด โดยใช้ส่วนผสมส่งเสริมการตลาด 4 ประเภท คือ การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการขายโดยบุคคล (Personal Selling)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ค้นคว้ารายงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

มัลลิกา เกื้อปัญญา, 2532. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง, เชียงใหม่: ได้ศึกษาพบว่า สภาพปัจจุบันของการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง

เสาวนีย์ กันทะเสน, 2533. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หมู่บ้านรวมมิตร, เชียงราย: ได้ศึกษาพบว่า ความ

คาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่มีความคาดหวังมากต่อการจัดสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อการจัดสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

นัยนา คำกันศลปี, 2535. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ : กรณีศึกษาเรือรอยัลไดมอนด์, กรุงเทพฯ: ได้ศึกษาพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ และสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญ ส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจมากในเรื่องของทักษะของพนักงาน, ความมีอัธยาศัย, ความเพียงพอของพนักงาน รวมทั้งรายการอาหาร และมีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องสภาพห้องอาหาร, ความสะอาดของเรือ, สิ่งอำนวยความสะดวกในเรือ สภาพห้องพัก, ความปลอดภัยภายในเรือ, กิจกรรมสันทนาการบนเรือ, กิจกรรมเสริม และความเหมาะสมของราคากับการบริการที่ได้รับ โดยส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวว่าควรจะมีการปรับปรุงด้านห้องพักมากที่สุด ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจโดยรวม ของการบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายประเภทเรือสำราญรอยัลไดมอนด์จาก การศึกษาครั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง การรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวประเภทเรือสำราญจากการบอกเล่าปากต่อปาก

อุดมศักดิ์ แนวจิตร, 2533. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน, เชียงใหม่: ได้ศึกษาพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อีกความคาดหวังและความพึงพอใจ ต่อการจัดสภาพแวดล้อมอุทยานฯ ด้านพื้นที่และการมีส่วนร่วมในระดับมาก แต่กลับมีความคาดหวังและความพึงพอใจเพียงปานกลางต่อการจัดการรวมทุกด้าน และต่อกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

ในการตอบคำถามการวิจัยจะใช้วิธีวิจัยแบบผสม(Mixing methodologies) ทั้งวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative method) ผลการวิจัยที่ได้จากวิธีการศึกษาดังกล่าวจะสามารถสรุปเป็นตัวแทนของประชากรได้(Generalization) มีความสมบูรณ์และน่าเชื่อถือ

2. ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ตามพื้นที่การท่องเที่ยวในอำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดคือ อ.เมือง อ.เชียงแสน อ.เชียงของ และ อ.แม่สาย เฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวอำเภอละ 17.5 แห่ง และอำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุดคือ อ.เมืองพาน อ.เทิง อ.ป่าแดด เฉลี่ยจำนวนแหล่งท่องเที่ยวอำเภอละ 2.9 แห่ง

3. กลุ่มตัวอย่าง กระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 800 ตัวอย่าง (จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ตัวอย่าง) โดยมีขั้นตอนการเลือกดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธี Satisfied Random Sampling แบ่งเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติตามพื้นที่การท่องเที่ยวใน 2 อำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดและ 2 อำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด

ขั้นที่ 2 ใช้วิธี Simple Random Sampling ในการเก็บข้อมูล โดยมีสัดส่วนการเก็บตัวอย่างจากพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด 688 คน และพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด 112 คน จากกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

4. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire survey) โดยมีการรวบรวมเอกสารข้อมูล ทฤษฎีมาใช้เพื่อพัฒนาแบบสอบถาม ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ตั้งแต่การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) การทดสอบแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามมาใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ให้บริการประมาณ 10-15 รายเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยที่ได้มาจากข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ

5. กระบวนการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 800 ตัวอย่าง (จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ตัวอย่าง)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าเอกสาร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล วิธีวิเคราะห์ ขั้นตอนการวิเคราะห์ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องอย่างเป็นขั้นตอน ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และใช้สถิติเชิงพรรณมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยหาค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA)

การวิเคราะห์ผลการวิจัย หลังจากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณแล้ว จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประชุมระดมความคิดเห็น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย” ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 800 คน แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คนและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอเป็น 6 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
- ตอนที่ 4 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- ตอนที่ 5 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย
- ตอนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	227	56.8
หญิง	173	43.2
รวม	400	100.00
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	6	1.4
21-30 ปี	52	13.0
31-40 ปี	72	18.0
41-50 ปี	131	32.8
51-60 ปี	123	30.8
มากกว่า 60 ปี	16	4.0
รวม	400	100.00
สถานะภาพ		
แต่งงาน	181	45.2
โสด	179	44.8
หย่า / ม่าย	40	10.0
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	27	7.3
เกษตรกร	46	12.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	5.7
รับราชการ	8	2.2
พนักงานธนาคาร	54	14.7
พนักงานบริษัทเอกชน	100	27.2
แม่บ้าน	38	10.3
นักเรียน	50	13.6
พนักงาน / ข้าราชการเกษียณ	18	4.9
ว่างงาน	6	1.6
รวม	368	100.00
สัญชาติ		
ไทย	400	100
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	32	25.2
10,001-15,000 บาท	31	24.4
15,001-20,000 บาท	7	5.5
20,001-25,000 บาท	40	31.5
25,001-30,000 บาท	13	10.2
มากกว่า 30,001 บาท	4	3.1
รวม	127	100.0

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งนี้เป็นครั้งที่		
ครั้งแรก	240	62.18
ครั้งที่ 2	87	22.54
ครั้งที่ 3	38	9.84
มากกว่า 3 ครั้ง	21	5.44
รวม	386	100
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว		
หนังสือพิมพ์	7	1.91
อินเทอร์เน็ต	194	52.86
โทรทัศน์	22	5.99
วิทยุ	126	34.33
นิตยสารท่องเที่ยว	18	4.90
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่าเป็นเพศชาย 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 เพศหญิง 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20

เมื่อจำแนกตามอายุ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ช่วงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสถานภาพ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงาน จำนวน 181 คนคิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมาคือสถานะภาพโสด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 368 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ พนักงานธนาคารจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 นักเรียนจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 เกษตรกรจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 แม่บ้านจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 พนักงาน /ข้าราชการเกษียณจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 รับราชการจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และว่างงานจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสัญชาติพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คนทั้งหมดมีสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 100%

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 127 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีระดับรายได้ 20,001-25,001 บาทจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาทจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ระดับรายได้ 25,001-30,000 บาทจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาทจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และระดับรายได้มากกว่า 30,001 บาทจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามมาจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเชิงรายได้พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 386 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวเชิงรายได้เป็นครั้งแรกจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 62.18 รองลงมาคือเคยมาเที่ยวเชิงรายได้เป็นครั้งที่ 2 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.54 เคยมาเที่ยวเชิงรายได้เป็นครั้งที่ 3 จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.84 และเคยมาเที่ยวเชิงรายได้มากกว่า 3 ครั้งจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.44

เมื่อจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 367 คน พบว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวเชิงรายได้มากที่สุดคืออินเทอร์เน็ตจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 52.86 รองลงมาคือสื่อจากวิทยุจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 โทรทัศน์จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.99 นิตยสารท่องเที่ยวจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 และหนังสือพิมพ์จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัด เชียงราย

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสินค้า	3.89	0.85	มาก
คุณภาพของสินค้า	3.90	0.77	มาก
ความมีประโยชน์ของสินค้า	3.57	1.08	ปานกลาง
ราคาของสินค้า	3.44	0.82	ปานกลาง
ปริมาณร้านค้า	3.64	0.65	ปานกลาง
การตกแต่งร้านค้า	3.85	0.94	มาก
มารยาท/การบริการของพนักงานขาย	4.07	0.78	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย	3.09	1.01	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.47	0.82	มาก
บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญ	3.09	0.75	ปานกลาง
รวม	3.62	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงรายมากในเรื่อง มารยาท/การบริการของพนักงานขาย คุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า การตกแต่งร้านค้า และการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงรายมากในเรื่อง ปริมาณร้านค้า ความมีประโยชน์ของสินค้า ราคาของสินค้า ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขายและบริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.80	0.67	มาก
ราคาห้องพัก	3.59	0.95	ปานกลาง
ความสะดวกในการจองห้องพัก	3.66	0.78	ปานกลาง
ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม	3.89	0.81	มาก
สถานที่ตั้ง	3.75	0.85	มาก
การออกแบบ	3.52	0.70	ปานกลาง
มารยาท/การบริการของพนักงาน	3.75	0.84	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.56	0.66	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.18	0.62	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.80	0.82	มาก
รวม	3.60	0.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
โรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 โดยเมื่อพิจารณาเป็นราย
ข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัด
เชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก
ในห้องพัก ความปลอดภัย สถานที่ตั้งและมารยาท/การบริการของพนักงาน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัด
เชียงรายระดับปานกลางในเรื่อง ความสะดวกในการจองห้องพัก ราคาห้องพัก ความสามารถด้าน
ภาษาของพนักงาน การออกแบบและการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว	4.01	0.63	มาก
ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.83	0.68	มาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว	3.96	0.73	มาก
ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.53	0.89	ปานกลาง
ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว	3.80	0.79	มาก
ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว	3.68	0.68	มาก
การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.53	0.70	ปานกลาง
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.56	0.91	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.61	0.75	ปานกลาง
ความปลอดภัย / ประกันภัย	3.70	1.02	มาก
รวม	3.65	0.47	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว ความปลอดภัย / ประกันภัยและความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์ การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์และราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	0.59	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	4.03	0.56	มาก
เชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน	3.78	0.84	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.74	0.73	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น	3.47	0.83	ปานกลาง
ร้านขายของที่ระลึก	3.48	0.74	ปานกลาง
ความสะดวก / สภาพแวดล้อม	3.81	0.82	มาก
อธยาศัยของคนในพื้นที่	3.67	0.78	มาก
ถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.92	0.83	มาก
ความปลอดภัย	3.65	0.86	ปานกลาง
รวม	3.68	0.38	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ความสะดวก / สภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอธยาศัยของคนในพื้นที่ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ความปลอดภัย ร้านขายของที่ระลึกและสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม	3.94	0.82	มาก
คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม	3.70	0.79	มาก
ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม	3.83	0.85	มาก
ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	3.72	1.075	มาก
ปริมาณร้าน	3.78	0.59	มาก
การตกแต่งร้าน	3.51	0.73	ปานกลาง
มารยาท / การบริการของพนักงาน	3.86	0.84	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.55	0.93	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.56	0.67	ปานกลาง
บริการอื่น ๆ เช่น ดนตรี การแสดง	3.59	0.72	ปานกลาง
รวม	3.68	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม มารยาท / การบริการของพนักงาน ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม ปริมาณร้าน ราคาอาหาร/เครื่องดื่มและคุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง บริการอื่น ๆ เช่น ดนตรี การแสดง การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ความสามารถด้านภาษาของพนักงานและการตกแต่งร้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ถนนหนทาง/การจราจร	3.56	0.97	ปานกลาง
สนามบิน	3.43	0.67	ปานกลาง
ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง	3.92	0.73	มาก
ข้อมูลการท่องเที่ยว	3.81	0.88	มาก
โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณ	3.41	0.79	ปานกลาง
อินเทอร์เน็ต	3.70	0.84	มาก
น้ำใช้ ไฟฟ้า	3.22	0.86	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.91	0.76	มาก
สถานพยาบาล	3.52	0.69	ปานกลาง
รวม	3.53	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง ความปลอดภัยข้อมูลการท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง ถนนหนทาง/การจราจร สถานพยาบาล สนามบิน โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณและน้ำใช้ ไฟฟ้า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก	3.62	0.51	ปานกลาง
ด้านโรงแรม/ที่พัก	3.60	0.46	ปานกลาง
ด้านบริษัทนำเที่ยว	3.65	0.47	ปานกลาง
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.68	0.38	มาก
ด้านร้านอาหาร	3.68	0.44	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.53	0.57	ปานกลาง
รวม	3.64	0.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในภาพรวมทั้งหมดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในระดับมากในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหาร ในอัตราส่วนเท่ากัน

กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในด้าน บริษัทนำเที่ยว สินค้า/ของที่ระลึก โรงแรม/ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ชาย	3.80	0.42	-9.876*	289	0.000
หญิง	4.37	0.48			
รวม	8.17	0.90			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ชาย	4.47	0.64	1.919	289	0.056
หญิง	4.02	0.15			
รวม	8.49	0.79			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ชาย	3.89	0.50	-4.732*	289	0.000
หญิง	4.13	0.34			
รวม	8.02	0.84			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ชาย	4.19	0.44	1.679	289	0.094
หญิง	4.08	0.70			
รวม	8.27	1.14			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ชาย	4.02	0.24	-6.213*	289	0.000
หญิง	4.36	0.65			
รวม	8.38	0.89			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ชาย	4.18	0.60	4.205*	289	0.000
หญิง	3.92	0.34			
รวม	8.10	0.94			
รวม					
ชาย	4.17	0.38	0.911	289	0.363
หญิง	4.13	0.34			
รวม	8.30	0.72			

* a < 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้าของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00

ด้านโรงแรมที่พัก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้าของที่ระลึกที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	10.47	5	2.09	7.452**	0.000
ภายในกลุ่ม	99.49	354	0.28		
รวม	109.96	359			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	14.39	5	2.88	9.049**	0.000
ภายในกลุ่ม	117.35	369	0.32		
รวม	131.73	374			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	5.17	5	1.03	4.741**	0.000
ภายในกลุ่ม	77.23	354	0.22		
รวม	82.40	359			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	25.27	5	4.85	21.675*	0.000
ภายในกลุ่ม	69.41	310	0.22	*	
รวม	93.68	315			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	4.77	5	0.95	4.122**	0.001
ภายในกลุ่ม	65.98	285	0.23		
รวม	70.75	290			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	15.11	5	3.02	11.223*	0.000
ภายในกลุ่ม	81.88	304	0.27	*	
รวม	97.00	309			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.70	5	0.74	6.134**	0.000
ภายในกลุ่ม	34.35	285	0.12		
รวม	38.04	290			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า

ด้านสินค้า/ที่ระลึกแบ่งกลุ่ม

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยวแบ่งกลุ่ม

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยวแบ่งกลุ่ม

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอาชีพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	10.65	9	1.18	4.187**	0.000
ภายในกลุ่ม	93.25	330	0.28		
รวม	103.89	339			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	12.06	9	1.34	4.479**	0.000
ภายในกลุ่ม	99.65	333	0.30		
รวม	111.71	342			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	11.75	9	1.31	6.783**	0.000
ภายในกลุ่ม	63.50	330	0.19		
รวม	75.25	339			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	25.8	9	2.87	13.346**	0.000
ภายในกลุ่ม	61.50	286	0.22		
รวม	87.32	295			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	17.67	9	1.96	10.013**	0.000
ภายในกลุ่ม	51.18	261	0.20		
รวม	68.85	270			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	23.23	9	2.58	10.365**	0.000
ภายในกลุ่ม	69.74	280	0.49		
รวม	92.97	289			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	13.38	9	1.49	18.117**	0.000
ภายในกลุ่ม	21.42	261			
รวม	34.80	270			

** a< 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	7.73	5	1.55	6.866**	0.000
ภายในกลุ่ม	27.26	121	0.23		
รวม	34.99	126			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	11.19	5	2.24	8.757**	0.000
ภายในกลุ่ม	29.40	115	0.26		
รวม	40.60	120			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.07	5	1.62	8.601**	0.000
ภายในกลุ่ม	22.73	121	0.19		
รวม	30.80	126			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	9.18	5	1.84	9.878**	0.000
ภายในกลุ่ม	20.63	111	0.19		
รวม	29.81	116			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	10.06	5	2.01	13.650**	0.000
ภายในกลุ่ม	14.15	96	0.15		
รวม	24.21	101			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	11.17	5	2.23	7.188**	0.000
ภายในกลุ่ม	31.07	100	0.31		
รวม	42.24	105			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.28	5	0.46	10.319**	0.000
ภายในกลุ่ม	4.24	96			
รวม	6.52	101			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	17.30	3	5.77	21.531**	0.000
ภายในกลุ่ม	92.66	346	0.27		
รวม	109.95	349			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	1.48	3	0.49	1.407	0.240
ภายในกลุ่ม	126.42	361	0.35		
รวม	127.90	364			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.26	3	2.755	13.506**	0.000
ภายในกลุ่ม	70.59	346	0.20		
รวม	78.86	349			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	40.57	3	3.52	12.981**	0.000
ภายในกลุ่ม	83.01	306	0.71		
รวม	93.58	309			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม		3		0.130	0.942
ภายในกลุ่ม	67.80	381	0.24		
รวม	67.90	384			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	3.41	3	1.14	3.644**	0.013
ภายในกลุ่ม	93.59	300	0.32		
รวม	97.00	303			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.95	3	0.65	5.113**	0.002
ภายในกลุ่ม	35.93	281	0.13		
รวม	37.90	284			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.013

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.002

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายของนักท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	7.85	4	1.96	7.703**	0.000
ภายในกลุ่ม	90.47	326	0.28		
รวม	98.32	300			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	2.10	4	0.53	1.411	0.230
ภายในกลุ่ม	125.33	337	0.37		
รวม	127.43	341			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.22	4	0.31	1.282	0.277
ภายในกลุ่ม	77.57	326	0.24		
รวม	78.79	330			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.31	4	0.33	1.131	0.342
ภายในกลุ่ม	81.66	282	0.29		
รวม	82.97	286			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	1.08	4	0.27	1.120	0.347
ภายในกลุ่ม	62.11	257	0.24		
รวม	63.20	261			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	1.05	4	0.26	0.756	0.555
ภายในกลุ่ม	95.95	276	0.35		
รวม	97.00	280			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.34	4	0.34	2.591**	0.037
ภายในกลุ่ม	33.25	257	0.13		
รวม	34.58	261			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรมที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.037

ตารางที่ 4.15 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด

แหล่งความแปรปรวนทาง	SS	df	MS	F	Sig.
เพศ	8.30	282	0.91	0.72	0.363
อายุ	38.04	290	0.86	6.134**	0.000
อาชีพ	34.80	270		18.117**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	6.52	101		10.319**	0.000
จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเชียงราย	37.90	284	0.78	5.113**	0.002
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงราย	34.58	261	0.47	2.591**	0.037
รวม	26.69	248		7.166	0.067

* a < 0.05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อทำการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสินค้า	3.85	0.52	มาก
คุณภาพของสินค้า	3.85	0.69	มาก
ความมีประโยชน์ของสินค้า	3.61	0.71	ปานกลาง
ราคาของสินค้า	3.82	0.74	มาก
ปริมาณร้านค้า	3.91	0.66	มาก
การตกแต่งร้านค้า	3.83	0.89	มาก
มารยาท/การบริการของพนักงานขาย	4.15	0.87	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย	3.57	0.82	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.47	0.67	ปานกลาง
บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญ	3.55	0.78	ปานกลาง
รวม	3.75	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกในระดับมากในเรื่อง มารยาท/การบริการของพนักงานขาย ปริมาณร้านค้า คุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า การตกแต่งร้านค้า และราคาของสินค้าการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกในระดับปานกลางในเรื่อง ความมีประโยชน์ของสินค้า ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญและการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถมตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.75	0.44	มาก
ราคาห้องพัก	3.92	0.34	มาก
ความสะดวกในการจองห้องพัก	3.83	0.57	มาก
ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม	3.94	0.49	มาก
สถานที่ตั้ง	3.97	0.50	มาก
การออกแบบ	3.76	0.53	มาก
มารยาท/การบริการของพนักงาน	3.84	0.35	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.75	0.44	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.92	0.34	มาก
ความปลอดภัย	3.83	0.57	มาก
รวม	3.94	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ
จังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในทุกเรื่อง โดย 3 ลำดับแรกได้แก่ สถานที่ตั้ง ความ
หลากหลายของการบริการใน โรงแรมและราคาห้องพัก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว	4.13	0.63	มาก
ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว	4.18	0.74	มาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว	3.98	0.70	มาก
ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.79	0.95	มาก
ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว	3.82	0.79	มาก
ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว	3.82	0.76	มาก
การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.75	0.87	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.75	0.93	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.72	0.92	มาก
ความปลอดภัย / ประกันภัย	3.97	0.91	มาก
รวม	3.83	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ
จังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในทุกเรื่อง โดย 3 ลำดับแรกได้แก่ ความน่าสนใจของ
โปรแกรมท่องเที่ยว ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวและความน่าเชื่อถือของบริษัท
นำเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.15	0.72	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	4.23	0.72	มาก
เชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน	4.12	0.82	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.13	0.76	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น	4.00	0.75	มาก
ร้านขายของที่ระลึก	3.96	0.87	มาก
ความสะดวก / สภาพแวดล้อม	3.83	0.85	มาก
อัธยาศัยของคนในพื้นที่	4.14	0.90	มาก
ถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์	4.06	0.77	มาก
ความปลอดภัย	4.11	0.78	มาก
รวม	3.68	0.38	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ
จังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในทุกเรื่อง โดย 3 ลำดับแรกได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวเชิง
ธรรมชาติ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวและอัธยาศัยของคนในพื้นที่ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม	4.33	0.75	มาก
คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม	4.03	0.78	มาก
ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม	4.11	0.74	มาก
ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	4.25	0.93	มาก
ปริมาณร้าน	4.06	0.64	มาก
การตกแต่งร้าน	3.79	0.83	มาก
มารยาท / การบริการของพนักงาน	4.17	0.68	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.77	0.88	มาก
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	4.07	0.67	มาก
บริการอื่น ๆ เช่น คนตรี การแสดง	4.08	0.69	มาก
รวม	3.97	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ
จังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยเมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในทุกเรื่อง โดย 3 ลำดับแรกได้แก่ความหลากหลาย
ของอาหาร/เครื่องดื่ม ราคาอาหาร/เครื่องดื่มและมารยาท / การบริการของพนักงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ถนนหนทาง/การจราจร	3.83	0.77	มาก
สนามบิน	3.89	0.67	มาก
ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง	4.10	0.71	มาก
ข้อมูลการท่องเที่ยว	3.81	0.82	มาก
โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณ	3.52	0.78	ปานกลาง
อินเทอร์เน็ต	3.90	0.72	มาก
น้ำใช้ ไฟฟ้า	3.60	0.83	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.93	0.91	มาก
สถานพยาบาล	3.80	0.83	มาก
รวม	3.76	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากในเรื่องความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง อินเทอร์เน็ต ความปลอดภัย สนามบิน ถนนหนทาง/การจราจร สถานพยาบาลและข้อมูลการท่องเที่ยวตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลางในเรื่องน้ำใช้ ไฟฟ้าและโทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.75	0.44	มาก
ด้านโรงแรม/ที่พัก	3.94	0.49	มาก
ด้านบริษัทนำเที่ยว	3.83	0.57	มาก
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.68	0.38	มาก
ด้านร้านอาหาร	3.97	0.50	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.76	0.53	มาก
รวม	3.82	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในทุกเรื่อง โดย 3 ลำดับแรกได้แก่ด้านร้านอาหาร ด้านโรงแรม/ที่พักและด้านบริษัทนำเที่ยวตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ชาย	4.14	0.52	3.370	245*	0.001
หญิง	4.36	0.48			
รวม	8.50	1.00			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ชาย	4.10	0.29	5.575	245*	0.000
หญิง	4.37	0.48			
รวม	8.47	0.77			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ชาย	4.26	0.44	1.785	245	0.076
หญิง	4.27	0.48			
รวม	8.53	0.92			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ชาย	4.16	0.37	6.492	245*	0.000
หญิง	4.52	0.50			
รวม	8.68	0.87			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ชาย	4.27	0.44	7.819	245*	0.000
หญิง	4.71	0.46			
รวม	8.98	0.90			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ชาย	4.24	0.43	-0.406	245	0.685
หญิง	4.26	0.44			
รวม	8.50	0.87			
รวม					
ชาย	4.23	0.42	-2.340	245*	0.020
หญิง	4.37	0.48			
รวม	8.60	0.90			

* $\alpha < 0.05$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้าของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมด

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.020

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	13.97	5	2.79	12.384**	0.000
ภายในกลุ่ม	76.70	340	0.23		
รวม	90.67	345			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	3.21	5	0.64	2.969**	0.012
ภายในกลุ่ม	79.79	369	0.22		
รวม	83.00	374			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	12.95	5	2.59	7.777**	0.000
ภายในกลุ่ม	117.91	354	0.33		
รวม	130.86	359			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4.47	5	0.89	3.779**	0.002
ภายในกลุ่ม	69.57	294	0.24		
รวม	74.04	299			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	10.74	5	2.15	10.264**	0.000
ภายในกลุ่ม	56.69	271	0.21		
รวม	97.42	276			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	13.92	5	2.78	16.668**	0.000
ภายในกลุ่ม	50.78	604	0.17		
รวม	64.70	309			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	13.10	5	2.62	16.468**	0.000
ภายในกลุ่ม	38.33	241	0.16		
รวม	51.43	246			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.012

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.002

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับอาชีพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	17.54	9	1.95	9.780**	0.000
ภายในกลุ่ม	63.76	320	0.20		
รวม	81.30	329			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	9.13	9	1.01	5.400**	0.000
ภายในกลุ่ม	62.54	333	0.19		
รวม	71.57	342			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	25.74	9	2.86	9.268**	0.000
ภายในกลุ่ม	10182	330	0.31		
รวม	127.56	339			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.86	9	0.98	4.422**	0.000
ภายในกลุ่ม	60.11	270	0.22		
รวม	68.97	279			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	18.53	9	2.06	11.452*	0.000
ภายในกลุ่ม	44.39	247	0.18	*	
รวม	62.92	256			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	9.80	9	1.09	4.924**	0.000
ภายในกลุ่ม	51.49	280	0.18		
รวม	61.30	289			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6.65	9	0.74	3.913**	0.000
ภายในกลุ่ม	41.74	221	0.19		
รวม	48.39	230			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	5.15	5	1.03	4.605**	0.001
ภายในกลุ่ม	26.47	117	0.22		
รวม	31.32	122			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	1.66	5	0.33	3.325**	0.008
ภายในกลุ่ม	11.48	115			
รวม	13.14	120			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	11.15	5	2.21	5.528**	0.000
ภายในกลุ่ม	48.38	121	0.40		
รวม	59.43	126			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.56	5	0.78	3.440**	0.006
ภายในกลุ่ม	24.18	107	0.23		
รวม	28.07	112			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	2.23	5	0.45	2.018	0.085
ภายในกลุ่ม	18.13	82	0.33		
รวม	20.36	87			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	5.92	5	1.78	6.418**	0.000
ภายในกลุ่ม	18.46	100	0.19		
รวม	24.38	105			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.17	5	0.44	2.007	0.087
ภายในกลุ่ม	16.03	74	0.22		
รวม	18.20	79			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.008

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.006

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	0.27	3		0.342	0.795
ภายในกลุ่ม	87.87	332	0.27		
รวม	88314	335			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	6.07	3	2.03	10.004*	0.000
ภายในกลุ่ม	73.06	361	0.20	*	
รวม	79.13	364			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.82	3	0.94	2.595	0.052
ภายในกลุ่ม	125.47	346	0.36		
รวม	128.29	349			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.99	3	1.00	4.162**	0.007
ภายในกลุ่ม	69.41	290	0.24		
รวม	72.40	293			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	1.98	3	0.66	2.757**	0.043
ภายในกลุ่ม	63.74	267	0.24		
รวม	65.71	270			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	3.83	3	0.28	6.345**	0.000
ภายในกลุ่ม	60.33	300	0.20		
รวม	64.16	303			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.12	3		0.184	0.907
ภายในกลุ่ม	50.77	237	0.21		
รวม	50.88	240			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.007

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.043

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายของนักท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	1.0	4	0.40	1.508	0.200
ภายในกลุ่ม	84.03	316	0.27		
รวม	85.63	320			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	4.14	4	1.06	5.098**	0.001
ภายในกลุ่ม	70.02	337	0.21		
รวม	74.24	341			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	7.25	7	1.81	5.073**	0.001
ภายในกลุ่ม	116.410	326	0.36		
รวม	123.66	330			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	6.27	4	1.06	6.844**	0.000
ภายในกลุ่ม	60.91	266	0.21		
รวม	67.17	270			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	6.50	4	1.62	7.478**	0.000
ภายในกลุ่ม	52.78	243	0.22		
รวม	89.27	247			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	3.32	4	0.83	4.209**	0.003
ภายในกลุ่ม	54.34	276	0.20		
รวม	57.65	280			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	7.35	4	1.84	10.214*	0.000
ภายในกลุ่ม	39.03	217	0.18	*	
รวม	46.38	221			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.003

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.29 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด

แหล่งความแปรปรวนทาง	ss	df	MS	F	Sig.
เพศ	8.60	245	0.90	-2.340*	0.020
อายุ	51.43	241	2.78	16.468**	0.000
อาชีพ	48.39	221	0.86	3.913**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18.20	74	0.66	2.007	0.087
จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเชียงราย	50.88	240	0.21	0.184	0.907
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงราย	46.38	221	2.02	10.214**	0.000
รวม	37.31	207	1.24	5.074	0.169

* $a < 0.05$

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทำการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่า
มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความ
พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	220	55.00
หญิง	180	45.00
รวม	400	100.00
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	11	2.75
21-30 ปี	54	13.50
31-40 ปี	44	11.00
41-50 ปี	90	22.50
51-60 ปี	163	40.75
มากกว่า 60 ปี	38	9.50
รวม	400	100.00
สถานะภาพ		
แต่งงาน	255	63.75
โสด	85	21.25
หย่า / ม่าย	60	15.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	82	21.63
เกษตรกร	12	3.17
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	3.70
รับราชการ	25	6.61
พนักงานธนาคาร	133	35.19
พนักงานบริษัทเอกชน	8	2.12
แม่บ้าน	38	10.05
นักเรียน	54	14.29
พนักงาน / ข้าราชการเกษียณ	12	3.17
ว่างงาน	82	21.69
รวม	400	100.00
สัญชาติ		
USA	100	26.39
Denmark	39	10.29
British	91	24.01
Irish	28	7.39
Canadian	32	8.44
German	16	4.22
French	6	1.58
Swedish	12	3.17
Hong Kong	55	14.51
รวม	379	100.00

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	11	7.43
10,001-15,000 บาท	23	15.54
15,001-20,000 บาท	42	28.38
20,001-25,000 บาท	30	20.27
25,001-30,000 บาท	42	28.38
มากกว่า 30,001 บาท	11	7.43
รวม	148	100.0
มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งที่		
ครั้งแรก	282	80.80
ครั้งที่ 2	16	4.58
ครั้งที่ 3	28	8.02
มากกว่า 3 ครั้ง	23	6.59
รวม	349	100.00
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว		
หนังสือพิมพ์	11	2.93
อินเทอร์เน็ต	134	35.64
โทรทัศน์	12	3.19
นิตยสารท่องเที่ยว	70	18.62
แผ่นพับ / โบชัวร์	22	5.85
Others	127	33.78
รวม	376	100.00

จากตารางที่ 4.30 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มีเพศชายและเพศหญิงในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และ 45.0

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่างส่วน 51-60 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41-50

ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสถานะพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีสถานะภาพแต่งงานจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมามีสถานะภาพโสดจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และสถานะภาพหย่า/ม่ายจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานธนาคารจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 35.19 รองลงมาก็คือประกอบธุรกิจส่วนตัวและว่างงานจำนวน 82 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.63 แม่บ้านจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.05 นักเรียนจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 รับราชการจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.61 พนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 เกษตรกรและพนักงาน / ข้าราชการเกษียณจำนวน 12 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.17 และพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.12 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสัญชาติพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 379 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถือสัญชาติ United State จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.39 รองลงมาก็คือสัญชาติ British จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 24.01 สัญชาติ Hong Kong จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.51 สัญชาติ Denmark จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 สัญชาติ Canadian จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.44 สัญชาติ Irish จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.39 สัญชาติ German จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.22 สัญชาติ Swedish จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.17 และสัญชาติ French จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 148 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาทและ25,001-30,000 บาท จำนวน 42 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.38 รองลงมาก็คือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,001 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-15,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.54 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า10,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท จำนวน 11 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.43

เมื่อจำแนกตามจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 349 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรกจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 80.80 รองลงมาคือมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 28 คน คิด

เป็นร้อยละ 8.02 เคยมาเที่ยวเชียงรายมากกว่า 3 ครั้งจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.59 และมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.58 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 376 คน พบว่าสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ตจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.64 รองลงมาคือสื่ออื่น ๆ เช่น ข้อมูลจากบริษัททัวร์ เพื่อนแนะนำจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.78 นิตยสารท่องเที่ยวจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 แผ่นพับ / โบชัวร์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.85 หนังสือพิมพ์ จำนวน 11 คนคิด เป็นร้อยละ 2.93 และโทรทัศน์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.19 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสินค้า	3.92	0.84	มาก
คุณภาพของสินค้า	3.87	0.75	มาก
ความมีประโยชน์ของสินค้า	3.68	1.06	มาก
ราคาของสินค้า	3.47	0.83	ปานกลาง
ปริมาณร้านค้า	3.58	0.68	ปานกลาง
การตกแต่งร้านค้า	3.87	0.88	มาก
มารยาท/การบริการของพนักงานขาย	3.87	0.81	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย	3.20	1.06	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.53	0.86	ปานกลาง
บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญ	3.26	0.78	ปานกลาง
รวม	3.63	0.50	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
สินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยเมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของ
จังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพของสินค้า การตกแต่ง
ร้านค้า มารยาท/การบริการของพนักงานขายและความมีประโยชน์ของสินค้า ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของ
จังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง ปริมาณร้านค้า การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก
แถม ราคาของสินค้า บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญและความสามารถด้านภาษาของ
พนักงานขาย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก	3.71	0.62	มาก
ราคาห้องพัก	3.50	0.86	ปานกลาง
ความสะดวกในการจองห้องพัก	3.57	0.76	ปานกลาง
ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม	3.88	0.77	มาก
สถานที่ตั้ง	3.63	0.81	ปานกลาง
การออกแบบ	3.42	0.66	ปานกลาง
มารยาท/การบริการของพนักงาน	3.78	0.77	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.54	0.68	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.20	0.60	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.74	0.76	มาก
รวม	3.55	0.41	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ
โรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 โดยเมื่อพิจารณาเป็นราย
ข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัด
เชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม ความสามารถด้านภาษา
ของพนักงาน ความปลอดภัยและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พักของจังหวัด
เชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง สถานที่ตั้ง ความสะดวกในการจองห้องพัก ความสามารถด้าน
ภาษาของพนักงาน ราคาห้องพัก การออกแบบ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม
ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว	3.92	0.62	มาก
ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.74	0.68	มาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว	3.77	0.72	มาก
ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.41	0.78	ปานกลาง
ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว	3.60	0.76	ปานกลาง
ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว	3.56	0.66	ปานกลาง
การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.50	0.67	ปานกลาง
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.53	0.81	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.65	0.71	ปานกลาง
ความปลอดภัย / ประกันภัย	3.66	0.96	ปานกลาง
รวม	3.60	0.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยวและความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างคาดหวังในระดับปานกลางในเรื่อง ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความปลอดภัย / ประกันภัย

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.01	0.53	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	3.94	0.59	มาก
เชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน	3.77	0.83	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.72	0.67	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น	3.36	0.79	ปานกลาง
ร้านขายของที่ระลึก	3.36	0.77	ปานกลาง
ความสะดวก / สภาพแวดล้อม	3.79	0.80	มาก
อัธยาศัยของคนในพื้นที่	3.65	0.75	ปานกลาง
ถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.72	0.83	มาก
ความปลอดภัย	3.50	0.86	ปานกลาง
รวม	3.63	0.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ความสะดวก / สภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง อัธยาศัยของคนในพื้นที่ ความปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้นและร้านขายของที่ระลึก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม	3.79	0.81	มาก
คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม	3.61	0.77	ปานกลาง
ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม	3.87	0.83	มาก
ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	3.72	0.97	มาก
ปริมาณร้าน	3.74	0.66	มาก
การตกแต่งร้าน	3.48	0.73	ปานกลาง
มารยาท / การบริการของพนักงาน	3.73	0.78	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.54	0.96	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.57	0.63	ปานกลาง
บริการอื่น ๆ เช่น คนตรี การแสดง	3.58	0.69	ปานกลาง
รวม	3.65	0.45	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม ปริมาณร้าน มารยาท / การบริการของพนักงานและราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม บริการอื่น ๆ เช่น คนตรี การแสดง การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน และ การตกแต่งร้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ถนนหนทาง/การจราจร	3.62	0.91	ปานกลาง
สนามบิน	3.50	0.65	ปานกลาง
ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง	3.80	0.77	มาก
ข้อมูลการท่องเที่ยว	3.73	0.82	มาก
โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณ	3.43	0.74	ปานกลาง
อินเทอร์เน็ต	3.66	0.85	ปานกลาง
น้ำใช้ ไฟฟ้า	3.16	0.91	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.73	0.79	มาก
สถานพยาบาล	3.56	0.59	ปานกลาง
รวม	3.52	0.53	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.36 กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับมากในเรื่อง ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง ข้อมูลการท่องเที่ยวและความปลอดภัย ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางในเรื่อง อินเทอร์เน็ต ถนนหนทาง/การจราจร สถานพยาบาล สนามบิน โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณและน้ำใช้ ไฟฟ้า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก	3.63	0.50	ปานกลาง
ด้านโรงแรม/ที่พัก	3.55	0.41	ปานกลาง
ด้านบริษัทนำเที่ยว	3.60	0.46	ปานกลาง
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.63	0.39	ปานกลาง
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร	3.65	0.45	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.52	0.53	ปานกลาง
รวม	3.60	0.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.37 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในภาพรวมทั้งหมดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดย 3 อันดับแรกได้แก่ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านสินค้า/ของที่ระลึก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
สินค้า/ของที่ระลึก					
ชาย	3.55	0.43	4.178	398*	0.000
หญิง	3.13	1.41			
รวม	6.68	1.84			
โรงแรม/ที่พัก					
ชาย	3.58	0.43	5.919	398*	0.000
หญิง	3.44	0.36			
รวม	7.02	0.79			
บริษัทนำเที่ยว					
ชาย	3.61	0.51	4.144	398*	0.000
หญิง	3.24	1.21			
รวม	6.85	1.72			
สถานที่ท่องเที่ยว					
ชาย	3.64	0.42	4.908	398*	0.000
หญิง	3.43	0.41			
รวม	7.07	0.83			
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ชาย	3.41	0.73	0.475	398	0.635
หญิง	3.37	1.11			
รวม	6.78	1.84			
สิ่งอำนวยความสะดวก					
ชาย	3.43	0.87	5.401	397*	0.000
หญิง	2.83	1.35			
รวม	6.26	2.22			
รวม					
ชาย	3.55	0.40	5.231	397*	0.000
หญิง	3.24	0.78			
รวม	6.79	1.18			

* a < 0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้าของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.00

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับอายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	56.16	5	11.23	12.350**	0.000
ภายในกลุ่ม	358.31	394	0.91		
รวม	414.47	399			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	15.96	5	3.19	22.921**	0.000
ภายในกลุ่ม	54.89	394	0.14		
รวม	70.85	399			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	58.08	5	11.62	16.628**	0.000
ภายในกลุ่ม	275.24	394	0.70		
รวม	333.32	399			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	21.01	5	4.20	31.765**	0.000
ภายในกลุ่ม	52.11	394	0.13		
รวม	73.11	399			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	24.01	5	4.80	5.990**	0.000
ภายในกลุ่ม	315.80	394	0.80		
รวม	339.80	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	72.38	5	14.47	12.416**	0.000
ภายในกลุ่ม	458.21	393	1.17		
รวม	530.59	398			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	24.77	5	4.95	15.792**	0.000
ภายในกลุ่ม	128.14	393	0.33		
รวม	152.90	398			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า

ด้านสินค้า/ที่ระลึกแบ่งกลุ่ม

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยวแบ่งกลุ่ม

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยวแบ่งกลุ่ม

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับอาชีพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	98.23	8	12.18	14.542**	0.000
ภายในกลุ่ม	311.56	369	0.84		
รวม	409.79	377			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	31.20	8	3.90	36.859**	0.000
ภายในกลุ่ม	39.04	369	0.11		
รวม	70.24	377			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	54.86	8	6.86	9.095**	0.000
ภายในกลุ่ม	278.21	369	0.75		
รวม	333.01	377			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	26.29	8	3.29	26.220**	0.000
ภายในกลุ่ม	46.25	369	0.13		
รวม	72.54	377			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	59.74	8	7.93	9.746**	0.000
ภายในกลุ่ม	279.89	369	0.76		
รวม	339.03	377			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	181.52	8	22.69	24.413**	0.000
ภายในกลุ่ม	342.97	369	0.93		
รวม	524.49	377			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	51.93	8	6.49	23.920**	0.000
ภายในกลุ่ม	100.14	369	0.27		
รวม	152.07	377			

** $\alpha < 0.05$

จากตารางที่ 4.40 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	23.21	8	2.90	2.774**	0.005
ภายในกลุ่ม	386.99	370	1.05		
รวม	410.20	378			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	8.71	8	1.09	6.839**	0.000
ภายในกลุ่ม	58.93	370	0.16		
รวม	67.65	378			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	19.36	8	2.42	3.000**	0.003
ภายในกลุ่ม	298.53	370	0.81		
รวม	317.89	378			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	13.04	8	1.63	10.284*	0.000
ภายในกลุ่ม	58.65	370	0.16	*	
รวม	71.69	378			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	17.46	8	2.18	3.379**	0.001
ภายในกลุ่ม	239.01	370	0.65		
รวม	256.47	378			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	12.33	5	5.67	5.064**	0.000
ภายในกลุ่ม	412.86	369	1.12		
รวม	458.19	377			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	12.29	8	1.54	4.320**	0.000
ภายในกลุ่ม	131.19	369	0.36		
รวม	143.48	377			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.41 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.005

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.003

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	33.20	4	8.30	13.242**	0.000
ภายในกลุ่ม	89.63	143	0.63		
รวม	122.83	147			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	3.03	4	0.76	4.889**	0.001
ภายในกลุ่ม	22.15	143	0.16		
รวม	25.18	147			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	15.48	4	3.87	11.951**	0.000
ภายในกลุ่ม	46.32	143	0.32		
รวม	67.79	147			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	9.61	4	2.40	13.838**	0.000
ภายในกลุ่ม	24.83	143	0.17		
รวม	34.44	147			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	50.59	4	12.65	18.469**	0.000
ภายในกลุ่ม	97.93	143	0.69		
รวม	148.52	147			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	62.02	4	15.51	14.222**	0.000
ภายในกลุ่ม	155.91	143	1.09		
รวม	217.93	147			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.57	4	2.14	7.778**	0.000
ภายในกลุ่ม	39.41	143	0.28		
รวม	47.99	147			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.42 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการ
ท่องเที่ยวต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	12.77	3	4.26	3.763**	0.011
ภายในกลุ่ม	390.31	345	1.13		
รวม	403.08	348			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	5.66	3	1.89	12.225*	0.000
ภายในกลุ่ม	53.28	345	0.15	*	
รวม	58.94	348			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	20.14	3	6.71	7.499**	0.000
ภายในกลุ่ม	308.91	345	0.90		
รวม	329.05	348			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.56	3	0.58	4.486**	0.004
ภายในกลุ่ม	65.50	345	0.19		
รวม	68.06	348			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	8.03	3	2.68	2.853**	0.037
ภายในกลุ่ม	323.46	345	0.94		
รวม	33.148	348			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	10.70	3	3.57	2.527	0.057
ภายในกลุ่ม	485.55	344	1.41		
รวม	496.25	347			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.46	3	1.15	2.772**	0.041
ภายในกลุ่ม	142.89	344	0.42		
รวม	146.34	347			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.43 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.011

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านโรงแรม/ที่พักที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.004

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.037

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่แตกต่างกัน

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.041

ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	17.01	5	3.40	4.235**	0.001
ภายในกลุ่ม	297.24	370	0.80		
รวม	314.25	375			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	4.52	5	0.90	6.011**	0.000
ภายในกลุ่ม	55.59	370	0.15		
รวม	60.10	375			
ด้านบริษัทนำเที่ยว		375			
ระหว่างกลุ่ม	14.26	5	2.85	4.860**	0.000
ภายในกลุ่ม	217.17	370	0.59		
รวม	231.43	375			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	13.04	5	2.61	17.379*	0.000
ภายในกลุ่ม	55.54	370	0.15	*	
รวม	68.58	375			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	15.83	5	3.17	3.751**	0.003
ภายในกลุ่ม	312.26	370	0.84		
รวม	328.09	375			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	46.56	5	9.31	9.008**	0.000
ภายในกลุ่ม	381.48	369	1.03		
รวม	428.01	374			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	11.36	5	2.27	8.037**	0.000
ภายในกลุ่ม	104.30	369	0.28		
รวม	115.66	374			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.44 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติมีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.003

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.45 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด

แหล่งความแปรปรวนทาง	SS	df	MS	F	Sig.
เพศ	6.79	397	1.18	5.231*	0.000
อายุ	152.90	398	2.55	15.792**	0.000
อาชีพ	152.07	377	1.57	23.920**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	143.48	377	2.42	4.320**	0.000
จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเชียงราย	47.99	147	1.9	7.778**	0.000
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงราย	146.34	347	6.76	2.772**	0.041
เพศ	115.66	374	5.28	8.037**	0.000
รวม	108.26	340.5	2.73	9.97**	0.007

* $\alpha < 0.05$

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทำการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.007

ตอนที่ 6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกของจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสินค้า	3.43	1.28	ปานกลาง
คุณภาพของสินค้า	3.49	1.37	ปานกลาง
ความมีประโยชน์ของสินค้า	3.28	1.32	ปานกลาง
ราคาของสินค้า	3.45	1.44	ปานกลาง
ปริมาณร้านค้า	3.44	1.45	ปานกลาง
การตกแต่งร้านค้า	3.44	1.54	ปานกลาง
มารยาท/การบริการของพนักงานขาย	3.72	1.49	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย	3.10	1.42	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.14	1.33	ปานกลาง
บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญ	3.14	1.43	ปานกลาง
รวม	3.36	1.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.46 พบว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
ของจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 โดยมี
พิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/
ของที่ระลึกในระดับมากในเรื่อง มารยาท/การบริการของพนักงานขาย

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/
ของที่ระลึกในระดับปานกลางในเรื่อง คุณภาพของสินค้า ราคาของสินค้า ปริมาณร้านค้า การ
ตกแต่งร้านค้า ความหลากหลายของสินค้า ความมีประโยชน์ของสินค้า การส่งเสริมการขาย เช่น
ลด แลก แจก แถม บริการ อื่น ๆ เช่น การขนส่ง ห่อของขวัญและความสามารถด้านภาษาของ
พนักงานขาย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับโรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก	4.07	0.54	มาก
ราคาห้องพัก	4.05	0.85	มาก
ความสะดวกในการจองห้องพัก	4.02	0.68	มาก
ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม	3.78	0.82	มาก
สถานที่ตั้ง	4.01	0.68	มาก
การออกแบบ	4.06	0.65	มาก
มารยาท/การบริการของพนักงาน	4.09	0.79	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.96	0.68	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.53	1.07	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.95	0.72	มาก
รวม	3.95	0.39	มาก

จากตารางที่ 4.47 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักในระดับมากในเรื่อง มารยาท/การบริการของพนักงาน อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก การออกแบบ ราคาห้องพัก ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม สถานที่ตั้ง ความปลอดภัย ความสามารถด้านภาษาของพนักงานและความสะดวกในการจองห้องพัก ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักในระดับปานกลางในเรื่อง การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว	3.86	1.09	มาก
ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.80	1.18	มาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว	3.62	1.18	ปานกลาง
ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว	3.49	1.15	ปานกลาง
ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว	3.56	1.08	ปานกลาง
ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว	3.49	1.06	ปานกลาง
การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.51	1.15	ปานกลาง
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.57	1.12	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	3.52	1.30	ปานกลาง
ความปลอดภัย / ประกันภัย	3.62	1.19	ปานกลาง
รวม	3.60	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.48 พบว่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยวและความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวในระดับปานกลางในเรื่อง ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว ความปลอดภัย / ประกันภัย ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยวความตรงต่อเวลา ครบถ้วนของรายการนำเที่ยวการบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์ และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	4.15	0.69	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	4.11	0.91	มาก
เชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน	4.04	0.79	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.87	1.12	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น	3.25	1.70	ปานกลาง
ร้านขายของที่ระลึก	3.61	1.30	ปานกลาง
ความสะดวก / สภาพแวดล้อม	3.50	1.23	ปานกลาง
อัธยาศัยของคนในพื้นที่	4.02	0.89	มาก
ถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์	3.85	0.95	มาก
ความปลอดภัย	4.03	0.74	มาก
รวม	3.84	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.49 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน ความปลอดภัย อัธยาศัยของคนในพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ความสะดวก / สภาพแวดล้อม และถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวในระดับปานกลางในเรื่อง ร้านขายของที่ระลึก ความสะดวก / สภาพแวดล้อมและสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม	4.05	1.12	มาก
คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม	3.80	1.14	มาก
ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม	3.90	1.11	มาก
ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม	3.96	1.26	มาก
ปริมาณร้าน	3.75	1.22	มาก
การตกแต่งร้าน	3.45	1.40	ปานกลาง
มารยาท / การบริการของพนักงาน	3.82	1.08	มาก
ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน	3.58	1.22	ปานกลาง
การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	3.36	1.63	ปานกลาง
บริการอื่น ๆ เช่น ดนตรี การแสดง	3.08	1.82	ปานกลาง
รวม	3.67	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.50 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารในระดับมากในเรื่องความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม มารยาท / การบริการของพนักงาน คุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่มและปริมาณร้าน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารในระดับปานกลางในเรื่องความสามารถด้านภาษาของพนักงาน การตกแต่งร้าน การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถมและบริการอื่น ๆ เช่น ดนตรี การแสดง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ถนนหนทาง/การจราจร	3.46	1.36	ปานกลาง
สนามบิน	3.28	1.59	ปานกลาง
ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง	3.61	1.36	ปานกลาง
ข้อมูลการท่องเที่ยว	3.42	1.47	ปานกลาง
โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณ	3.30	1.34	ปานกลาง
อินเทอร์เน็ต	3.54	1.34	ปานกลาง
น้ำใช้ ไฟฟ้า	3.29	1.31	ปานกลาง
ความปลอดภัย	3.41	1.43	ปานกลาง
สถานพยาบาล	3.25	1.60	ปานกลาง
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.51 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจปานกลางในทุกเรื่อง โดย 3 ลำดับแรกได้แก่ ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง อินเทอร์เน็ตและถนนหนทาง/การจราจร ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

เจตคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านสินค้าของที่ระลึก	3.36	1.26	ปานกลาง
ด้านโรงแรม/ที่พัก	3.95	0.39	มาก
ด้านบริษัทนำเที่ยว	3.60	0.98	ปานกลาง
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	3.84	0.44	มาก
ด้านร้านอาหาร	3.67	0.99	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.40	1.23	ปานกลาง
รวม	3.64	0.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.52 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ
จังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก
ในด้าน โรงแรม/ที่พัก ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านร้านอาหาร ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปาน
กลางในด้านบริษัทนำเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านสินค้า/ของที่ระลึก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
สินค้า/ของที่ระลึก					
ชาย	3.76	0.48	-0.146	355	0.884
หญิง	3.77	0.57			
รวม					
โรงแรม/ที่พัก					
ชาย	3.87	0.35	-4.858	398*	0.000
หญิง	4.05	0.41			
รวม					
บริษัทนำเที่ยว					
ชาย	3.80	0.57	-0.133	378	0.894
หญิง	3.79	0.49			
รวม					
สถานที่ท่องเที่ยว					
ชาย	3.70	0.40	-7.858	398*	0.000
หญิง	4.02	0.42			
รวม					
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ชาย	3.83	0.43	-0.870	379	0.385
หญิง	3.88	0.68			
รวม					
สิ่งอำนวยความสะดวก					
ชาย	3.84	0.57	3.351	359*	0.001
หญิง	3.65	0.46			
รวม					
รวม					
ชาย	3.72	0.40	3.127	398*	0.002
หญิง	3.54	0.77			
รวม					

* $\alpha < 0.05$

จากตารางที่ 4.53 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้าของที่ระลึกที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมด

จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.002

ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การ
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	7.45	2	3.73	15.189**	0.000
ภายในกลุ่ม	86.82	354	0.25		
รวม	94.27	356			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	9.90	2	495	38.538**	0.000
ภายในกลุ่ม	51.02	397	0.13		
รวม	60.92	399			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.53	2	0.56	0.904	0.406
ภายในกลุ่ม	110.26	377	0.29		
รวม	110.79	379			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	1.57	2	0.78	4.065**	0.018
ภายในกลุ่ม	76.43	397	0.19		
รวม	78.00	399			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	11.17	2	5.58	19.731**	0.000
ภายในกลุ่ม	106.97	378	0.28		
รวม	118.138	380			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	2.54	2	1.27	4.522**	0.011
ภายในกลุ่ม	100.66	358	0.28		
รวม	102.20	360			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.63	2	1.31	3.704**	0.025
ภายในกลุ่ม	140.67	397	0.35		
รวม	143.29	399			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.54 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.018

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.011

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.025

ตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับอายุต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	17.17	5	3.43	15.632**	0.000
ภายในกลุ่ม	77.10	351	0.22		
รวม	94.27	356			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	8.06	5	1.61	12.014**	0.000
ภายในกลุ่ม	52.86	394	0.13		
รวม	60.92	399			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	27.55	5	5.51	24.762**	0.000
ภายในกลุ่ม	83.23	374	0.22		
รวม	110.79	379			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	5.26	5	1.05	5.703**	0.000
ภายในกลุ่ม	72.74	394	0.19		
รวม	78.00	399			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	29.45	5	5.89	24.901**	0.000
ภายในกลุ่ม	88.69	375	0.24		
รวม	118.138	380			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	21.53	8	4.31	18.712**	0.000
ภายในกลุ่ม	81.68	355	0.23		
รวม	103.21	360			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	24.81	5	4.96	16.497**	0.000
ภายในกลุ่ม	118.49	394	0.30		
รวม	143.29	399			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.55 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับอาชีพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	35.68	8	4.46	25.062*	0.000
ภายในกลุ่ม	58.02	326	0.18	*	
รวม	93.70	334			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	6.62	8	0.83	6.220**	0.000
ภายในกลุ่ม	49.09	369	0.13		
รวม	55.70	337			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	12.00	8	1.50	5.380**	0.000
ภายในกลุ่ม	97.33	349	0.28		
รวม	109.33	357			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	7.76	8	0.97	5.334**	0.000
ภายในกลุ่ม	67.10	369	0.18		
รวม	74.86	377	0.18		
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	24.10	8	3.01	11.691*	0.000
ภายในกลุ่ม	90.19	350	0.26	*	
รวม	114.30	358			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	40.77	8	5.10	28.506*	0.000
ภายในกลุ่ม	58.991	330	0.18	*	
รวม	99.76	338			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	49.24	8	6.16	24.234*	0.000
ภายในกลุ่ม	93.71	369	0.25	*	
รวม	142.95	377			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.56 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านโรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	14.78	8	1.85	8.618**	0.000
ภายในกลุ่ม	70.11	327	0.21		
รวม	84.89	335			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	10.23	8	1.28	9.820**	0.000
ภายในกลุ่ม	48.21	370	0.130		
รวม	58.44	378			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4.23	8	0.53	1.962	0.050
ภายในกลุ่ม	94.35	350	0.27		
รวม	98.58	358			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.38	8	1.05	5.938**	0.000
ภายในกลุ่ม	65.31	307	0.18		
รวม	73.69	378			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	14.035	8	1.754	6.192**	0.000
ภายในกลุ่ม	101.440	358	0.28		
รวม	115.48	366			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	28.63	8	3.58	16.870*	0.000
ภายในกลุ่ม	71.70	338	.21	*	
รวม	100.33	346			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	11.76	8	1.47	4.503**	0.000
ภายในกลุ่ม	120.79	370	.33		
รวม	132.55	378			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.57 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสัญชาติต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในระดับรายได้ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	14.78	8	1.85	8.618**	0.000
ภายในกลุ่ม	70.11	327	0.21		
รวม	84.89	335			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	10.23	8	1.28	9.820**	0.000
ภายในกลุ่ม	48.21	370	0.130		
รวม	58.44	378			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4.23	8	0.53	1.962**	0.050
ภายในกลุ่ม	94.35	350	0.27		
รวม	98.58	358			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.38	8	1.05	5.938**	0.000
ภายในกลุ่ม	65.31	307	0.18		
รวม	73.69	378			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	14.035	8	1.754	6.192**	0.000
ภายในกลุ่ม	101.440	358	0.28		
รวม	115.48	366			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	28.63	8	3.58	16.870*	0.000
ภายในกลุ่ม	71.70	338	.21	*	
รวม	100.33	346			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	11.76	8	1.47	4.503**	0.000
ภายในกลุ่ม	120.79	370	.33		
รวม	132.55	378			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.58 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้าของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	9.05	3	3.02	12.178*	0.000
ภายในกลุ่ม	74.81	302	0.25	*	
รวม	83.86	305			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	6.71	3	2.24	17.949*	0.000
ภายในกลุ่ม	43.05	345	0.13	*	
รวม	49.763	348			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	3.77	3	1.26	4.243**	0.006
ภายในกลุ่ม	96.26	325	0.30		
รวม	100.03	328			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	2.46	3	0.82	4.115**	0.007
ภายในกลุ่ม	68.74	345	0.20		
รวม	71.20	348			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	5.86	3	1.95	6.377**	0.000
ภายในกลุ่ม	99.92	326	0.31		
รวม	105.79	329			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	14.63	3	4.88	22.163*	0.000
ภายในกลุ่ม	67.32	306	0.22	*	
รวม	81.94	309			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	5.23	3	1.74	4.786**	0.003
ภายในกลุ่ม	125.76	345	0.37		
รวม	130.99	348			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.59 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.006

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.007

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างถิ่นมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.003

ตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายของนักท่องเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านสินค้า/ของที่ระลึก					
ระหว่างกลุ่ม	6.44	5	129	5.150**	0.000
ภายในกลุ่ม	83.51	335	0.25		
รวม	90.25	340			
ด้านโรงแรม/ที่พัก					
ระหว่างกลุ่ม	8.93	5	1.79	13.180*	0.000
ภายในกลุ่ม	50.13	370	0.14	*	
รวม	59.06	375			
ด้านบริษัทนำเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	10.36	5	2.07	8.525**	0.000
ภายในกลุ่ม	86.98	358	0.24		
รวม	97.34	363			
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	8.69	5	1.74	9.381**	0.000
ภายในกลุ่ม	68.54	370	0.19		
รวม	77.23	375			
ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
ระหว่างกลุ่ม	23.31	5	4.66	19.725*	0.000
ภายในกลุ่ม	82.97	351	0.24	*	
รวม	106.28	356			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
ระหว่างกลุ่ม	13.726	5	2.75	11.646*	0.000
ภายในกลุ่ม	79.91	339	0.24	*	
รวม	93.63	344			
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	26.30	5	5.26	21.900*	0.000
ภายในกลุ่ม	88.85	370	0.24	*	
รวม	115.14	375			

** a < 0.05

จากตารางที่ 4.60 พบว่า

ด้านสินค้า/ของที่ระลึก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสินค้า/ของที่ระลึกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านโรงแรม/ที่พัก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้าน โรงแรม/ที่พักที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านบริษัทนำเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านบริษัทนำเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 4.61 สรุปผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดของต่างชาติ

แหล่งความแปรปรวนทาง	SS	df	MS	F	Sig.
เพศ	8.60	245	0.90	-2.340*	0.020
อายุ	51.43	241	2.78	16.468**	0.000
อาชีพ	48.39	221	0.86	3.913**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18.20	74	0.66	2.007	0.087
จำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวเชียงราย	50.88	240	0.21	0.184	0.907
สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงราย	46.38	221	2.02	10.214**	0.000
รวม	37.31	207	1.24	5.074	0.169

* a < 0.05

จากตารางที่ 4.61 เมื่อทำการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดของต่างชาติ ค่าระดับนัยสำคัญจากการสำรวจ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62 สรุปผลการสำรวจ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	SS	df	MS	F	Sig.
เพศต่างกัน	8.30	282	0.91	0.72	0.363
อายุต่างกัน	38.04	290	0.86	6.134**	0.000
อาชีพต่างกัน	34.80	270		18.117**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	6.52	101		10.319**	0.000
เที่ยวเชิงรายเป็นครั้งที่ต่างกัน	37.90	284	0.78	5.113**	0.002
สื่อที่มีอิทธิพลต่างกัน	34.58	261	0.47	2.591**	0.037
รวม	26.69	248		7.166	0.067
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	SS	df	MS	F	Sig.
เพศต่างกัน	8.60	245	0.90	-2.340*	0.020
อายุต่างกัน	51.43	241	2.78	16.468**	0.000
อาชีพต่างกัน	48.39	221	0.86	3.913**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	18.20	74	0.66	2.007	0.087
เที่ยวเชิงรายเป็นครั้งที่ต่างกัน	50.88	240	0.21	0.184	0.907
สื่อที่มีอิทธิพลต่างกัน	46.38	221	2.02	10.214**	0.000
รวม	37.31	207	1.24	5.074	0.169
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	SS	df	MS	F	Sig.
เพศต่างกัน	6.79	397	1.18	5.231*	0.000
อายุต่างกัน	152.90	398	2.55	15.792**	0.000
อาชีพต่างกัน	152.07	377	1.57	23.920**	0.000
สัญชาติต่างกัน	143.48	377	2.42	4.320**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	47.99	147	1.9	7.778**	0.000
เที่ยวเชิงรายเป็นครั้งที่ต่างกัน	146.34	347	6.76	2.772**	0.041
สื่อที่มีอิทธิพลต่างกัน	115.66	374	5.28	8.037**	0.000
รวม	108.26	340.5	2.73	9.97**	0.007

ตารางที่ 4.62 สรุปผลการสำรวจ (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	SS .	df .	MS .	F .	Sig. .
เพศต่างกัน	8.60	245	0.90	-2.340*	0.020
อายุต่างกัน	51.43	241	2.78	16.468**	0.000
อาชีพต่างกัน	48.39	221	0.86	3.913**	0.000
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	18.20	74	0.66	2.007	0.087
เที่ยวเชียงรายเป็นครั้งที่ต่างกัน	50.88	240	0.21	0.184	0.907
สื่อที่มีอิทธิพลต่างกัน	46.38	221	2.02	10.214**	0.000
รวม	37.31	207	1.24	5.074	0.169
รวมทั้งหมด	52.39	250.63	1.74	5.771	0.103

จากตารางที่ 4.62 พบว่า จากการสำรวจความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายนั้นสรุปได้ดังนี้

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน
3. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ปัจจัยหรือสาเหตุ ความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย โดยแยกตามเพศ อายุ สถานะภาพ สัญชาติ อาชีพ รายได้ ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวและ สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ผลการวิจัยในครั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อตอบสนองให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีแบบผสม(Mixing methodologies) ทั้งวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative method) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative method) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ อย่างละ 400 ตัวอย่าง ตามพื้นที่การท่องเที่ยวใน 2 อำเภอที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดและน้อยที่สุด โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล(Questionnaire survey) และการจัดการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ให้บริการ เพื่อตรวจสอบผลการวิจัยที่ได้มาจากข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ในเชิงคุณภาพใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา(Content analysis) ใช้สถิติเชิงพรรณนา มาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยค่าสถิติร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวน(One-way ANOVA) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอเป็น 6 ตอนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลส่วนบุคคล ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสรุปผลการประชุมระดมความคิดเห็น

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ก. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

ทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งหมดมีสัญชาติไทย มีระดับรายได้ 20,001-25,001 ส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงรายเป็นครั้งแรกจำนวน สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวคือ อินเทอร์เน็ต

ข. กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่างส่วน 51-60 ปี ส่วนมากมีสถานภาพแต่งงาน ประกอบอาชีพพนักงานธนาคารส่วนใหญ่ถือสัญชาติ อเมริกัน รองลงมาคือ

สัญชาติอังกฤษ ส่องกง เดนมาร์ก แคนาดา ไอริช เยอรมัน สวีเดนและฝรั่งเศสตามลำดับ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาทที่จังหวัดเชียงรายเป็นครั้งแรก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุดคืออินเทอร์เน็ต

1.2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

1.2.1 ความคาดหวัง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

- เกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึก มีความคาดหวังมาก

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในเรื่อง มารยาท/การบริการของพนักงานขาย คุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า การตกแต่งร้านค้า และการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ปริมาณร้านค้า ความมีประโยชน์ของสินค้า ราคาของสินค้า ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขายและบริการ อื่น ๆเช่น การขนส่ง ห่อของขวัญ ตามลำดับ

- เกี่ยวกับโรงแรมที่พักของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในเรื่อง ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก ความปลอดภัย สถานที่ตั้งและมารยาท/การบริการของพนักงาน ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง ความสะดวกในการจองห้องพัก ราคาห้องพัก ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน การออกแบบและการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

- เกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว ความปลอดภัย / ประกันภัยและความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์ การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์และราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

- เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ความสะดวก / สภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

และอัยยาศัยของคนในพื้นที่ ตามลำดับ ระดับปานกลาง ความปลอดภัย ร้านขายของที่ระลึกและสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น ตามลำดับ

- เกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับมาก

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม มารยาท / การบริการของพนักงาน ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดื่ม ปริมาณร้าน ราคาอาหาร/เครื่องดื่มและคุณภาพของอาคาร/เครื่องดื่ม ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง บริการอื่น ๆ เช่น คนตรี การแสดง การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน และการตกแต่งร้าน ตามลำดับ

- เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง ความปลอดภัยข้อมูลการท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง ถนนหนทาง/การจราจร สถานพยาบาล สนามบิน โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณและน้ำใช้ ไฟฟ้า ตามลำดับ

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- เกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึกในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพของสินค้า การตกแต่งร้านค้า มารยาท/การบริการของพนักงานขายและความมีประโยชน์ของสินค้า ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง ปริมาณร้านค้า การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ราคาของสินค้า บริการ อื่น ๆเช่น การขนส่ง ห่อของขวัญและความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย ตามลำดับ

- เกี่ยวกับโรงแรม/ที่พักของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน ความปลอดภัยและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง สถานที่ตั้ง ความสะดวกในการจองห้องพัก ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน ราคาห้องพัก การออกแบบ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ตามลำดับ

- เกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของข้อมูล โปรแกรมท่องเที่ยว ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยวและความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว ตามลำดับ

ระดับปานกลางในเรื่อง ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว การบริการของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน / มัคคุเทศก์ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความปลอดภัย / ประกันภัย

- เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ความสะดวก / สภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ / โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน / มัคคุเทศก์ ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง ทัศนียภาพของพื้นที่ ความปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้นและร้านขายของที่ระลึก ตามลำดับ

- เกี่ยวกับภัตตาคาร/ร้านอาหาร ของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความสะอาดของอาคาร/เครื่องดืม ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดืม ปริมาณร้าน มารยาท / การบริการของพนักงานและราคาอาหาร/เครื่องดืม ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง คุณภาพของอาคาร/เครื่องดืม บริการอื่น ๆ เช่น คนตรี การแสดง การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม ความสามารถด้านภาษาของพนักงานและการตกแต่งร้าน ตามลำดับ

- เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในเรื่อง ความพึงพอใจของยานพาหนะในการเดินทาง ข้อมูลการท่องเที่ยวและความปลอดภัย ตามลำดับ ระดับปานกลางในเรื่อง อินเทอร์เน็ต ถนนหนทาง/การจราจร สถานพยาบาลสนามบิน โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณและน้ำใช้ ไฟฟ้า ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคล ต่อความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย

1) ความแตกต่างของเพศต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ

- ด้านสินค้า/ของที่ระลึก เพศต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกัน
- ด้านโรงแรม/ที่พัก เพศต่างกัน มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
- ด้านบริษัทนำเที่ยว เพศต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน
- ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เพศต่างกัน มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

- ด้านโรงแรม/ที่พัก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ผลลัพธ์การท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
- 6) ความแตกต่างของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
- ด้านสินค้า/ของที่ระลึก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ผลลัพธ์การท่องเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน

7) สรุปค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลลัพธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมด
สรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังต่อผลลัพธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

- 1) ความแตกต่างของเพศต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
 - ด้านสินค้า/ของที่ระลึก เพศต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก เพศต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว เพศต่างกัน มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยว เพศต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร เพศต่างกัน มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เพศต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ค่าเฉลี่ยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพศต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
- 2) ความแตกต่างของอายุต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
 - ด้านสินค้า/ของที่ระลึก อายุต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก อายุต่างกันมีความแตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยวแบ่งกลุ่ม อายุต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยวแบ่งกลุ่ม อายุต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร อายุต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อายุต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว อายุต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
- 3) ความแตกต่างของอาชีพต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
 - ด้านสินค้า/ของที่ระลึก อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยว อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว อาชีพต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
- 4) ความแตกต่างของระดับรายได้ต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
 - ด้านสินค้า/ของที่ระลึก ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน

- ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยว ระดับรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
- 5) ความแตกต่างของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
- ด้านสินค้า/ของที่ระลึก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
- 6) ความแตกต่างของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวต่อความคาดหวังด้านต่าง ๆ
- ด้านสินค้า/ของที่ระลึก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชิงรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านโรงแรม/ที่พัก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชิงรายได้ต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
 - ด้านบริษัทนำเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชิงรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านสถานที่ท่องเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชิงรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน
 - ด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชิงรายได้ต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน
- ผลลัพธ์การท่องเที่ยว สื่อที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวเชียงรายต่างกันมีความคาดหวังแตกต่างกัน

7) สรุปค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายทั้งหมดแตกต่างกัน

1.2.2 ความพึงพอใจ

นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายภาพรวมในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับมากในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหาร ระดับปานกลางในด้าน บริษัทนำเที่ยว สินค้า/ของที่ระลึก โรงแรม/ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายภาพรวมในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

สรุปภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกันในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายดังนี้

- 1) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน
- 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน
- 3) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน
- 4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน

1.2.3 ปัจจัยหรือสาเหตุความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนใหญ่มีความไม่พึงพอใจเพียงระดับกลาง ๆ ในด้านบริษัทนำเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยส่วนใหญ่มีความไม่พึงพอใจเพียงระดับกลาง ๆ ในด้านสินค้า/ของที่ระลึก โรงแรม/ที่พัก บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1.1 ควรมีการวิจัยด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อแสวงหาข้อมูลใหม่ ๆ

2.1.2 ควรมีการศึกษาด้านการท่องเที่ยวในแง่มุมอื่นเพิ่มเติม

2.2 ข้อเสนอแนะของผู้ทำวิจัยต่อผู้นำข้อมูลไปใช้

2.2.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลไปพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.2.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลไปพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ

2.2.3 ควรมีการหารือหรือมีข้อตกลงระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ หรือแต่ละจังหวัด ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัด เพื่อกระตุ้นให้เกิดรายได้ในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ เพื่อการลดความซ้ำซ้อน ความเหมือน เช่นของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์จังหวัดเชียงราย ควรมีเอกลักษณ์และขายเฉพาะในจังหวัดเชียงราย ของที่ระลึกสัญลักษณ์ภูชี้ฟ้าจังหวัดเชียงราย ควรมีขายเฉพาะที่ภูชี้ฟ้า ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสนใจและกระตุ้นให้เกิดความอยากซื้อได้ เพราะนักท่องเที่ยวต่างอยากได้ของที่ระลึกในสถานที่ที่เคยมาเยือน หากไม่ซื้อจะไม่สามารถหาได้จากที่อื่น เป็นการเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้คนในพื้นที่อีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- จตุรงค์ คลังชำนาญ. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เม็ดทราย
พริ้นท์ติ้ง , 2539.
- จำเรียง ขจรศิลป์. สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2543.
- มัลลิกา เกื้อปัญญา, ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ
สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง, เชียงใหม่ 2532.
- เสาวนีย์ กันทะเสน, ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อม
และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว หมู่บ้านรวมมิตร, เชียงราย. 2533.
- นพพร ลิ่นทอง. มาตรการวัดประสิทธิภาพความพึงพอใจของผู้ให้บริการ : รายงานการวิจัย.
กรุงเทพมหานคร : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539.
- นัยนา คำกันศิลป์, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อราคาและบริการนำเที่ยวแบบเหมา
จ่ายประเภทเรือสำราญ : กรณีศึกษาเรือรอยัลโดมอนต์, กรุงเทพฯ : 2535.
- นิโลบล นิ่มกิ่งรัตน์. เอกสารประกอบการบรรยายการวิจัย. มปท. ภาควิชาการประเมินผลและวิจัย
การศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มะณี สมรัก, จิตวิทยาอุตสาหกรรม, เชียงราย 2543.
- อุดมศักดิ์ แนวจิตร, ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดสภาพแวดล้อม
เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน, เชียงใหม่ 2533.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

“ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ข้อมูลที่ได้รับจากการแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับและใช้ในการวิจัยเท่านั้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยวในอนาคต และเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 6 ผลิตภัณฑ์คือ

- 2.1 สินค้า / ของที่ระลึก
- 2.2 โรงแรม / ที่พัก
- 2.3 บริษัทนำเที่ยว
- 2.4 สถานที่ท่องเที่ยว
- 2.5 ภัตตาคาร / ร้านอาหาร
- 2.6 สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะ เช่น ถนน ห้องน้ำ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเสนอแนะ

ขอขอบคุณในความร่วมมือ

ทีมวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านเลือก

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 51-60 ปี มากกว่า 60 ปี
3. สถานะภาพ แต่งงาน โสด หย่า / ม่าย
4. อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 รับราชการ พนักงานธนาคาร พนักงานบริษัทเอกชน
 แม่บ้าน นักเรียน พนักงาน/ข้าราชการเกษียณ
 ว่างาน อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. สัญชาติ โปรดระบุ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โปรดระบุ.....
7. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งนี้เป็นครั้งที่ โปรดระบุ.....
8. สื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
 หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์
 วิทยุ นิตยสารท่องเที่ยว แผ่นพับ/โบชัวร์
 หนังสือแนะนำท่องเที่ยวของ ททท. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัด
เชียงราย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่านเลือก

การแปลความหมายของระดับคะแนนมีดังนี้:

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึก										
2. ระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พัก										
3. ระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว										
4. ระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว										
5. ระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับภัตตาคาร/ ร้านอาหาร										
6. ระดับความพึงพอใจของท่านเกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณะ เช่น ถนน ห้องน้ำ										

2.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้า/ของที่ระลึก

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ความหลากหลายของสินค้า										
2. คุณภาพของสินค้า										
3. ความมีประโยชน์ของสินค้า										
4. ราคาของสินค้า										
5. ปริมาณร้านค้า										
6. การตกแต่งร้านค้า										
7. มารยาท/การบริการของพนักงานขาย										
8. ความสามารถด้านภาษาของพนักงานขาย										
9. การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม										
10. บริการอื่น ๆ เช่นการขนส่ง ห่อของขวัญ										

ข้อเสนอแนะ.....

2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ โรงแรม/ที่พัก

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพัก										
2. ราคาห้องพัก										
3. ความสะดวกในการจองห้องพัก										
4. ความหลากหลายของการบริการในโรงแรม										
5. สถานที่ตั้ง										
6. การออกแบบ										
7. มารยาท/การบริการของพนักงาน										
8. ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน										
9. การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม										
10. ความปลอดภัย										

ข้อเสนอแนะ.....

2.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ บริษัทนำเที่ยว

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ความหลากหลายของข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว										
2. ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว										
3. ความน่าเชื่อถือของบริษัทนำเที่ยว										
4. ราคาของโปรแกรมท่องเที่ยว										
5. ความสะดวกในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว										
6. ความตรงต่อเวลาและครบถ้วนของรายการนำเที่ยว										
7. การบริการของพนักงาน/มัคคุเทศก์										
8. ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน/มัคคุเทศก์										
9. การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม										
10. ความปลอดภัย/ประกันภัย										

ข้อเสนอแนะ.....

2.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว										
2. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ										
3. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/โบราณสถาน										
4. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม										
5. สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดสร้างขึ้น										
6. ร้านขายของที่ระลึก										
7. ความสะอาด/สภาพแวดล้อมรอบบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว										
8. อภัยภัยของคนในพื้นที่										
9. ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลของพนักงาน/มัคคุเทศก์										
10. ความปลอดภัย										

ข้อเสนอแนะ.....

2.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ภัตตาคาร / ร้านอาหาร

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ความหลากหลายของอาหาร/เครื่องดื่ม										
2. คุณภาพของอาหาร/เครื่องดื่ม										
3. ความสะอาดของอาหาร/เครื่องดื่ม										
4. ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม										
5. ปริมาณร้าน										
6. การตกแต่งร้าน										
7. มารยาท/การบริการของพนักงาน										
8. ความสามารถด้านภาษาของพนักงาน										
9. การส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม										
10. บริการอื่น ๆ เช่นดนตรี การแสดง										

ข้อเสนอแนะ.....

2.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับ สิ่งอำนวยความสะดวก
สาธารณะ เช่น ถนน ห้องน้ำ

ปัจจัย	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ถนนหนทาง/การจราจร										
2. สนามบิน										
3. ยานพาหนะในการเดินทาง										
4. ข้อมูลการท่องเที่ยว										
5. โทรศัพท์สาธารณะ/สัญญาณ										
6. อินเทอร์เน็ต										
7. น้ำใช้ ไฟฟ้า										
8. ความปลอดภัย										
9. สถานพยาบาล										

ข้อเสนอแนะ.....

ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม

QUESTIONNAIRE**“THE SATISFACTION OF TOURISTS ON CHIANGRAI TOURISM PRODUCTS ”**

Dear Respondents

This questionnaire will enable the researcher to know The Satisfaction of Tourists on Chiangrai Tourism Products. Your information will help us understand the satisfaction of tourists to develop Chiangrai tourism industry for all. All answers in this questionnaire will be kept in strictest confidence and will only be used for study purposes only. Please respond to the questionnaire frankly and honestly.

Thankyou very much for your co-operation

Sincerely yours

Asst.Prof.Dr. jirapha Sakkittimalai

Part 1 Respondent's Profile

Direction: Below are items that are intended to gather data on the profile of the respondents. Please answer the questions or put a check (✓) mark before the item that best applied to you.

- Gender Male Female
- Age(Years) less than 20 21-30 31-40
 41-50 51-60 Over 60
- Marital status Married Single Divorced / Widowed
- Occupation Owner's Business Agricultural Government Enterprise
 Government official Financial Institute Private Enterprise
 Housewives Students Retired
 Unemployed Others(Please specify).....
- Nationality (Please specify).....
- Average Monthly Income (Please specify).....

This is thetime(s) of my visit to Chiangrai.

The media that influence you to visit Chiangrai.

- Newspaper Internet Television
 Radio Tour Magazine Brochure
 Gov. Guidebook Others (Please specify).....

Part 2 Expectation and Satisfaction

Direction: Marking the answer that most accurately describes your attitude as it actually is, not as you would like it to be or think it should be. Complete the following profile analysis by placing a check mark (✓) in the appropriate column.

Rating Meaning:

5 = Very high 4 = high 3 = Uncertain 2 = Low 1 = Very Low

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Souvenir / Shopping Center										
Hotel / Accommodation										
Tour Agencies										
Attractions Place										
Restaurant / Entertainment Place										
Public Infrastructure										

2.1 The Satisfaction of Tourists on Souvenir / Shopping Center.

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Products Variety										
Products Quality										
Products Useful										
Price										
Number of Store										
Store Design / Decoration										
Staff Willingness										
Staff Language										
Promotion										
Others (i.e. premium, discount, Special offer)										

Seggession.....

2.2 The Satisfaction of Tourists on Hotel / Accommodation.

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Hotel Facilities										
Price										
Comfortable in Reservation										
Service Varieties										
Place										
Hotel Design / Decoration										
Staff Willingness										
Staff Language										
Promotion (i.e. premium, discount, Special offer)										
Safety										

Seggession.....

2.3 The Satisfaction of Tourists on Tour Agencies.

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Tour Program Variety										
Interesting Tour Program										
Reliability of tour Agency(s)										
Price										
Reservation										
On time and Completed on Tour Program										
Staff Willingness										
Staff Language										
Promotion										
Safety / Insurance / Assurance										

Seggession.....

2.4 The Satisfaction of Tourists on Attractions Place.

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Attractions Place variety										
Natural Place										
Historical Place										
Cultural Place										
New Creation Place										
Souvenir Shop										
Clean / Environment around that place										
Hospitality of Local people										
Knowledge from Tourist Guide										
Safety										

Seggession.....

2.5 The Satisfaction of Tourists on Restaurant / Entertainment Place.

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Products (Food, Beverage) Variety										
Products Quality										
Clean Food										
Price										
Number of Restaurant										
Design / Decorage										
Staff willingness										
Language										
Promotion (i.e. premium, discount, Special offer)										
Others (Music, Drama, etc.)										

Seggession.....

2.6 The Satisfaction of Tourists on Public Infrastructure.

Factors	Expectation					Satisfaction				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Traffic										
Chiangrai Airport										
Vehicle										
Tourist Information										
Telephone										
Internet										
Water / Power supplied										
Security										
Hospital										

Seggession.....

thank you very much for your co-operation.

ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวจิรภา ศักดิ์กิติมาลัย
วัน เดือน ปีเกิด	15 เมษายน 2504
ที่อยู่ปัจจุบัน	174 หมู่ 9 ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านคู่อำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย 57100
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2547 Ph.D (Management) พ.ศ. 2544 Diploma: Graduate Certificate of Education in Research Preparation, Edith Cowan University, Perth, Western Australia. พ.ศ. 2542 Diploma: Post Graduate Diploma in Higher Education, The University of Queensland, Queensland, Australia. พ.ศ. 2537 ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การเงิน) มหาวิทยาลัยพายัพ พ.ศ. 2526 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงินและการ ธนาคาร) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประสบการณ์ด้านการทำงาน	พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน ประธานโปรแกรมบริหารธุรกิจและการจัดการ (การบัญชี) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พ.ศ. 2546-ปัจจุบัน อนุपाณกฝ่ายวิชาการ สมาคมท่องเที่ยว จ.เชียงราย
ปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระดับ 8
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โปรแกรมบริหารธุรกิจและการจัดการ (การบัญชี) มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ มะณี สมรัก	
วัน เดือน ปี เกิด	7 เมษายน 2493	
ที่อยู่ปัจจุบัน	174/4 หมู่ 9 ถนนพหลโยธิน ต.บ้านดู่ อ.เมือง จ.เชียงราย	
วุฒิการศึกษา	B.Sc. (Bachelor of Science)	
	Arellano University, Philippines	
	M.S. (Industrial Education)	
	Bemidji State University, USA	
ประสบการณ์ทำงาน	2528	หัวหน้าภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์
	2539 – 2546	เลขานุการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
	2539 – 2546	รองคณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
	2541 – 2544	ประธานโปรแกรมการจัดการอุตสาหกรรม
	ปัจจุบัน	คณบดีคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม