

# โครงการสำรวจทัศนคติและ พฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว

ของชาวไทยในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว

รายงานฉบับสมบูรณ์

จังหวัดเชียงใหม่

นำเสนอโดย



บริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี จำกัด



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

## สารบัญ

	หน้า
1. ความเป็นมา	7
2. วัตถุประสงค์การศึกษา	7
3. วิธีการวิจัย	7
<b>บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง</b>	<b>10</b>
1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง	10
1.1.1 เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	11
1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	12
<b>บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่</b>	<b>16</b>
2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับ	16
2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ	17
2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	18
2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี	18
2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	19
2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	20
2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	21
2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	22
2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	23
2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	26
2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	27
<b>บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว</b>	<b>28</b>
3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ	28
3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า	30
3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว	32
3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)	32
3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด	33
3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	34
<b>บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม</b>	<b>36</b>
4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	36
4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	37
<b>บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่</b>	<b>40</b>
5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว	40
5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว	41
5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่	41

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดเชียงใหม่</b>	<b>43</b>
6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	43
6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิต “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	44
6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามภูมิภาคหลังทางกายภาพ	44
6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	45
6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต	46
6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน	46
6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพักค้างคืน	46
6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม	47
6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทาง	47
6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า	48
6.3.6 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	48
6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	49
6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต	49
6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	49
6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอิมเม็บบางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	50
6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	50
6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	51
6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	51
6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	52

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม	13
ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา	22
ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ	23
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	25
ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	31
ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	43
ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	44
ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนัยระหว่างการเดินทางจำแนกกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	45
ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	47
ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	49
ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	52

## สารบัญแนภูมิภาคภาพ

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	10
แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	10
แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามระดับการศึกษา	11
แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุเปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	11
แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	12
แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบภาพรวม 10 จังหวัด	12
แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด	14
แผนภูมิภาพที่ 8 แสดงสัดส่วนประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	16
แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	16
แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	17
แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	17
แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในอำเภอเมือง เปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก	17
แผนภูมิภาพที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ (ครั้ง/ปี) ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	18
แผนภูมิภาพที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันพักค้างคืน/ครั้งการเดินทางจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	18
แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ 15 อันดับแรก	19
แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรกเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	20
แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ร่วมเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดด้วยเปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน	20
แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	20
แผนภูมิภาพที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	21
แผนภูมิภาพที่ 20 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนหนึ่งครั้ง	22

## สารบัญแนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 21 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามเพศและช่วงอายุ	22
แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	23
แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	24
แผนภูมิภาพที่ 24 แสดงสัดส่วนทัศนคติต่อการเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล เฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว	25
แผนภูมิภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	26
แผนภูมิภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบกับอีก 9 จังหวัดที่ทำการศึกษ	26
แผนภูมิภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคในผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	27
แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	28
แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบระหว่างช่วงอายุ	29
แผนภูมิภาพที่ 30 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่วางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	29
แผนภูมิภาพที่ 31 แสดงสัดส่วนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	30
แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่สนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า	30
แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่วางแผนไว้ในอีก 1 ปีข้างหน้า	31
แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	32
แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง “จุดประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	32
แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	32
แผนภูมิภาพที่ 37 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	33
แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด ในอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	33

## สารบัญแนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 39 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด	34
แผนภูมิภาพที่ 40 แสดงลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามช่วงอายุ	34
แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	35
แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เคยไปเยี่ยมชมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	36
แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด	37
แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก	38
แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอายุ	38
แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	40
แผนภูมิภาพที่ 47 แสดงสัดส่วนของช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	41
แผนภูมิภาพที่ 48 แสดงสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่และสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่าย	41
แผนภูมิภาพที่ 49 แสดงสัดส่วนผู้ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายจำแนกตามกลุ่มอายุ	42
แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามภูมิหลังทางกายภาพ	44
แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว	45
แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	46
แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	46
แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)	47
แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีแผนการเดินทางแบบพักค้างคืน	48
แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง “วัตถุประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต	48
แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนแรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์	49
แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนแรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา	50
แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนแรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม	50
แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนแรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ	51
แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนแรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง	51

## 1. ความเป็นมา

การท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งในสังคมยุคสมัยปัจจุบัน โดยเฉพาะหากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้านการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับพัฒนาการของสังคมในด้านต่างๆ ไปพร้อมกัน เนื่องจากมีแนวโน้มที่เชื่อได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสังคมกับทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งไม่ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบเริ่มต้นที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาการของสังคมตามมา หรือเป็นไปในทิศทางกลับกันก็ตามแต่สิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องจับตามองคือแนวโน้มหรือทิศทางของพัฒนาการนั้นซึ่งจะส่งผลต่อพัฒนาการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

ดังนั้นการทำความเข้าใจถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทิศทางการเคลื่อนไหวที่กำลังจะเกิดขึ้น จึงนับเป็นสาระหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อนำมาต่อยอดจากผลการศึกษาครั้งที่ผ่านมาซึ่งเป็นการศึกษาทำความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยได้มีการนำทฤษฎี “ความต้องการในการดำรงชีวิตของมาสโลว์” มาเป็นกรอบในการศึกษาเช่นเดียวกัน แต่ได้เปลี่ยนแปลงขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมชาวไทยที่มีศักยภาพด้านการเดินทางท่องเที่ยวที่อาศัยในเขตต่างจังหวัดของทุก ๆ ภูมิภาคในประเทศไทย

## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อทราบทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อทราบพฤติกรรม วิถีชีวิตและแรงจูงใจของคนไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
3. เพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษาในลักษณะกลุ่มวิถีชีวิต
4. เพื่อกำหนดแนวทางส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษา
5. เพื่อทราบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเป้าหมายของการศึกษาในด้านทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และวิถีชีวิตทั่วไปที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

## 3. วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเป็น 3 แบบตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ในข้อเสนอโครงการฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากงานวิจัย รายงานสถิติ/ สิ่งพิมพ์ทางวิชาการ/ เว็บไซต์ ฯลฯ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิจัยภาคสนาม (โดยได้แสดงรายละเอียดผลการค้นคว้าเรียบเรียงอย่างละเอียดไว้ในรายงานความก้าวหน้าของโครงการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้)



2. การวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ชาวไทยในจังหวัดที่กำหนด ตามกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านทัศนคติ พฤติกรรม และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเก็บข้อมูลและประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สามารถเพิ่มความรู้และความเข้าใจต่อ “ผู้เล่นกลุ่มใหม่” (New Stakeholder) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกิดจากการกระจายอำนาจการบริหารจัดการทรัพยากรของภาครัฐไปยังท้องถิ่นอันมีผลทำให้เกิด “องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” หรือ อบต. อบจ. ตามภูมิภาคต่างๆ จึงเสนอให้มีวิธีการวิจัยในรูปแบบ “การสัมภาษณ์เชิงลึก” กับผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่เป้าหมายต่างๆ ดังกล่าว (หมายเหตุ: รายงานเกี่ยวกับ อบต. ในบทที่ 8 ของรายงานฉบับสมบูรณ์)

### 3.1 วิธีการเก็บข้อมูลภาคสนามและจำนวนหน่วยตัวอย่าง

#### 3.1.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง (Respondent Qualification)

- เป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
- อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- ทั้งเพศชายและหญิง
- ไม่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับช่วงระดับรายได้ แต่ต้องเคยเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้กำหนดให้การกระจายตัวของหน่วยตัวอย่างสามารถครอบคลุมกลุ่มย่อยในประชากรกลุ่มอายุต่างๆ อย่างเท่าเทียมเหมาะสมกับสัดส่วนของประชากรในพื้นที่เป้าหมายดังนี้

- กลุ่มนิสิต นักศึกษา (ระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท หรือเทียบเท่า)
- กลุ่มคนทำงานระยะต้น (อายุระหว่าง 21-30 ปี)
- กลุ่มทำงานระยะกลาง (อายุระหว่าง 31-40 ปี)
- กลุ่มทำงานตอนปลาย (อายุระหว่าง 41-60 ปี)
- กลุ่มเกษียณทำงาน (ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป)

#### 3.1.2 พื้นที่ดำเนินการเก็บข้อมูล (Sampling Frame)

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในสิบพื้นที่ที่ศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 3-17 พฤศจิกายน 2553 เริ่มที่อำเภอเมืองในระหว่างวันที่ 3-4 พฤศจิกายน 2553 ช่วงหนึ่ง และระหว่างวันที่ 12-15 พฤศจิกายน 2553 อีกช่วงหนึ่ง สำหรับอำเภอรอบนอกได้สุ่มสำรวจเพื่อคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่อำเภอจอมทองระหว่างวันที่ 5-7 พฤศจิกายน 2553 และอำเภอแม่วางระหว่างวันที่ 8-10 พฤศจิกายน 2553

อนึ่งเนื่องจากจำนวนหน่วยตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือและมีคุณลักษณะตามที่กำหนดในอำเภอรอบนอก มีจำนวนไม่เพียงพอตามโควตา จึงได้ขออนุมัติคณะกรรมการเพื่อขยายพื้นที่สำรวจไปยังอำเภอแม่แตงระหว่างวันที่ 16-17 พฤศจิกายน 2553 ซึ่งผลการเก็บข้อมูลภาคสนามในภาพรวมก็สามารถประสบความสำเร็จด้วยดี

### 3.1.3 จำนวนหน่วยตัวอย่าง (Sample Size)

เพื่อให้การเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติและเทคนิคที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และมีระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 95% (Taro Yamane Formulation for Sample size) จึงเสนอสมมติฐานและแนวทางการกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างของจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงแสดงจำนวนหน่วยตัวอย่างที่เหมาะสมดังนี้

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างที่คำนวณได้ตามเงื่อนไข
จังหวัดเชียงใหม่	ไม่น้อยกว่า 400 ราย

#### สมมติฐาน

- ระดับความเชื่อมั่น 95%
- ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ (e= 0.05)
- สัดส่วนของลักษณะที่สนใจ (p=0.5)

อย่างไรก็ตามเพื่อให้จำนวนหน่วยตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกมีการกระจายตัวอย่างครอบคลุมและเหมาะสม จึงเพิ่มจำนวนหน่วยตัวอย่างเป็นเท่ากับหรือมากกว่า 700 รายโดยแบ่งสัดส่วนและกำหนดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างดังนี้

พื้นที่	จำนวนหน่วยตัวอย่างและรายละเอียด
เทศบาล (อำเภอเมือง)	- จำนวน 424 ราย - กระจายครอบคลุมในทุกพื้นที่ของเทศบาลตามรายละเอียดวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างตามข้อ 3.1.4
เขตสุขาภิบาล หรือ เขตอำเภอรอบนอก	- จำนวน 284 ราย - อำเภอที่ห่างจากอำเภอเมืองมากกว่า 30 กม. ได้แก่อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม และอำเภอแม่แตง

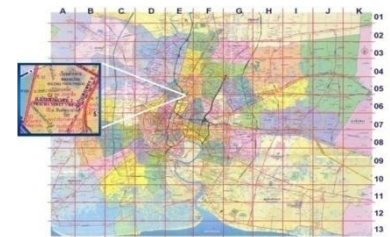
### 3.1.4 วิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง (Sampling Method)

- พื้นที่เขตเทศบาล (Multi-Stage Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มเลือกพื้นที่เก็บตัวอย่างก่อน แล้วจึงสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)

- พื้นที่ต่างอำเภอ (Systematic Random Sampling)

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling)




### 3.1.5 คำบรรยายศัพท์ที่นำมาใช้เป็นการเฉพาะในรายงาน

**ผู้เดินทาง** หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัด อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

**ผู้เดินทางอำเภอเมือง** หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง และได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

**ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก** หมายถึง กลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภออื่นนอกเหนือจากอำเภอเมือง และได้เดินทางท่องเที่ยว โดยมีการพักค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา



## รายงานฉบับสมบูรณ์

### โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของ ชาวไทยในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว

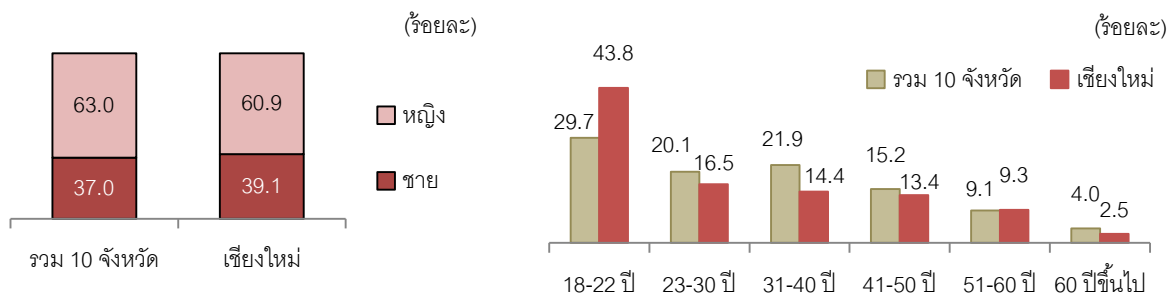
- เชียงใหม่ -

## บทที่ 1 ภูมิหลังทางกายภาพและกิจกรรมยามว่าง

### 1.1 ภูมิหลังทางกายภาพของกลุ่มตัวอย่าง

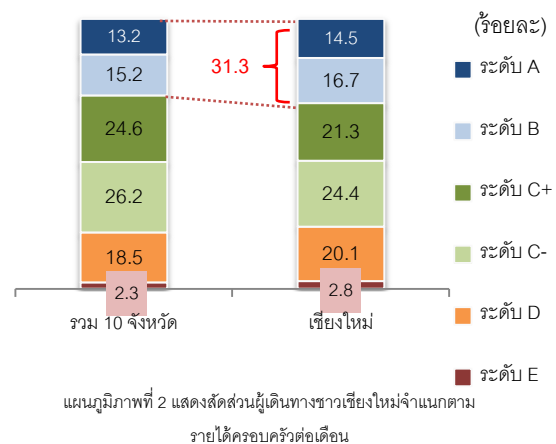
จากการสุ่มสำรวจผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่าหน่วยตัวอย่างเป็นเพศหญิงร้อยละ 60.9 เพศชายร้อยละ 39.1 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาหรือคนในวัยเริ่มทำงานที่มีอายุอยู่ระหว่าง 18-22 ปี มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 43.8 สูงกว่าภาพเฉลี่ยรวม 10 จังหวัด ซึ่งมีสัดส่วนคนในช่วงอายุน้อยที่ร้อยละ 29.7 เท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เมื่ออายุมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวบ่อยลง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานอายุตั้งแต่ 50 ปี ถึงวัยเกษียณ มีสัดส่วนผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อยปีละครั้ง เพียงร้อยละ 9.3 และร้อยละ 2.5 ตามลำดับเท่านั้น

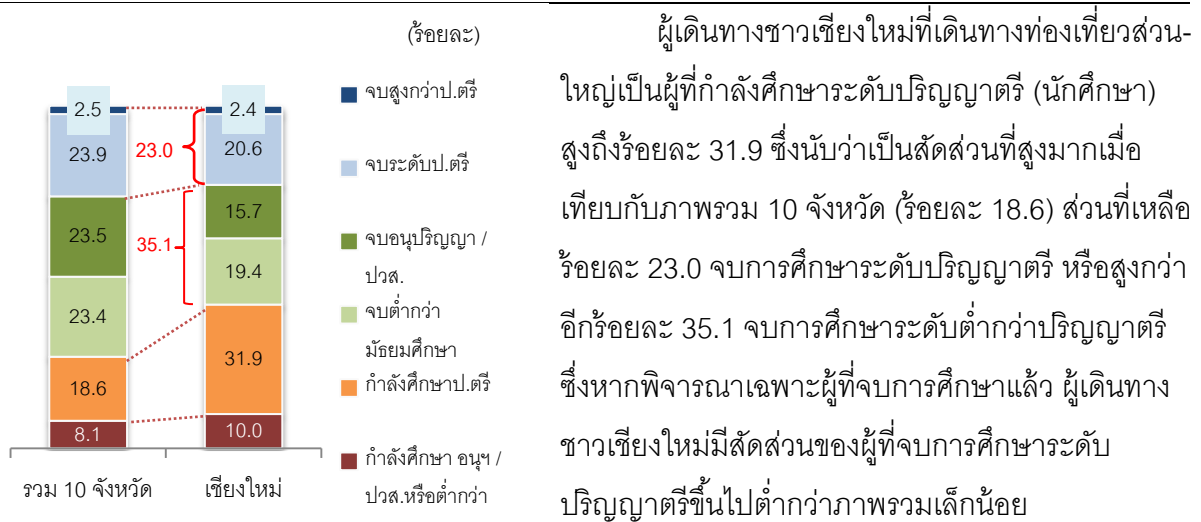


แผนภูมิภาพที่ 1 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาจากเศรษฐกิจฐานะ (SES) หรือรายได้ครอบครัวต่อเดือน พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางท่องเที่ยวมีสัดส่วนของผู้ที่เศรษฐกิจฐานะสูง (ระดับ AB) อยู่ที่ร้อยละ 31.3 สูงกว่าภาพรวม แต่ในขณะเดียวกันก็มีสัดส่วนของผู้มีเศรษฐกิจฐานะต่ำ (ระดับ DE) อยู่ที่ร้อยละ 22.9 สูงกว่าภาพรวมเช่นเดียวกัน ส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ฐานะปานกลางมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่าค่าเฉลี่ยในพื้นที่ศึกษา



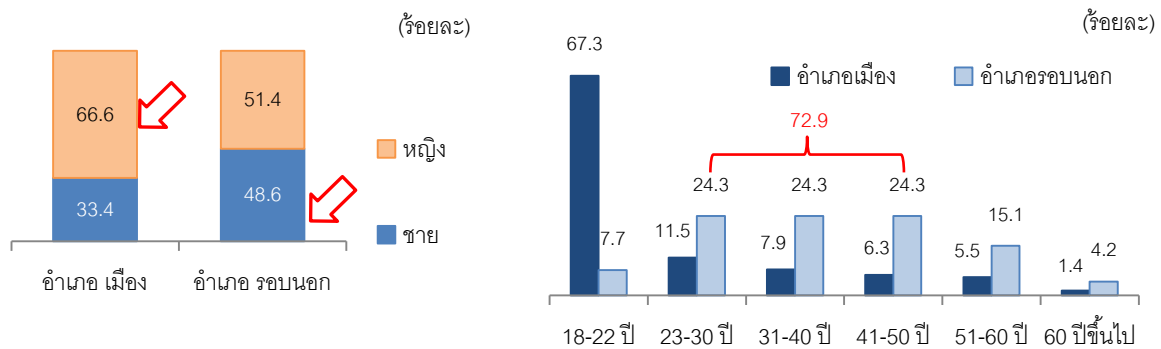
แผนภูมิภาพที่ 2 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน



แผนภูมิภาพที่ 3 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามระดับการศึกษา

### 1.1.1. เปรียบเทียบภูมิหลังทางกายภาพระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบผู้เดินทางอำเภอเมือง กับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ามีความแตกต่างในภูมิหลังทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญ

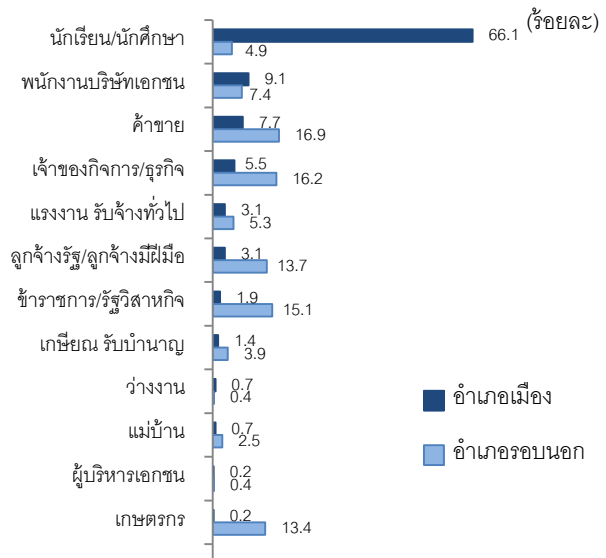


แผนภูมิภาพที่ 4 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

กล่าวคือในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ได้เดินทางท่องเที่ยวโดยมีการค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ประมาณ 2 ใน 3 เป็นเพศหญิงที่กำลังศึกษาหรือเริ่มทำงาน ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกที่ได้เดินทางท่องเที่ยวกลับมีแนวโน้มเป็นเพศชายมากขึ้น ในสัดส่วนที่สูงร้อยละ 48.6 และเป็นกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานอายุตั้งแต่ 23-50 ปี ถึงกว่าร้อยละ 70 เทียบกับกลุ่มช่วงอายุเดียวกันที่อยู่ในอำเภอเมืองซึ่งมีเพียงร้อยละ 25.7

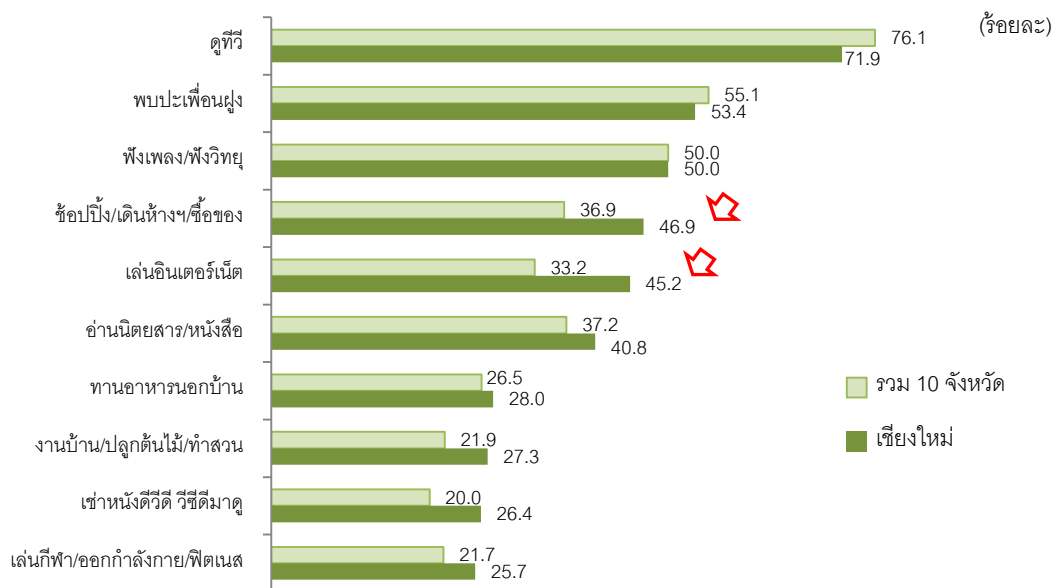
หากพิจารณาตามอาชีพพบว่า ผู้เดินทางอำเภอเมือง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 66.1 รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 9.1

ส่วนผู้เดินทางอำเภอรอบนอกนั้น กลุ่มอาชีพที่มีแนวโน้มจะออกเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย ร้อยละ 16.9 เจ้าของกิจการร้อยละ 16.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15.1 ส่วนลูกจ้างภาครัฐ/ลูกจ้างมีฝีมือและเกษตรกรมีสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 13.7 กับร้อยละ 13.4 ตามลำดับ



แผนภูมิภาพที่ 5 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

## 1.2 กิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่



แผนภูมิภาพที่ 6 แสดงสัดส่วนกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

หากพิจารณากิจกรรมยามว่าง (ในรายกิจกรรม) ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ 10 อันดับแรกค่อนข้างคล้ายคลึงกันกับภาพรวม 10 จังหวัด กล่าวคือ ในยามว่างผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกที่จะดูทีวี (ร้อยละ 71.9) หรือออกไปพบปะเพื่อนฝูง (ร้อยละ 53.4) หรือฟังเพลง/ฟังวิทยุ (ร้อยละ 50.0)

กิจกรรมยามว่างที่เป็นที่สนใจของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนที่ค่อนข้างมากกว่ากลุ่มผู้เดินทางในภาพรวม ได้แก่ การไปเดินช้อปปิ้งตามห้าง (ร้อยละ 46.9) การเล่นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.2)

อย่างไรก็ดี เพื่อให้ข้อมูลที่ทำการศึกษาในส่วนนี้สามารถถูกนำไปแปลผลเพื่อใช้ประโยชน์ด้านสื่อสารการตลาดได้อย่างชัดเจนขึ้น จึงได้จัดกลุ่มกิจกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ออกเป็น 7 กลุ่มกิจกรรม (ตามคุณลักษณะแบบแผนกลุ่มกิจกรรมยามว่างที่ชื่นชอบ) ดังนี้

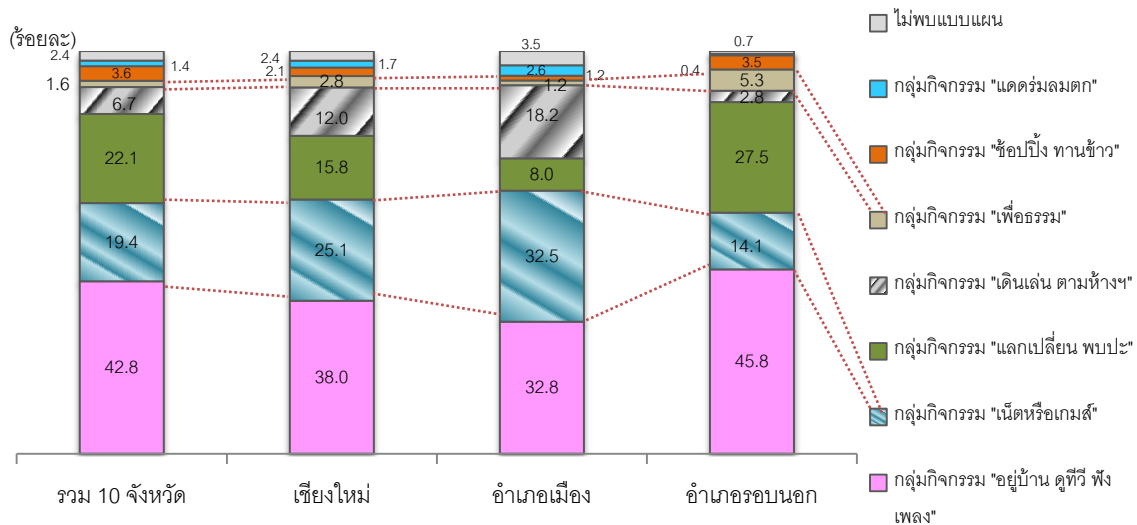
### สรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

ประเภทกลุ่มกิจกรรม	ลักษณะรายละเอียดกิจกรรมยามว่างที่แต่ละกลุ่มกิจกรรมยามว่างนิยมปฏิบัติเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย
กลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้าน ดูทีวี ฟังเพลง” (ร้อยละ 38.0)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เวลายามว่างอยู่ภายในบ้าน ดูทีวี ฟังเพลง/ ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ แต่บางครั้งก็ออกไปพบปะเพื่อนฝูง ช้อปปิ้ง/เดินห้างฯ/ซื้อของอยู่บ้าง นอกจากนี้ก็ใช้เวลาไปกับกิจกรรมประเภทงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน ทำอาหาร เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย/ฟิตเนส เล่นอินเทอร์เน็ต เข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ ทานอาหารนอกบ้าน เป็นบางครั้งซึ่งผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่นิยมที่จะพักผ่อนยามว่างในลักษณะนี้ถึงร้อยละ 38.0
กลุ่มกิจกรรม “เน็ตหรือเกมส์” (ร้อยละ 25.1)	กลุ่มนี้ใช้เวลาส่วนใหญ่ยามว่างกับการใช้อินเทอร์เน็ต พร้อมไปกับการฟังเพลง/ฟังวิทยุ ดูทีวี บางครั้งจึงออกมาพบปะเพื่อนฝูง เพื่อเล่นเกมส์ รวมถึงช้อปปิ้ง/เดินห้างฯ/ซื้อของ เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย/ฟิตเนส อ่านนิตยสาร/หนังสือ เข้าหนังดีวีดี วีซีดีมาดู ดูหนังในโรงภาพยนตร์ และทานอาหารนอกบ้านเป็นบางครั้ง โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนร้อยละ 25.0 นิยมใช้เวลาว่าง ในลักษณะเช่นนี้
กลุ่มกิจกรรม “แลกเปลี่ยน พบปะ” (ร้อยละ 15.8)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการออกไปพบปะเพื่อนฝูง นัดทานอาหารนอกบ้าน หากกลับเข้าบ้านก็ดูทีวี เข้าหนังดีวีดี วีซีดีมาดู,ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน ฟังเพลง/ฟังวิทยุ รวมถึงช้อปปิ้ง/เดินห้างฯ/ซื้อของ ทำอาหาร เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย/ฟิตเนส เข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ อ่านนิตยสาร/หนังสือเป็นครั้งคราวกลุ่มนี้มีสัดส่วนร้อยละ 15.8
กลุ่มกิจกรรม “เดินเล่น ตามห้างฯ” (ร้อยละ 12.0)	ขณะที่กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างอยู่ตามห้างสรรพสินค้า นัดหมายพบปะเพื่อนฝูง เดินเล่นหรือดูหนังในโรงภาพยนตร์ และหากกลับมาที่บ้านก็จะเล่นอินเทอร์เน็ต ดูทีวี ฟังเพลง/ฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร/หนังสือ เล่นกีฬา/ออกกำลังกาย/ฟิตเนสเป็นบางครั้งมีสัดส่วนร้อยละ 12.0
กลุ่มกิจกรรม “เพื่อธรรม” (ร้อยละ 2.8)	กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างทำกิจกรรมเกี่ยวกับศาสนาที่นับถือ เข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์ นั่งสมาธิ รวมถึงใช้เวลาทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน ดูทีวี รวมถึงเยี่ยมญาติ และพบปะเพื่อนฝูงเป็นบางครั้ง ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ชื่นชอบกิจกรรมยามว่างเช่นนี้ มีสัดส่วนร้อยละ 2.8
กลุ่มกิจกรรม “ช้อปปิ้ง ทานข้าว” (ร้อยละ 2.1)	กลุ่มนี้ใช้เวลาว่างในการซื้อของใช้เข้าบ้าน เดินช้อปปิ้ง/เดินห้างฯแล้วแวะไปเยี่ยมญาติ พบเพื่อน ทานอาหารนอกบ้าน เมื่อกลับเข้าบ้านก็จะดูทีวี ทำอาหาร ทำงานบ้าน/ปลูกต้นไม้/ทำสวน และเข้าวัด/ทำบุญ/ฟังเทศน์เป็นครั้งคราว
กลุ่มกิจกรรม “แต่ดรัมมตก” (ร้อยละ 1.7)	กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับกิจกรรมนอกบ้าน ออกไปพบปะเพื่อนฝูง ทานอาหารนอกบ้าน ดื่มเที่ยวผับ/บาร์ เดินห้างฯ/ซื้อของ แต่หากกลับเข้าบ้านก็ดูทีวี เล่นกีฬา / ออกกำลังกาย / ฟิตเนส ฟังเพลง/ฟังวิทยุ เล่นอินเทอร์เน็ตเป็นบางครั้ง

ตารางที่ 1 แสดงสรุปพฤติกรรมยามว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามประเภทกลุ่มกิจกรรม

หากเปรียบเทียบกลุ่มพฤติกรรมที่นิยม พฤติกรรมยามว่างแบบการใช้เวลาว่างของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กับภาพเฉลี่ยรวมทั้ง 10 จังหวัด พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีสัดส่วนของกลุ่มเน็ตหรือเกมส์ (ร้อยละ 25.1) สูงกว่าภาพรวมซึ่งมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 19.4 อีกกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่างของผู้เดินทางเชียงใหม่ที่มีสัดส่วนสูงกว่าเฉลี่ยได้แก่ กลุ่มนิยมพฤติกรรมยามว่างแบบ “เดินเล่น ตามห้างฯ” (ร้อยละ 12.0) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวมมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.7

ในทิศทางด้านตรงกันข้ามกลับพบว่า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่นิยมพฤติกรรมยามว่างแบบ “เพื่อธรรม” (ร้อยละ 2.8) มีสัดส่วนสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 10 จังหวัดซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 1.6 โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานตอนปลายหรือเกษียณอายุ



แผนภูมิภาพที่ 7 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามกลุ่มพฤติกรรมการใช้เวลาว่างเปรียบเทียบระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอกและภาพรวม 10 จังหวัด

เมื่อเปรียบเทียบภายในกลุ่มเป้าหมายผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ด้วยกัน โดยแบ่งออกเป็นผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนของกลุ่มพฤติกรรมยามว่างประเภทกลุ่มกิจกรรม “เน็ตหรือเกมส์” สูงถึงร้อยละ 32.5 ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนของกลุ่มเดียวกันนี้เพียงร้อยละ 14.1 นอกจากนี้ ผู้เดินทางอำเภอเมืองยังมีสัดส่วนของกลุ่มพฤติกรรมยามว่าง ประเภทกลุ่มกิจกรรม “เดินเล่น ตามห้างฯ” มากถึง ร้อยละ 18.2 ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนของกลุ่มเดียวกันนี้เพียงร้อยละ 2.8 เท่านั้นซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรมยามว่างดังกล่าวได้ด้วยความจริงและความเป็น “เมือง”(Urbanization) ในอำเภอเมืองที่มีห้างสรรพสินค้าผุดขึ้นมากมายคล้ายกับกรุงเทพฯ ในขณะที่อำเภอรอบนอกเชียงใหม่ไม่มีห้างฯ ลักษณะดังกล่าวนี้ ทำให้การใช้เวลาว่างของผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มจะเป็นกลุ่มพฤติกรรม ประเภทกลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้าน ดูทีวี ฟังเพลง” ถึงเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 45.8) รองลงมาได้แก่ กลุ่มกิจกรรม “แลกเปลี่ยน พบปะ” (ร้อยละ 27.5) ซึ่งในทางกลับกันผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนของกลุ่มพฤติกรรมยามว่างประเภทหลังนี้น้อยมาก เพียงร้อยละ 8.0 เท่านั้น

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังพบว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนของ กลุ่มพฤติกรรม ประเภทกลุ่มกิจกรรม “เพื่อธรรม” ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 5.3) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอเมืองซึ่งมี สัดส่วนคนกลุ่มนี้เพียงร้อยละ 1.2 และภาพรวม 10 จังหวัดก็ยังมีสัดส่วนคนกลุ่มนี้เพียงร้อยละ 1.6 เท่านั้น

(หมายเหตุผู้วิจัย: เมื่อพิจารณาภาพรวมของทุก ๆ จังหวัด ตามลักษณะการพัฒนาเมือง พบว่าพฤติกรรมเชิงสังคมของคนไทยในเขต เมือง มีแนวโน้มหันไปพึ่งพาความเจริญของวัตถุ แอร์เย็นตามห้างสรรพสินค้า แล้วละเลยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมภายในกับ ครอบครัวด้วยการ “อยู่บ้านดูทีวีด้วยกัน” หรือกับญาติมิตรด้วยการ “ออกไปแลกเปลี่ยนพบปะที่บ้านของกันและกันแบบเดิม” ทำให้พฤติกรรม เชิงสังคมแบบ “ตัวใครตัวมัน” ในเมืองมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ)

สามารถสรุปในส่วนนี้ได้ว่า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ได้เดินทาง ท่องเที่ยวโดยมีการค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ในอำเภอเมือง ประมาณ 2 ใน 3 กำลังศึกษาหรือเพิ่งเริ่มทำงาน ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกที่ได้เดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ใหญ่วัยทำงานอายุตั้งแต่ 23-50 ปีกว่าร้อยละ 70

ส่วนกลุ่มพฤติกรรมยามว่างอื่นๆ มีความแตกต่างกัน โดยพบว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีสัดส่วนของ กลุ่มพฤติกรรมยามว่างประเภทกลุ่มกิจกรรม “เน็ตหรือเกมส์” สูง ส่วนผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้ม จะเป็นกลุ่มพฤติกรรมประเภทกลุ่มกิจกรรม “อยู่บ้าน ดูทีวี ฟังเพลง” ถึงเกือบกึ่งหนึ่ง

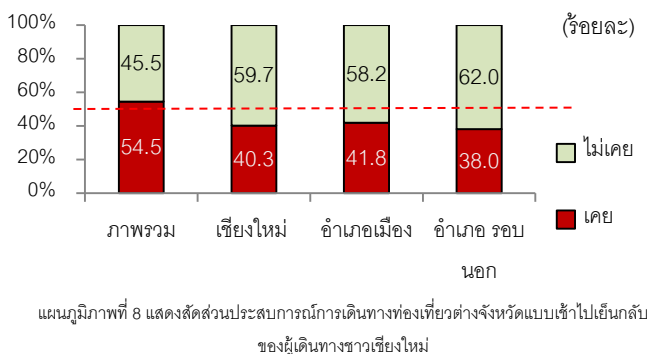


## บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางของชาวเชียงใหม่

### 2.1 ประสบการณ์และเป้าหมายการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับ

การศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะเฉพาะ (กลุ่มผู้เดินทางต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับ) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา) ซึ่งในเบื้องต้นพบว่ามียุทธศาสตร์เป้าหมายในจังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านคุณลักษณะดังกล่าวในสัดส่วนร้อยละ 39.5 (ซึ่งหมายถึงประชากรส่วนที่เหลือร้อยละ 60.5 ไม่ผ่านคุณลักษณะ และไม่ได้ถูกคัดเลือกเข้ามาในการศึกษาครั้งนี้)

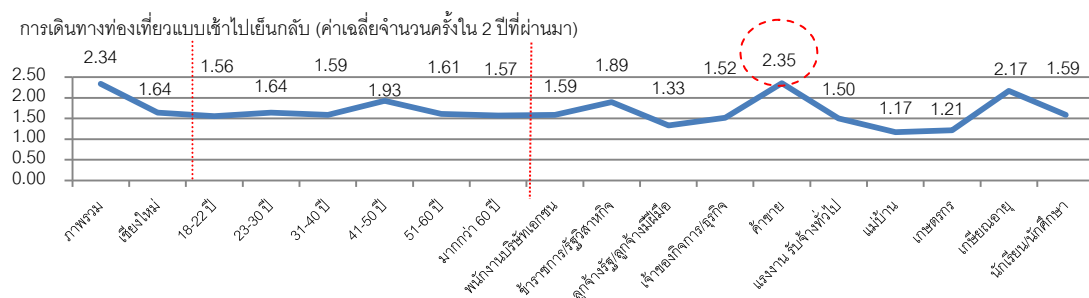
#### 2.1.1 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับ



การสำรวจพบว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่คนเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับมีสัดส่วนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ อีก 9 จังหวัดในพื้นที่ศึกษาโดยผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ไม่ถึงครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 40.3) ที่เคยเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับน้อยกว่ากับภาพรวม 10 จังหวัดที่สัดส่วนของการเดินทางประเภทดังกล่าวอยู่ที่ร้อยละ 54.5 อยู่พอสมควร

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสัดส่วนผู้เดินทางอำเภอเมืองที่เคยเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับ พบว่าอยู่ที่ร้อยละ 41.8 สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกเล็กน้อย (ร้อยละ 38.0)

นอกจากผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับแล้ว กลุ่มที่เคยเดินทางในลักษณะดังกล่าวมิได้เดินทางบ่อยครั้งนัก ผลการสำรวจพบว่าในรอบ 2 ปีที่ผ่านมาผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับเฉลี่ยเพียง 1.64 ครั้ง มีสัดส่วนค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยจาก 10 จังหวัดที่ทำการสำรวจซึ่งอยู่ที่ 2.34 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามพบว่าค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางลักษณะดังกล่าวนี้มีแนวโน้มสูงขึ้นในกลุ่มผู้ใหญ่ อายุระหว่าง 41-50 ปี (ค่าเฉลี่ยความถี่ 1.93 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา) หรือในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพค้าขาย (ความถี่ 2.35 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา) และกลุ่มเกษียณอายุ (ความถี่ 2.17 ครั้งใน 2 ปีที่ผ่านมา)

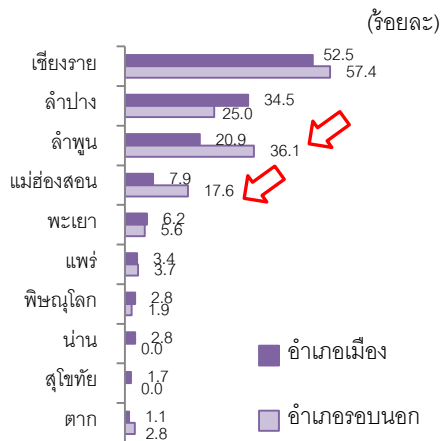


แผนภูมิภาพที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบเข้าไปเยือนกลับของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

## 2.1.2 จังหวัดยอดนิยมในการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ

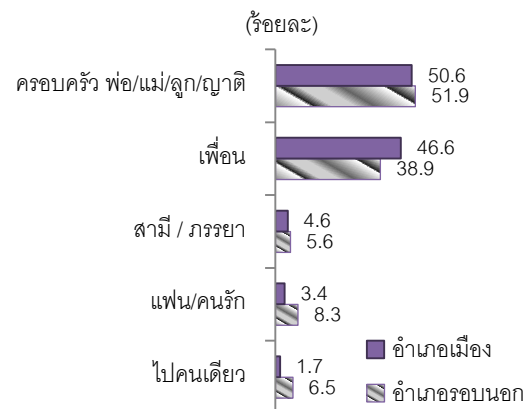
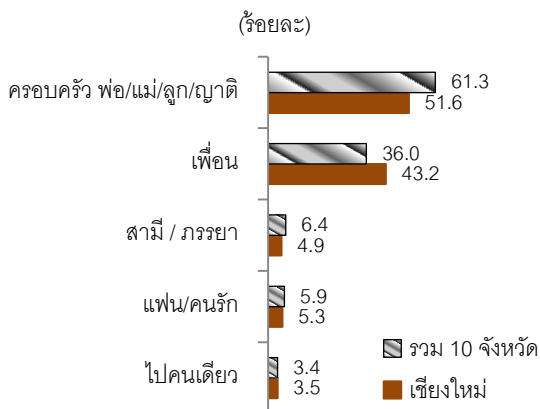
จังหวัดยอดนิยมของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับ

10 อันดับแรกล้วนเป็นจังหวัดที่อยู่ติดต่อกันหรือใกล้กันกับจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น ได้แก่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดน่าน และจังหวัดตาก ตามลำดับ



ทั้ง 10 จังหวัดนี้จัดเป็นจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับทั้งสำหรับผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก โดยมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในส่วนที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกนิยมเดินทางไปเที่ยวที่จังหวัดลำพูน และจังหวัดแม่ฮ่องสอนในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับที่จังหวัดลำปางมากกว่าอำเภอรอบนอก

แผนภูมิภาพที่ 10 แสดงจังหวัดยอดนิยมของการเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทางอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก



แผนภูมิภาพที่ 11 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของผู้เดินทาง

ชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

แผนภูมิภาพที่ 12 แสดงสัดส่วนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับของ

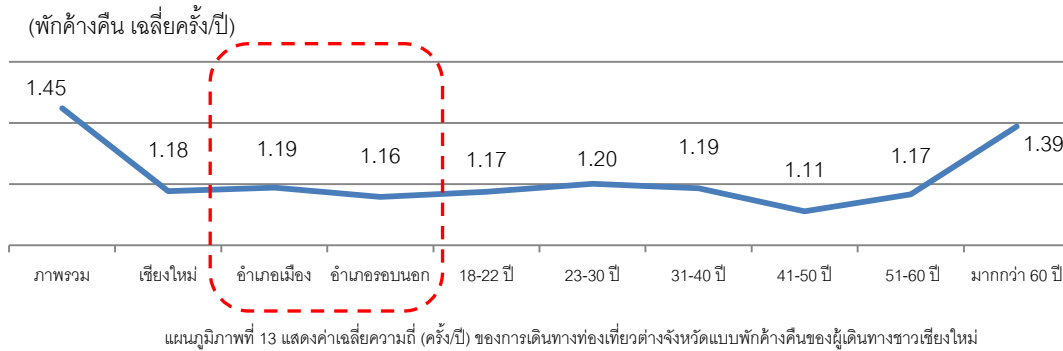
ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับอำเภอรอบนอก

ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 51.6) เดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในลักษณะนี้กับครอบครัว พ่อ/แม่/ลูก หรือญาติ อีกร้อยละ 43.2 เดินทางไปเที่ยวกับเพื่อน โดยเฉพาะผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในอำเภอเมือง นิยมไปเที่ยวแบบเช้าไปเย็นกลับกับเพื่อนในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง (ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาตัวที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว) ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มจะไปเที่ยวลักษณะนี้กับครอบครัว (ร้อยละ 51.9) กับแฟนหรือคนรัก (ร้อยละ 8.3) หรือแม้แต่เดินทางไปคนเดียว (ร้อยละ 6.5) ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง

## 2.2 ประสบการณ์และเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

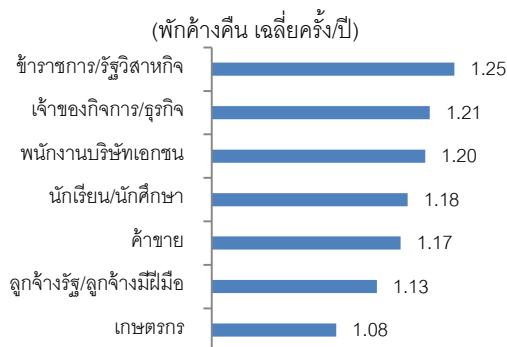
จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตามเงื่อนไขการศึกษา โดยเฉพาะได้เคยเดินทางค้างคืนต่างจังหวัดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีลักษณะพฤติกรรมในระหว่างการเดินทางแบบพักค้างคืนที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น ดังต่อไปนี้

### 2.2.1 ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนเฉลี่ยต่อปี



ในภาพรวมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของพื้นที่ศึกษาอื่น ๆ พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนต่างจังหวัดด้วยความถี่น้อยกว่ากลุ่มผู้เดินทางในพื้นที่อื่น ๆ (เพียง 1.18 ครั้งต่อปี ภาพรวมเฉลี่ย 1.45 ครั้งต่อปี) และเมื่อเปรียบเทียบการเดินทางลักษณะดังกล่าวระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืนไม่มีความแตกต่างกันมากนัก โดยมีค่าเฉลี่ยความถี่เท่ากับ 1.19 ครั้ง/ปี และ 1.16 ครั้ง/ปี ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความถี่การเดินทางแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มอายุต่างๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก โดยมีแนวโน้มการเดินทางเพิ่มขึ้นบ้างในกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้นและกลุ่มคนวัยทำงานตอนปลายถึงเกษียณอายุ

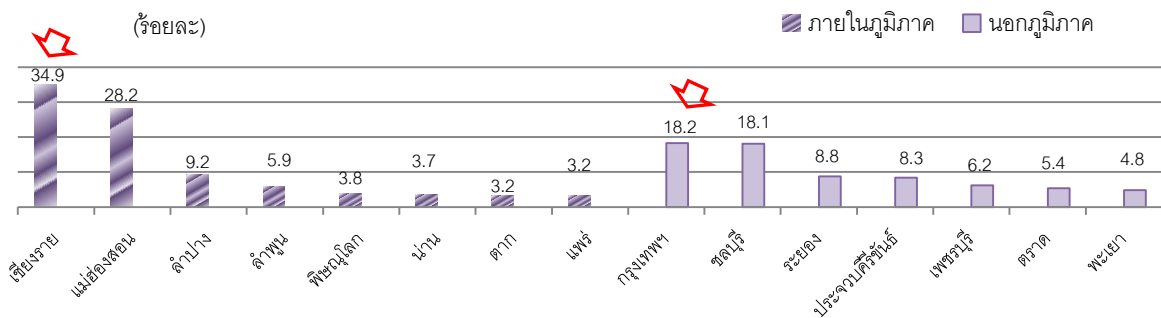


ขณะที่หากพิจารณาความถี่การเดินทางพักค้างคืน เฉลี่ยครั้ง/ปี ของผู้เดินทางกลุ่มอาชีพต่างๆ พบว่า กลุ่มผู้เดินทางที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน ตามสำนักงานต่างๆ แสดงแนวโน้มเดินทางพักค้างคืนด้วยความถี่ต่อปีสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ (เฉลี่ยความถี่เท่ากับ 1.25 1.21 และ 1.20 ครั้ง/ปี ตามลำดับ)

## 2.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนโดยมีเป้าหมายการเดินทางเป็นจังหวัด ทั้งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค อย่างไรก็ตาม จังหวัดที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมไปท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนมากที่สุด 2 อันดับแรกกลับเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกันกับจังหวัดเชียงใหม่ (เช่นเดียวกับการเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับ) ได้แก่ จังหวัดเชียงราย (ร้อยละ 34.9) และจังหวัดแม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 28.2) ส่วนจังหวัดที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิกษณณนั้น กรุงเทพฯ และจังหวัดชลบุรีเป็นเป้าหมายการเดินทางพักค้างคืนที่เป็นที่นิยมในสัดส่วนใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 18.2 และร้อยละ 18.1 ตามลำดับ

หากเปรียบเทียบเป็นจังหวัดภายนอกภูมิภาคและภายในภูมิภาค (จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในโซนภาคเหนือ ตามเขตการบริหารงานของ ททท.) จังหวัดท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคอื่นๆ ที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (นอกจากกรุงเทพฯ และจังหวัดชลบุรี) ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลทั้งสิ้น ได้แก่ จังหวัดระยอง (ร้อยละ 8.8) จังหวัดเพชรบุรี (ร้อยละ 6.2) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 8.3) จังหวัดตราด (ร้อยละ 5.4) และจังหวัดภูเก็ต (ร้อยละ 4.1) โดยหากเป็นจังหวัดชายทะเลที่มีระยะทางไกลมาก อาทิ จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือจังหวัดสงขลา กลับพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนไม่สูงมากนักที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (เพียงร้อยละ 1.98 และร้อยละ 1.84 เท่านั้น)

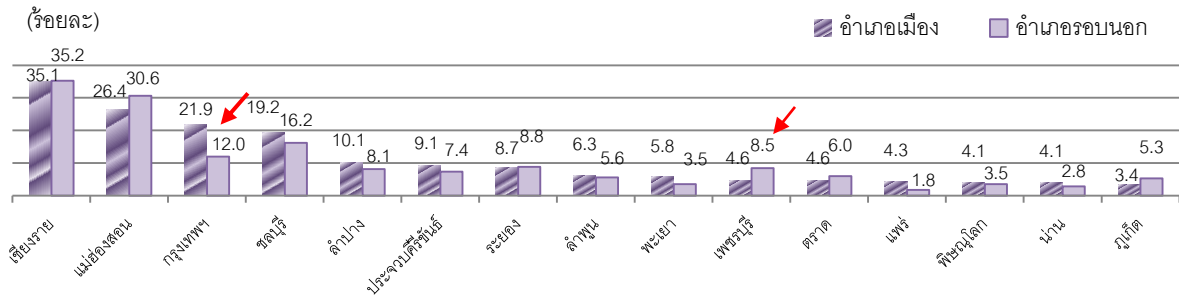


แผนภูมิภาพที่ 15 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ 15 อันดับแรก

ส่วนการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคแบบพักค้างคืน นอกเหนือจากจังหวัดเชียงรายและจังหวัดแม่ฮ่องสอนแล้ว ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ ร้อยละ 9.2 เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดลำปาง ร้อยละ 5.9 ไปท่องเที่ยวที่จังหวัดลำพูน ร้อยละ 4.8 ไปจังหวัดพะเยา ขณะที่จังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาค เช่น จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดน่าน จังหวัดตาก และจังหวัดแพร่ พบว่า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ไปเที่ยวพักค้างคืนในจังหวัดเหล่านี้ยังมีสัดส่วนไม่สูงมากนักเพียงประมาณร้อยละ 3.0 ถึงร้อยละ 4.0 เท่านั้น

หากเปรียบเทียบเป้าหมายการเดินทางแบบพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ จังหวัดเชียงรายและจังหวัดแม่ฮ่องสอนต่างได้รับความนิยมเป็นลำดับต้นๆ ทั้งสำหรับผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก อย่างไรก็ตามพบว่า จังหวัดที่มีสัดส่วนของผู้เดินทางอำเภอรอบนอกเลือกเดินทางไปน้อยกว่า

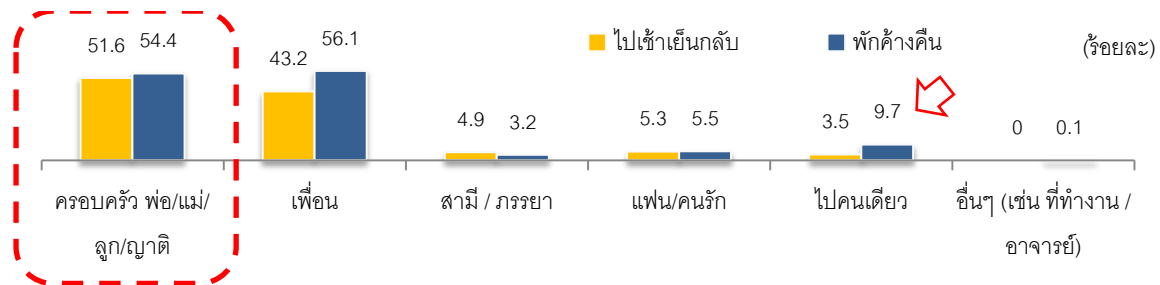
ผู้เดินทางอำเภอเมืองคือ กรุงเทพฯ ในขณะที่จังหวัดชายทะเล เช่น จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดตราด และ จังหวัดภูเก็ต กลับได้รับความนิยมจากผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมากกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้าง



แผนภูมิภาพที่ 16 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืน 15 อันดับแรก เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

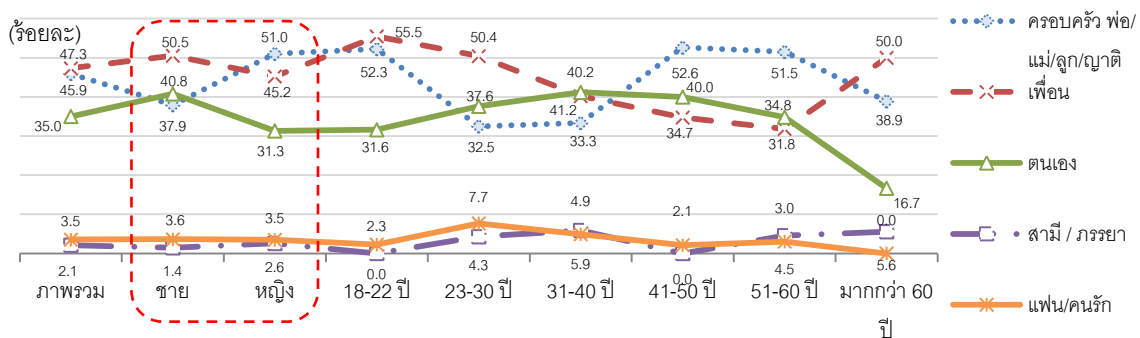
## 2.4 บุคคลที่ร่วมเดินทางและผู้มีส่วนสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวทั้งแบบไปพักค้างคืนและแบบเข้าไปเย็นกลับนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว (ร้อยละ 54.4 และร้อยละ 51.6) หรือไปกับเพื่อน (ร้อยละ 56.1 และร้อยละ 43.2) อย่างไรก็ตามที่น่าสนใจพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนที่สูงพอสมควรเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนโดยการเดินทางไป “คนเดียว” (ร้อยละ 9.7)



แผนภูมิภาพที่ 17 แสดงสัดส่วนกลุ่มบุคคลที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดด้วย เปรียบเทียบระหว่างการเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบพักค้างคืน

ขณะเดียวกันหากพิจารณา “ผู้มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็น” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือจังหวัดเป้าหมายการเดินทาง พบว่าผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นหรือตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ “เพื่อน” ร้อยละ 47.3 และ “ครอบครัว” ร้อยละ 45.9 โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ให้ความเห็นว่า “ตนเอง” เป็นผู้ตัดสินใจหลักสำหรับการเดินทางนั้น ๆ มีร้อยละ 35.0



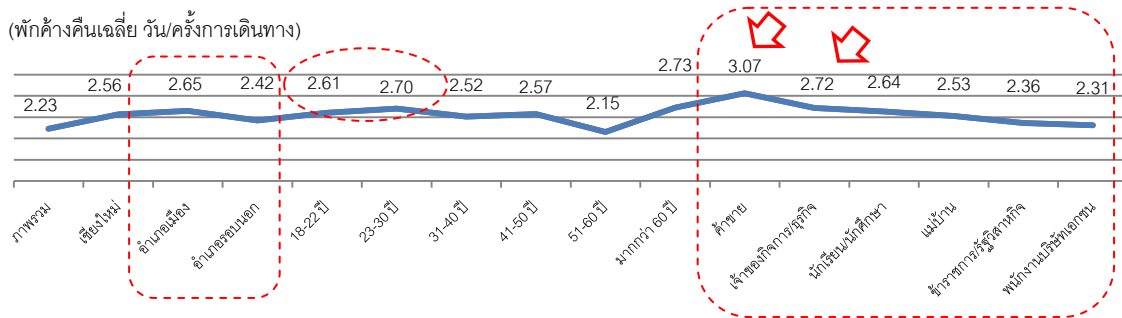
แผนภูมิภาพที่ 18 แสดงสัดส่วนผู้ที่มีส่วนสำคัญในการออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

เมื่อวิเคราะห์โดยพิจารณาจากภูมิหลังทางกายภาพ พบว่ากลุ่มที่ให้ความสำคัญว่า “เพื่อน” เป็นผู้ออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพศชาย (ร้อยละ 50.5) วัยรุ่นอายุ 18-22 ปี (ร้อยละ 55.5) หรือวัยเริ่มทำงานอายุ 23-30 ปี (ร้อยละ 50.4) ในขณะที่กลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญว่า “ครอบครัว” เป็นผู้ออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมีแนวโน้มเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.0) วัยกำลังศึกษาอยู่ (ร้อยละ 52.3) หรือเป็นกลุ่มคนวัยทำงานระยะกลางถึงปลาย (ร้อยละ 52.6 และร้อยละ 51.5 ตามลำดับ)

นอกจากนั้นผลการศึกษายังพบว่า เมื่อผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีอายุมากขึ้น “เพื่อน” มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยววันน้อยลง ในขณะที่ความคิดเห็นของ “ตนเอง” มีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่ “เพื่อน” กลับมาเป็นส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง (ร้อยละ 50.0)

## 2.5 จำนวนวันพักค้างคืนในการเดินทางต่อครั้งของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

แม้ว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จะเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนความถี่น้อยกว่าผู้เดินทางชาวจังหวัดอื่นๆ อีก 9 จังหวัดในการสำรวจครั้งนี้ (เฉลี่ย 1.18 ครั้ง/ปี) แต่จำนวนวันที่พักค้างคืนเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทางกลับมากที่สุดเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.56 วันต่อครั้งการเดินทาง (ในขณะที่ค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของ 10 จังหวัดอยู่ที่ 2.23 วันต่อครั้งการเดินทาง) โดยชาวผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มพักค้างคืนระหว่างเดินทาง (เฉลี่ย 2.65 วัน) นานวันกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกเล็กน้อย (เฉลี่ย 2.42 วัน)



แผนภูมิภาพที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

เมื่อพิจารณาจำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทางระหว่างกลุ่มอายุและอาชีพต่างๆ พบว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง (เฉลี่ย 2.65 วัน) หรือกลุ่มคนวัยทำงานระยะต้น (เฉลี่ย 2.70 วัน) โดยเฉพาะกลุ่มที่ประกอบอาชีพค้าขาย หรือเจ้าของธุรกิจ (เฉลี่ย 3.07 และ 2.72 วัน ตามลำดับ) มีแนวโน้มใช้เวลาพักค้างคืนนานวันกว่ากลุ่มอื่นๆ

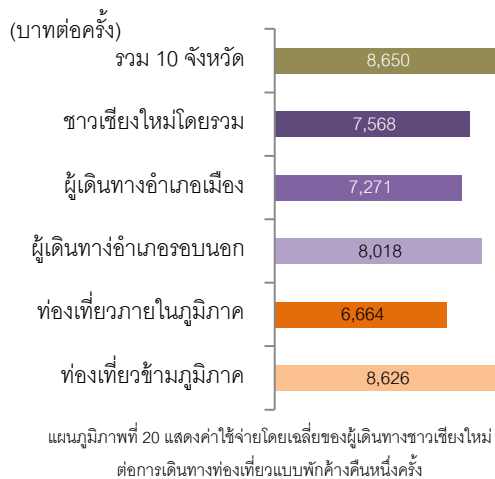
## 2.6 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้ง ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเพียงประมาณ 7,568 บาท เป็นลำดับรองสุดท้ายเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดในพื้นที่ศึกษา (ค่าเฉลี่ยจากกลุ่มเป้าหมายรวม 10 จังหวัดเท่ากับ 8,650 บาท/ครั้ง)

รวม 10 จังหวัด	ขอนแก่น	กาญจนบุรี	ชลบุรี	ลพบุรี	สุราษฎร์ธานี	สงขลา	นครราชสีมา	พิษณุโลก	เชียงใหม่	นครสวรรค์
8,650	10,149	9,737	9,728	9,704	8,274	8,138	7,936	7,785	7,568	7,499

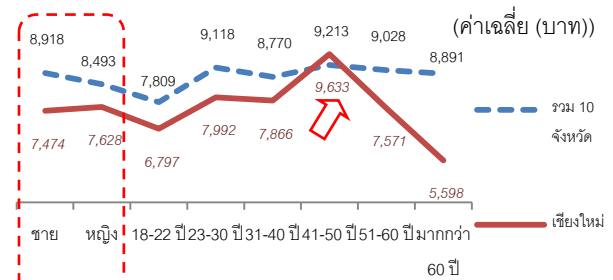
ตารางที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท) ต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนแต่ละครั้งของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับจังหวัดเป้าหมายอื่นๆ ของการศึกษา  
หมายเหตุ ค่าเฉลี่ยดังกล่าวเป็นค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายของทุกคนที่ร่วมเดินทางไปด้วยกันในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ

โดยผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 8,018 บาท ต่อครั้งการเดินทางมากกว่าที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยวค้างคืนต่างจังหวัดซึ่งเท่ากับ 7,271 บาท/ครั้ง (กลุ่มเป้าหมายในเขตอำเภอเมืองส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา)



เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6,664 บาทกับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 8,626 บาทต่อการเดินทาง สูงกว่าการเดินทางภายในภูมิภาคถึงกว่าร้อยละ 30

เมื่อวิเคราะห์การใช้จ่ายสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามเพศและช่วงอายุ เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัด พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่าจังหวัดอื่นๆ ทั้งกลุ่มเพศชายและหญิง และในเกือบทุกช่วงอายุโดยเฉพาะผู้เดินทางชาวเชียงใหม่อายุ 51-60 ปี และมากกว่า 60 ปีขึ้นไป



โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพียงกลุ่มเดียวที่ใช้จ่ายไปกับการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่าค่าเฉลี่ย 10 จังหวัด คือ กลุ่มอายุ 41-50 ปี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 9,633 บาท สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมประมาณร้อยละ 5

นอกจากการวิเคราะห์โดยพิจารณาตามลักษณะทางกายภาพ ซึ่งได้แก่ เพศและอายุแล้ว เมื่อแยกวิเคราะห์ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามกลุ่มอาชีพ พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ ใช้จ่ายกับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดค่อนข้างต่ำกว่ากลุ่มอาชีพในจังหวัดอื่นๆ โดยมีกลุ่มแรงงาน รับจ้าง

ทั่วไป ใช้จ่ายกับการท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด (5,563 บาท/ครั้ง) และแตกต่างกับค่าเฉลี่ยรวมของ 10 จังหวัดในกลุ่มอาชีพเดียวกันมากถึงร้อยละ 35.8 หรือกลุ่มเกษียณ/รับบำนาญก็ใช้จ่ายค่อนข้างน้อยเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 6,656 บาท ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่มเกษียณ/รับบำนาญในทั้ง 10 จังหวัดที่ทำการศึกษายู่ถึงร้อยละ 27.0

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของการเดินทางท่องเที่ยว	รวม 10 จังหวัด (บาท)	เชียงใหม่ (บาท)	สูงกว่า/ต่ำกว่า (ร้อยละ)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ	10,131	10,284	1.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9,600	7,205	-24.9
เกษียณรับบำนาญ	9,121	6,656	-27.0
แรงงาน รับจ้างทั่วไป	8,669	5,563	-35.8
พนักงานบริษัทเอกชน	8,560	7,416	-13.4
ลูกจ้างรัฐ/ลูกจ้างมีฝีมือ	8,477	7,694	-9.2
ค้าขาย	8,443	9,353	10.8
เกษตรกร	8,045	7,641	-5.0
นักเรียน/นักศึกษา	7,846	6,591	-16.0

ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ต่อการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง) จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

อีกกลุ่มอาชีพหนึ่งที่พบว่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย คือ กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเดินทางอยู่ที่ 7,205 บาท ในขณะที่คนในกลุ่มอาชีพเดียวกันในภาพรวม 10 จังหวัดใช้จ่ายเฉลี่ย 9,600 บาท ต่อครั้งการเดินทาง

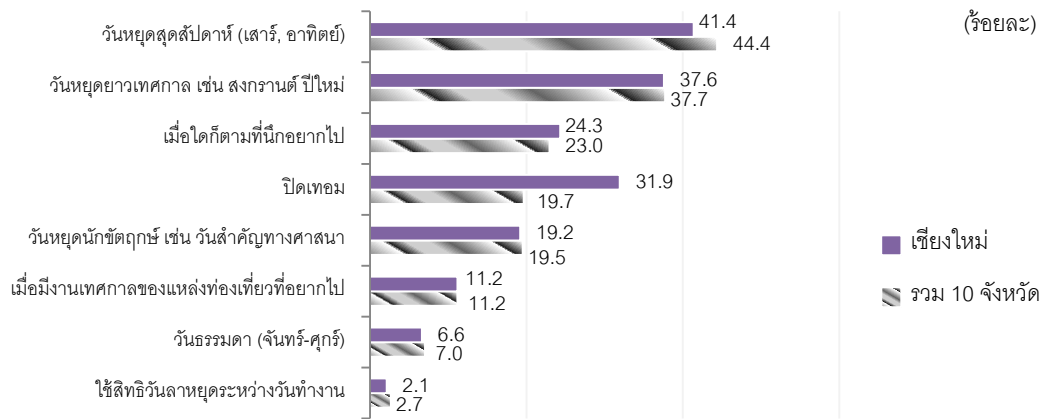
ในขณะที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ประกอบอาชีพค้าขาย และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอรอบนอกใช้จ่ายกับการเดินทางท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือสูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมเล็กน้อยเท่ากับ 9,353 บาทและ 10,284 บาทต่อการเดินทางตามลำดับ

## 2.7 ช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

การเลือกช่วงเวลาสำหรับเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับชาวจังหวัดอื่น ๆ ในพื้นที่ศึกษา กล่าวคือ ส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 41.4) หรือวันหยุดยาวเทศกาล (ร้อยละ 37.6)

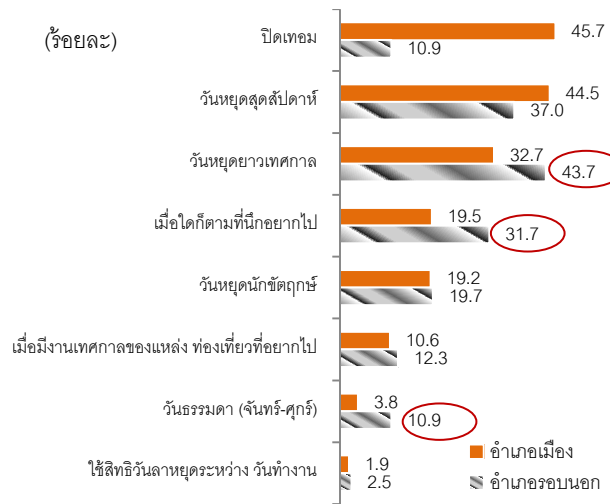
เนื่องจากประมาณร้อยละ 40.0 ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปีใน 2 ปีที่ผ่านมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา ดังนั้น ผลการสำรวจจึงพบว่ามีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ถึงร้อยละ 31.9 ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปิดเทอม





แผนภูมิภาพที่ 22 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด

เช่นเดียวกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ศึกษาอื่นๆ ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ใช้สิทธิลาหยุดระหว่างวันทำงาน หรือออกท่องเที่ยวช่วงวันธรรมดามีสัดส่วนน้อยมาก เพียงร้อยละ 2.1 และร้อยละ 6.6 ตามลำดับเท่านั้น



แผนภูมิภาพที่ 23 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

อย่างไรก็ดี เมื่อแยกวิเคราะห์การเลือกช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่ามีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก กล่าวคือผู้เดินทางอำเภอรอบนอกส่วนใหญ่ ร้อยละ 43.7 เลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวเทศกาล เช่น สงกรานต์ หรือ ปีใหม่ มากที่สุด และมีสัดส่วนของผู้ที่เลือกเดินทาง “เมื่อใดก็ตามที่นึกอยากไป” หรือช่วงระหว่าง “วันธรรมดา” สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมาก มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 31.7 และร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบช่วงการเดินทางตามภูมิหลังทางกายภาพ พบว่าในขณะที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพศหญิงมีแนวโน้มเลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในช่วงวันหยุดไม่ว่าจะเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดตามเทศกาล หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์สูงกว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพศชายอยู่บ้าง ขณะที่หากเป็นการใช้สิทธิลาหยุดท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา ผู้เดินทางเพศชายกลับมีแนวโน้มที่จะเลือกการเดินทางในช่วงดังกล่าวสูงกว่าผู้เดินทางเพศหญิง

ช่วงเวลาที่ใช้เลือกเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ (ร้อยละ)								
	เชียงใหม่ โดยรวม	ชาย	หญิง	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	มากกว่า 60 ปี
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์, อาทิตย์)	41.1	38.3	43.4	47.4	38.5	41.2	33.7	34.8	22.2
วันหยุดยาวเทศกาล เช่น สงกรานต์ปีใหม่	37.6	33.6	40.1	32.6	41.0	42.2	51.6	28.8	33.3
ปิดเทอม	31.9	26.0	35.7	57.7	10.3	10.8	17.9	9.1	5.6
เมื่อใดก็ตามที่นึกอยากไป	24.3	24.5	24.1	16.8	23.1	21.6	31.6	45.5	61.1
วันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันสำคัญทางศาสนา	19.2	16.6	20.9	19.0	21.4	24.5	20.0	9.1	11.1
เมื่อมีงานเทศกาลของแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไป	11.2	9.7	12.1	9.7	11.1	12.7	16.8	9.1	5.6
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	6.6	9.0	5.1	1.9	14.5	11.8	5.3	4.5	22.2
ใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงาน	2.1	3.2	1.4	0.3	3.4	5.9	4.2	0.0	0.0

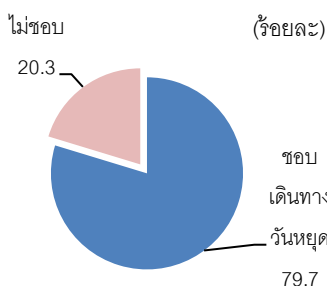
ตารางที่ 4 แสดงการเลือกช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามเพศและช่วงอายุ

นอกจากนี้ ยังพบว่าวัยรุ่น/นักศึกษาชอบเลือกเดินทางช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือรอช่วงปิดเทอม ส่วนผู้ใหญ่วัยทำงานระยะต้นถึงตอนปลาย นิยมท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาวเทศกาล หรือมีฉะนั้นมักใช้เวลาในช่วงวันธรรมดา หรือใช้สิทธิ์วันลาหยุดระหว่างวันทำงาน แต่สำหรับผู้ใหญ่อายุ 51 ปีขึ้นไป โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัย นอกจากจะเดินทางช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดยาวเทศกาลแล้วยังมีแนวโน้มเลือกเดินทาง “เมื่อใดก็ตามที่นึกอยากไป” สูงกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ

เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดต่างๆมีความหนาแน่นสูงอยู่แล้วดังนั้นการพิจารณาเหตุผลของกลุ่มคนที่เลือกเดินทางในช่วงวันธรรมดา(เป็นบางครั้ง)จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยพบว่าเหตุผลที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เลือกเดินทางในวันธรรมดา ได้แก่

- คนน้อย/ไม่เยอะ ไม่วุ่นวาย / ไม่พลุกพล่าน / มีความเป็นส่วนตัวมากกว่า / เป็นวันที่คนไม่นิยมไปเที่ยวกัน / ไม่ชอบนักท่องเที่ยวจำนวนมากๆ ประมาณ 2 ใน 3 (ร้อยละ 66.7)
- ผู้ที่จะร่วมเดินทางไปด้วยหยุดตรงกับวันธรรมดา / ตรงกับวันหยุดของคนในครอบครัว / ขึ้นอยู่กับความสะดวกของคนที่จะไปด้วย (ร้อยละ 11.7)
- การเดินทางสะดวก รถไม่ติด / ที่จอดรถสะดวก / ไม่ต้องกลัวว่าจะมีคนเดินทางมาก สามารถเลือกเดินทางได้ (ร้อยละ 10.0)

(หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา)



ส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด วันนักขัตฤกษ์ เทศกาล หรือช่วงวันหยุดยาวนั้นพบว่าร้อยละ 79.7 “ชอบ” ที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าว ขณะที่อีกร้อยละ 20.3 เลือกเดินทางในวันพลุกพล่านด้วยความจำเป็น (“ไม่ชอบ”)

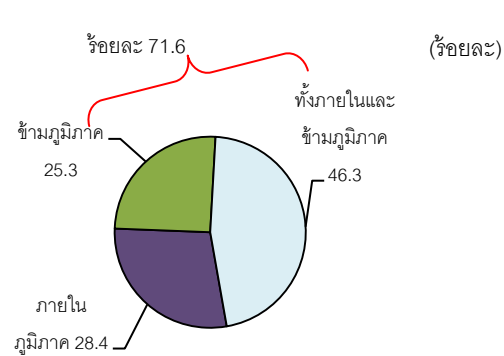
แผนภูมิภาพที่ 24 แสดงสัดส่วนทัศนคติต่อการเดินทางในวันหยุดหรือเทศกาล เฉพาะกลุ่มที่เลือกเดินทางในช่วงดังกล่าว

สำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ “ไม่ชอบ” การเดินทางในช่วงวันหยุดเทศกาล หรือช่วงวันหยุดยาว แต่มีความจำเป็นบางประการที่ต้องเลือกเดินทางในวันหยุด ได้ให้เหตุผลหรือข้อเสนอแนะเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา ความวุ่นวาย แออัดของนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเวลาดังกล่าวไว้ดังนี้

- เลี่ยงไปอยู่ในจุดที่คนน้อย ๆ (ร้อยละ 41.8)
- ไม่ได้ทำอะไร ก็ต้องทำใจยอมรับเพราะเลี่ยงไม่ได้ (ร้อยละ 29.1)
- เลือกสถานที่ที่คนไม่ค่อยนิยมไปเที่ยว (ร้อยละ 23.1)

(หมายเหตุ :สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางวันหยุดด้วยความจำเป็น)

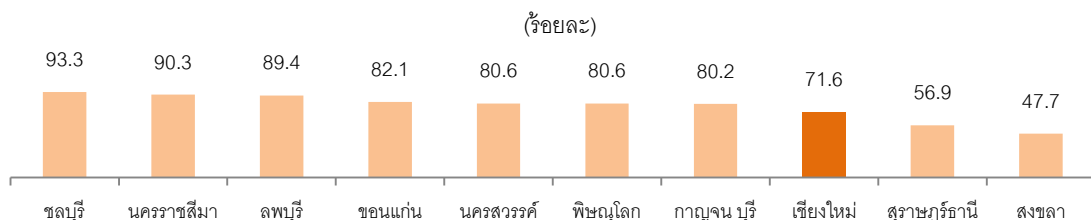
## 2.8 การเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่



แผนภูมิภาพที่ 25 แสดงสัดส่วนการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

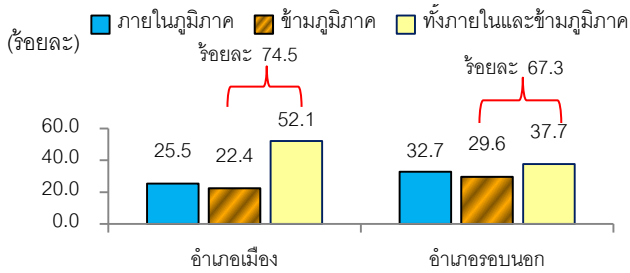
หากพิจารณาเป้าหมายการเดินทางของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (เฉพาะการเดินทางแบบพักค้างคืน) พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.3 มีประสบการณ์เดินทาง ทั้งภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาค (เดินทางหลายครั้ง) ขณะที่มีกลุ่มเป้าหมายได้เดินทางภายในภูมิภาคอย่างเดียว หรือเลือกเดินทางข้ามภูมิภาคอย่างเดียวมีสัดส่วน ร้อยละ 28.4 และร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่า มีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ (เฉพาะที่เดินทางค้างคืนต่างจังหวัดตามคุณลักษณะที่กำหนด) ในสัดส่วนร้อยละ 71.6 ที่มีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาและเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ในการศึกษารั้งนี้ พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคน้อยกว่าการเดินทางข้ามภูมิภาคของผู้เดินทางชาวจังหวัดอื่น ๆ ค่อนข้างมาก เว้นเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดในภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดสงขลา ซึ่งทั้งสองจังหวัดนี้มีสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่เลือกท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคอยู่ที่ประมาณครึ่งหนึ่งเท่านั้น (ร้อยละ 56.9 และร้อยละ 47.7 ตามลำดับ)



แผนภูมิภาพที่ 26 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคเปรียบเทียบกับอีก 9 จังหวัดที่ทำการศึกษา

## 2.8.1 เปรียบเทียบการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคระหว่างกลุ่มเป้าหมายในผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก



แผนภูมิภาพที่ 27 แสดงสัดส่วนของการเดินทางภายในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคในผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

ในภาพรวมกล่าวได้ว่า ผู้เดินทางอำเภอเมือง มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคมากกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมาก (ร้อยละ 52.1 กับร้อยละ 22.4 เท่ากับร้อยละ 74.5 ในอำเภอเมือง และร้อยละ 37.7 กับร้อยละ 29.6 เท่ากับร้อยละ 67.3 ในอำเภอรอบนอก)

ในทิศทางตรงกันข้ามพบว่ากลุ่มผู้เดินทางอำเภอรอบนอกก็มีแนวโน้มเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนภายในภูมิภาคอย่างเดียว (ร้อยละ 32.7) มากกว่ากลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 25.5)

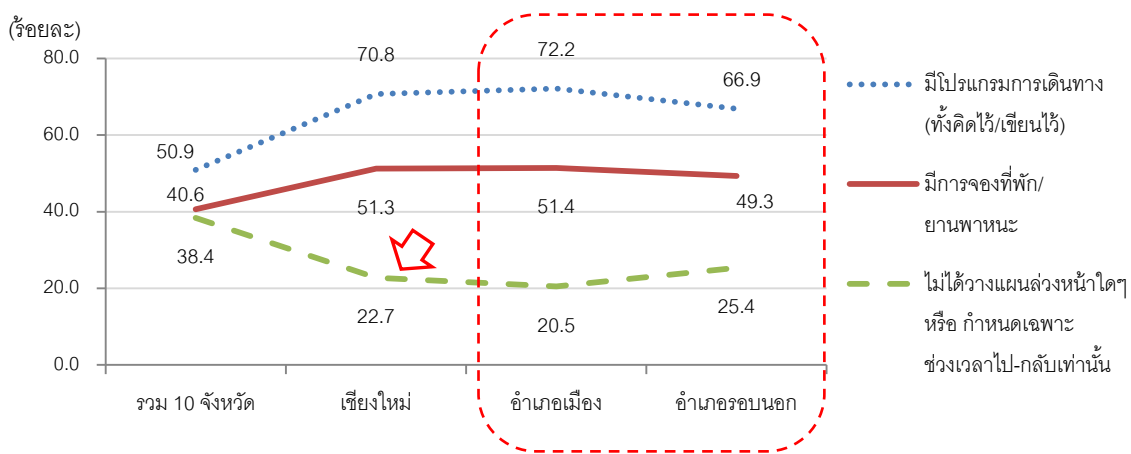
ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยความถี่ไม่มากนัก แต่หากตัดสินใจเดินทางแล้วก็มีแนวโน้มพักค้างคืนนานวันกว่าผู้เดินทางจากพื้นที่อื่นๆอยู่บ้าง โดยเฉพาะผู้เดินทางที่เป็นกลุ่มนักธุรกิจ เจ้าของกิจการหรือค้าขาย อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้ เลือกเดินทางท่องเที่ยวชายทะเลที่ไกลๆ หรือแหล่งช้อปปิ้งในกรุงเทพฯ ขณะที่กลุ่มนักศึกษา หรือผู้เดินทางที่เริ่มต้นทำงานซึ่งมีทรัพยากรน้อยกว่าก็นิยมเลือกเดินทางในพื้นที่ที่มีระยะทางไม่ไกลนัก และใช้เวลาพักค้างคืนน้อยกว่ากลุ่มแรก

## บทที่ 3 การวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว

### 3.1 วิธีการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและช่วงเวลาเตรียมการ

ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีแนวโน้มจะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้าอย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นกำหนดโปรแกรมการเดินทาง การจองที่พัก หรือพาหนะในการเดินทางมีสัดส่วนสูงกว่าผู้เดินทางชาวจังหวัดอื่นๆ ที่ทำการศึกษาในภาพรวม

มีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ “ไม่ได้วางแผนล่วงหน้าใดๆ” หรือ “กำหนดเฉพาะช่วงเวลาไป-กลับเท่านั้น” ในสัดส่วนร้อยละ 22.7 ในขณะที่ภาพเฉลี่ยรวมของกลุ่มเป้าหมายใน 10 จังหวัด ของกลุ่มที่ไม่มี การวางแผนเท่ากับร้อยละ 38.4

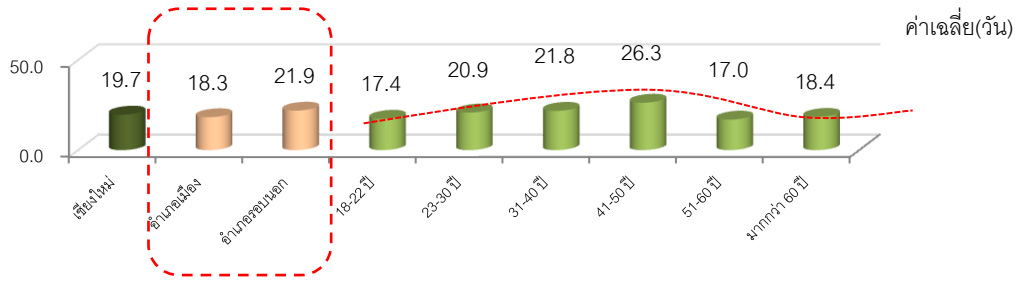


แผนภูมิภาพที่ 28 แสดงลักษณะการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

กล่าวได้ว่าสัดส่วนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีการกำหนดโปรแกรมการเดินทางสูงถึงร้อยละ 70.8 และโดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมือง สัดส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 72.2 ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก มีสัดส่วนผู้ที่กำหนดโปรแกรมการเดินทางต่ำกว่าเล็กน้อยเท่ากับร้อยละ 66.9

นอกจากนี้สัดส่วนของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ทำการจองที่พักหรือจองยานพาหนะล่วงหน้าก็เป็นสัดส่วนค่อนข้างสูงถึงร้อยละ 51.3 สูงกว่าภาพรวม 10 จังหวัดซึ่งมีสัดส่วนผู้ที่จองที่พักหรือจองยานพาหนะล่วงหน้าเท่ากับร้อยละ 40.6 ค่อนข้างมาก

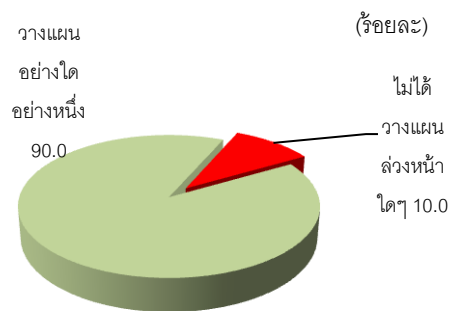
ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ใช้เวลาในการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดแบบพักค้างคืนนานเกือบ 20 วัน (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 19.7 วัน) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัดอยู่ที่ 18.4 วัน และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกใช้เวลาเตรียมการล่วงหน้าก่อนเดินทางนานถึง 3 สัปดาห์ (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 21.9 วัน) ในขณะที่ผู้เดินทางอำเภอเมืองใช้เวลาเตรียมการเพียงประมาณ 2 สัปดาห์ หรือโดยเฉลี่ย 18.3 วัน



แผนภูมิภาพที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่ใช้ในการวางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบกับผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอก และเปรียบเทียบระหว่างช่วงอายุ

ระยะเวลาที่ใช้ในการเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้ามีแนวโน้มจะมากขึ้นเมื่อผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีอายุเข้าสู่วัยทำงานแล้วตั้งแต่ 23 ปี ไปจนถึง 50 ปี โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 41-50 ปีนั้นใช้เวลาเตรียมการก่อนล่วงหน้าถึงเกือบ 1 เดือน (ค่าเฉลี่ย 26.3 วัน) แต่เมื่อผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เริ่มเข้าสู่วัยเกษียณอายุ พบว่ามีแนวโน้มจะใช้เวลาน้อยลงในการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างจังหวัด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 17.0 วัน สำหรับกลุ่มอายุ 51-60 ปี และค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 18.4 วัน สำหรับกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี

ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ร้อยละ 10.0 ที่มิได้มีการเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้าใดๆ แม้กระทั่งกำหนดเวลาเดินทางไปกลับที่แน่นอน หรือกล่าวได้ว่าต้องการเดินทางเมื่อใดก็ได้ไป อยากกลับเมื่อใดก็เมื่อนั้น โดยกลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มนี้ได้แสดงเหตุผลที่เดินทางในลักษณะดังกล่าวไว้ว่า



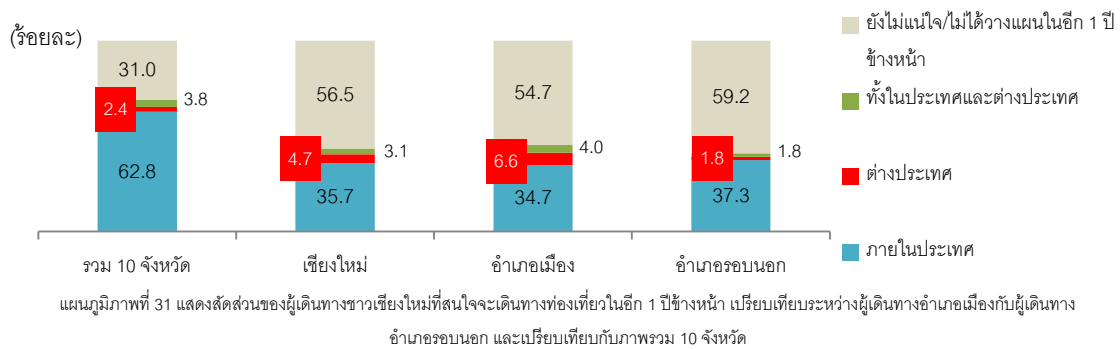
แผนภูมิภาพที่ 30 แสดงสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่วางแผนล่วงหน้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด

- การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องของโอกาส หากรู้สึกว่างตอนไหนก็ไปตอนนั้น (ร้อยละ 67.6)
- เพราะลักษณะงาน การประกอบอาชีพ มีเวลาการทำงานไม่แน่นอนหรือกำหนดวันหยุดล่วงหน้าไม่ได้ (ร้อยละ 39.4)
- เพราะวางแผนแล้วไม่ค่อยได้ไป (ร้อยละ 11.3)  
เหตุผลอื่นๆ อาทิ
- แล้วยแต่ความสะดวก (เวลา) ของคนในครอบครัว / ต้องไปตามวันที่ครอบครัวว่าง (ร้อยละ 4.2)
- ไม่มีข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวหรือที่พัก ไปหาเอาข้างหน้าเอง (ร้อยละ 2.8)
- มีค่าใช้จ่ายพร้อมก็เดินทางเลย ขึ้นอยู่กับความสะดวก (เงิน) (ร้อยละ 1.4)  
(หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มผู้เดินทางที่มีได้มีการเตรียมแผนการเดินทางล่วงหน้าใดๆเลย)

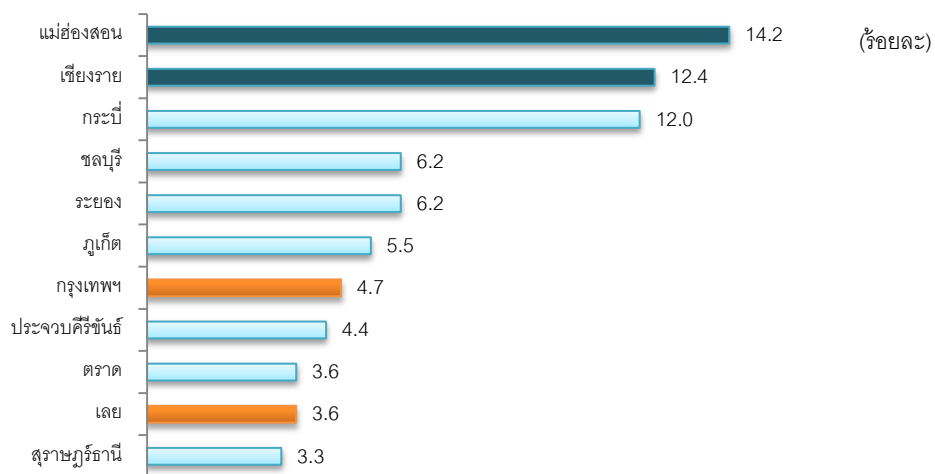
### 3.2 ช่วงเวลาและเป้าหมายในแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า

เมื่อสอบถามถึงแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มากกว่าครึ่งหนึ่งยังไม่แน่ใจ หรือยังไม่ได้วางแผนแน่นอนว่าจะเดินทางไปเที่ยว (ร้อยละ 56.5) สัดส่วนผู้ที่ยังไม่แน่ใจ นับว่าสูงมากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัดซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 31.0 เท่านั้น

มีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพียงร้อยละ 35.7 ที่วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ น้อยกว่าภาพรวม 10 จังหวัด (ร้อยละ 62.8) อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่อีกร้อยละ 4.7 วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวยังต่างประเทศ และร้อยละ 3.1 วางแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ



หากเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนการเดินทางท่องเที่ยวในอีก 1 ปีข้างหน้าคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มากกว่าครึ่งหนึ่ง “ยังไม่แน่ใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ใด/ ยังไม่ได้วางแผนไว้” (ผู้เดินทางอำเภอเมือง ร้อยละ 54.7 และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก ร้อยละ 59.2) และเช่นเดียวกันสำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่วางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่าสัดส่วนของผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอกค่อนข้างใกล้เคียงกันเท่ากับร้อยละ 38.7 และร้อยละ 39.1 ตามลำดับ โดยข้อแตกต่างประการเดียวที่พบ ได้แก่ ผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแผนที่จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกอยู่บ้าง (ร้อยละ 6.6 และร้อยละ 1.8 ตามลำดับ)



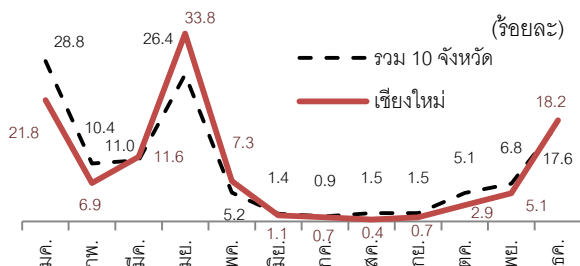
แผนภูมิภาพที่ 32 แสดงสัดส่วนเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวไปนอีก 1 ปีข้างหน้า

สำหรับเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในปี 2554 ยังคงเป็นจังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เช่นเดียวกันกับในช่วงที่ผ่านมา ได้แก่ เป้าหมายจังหวัดเชียงราย หรือจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งยังคงเป็นทางเลือกลำดับต้นๆ สำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่วางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในอีก 1 ปีข้างหน้า ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวในลำดับอื่นๆ พบว่าเป็นจังหวัดข้ามภูมิภาคที่มีพื้นที่ติดทะเลเกือบทั้งหมด อาทิ จังหวัดกระบี่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดภูเก็ต มีเพียงกรุงเทพฯ และจังหวัดเลย ที่มีใช่แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่ติดอันดับเป้าหมายการเดินทางในปีหน้าเป็นลำดับต้นๆ สำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายในแผนการเดินทางของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ทั้งที่อยู่ในอำเภอเมืองและในอำเภอรอบนอก พบว่านอกจากเป้าหมายจังหวัดเชียงรายและจังหวัดแม่ฮ่องสอนซึ่งเป็นเป้าหมายยอดนิยมของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ทั้งหมดแล้ว ผู้เดินทางอำเภอเมืองให้ความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจังหวัดเลย ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอก อยู่บ้างขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกให้ความสนใจ จังหวัดหนองคาย และจังหวัดตราด มากกว่าผู้เดินทางอำเภอเมือง

เป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวใน 1 ปีข้างหน้า				
อันดับ	ผู้เดินทางอำเภอเมือง	ร้อยละ	ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก	ร้อยละ
1.	แม่ฮ่องสอน	15.2	เชียงราย	15.3
2.	กระบี่	13.4	แม่ฮ่องสอน	12.6
3.	เชียงราย	10.4	กระบี่	9.9
4.	ชลบุรี	5.5	ระยอง	8.1
5.	ภูเก็ต	5.5	ชลบุรี	7.2
6.	สุราษฎร์ธานี	5.5	ภูเก็ต	5.4
7.	ระยอง	4.9	หนองคาย	5.4
8.	กรุงเทพฯ	4.9	กรุงเทพฯ	4.5
9.	ประจวบคีรีขันธ์	4.9	ประจวบคีรีขันธ์	3.6
10.	เลย	4.3	ตราด	3.6

ตารางที่ 5 แสดงเป้าหมายการเดินทาง 10 อันดับแรกของผู้เดินทางอำเภอเมืองและผู้เดินทางอำเภอรอบนอกสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปในอีก 1 ปีข้างหน้า

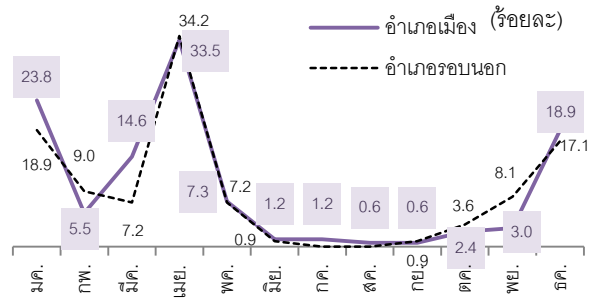


แผนภูมิภาพที่ 33 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่วางแผนใช้ในอีก 1 ปีข้างหน้า

ช่วงเวลาที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ให้ความสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเฉพาะตั้งแต่เดือนมีนาคม-พฤษภาคม ซึ่งตรงกับช่วงปิดเทอม สัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่วางแผนจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลานี้ค่อนข้างสูงกว่าผู้เดินทางต่างจังหวัดอื่น ๆ ในภาพรวม



นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีแนวโน้มจะหลีกเลี่ยงการเดินทางในช่วงเดือนมีนาคม ขณะที่แสดงความจำนงเดินทางในช่วงเดือนพฤศจิกายน แตกต่างกับผู้เดินทางอำเภอเมืองอยู่บ้าง ส่วนช่วงเวลานั้น มีสัดส่วนการเดินทางที่คล้ายคลึงกันมาก

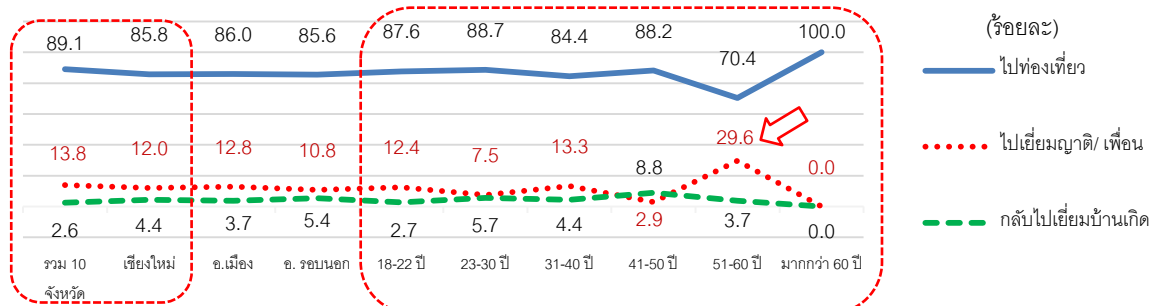


แผนภูมิภาพที่ 34 แสดงช่วงเวลาของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมืองกับผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

### 3.3 จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้า (ร้อยละ 38.8) ถึง “จุดประสงค์” ของการเดินทางดังกล่าว พบว่าส่วนใหญ่แสดงเหตุผลที่คล้ายกันกับผู้เดินทางชาวจังหวัดอื่นๆ กล่าวคือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 85.8 ระบุว่าเป็นการเดินทางเพื่อ “ไปท่องเที่ยว” ขณะที่ร้อยละ 12.0 เดินทางเพื่อ “ไปเยี่ยมญาติ/ เพื่อน” อย่างไรก็ตามพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีสัดส่วนผู้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อ “กลับไปเยี่ยมบ้านเกิด” ค่อนข้างสูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวม 10 จังหวัด โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

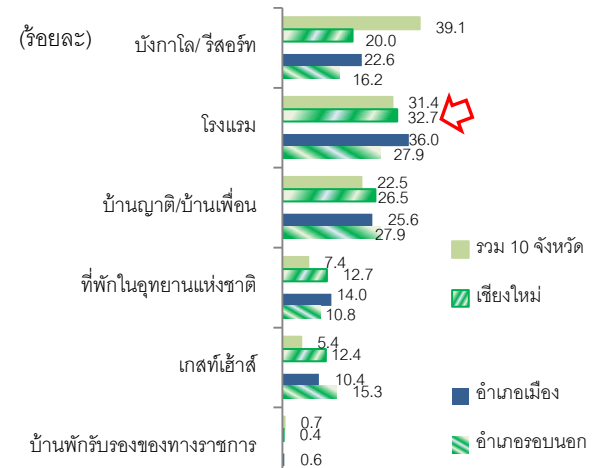
เมื่อพิจารณาตามลักษณะภูมิหลังทางกายภาพ พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่อายุ 51-60 ปี เป็นกลุ่มเดียวที่มี “จุดประสงค์” ของการท่องเที่ยวเดินทางเพื่อ “ไปเยี่ยมญาติ/ เพื่อน” ในสัดส่วนที่สูง (ร้อยละ 29.6) มากกว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในช่วงอายุอื่นๆ



แผนภูมิภาพที่ 35 แสดง "จุดประสงค์" ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

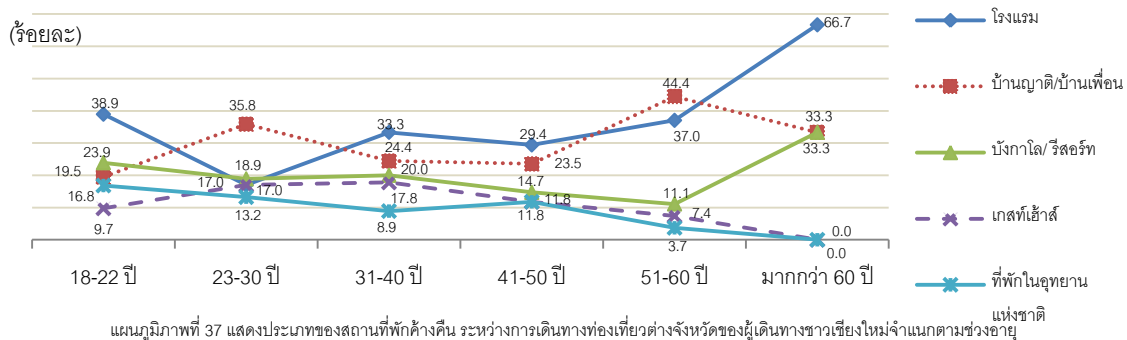
### 3.4 ประเภทของสถานที่พักค้างคืน (เฉพาะการเดินทางภายในประเทศ)

เมื่อสอบถามผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่สนใจจะเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้า (ร้อยละ 38.8) ถึง “ประเภทของสถานที่พักค้างคืน” พบว่าส่วนใหญ่ ประมาณ 1 ใน 3 นิยมเลือกที่พักประเภท “โรงแรม” ร้อยละ 32.7 รองลงมาได้แก่ “บ้านญาติ/บ้านเพื่อน” ร้อยละ 26.5



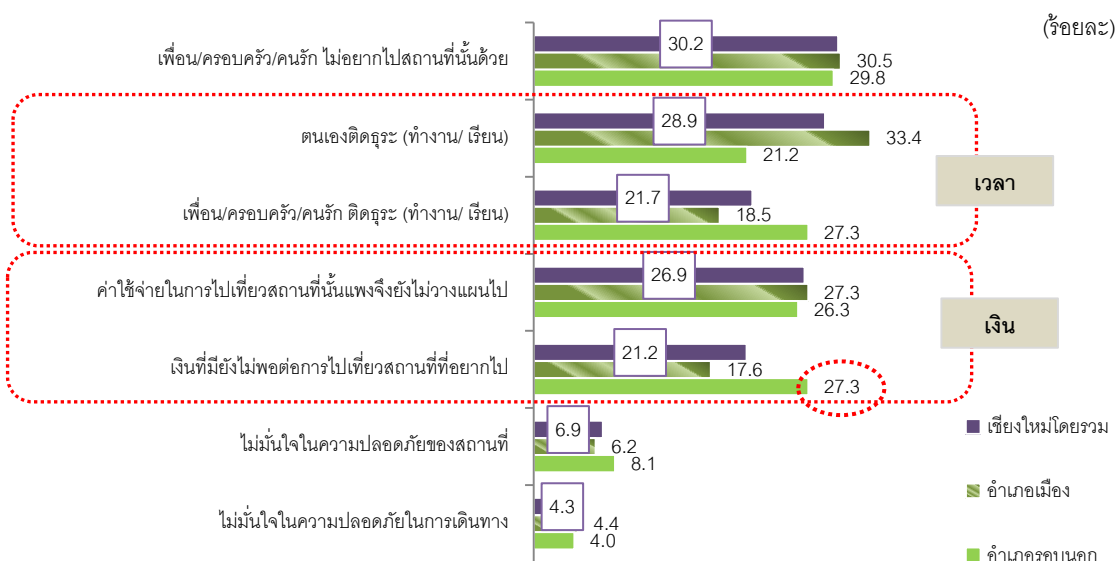
แผนภูมิภาพที่ 36 แสดงประเภทของสถานที่พักค้างคืน ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

หากเปรียบเทียบกับภาพรวม 10 จังหวัด ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอรอบนอก มีแนวโน้มที่จะเลือกพักค้างที่ “บ้านญาติ/บ้านเพื่อน” หรือ “ที่พักในอุทยานแห่งชาติ” หรือ “เกสต์เฮ้าส์” ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษา และในทิศทางตรงกันข้ามที่พักประเภท “บังกาโล/รีสอร์ท” ซึ่งเป็นที่พักที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (ร้อยละ 39.1) จากการสำรวจในภาพรวม 10 จังหวัด กลับไม่ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มากนัก (มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20.0)



ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในช่วงวัยที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มนิยมประเภทของที่พักแตกต่างกันไป โดยพบว่า ที่พักประเภท “โรงแรม” ได้รับความนิยมมากขึ้น เมื่ออายุเพิ่มขึ้น ในขณะที่ที่พักประเภท “บังกาโล/รีสอร์ท” และ “ที่พักในอุทยานแห่งชาติ” จะเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มอายุน้อย ความนิยมต่อที่พักทั้งสองประเภทยังลดลงเมื่ออายุเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับที่พักประเภท “เกสต์เฮ้าส์” ที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่วัยเริ่มทำงาน ไปจนถึงผู้ใหญ่วัย 40 ปี มากกว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่อยู่ในช่วงอายุอื่นๆ ขณะที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มอายุ 23-30 ปี และกลุ่มผู้ใหญ่วัยอายุ 51-60 ปี เป็นสองกลุ่มที่มีสัดส่วนการเดินทางไปพักบ้านญาติ/เพื่อน สูงกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ

### 3.5 ข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุด

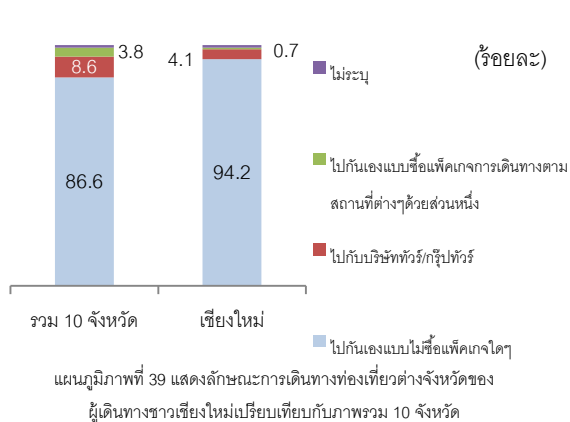


แผนภูมิภาพที่ 38 แสดงสัดส่วนข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดในอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

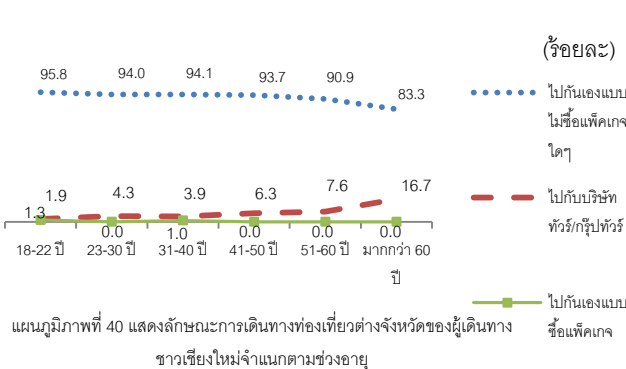
ในกลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีแผนเดินทางท่องเที่ยว แต่ระบุสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไป และอยากไปมากที่สุด กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจจะเดินทางไปในอีก 1 ปีข้างหน้าเป็นคนละแห่งกัน เมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ทำให้ไม่คิดวางแผนเดินทางไปยังสถานที่ที่อยากไปมากที่สุดแต่ยังไม่เคยไป ในช่วง 1 ปีข้างหน้าอย่างที่ท่านเองได้ฝันไว้ นั้นพบว่าอาจสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเด็นหลัก โดยประเด็นแรกเกี่ยวกับความพร้อมและความเห็นที่ยังไม่ตรงกันของมวลสมาชิก ซึ่งในกรณีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 30.2 นอกนั้นเป็นประเด็นเกี่ยวกับข้อจำกัดด้าน “เวลา” ทั้งตนไม่ว่าง (ร้อยละ 28.9) หรือคนอื่นไม่ว่าง (ร้อยละ 21.7) และประเด็นข้อจำกัดเกี่ยวกับ “เงิน/งบประมาณการเดินทางที่จะต้องใช้” ทั้งที่แจ่งว่าเตรียมไว้ไม่เพียงพอ (ร้อยละ 21.2) หรือทราบแล้วว่า การเดินทางต้องใช้บสูง จึงไม่ได้คิดเดินทางไปอย่างจริงจัง (ร้อยละ 26.9) เป็นต้น ส่วนข้อจำกัดในด้านอื่นๆ เกี่ยวกับด้านความปลอดภัยทั้งที่เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ (ร้อยละ 6.9) และประเด็นเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง (ร้อยละ 4.3) ตามลำดับ

นอกจากนั้นหากพิจารณาข้อจำกัดเปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก พบว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองมีแนวโน้มติดข้อจำกัดด้านเวลา ขณะที่ผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีโอกาสเกิดเงื่อนไขด้านค่าใช้จ่ายมากกว่าอยู่บ้าง

### 3.6 วิธีการเดินทางและพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว



เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเอง โดยไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ คิดเป็นร้อยละ 94.2 สูงที่สุดเมื่อเทียบกับผู้เดินทางจังหวัดอื่นๆ (ค่าเฉลี่ยของ 10 จังหวัดที่ทำการศึกษานี้ อยู่ที่ร้อยละ 86.6) และในขณะที่ภาพรวม 10 จังหวัดมีสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของบริษัททัวร์ หรือไปแบบกรุ๊ปทัวร์คิดเป็นร้อยละ 8.6 ขณะที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะไปกับทัวร์มีเพียงร้อยละ 4.1 เท่านั้น โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพียงร้อยละ

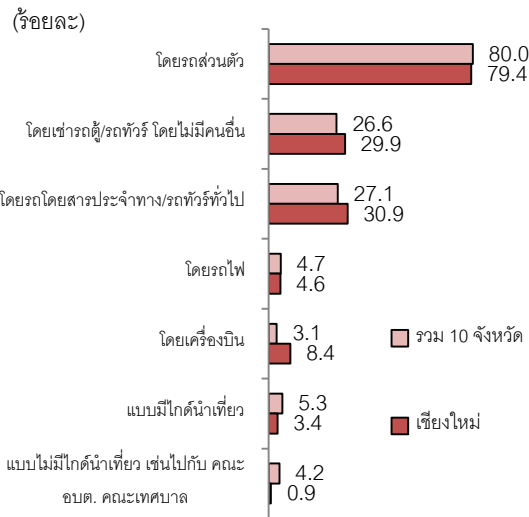


เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่ผู้คนส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกันเอง โดยไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ คิดเป็นร้อยละ 94.2 สูงที่สุดเมื่อเทียบกับผู้เดินทางจังหวัดอื่นๆ (ค่าเฉลี่ยของ 10 จังหวัดที่ทำการศึกษานี้ อยู่ที่ร้อยละ 86.6) และในขณะที่ภาพรวม 10 จังหวัดมีสัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการของบริษัททัวร์ หรือไปแบบกรุ๊ปทัวร์คิดเป็นร้อยละ 8.6 ขณะที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่นิยม

เดินทางท่องเที่ยวในลักษณะไปกับทัวร์มีเพียงร้อยละ 4.1 เท่านั้น โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เพียงร้อยละ 0.7 เลือกซื้อแพ็คเกจตามงานส่งเสริมการขาย หรือโปรโมชั่นต่าง ๆ แล้วเดินทางไปกันเอง

เมื่อพิจารณารูปแบบการเดินทางตามช่วงอายุของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวกันเอง แบบไม่ซื้อแพ็คเกจใดๆ ได้รับความนิยมในหมู่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่อายุน้อย แต่เมื่อมีอายุมากขึ้น

ลักษณะการเดินทางดังกล่าว กลับมีแนวโน้มลดลง โดยผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มอายุมากขึ้นหันไปใช้บริการบริษัททัวร์มากขึ้น จากสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 2.0 ในกลุ่มอายุ 18-22 ปี เพิ่มขึ้นตามอายุโดยลำดับ เป็นร้อยละ 6.3 ในกลุ่มอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 7.6 ในกลุ่มอายุ 51-60 ปี และสูงถึงร้อยละ 16.7 ในกลุ่มผู้สูงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป



แผนภูมิภาพที่ 41 แสดงภาพรวมของพาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

สำหรับภาพรวมของพาหนะในการเดินทางพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 79.4) เช่นเดียวกับ กลุ่มผู้เดินทางในภาพรวม (ร้อยละ 80.0) รองลงมาเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยการเช่ารถตู้ไปกันเฉพาะในกลุ่มของตน ซึ่งมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมการเดินทางในลักษณะนี้ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 29.9 รวมถึงการเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทางทั่วไป ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 30.9 ใกล้เคียงกับสัดส่วนการใช้พาหนะของกลุ่มตัวอย่างของจังหวัดอื่นๆในพื้นที่ศึกษา

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เดินทางท่องเที่ยวด้วย “เครื่องบิน” ในสัดส่วนถึงร้อยละ 8.4 สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม 10 จังหวัด ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 3.1 เท่านั้น

สำหรับสัดส่วนผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เดินทางเป็นคณะทั้งการเดินทางกับบริษัททัวร์แบบมีไกด์และแบบไม่มีไกด์ เช่นไปกับคณะโรงเรียน คณะอบต. มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 3.4 และร้อยละ 0.9 ตามลำดับ โดยพบแนวโน้มที่น่าสนใจว่ากลุ่มผู้เดินทางเป็นคณะทัวร์มีไกด์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนสูงอายุ ้วยทำงานตอนปลายถึงวัยเกษียณ ที่มีเศรษฐกิจระดับดี (หมายเหตุผู้วิจัย: ขณะที่กลุ่มคนที่เดินทางเป็นคณะแบบไม่มีไกด์เช่น คณะโรงเรียน คณะอบต.ชาวเชียงใหม่มีแนวโน้มเป็นคนวัยทำงานระยะกลางอายุ 41-50 ปี ที่มีเศรษฐกิจระดับปานกลาง)

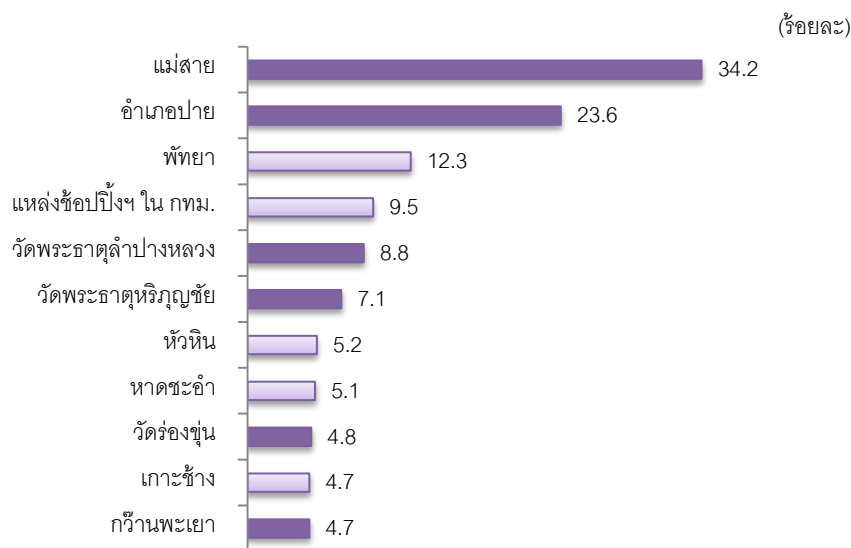
กล่าวสรุปในส่วนนี้ได้ว่า มีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก โดยหากจะท่องเที่ยวก็มักเลือกเป้าหมายแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงหากตัดสินใจเดินทางไกลก็มักเป็นนักเดินทางที่มีการวางแผนล่วงหน้า หรือเตรียมการเรื่องที่พักไว้ก่อน โดยมีสัดส่วนกลุ่มที่คาดว่าจะเดินทางในอนาคตอันไกล (1 ปีข้างหน้า) ไม่มากนัก (ไม่ถึงกึ่งหนึ่ง) และพบว่าเป้าหมายการเดินทางก็ยังคงเป็นจังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดแม่ฮ่องสอน

อย่างไรก็ตามมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนไม่น้อย ที่เลือกวางแผนเดินทางข้ามภูมิภาค โดยเฉพาะการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล อย่างจังหวัดกระบี่ จังหวัดชลบุรี หรือจังหวัดระยอง ในวันหยุดยาวช่วงเทศกาลสงกรานต์ โดยใช้พาหนะรถยนต์ส่วนตัว หรือรถตู้ที่เช่าไปกันเอง รวมถึงรถประจำทางที่วิ่งระหว่างจังหวัดเชียงใหม่กับเมืองชายทะเลภาคตะวันออก

## บทที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม

### 4.1 แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

หากรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เคยเดินทางไปเยี่ยมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ทั้งการเดินทางแบบพักค้างคืนและการเดินทางแบบเช้าไปเย็นกลับ พบว่าอำเภอแม่สลาย จังหวัดเชียงราย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในสัดส่วนสูงที่สุดถึงร้อยละ 34.2 รองลงมาได้แก่ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้รับความนิยมในสัดส่วนรองลงมาร้อยละ 23.6



แผนภูมิภาพที่ 42 แสดงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม 10 อันดับแรกของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เคยไปเยี่ยมเยือนในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ชื่นชอบ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ภายในภูมิภาคเดียวกันกับจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น (แสดงโดยกราฟแท่งสีเข้ม) และเป็นสถานที่ตั้งของวัดที่สำคัญๆ หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็น วัดพระธาตุลำปางหลวง จ.ลำปาง (ร้อยละ 8.8) วัดพระธาตุหริภุญชัย จ.ลำพูน (ร้อยละ 7.1) หรือวัดร่องขุน จ.เชียงราย (ร้อยละ 4.8) กว๊านพะเยา จ.พะเยา ก็ติดอันดับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เช่นกันที่ร้อยละ 4.7

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมภายนอกภูมิภาค (แสดงโดยกราฟแท่งสีอ่อน) อันดับหนึ่งได้แก่ พัทยา จ.ชลบุรี (ร้อยละ 12.3) รองลงมาได้แก่ แหล่งช้อปปิ้งตามห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ (ร้อยละ 9.5) ขณะที่แหล่งเที่ยวนอกภูมิภาคอื่นๆ ล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลทั้งสิ้น ได้แก่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งได้รับความนิยมเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาจากผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 5.2 ร้อยละ 5.1 และร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

## 4.2 แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

ภายหลังจากทราบแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมเดินทางไป (ในอดีต) แล้วคราวนี้ มาพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด ซึ่งพบว่ามากกว่า ครึ่งหนึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล โดยเฉพาะ “เกาะพีพี จังหวัดกระบี่” และทะเลจังหวัดภูเก็ต นั้น มีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ถึงร้อยละ 13.3 และร้อยละ 5.8 ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

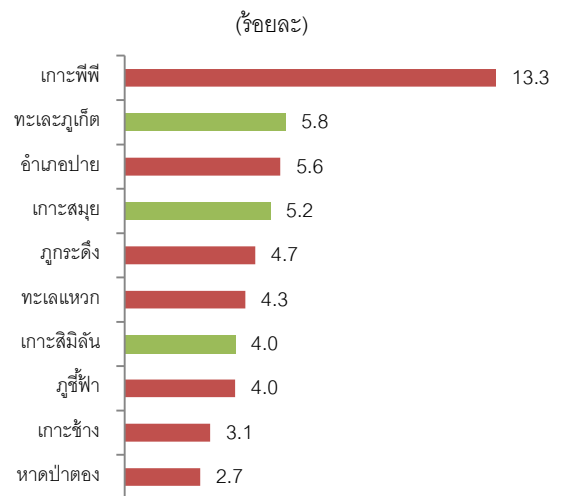
อันเป็นที่น่าสังเกตว่า แหล่งท่องเที่ยวอันดับ 3 ที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ยังไม่เคยเดินทางไปและอยากไปมากที่สุด นั้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ห่างไกลจากจังหวัดเชียงใหม่สัก (แต่อาจไกลจาก ผู้เดินทางอำเภอรอบนอก) ได้แก่ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ถึงร้อยละ 5.6 อยากเดินทางไปเที่ยวที่อำเภอปาย แต่ยังไม่มีโอกาสได้ไป

แหล่งท่องเที่ยวติดทะเลแห่งอื่นๆ ที่ผู้เดินทาง ชาวเชียงใหม่อยากไปมากที่สุดในอันดับต้นๆ เช่น เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทะเลแหวก จังหวัดกระบี่ เกาะสิมิลัน จังหวัดพังงา เกาะช้าง จังหวัดตราด หาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่อยากไปมากที่สุด รองจากอำเภอปาย ได้แก่ ภูกระดึง จังหวัดเลย และภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย เป็นต้น

สำหรับเหตุผลอันเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้เดินทาง ชาวเชียงใหม่รู้สึกอยากเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่เหล่านั้น สามารถสรุปสาระได้เป็นประเด็นหลัก ๆ ดังนี้

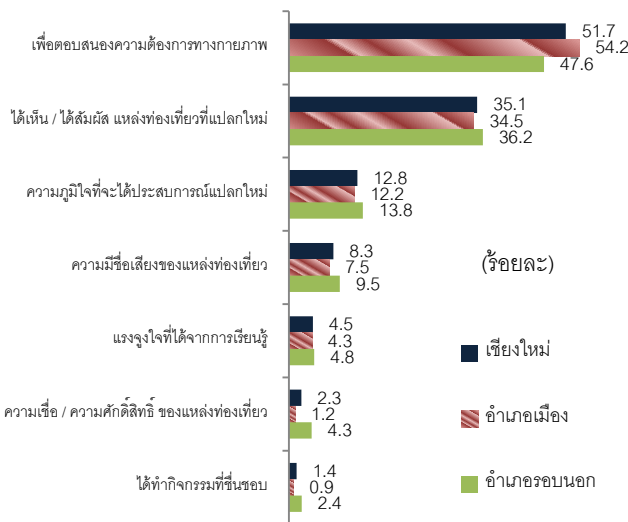
- เหตุผลหลักสำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ร้อยละ 51.7 คือ เพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ เช่น ไปเพื่อชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ไปเพื่อรับอากาศบริสุทธิ์ ไปเพื่อได้ลิ้มลองอาหาร/ร้านอาหารมีชื่อของท้องถิ่นนั้นๆ
- เหตุผลลำดับรองลงมาสำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ร้อยละ 35.1 คือเพื่อ ได้เห็น / ได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่
- ร้อยละ 12.8 ต้องการความภาคภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่
- ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ร้อยละ 8.3 อยากไป เพราะ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น
- ร้อยละ 4.5 ไปท่องเที่ยว เพราะแรงจูงใจที่จะได้รับจากการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ



แผนภูมิภาพที่ 43 แสดงสัดส่วน 10 อันดับ “แหล่งท่องเที่ยว” ที่ผู้เดินทาง ชาวเชียงใหม่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุด

- ร้อยละ 2.3 เป็นเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ / ความศรัทธาของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไปนมัสการสถานที่สำคัญทางศาสนาหรือการไปกราบไหว้ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของจังหวัดนั้นๆ
- ที่เหลืออีกร้อยละ 1.4 ไปเพื่อได้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ  
(หมายเหตุ : สัดส่วนร้อยละคำนวณจากฐานกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความเห็น)

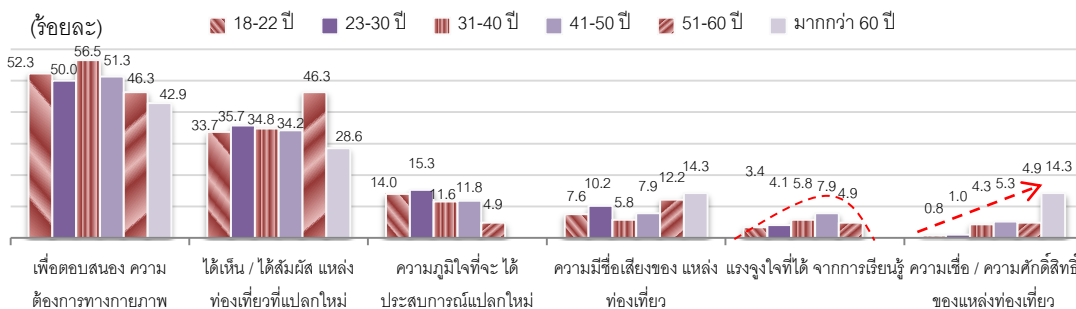
ผู้เดินทางอำเภอเมืองต้องการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ๆตนไม่เคยไป เพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพเป็นหลัก (ร้อยละ 54.2) เป็นสัดส่วนที่สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 47.6



สำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในอำเภอรอบนอก มีเหตุผลสำหรับความต้องการไปท่องเที่ยวยังสถานที่ๆตนไม่เคยไป ในลักษณะที่ไม่แตกต่างจากผู้เดินทางอำเภอเมืองเท่าใดนัก กล่าวคือ เป็นความต้องการเพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากรูเห็นทางกายภาพ และสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่เป็นหลัก เช่นเดียวกันทั้งสองพื้นที่

แผนภูมิภาพที่ 44 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก

เมื่อพิจารณาเหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวจำแนกตามช่วงอายุ พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มใช้แรงจูงใจเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลด้าน "การตอบสนองความต้องการทางกายภาพ" "การได้สัมผัส แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่" หรือ "ความภูมิใจที่จะได้ประสบการณ์แปลกใหม่" ในสัดส่วนที่ลดลง แต่กลับเลือกใช้แรงจูงใจเดินทาง เพราะ "ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว" "แรงจูงใจที่ได้จากการเรียนรู้" หรือเพราะ "ความเชื่อ / ความศรัทธาของแหล่งท่องเที่ยว" ในสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่ากลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่อายุน้อย



แผนภูมิภาพที่ 45 แสดงเหตุผลของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ต้องการเดินทางไปเที่ยวยัง "แหล่งท่องเที่ยว" ที่ยังไม่เคยไปและอยากไปมากที่สุดจำแนกตามอายุ

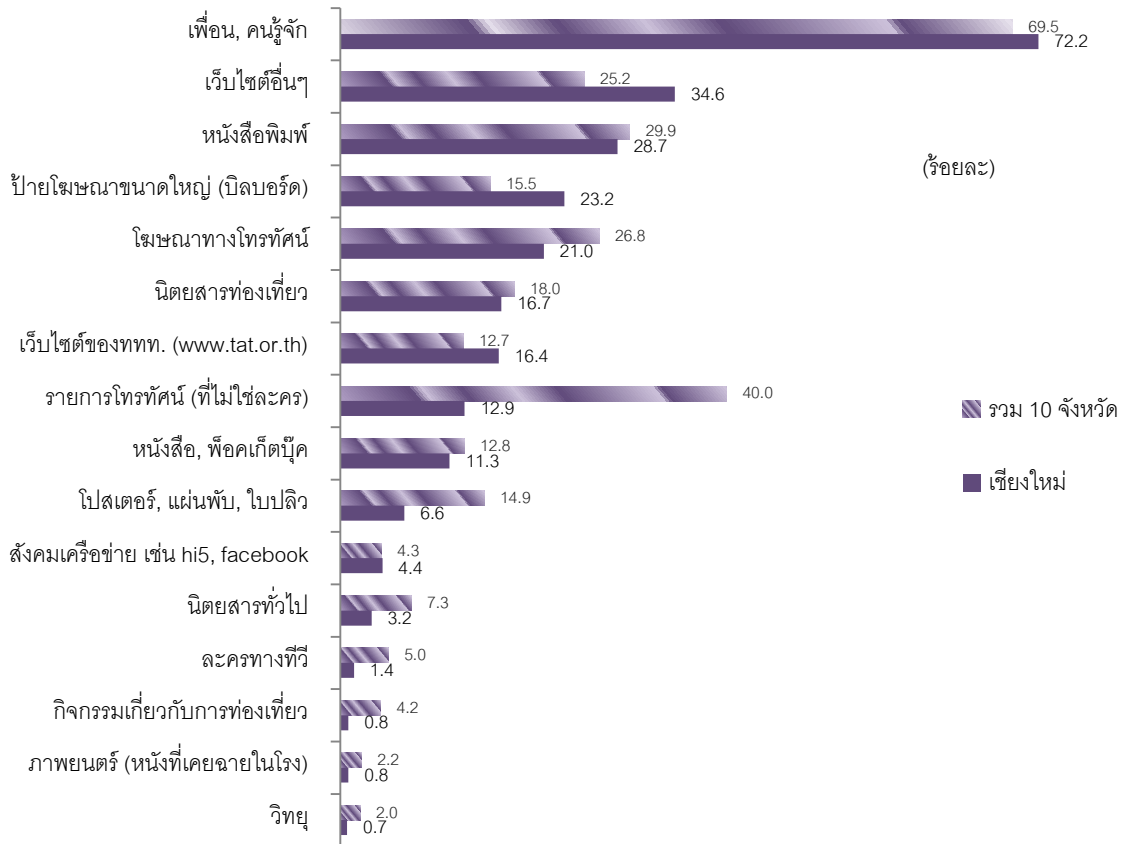
ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเป้าหมายท่องเที่ยวยอดนิยมในอำเภอใกล้เคียง โดยเฉพาะ อ.แม่สาย จังหวัดเชียงราย และอ.ปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน อย่างไรก็ตามสำหรับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่อยู่ไกลออกไป หากไม่นับรวมกรุงเทพฯ (ซึ่งผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมเดินทางมาช้อปปิ้งอยู่แล้ว) พื้นที่อื่นๆ ล้วนเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียงทั้งสิ้น โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง

สำหรับเป้าหมายที่ยังไม่เคยเดินทางไป และอยากไปมากที่สุด ได้แก่ เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ และทะเลที่จังหวัดภูเก็ต โดยมีจินตนาการที่ได้สัมผัสวิถีชีวิต เพื่อเติมเต็มประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิตเป็นแรงบันดาลใจเบื้องต้น



## บทที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

### 5.1 ช่องทางสื่อที่ใช้เป็นประจำเพื่อรับทราบข่าวสารด้านการท่องเที่ยว



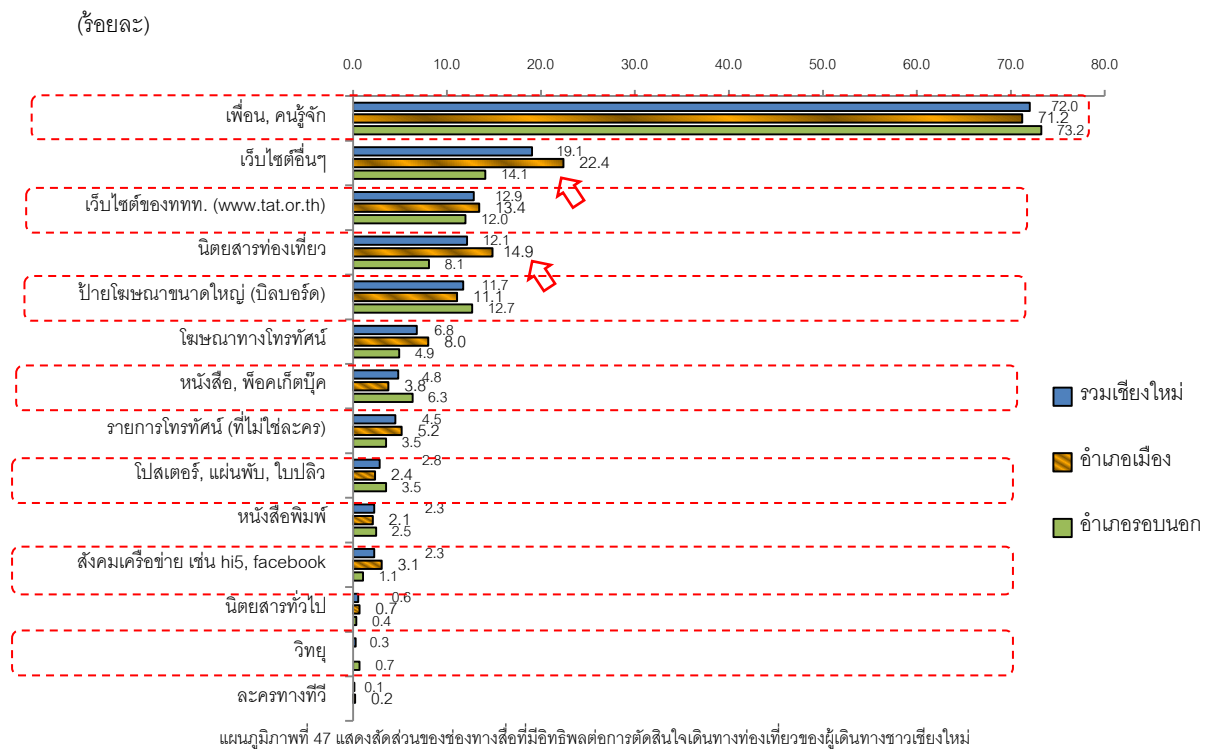
แผนภูมิภาพที่ 46 แสดงช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวจากช่องทางที่ไม่ได้แตกต่างจากภาพรวม 10 จังหวัดเท่าใดนัก โดยเป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเพื่อน/คนรู้จัก มากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 72.2) อย่างไรก็ตาม พบว่าช่องทางอื่นๆ ที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่นิยมใช้ในการหาข้อมูลข่าวสารค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับผู้เดินทางจากจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 34.6) ซึ่งส่วนใหญ่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มนี้ใช้วิธีการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวผ่านทางเสิร์ช เอ็นจิน อย่าง “กูเกิ้ล (Google)” เป็นหลัก รวมถึงเว็บไซต์ของททท.ก็ได้รับความนิยมจากผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนไม่น้อย (ร้อยละ 16.4) รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์ pantip moohin mthai และ sanook รวมถึงช่องทาง ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (บิลบอร์ด) ก็มีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ถึงร้อยละ 23.2 ที่รับรู้ข้อมูล

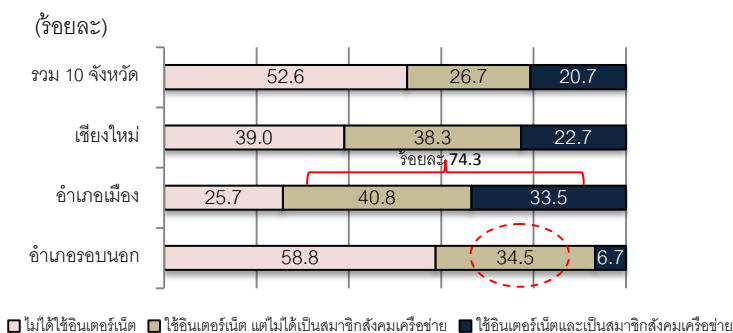
ด้านการท่องเที่ยวจากการดูป้ายเหล่านี้ (ในขณะที่ภาพรวมมีเพียงร้อยละ 15.5) อนึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่รับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ ทั้งรายการโฆษณาโทรทัศน์ และรายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ น้อยกว่าพื้นที่ศึกษาอื่นๆ อยู่บ้าง (ร้อยละ 21.0 และร้อยละ 12.9 ตามลำดับ)

## 5.2 ช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาช่องทางสื่อที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.0) เห็นว่าข่าวสารผ่านทางเพื่อน/คนรู้จัก นำเชื่อถือมากเป็นอันดับหนึ่ง (ร้อยละ 72.0) ส่วนช่องทางอื่น ๆ ที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เห็นว่าน่าเชื่อถือรองลงมา ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆ ในอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 19.1) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้สำหรับการหาข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษา รวมถึงเว็บไซต์ของททท. ก็ได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (ร้อยละ 12.9) โดยเฉพาะในผู้เดินทางอำเภอเมือง (ร้อยละ 13.4) นอกจากนี้ช่องทางสื่อสารผ่านนิตยสารท่องเที่ยว และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (บิลบอร์ด) ซึ่งผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนหนึ่งก็เห็นว่ามีความอิทธิพลต่อการตัดสินใจของตนเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 12.1 และ ร้อยละ 11.7 ตามลำดับ)



## 5.3 แนวโน้มและพฤติกรรมกรการบริโภคสื่อยุคดิจิทัลสมัยใหม่

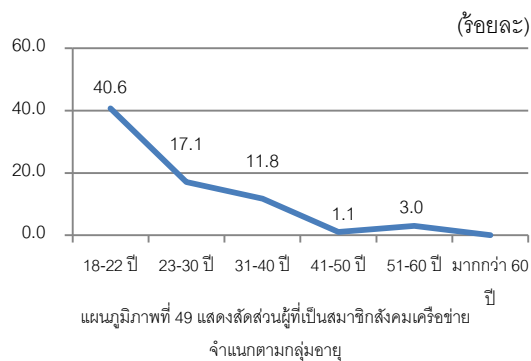


ในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดน เช่นทุกวันนี้ การได้มาซึ่งข้อมูลในเรื่องใด ๆ รวมถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ล้วนไม่มีขอบเขตจำกัด ซึ่งปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในสถานการณ์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

หากพิจารณากลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในประเด็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต และการเป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายนั้น พบว่าสามารถจำแนกกลุ่มเป้าหมายได้ 3 กลุ่มย่อย ดังนี้

- 1.) กลุ่มที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต
- 2.) กลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต แต่ไม่ได้เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายใด (Social Network)
- 3.) กลุ่มที่ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตและเป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายแห่งใดแห่งหนึ่ง

โดยหากเปรียบเทียบสัดส่วนของกลุ่มดังกล่าว ในกลุ่มของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กับภาพรวมพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จัดว่าเป็นผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากเป็นจังหวัดต้นๆ เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ โดยมีสัดส่วนผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าภาพรวม 10 จังหวัดอย่างมาก โดยเฉพาะผู้เดินทางอำเภอเมือง ซึ่งมีผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำถึง 3 ใน 4 (ร้อยละ 74.3) และ 1 ใน 3 เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายแห่งใดแห่งหนึ่ง แต่ในทางตรงกันข้ามผู้เดินทางอำเภอรอบนอกกลับมีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตไม่ถึงกึ่งหนึ่ง เพียงร้อยละ 34.5 และมีเพียงร้อยละ 6.7 เท่านั้นที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายด้วย



หากพิจารณากลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกสังคมเครือข่ายนั้น พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีเป็นนักศึกษา หรือกลุ่มคนวัยทำงาน ระยะต้นในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ (สัดส่วนร้อยละ 40.6 และร้อยละ 17.1 ตามลำดับ)

ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่า แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ ได้แก่ แหล่งข้อมูลจากเพื่อน คนรู้จัก และข้อมูลทางเว็บไซต์ต่างๆ โดยเฉพาะกูเกิ้ล และเว็บไซต์ของ ททท. รวมถึงช่องทางสื่อด้วยป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ และนิตยสารท่องเที่ยวก็เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญสำหรับผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนไม่น้อย

## บทที่ 6 บทสรุปกลุ่มวิถีชีวิตและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้เดินทางในจังหวัดเชียงใหม่

ภายหลังจากที่ได้รับทราบกิจกรรมยามว่าง รวมถึงพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวในมิติต่างๆของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่แล้ว ครั้งนี้จะเป็นการแบ่งกลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นสาระหลักของการศึกษาคั้งนี้ ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจแรงผลักดันที่ส่งผลให้แต่ละกลุ่มใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการแห่งตนหรือกลุ่มของตนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

### 6.1 การจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

(รายละเอียดคุณลักษณะของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตโดยละเอียด ในรายงานฉบับสมบูรณ์ บทที่ 3 บทที่ 9)

(ร้อยละ)

กลุ่มวิถีชีวิต	เชียงใหม่	กรุงเทพฯและปริมณฑล	ทั้งประเทศรวมกรุงเทพฯ
ครอบครัวสำคัญ	33.1	38.8	38.4
เจริงรันทะกาล	29.0	10.9	17.5
เรียนรู้อุ้คู่กระแส	10.2	8.7	13.3
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	12.4	13.7	11.8
เพื่อเพื่อนและแฟน	7.8	10.6	9.4
อนุรักษนิยม	5.5	5.0	4.3
บุกเบิกค้นหา	1.0	2.5	2.3
ไม่สามารถระบุ	1.1	9.9	3.1

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนการจัดกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

ผลการจัดกลุ่มวิถีชีวิตตามแรงจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่พบว่า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตด้านการท่องเที่ยวในลักษณะ “ครอบครัวสำคัญ” “เจริงรันทะกาล” ในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 33.1 และ ร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

รองลงมาเป็นกลุ่มวิถีชีวิต “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” “เรียนรู้อุ้คู่กระแส” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” ในสัดส่วนร้อยละ 12.4 ร้อยละ 10.2 และร้อยละ 7.8 ตามลำดับ โดยมีผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีลักษณะวิถีชีวิตในลักษณะ “อนุรักษนิยม” และ “บุกเบิกค้นหา” ในสัดส่วนที่น้อยมาก เพียงร้อยละ 5.5 และร้อยละ 1.0 ตามลำดับเท่านั้น

เปรียบเทียบกับลักษณะกลุ่มวิถีชีวิตในภาพรวมทั้งประเทศ (รวมกรุงเทพฯและปริมณฑลด้วย) ก็พบความแตกต่างอย่างสำคัญว่า ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีสัดส่วนของกลุ่มที่นิยมความสนุกสนานจากการเดินทาง “เจริงรันทะกาล” ในสัดส่วนที่สูงกว่ากรุงเทพฯ และปริมณฑล หรือภาพรวมทั้งประเทศ

ค่อนข้างมาก ขณะที่สัดส่วนครอบครัวสำคัญ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ที่สุดมีสัดส่วนลดลงกว่าพื้นที่ศึกษาอื่นๆ อยู่บ้าง

เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มวิถีชีวิตที่นิยมความหรูหราทันสมัย “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่มีสัดส่วนค่อนข้างสูง (ร้อยละ 12.4) กว่าในภาพรวม(ร้อยละ 11.8) อยู่บ้าง ซึ่งหากพิจารณาในรายละเอียดแล้วทั้งหมดในกลุ่มดังกล่าวนี้เป็นผู้เดินทางอำเภอเมืองเกือบทั้งสิ้น

### 6.2 การจัดกลุ่มวิถีชีวิต “ตามแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยว” ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก (ร้อยละ)

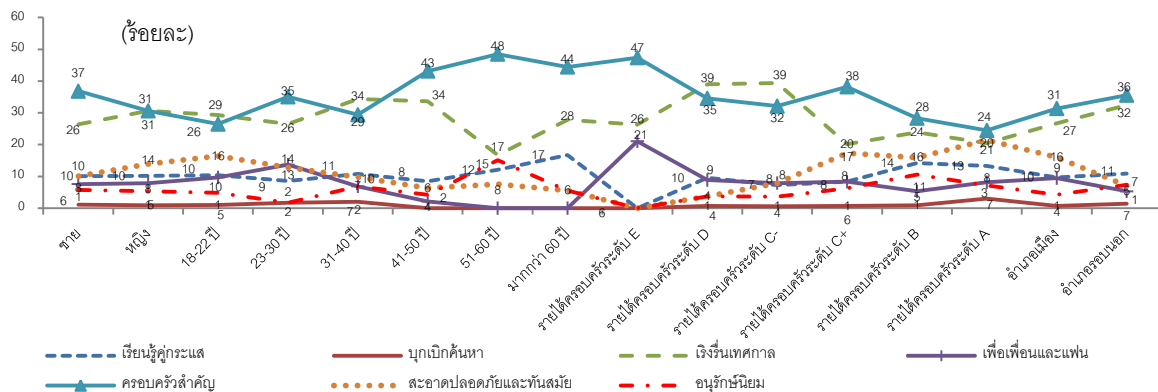
กลุ่มวิถีชีวิต	อำเภอเมือง	อำเภอรอบนอก	รวมเชียงใหม่
ครอบครัวสำคัญ	31.4	35.6	33.1
เรจวันเทศกาล	26.7	32.4	29.0
เรียนรู้คู่กระแส	9.7	10.9	10.2
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	16.0	7.0	12.4
เพื่อเพื่อนและแฟน	9.4	5.3	7.8
อนุรักษ์นิยม	4.2	7.4	5.5
บุกเบิกค้นหา	0.7	1.4	1.0
ไม่สามารถระบุ	1.9	0.0	1.1

ตารางที่ 7 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่เปรียบเทียบระหว่างผู้เดินทางอำเภอเมือง และผู้เดินทางอำเภอรอบนอก

เมื่อพิจารณาจำแนกผู้เดินทางชาวเชียงใหม่จากมิติของแรงจูงใจ ทัศนคติและพฤติกรรมด้านการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มวิถีชีวิตต่าง ๆ พบสาระที่น่าสนใจว่ากลุ่มผู้เดินทางอำเภอเมือง มีสัดส่วนกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมาก และในทิศทางตรงกันข้าม พบว่าผู้เดินทางอำเภอรอบนอกมีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” และ “เรจวันเทศกาล” สูงกว่าผู้เดินทางอำเภอเมืองเช่นเดียวกัน

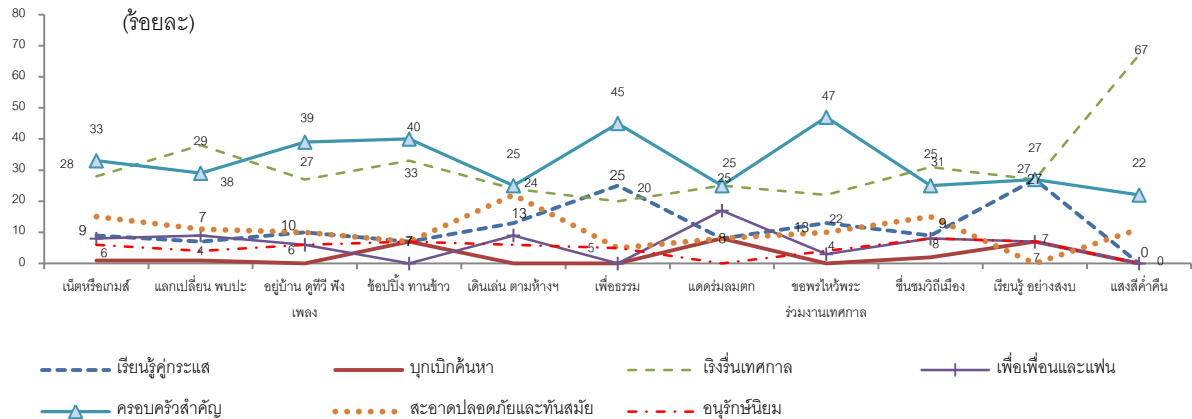
#### 6.2.1 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามภูมิหลังทาง

กายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 50 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ตามภูมิหลังทางกายภาพ

## 6.2.2 เปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ใหม่ตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



แผนภูมิภาพที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ใหม่ตามกลุ่มกิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

เพื่อเป็นการสรุปแผนภูมิภาพด้านบนทั้งสอง โดยผสมผสานแรงจูงใจ พฤติกรรมการบริโภคสื่อ และพฤติกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ พบสาระที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

กลุ่มวิถีชีวิต (เชียงใหม่)	ภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทาง
<b>ครอบครัวยุคใหม่</b> (ร้อยละ 33.1)	มีสัดส่วนสูงที่สุดเพื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มวิถีชีวิตอื่น แนวโน้มเป็นเพศชายมากกว่าหญิงเล็กน้อย เป็นพ่อแม่ที่ยังทำงาน มีสัดส่วนอยู่ในเมืองจำนวนมากแต่ส่วนใหญ่อยู่นอกเมือง	ใช้เวลาว่างที่บ้าน กลุ่มอายุไม่มากก็เข้าอินเทอร์เน็ต กลุ่มอายุมากก็ทำบุญตามงานวัด งานเทศกาลต่างๆ ชอบท่องเที่ยวเพื่อกราบไหว้ สิ่งศักดิ์สิทธิ์และขอพร
ช่องทางสื่อ: โทรทัศน์ท้องถิ่น เคเบิล วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น		
<b>เริงรื่นเทศกาล</b> (ร้อยละ 29.0)	แนวโน้มเป็นคนวัยทำงาน เพศหญิงมากกว่าชาย อยู่อำเภอรอบนอก ฐานะทางสังคมตั้งแต่ระดับกลางถึงระดับล่าง	ใช้เวลาว่างคุยกับเพื่อนๆ ในหมู่บ้าน หรือนั่งทานอาหารตามร้าน ชอบแลกเปลี่ยนพูดคุยกับชาวบ้าน เจ้าแหล่งท่องเที่ยว หรือเดินชมชีวิตคนในเมืองระหว่างเดินทางและชอบสนุกสังสรรค์
ช่องทางสื่อ: หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สังคม ดาราและแฟชั่น เช่น คู่สร้างคู่สม ทิวพูล		
<b>เรียนรู้คู่กระแส</b> (ร้อยละ 10.2)	แนวโน้มอายุมาก (กว่ากลุ่มเดียวกันในจังหวัดอื่นๆ) แต่ฐานะดีดีถึงดีมาก กลุ่มที่อายุน้อยอยู่ในอำเภอเมือง กลุ่มอายุมากกว่ามีแนวโน้มอยู่ในอำเภอรอบนอก	กระแสท่องเที่ยวที่น่าสนใจของคนเชียงใหม่กลุ่มนี้เป็นการท่องเที่ยว “กระแสธรรม” ที่แฝงอยู่ร่วมกับเทศกาลงานบุญต่างๆ สามารถหาคนกลุ่มนี้ได้ที่บ้านในอำเภอรอบนอก หรือแหล่งซื้อสินค้าของใช้ในเมือง ใช้เวลาการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมต่างๆ
ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน นิตยสารท่องเที่ยวของจังหวัด นิตยสารทั่วไปเช่นแพรว		

กลุ่มวิถีชีวิต (เชียงใหม่) (ต่อ)	ภูมิหลังทางกายภาพ	กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยม ระหว่างการเดินทาง
สะอาด ปลอดภัย ทันสมัย (ร้อยละ 12.4)	วัยทำงานระยะต้นถึงกลาง รสนิยมดี การศึกษาดี	ใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟนหรือตามห้างสรรพสินค้า ชอบทำกิจกรรมในเมืองตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
	ฐานะดีถึงดีมาก ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมือง	
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต Free Magazine สังคมจังหวัด และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	
เพื่อเพื่อนและแฟน (ร้อยละ 7.8)	ทั้งชายและหญิง อายุทำงานระยะต้น เศรษฐฐานะไม่สูง ส่วนใหญ่ทำงานในเมือง	ชอบสังสรรค์กับเพื่อน ๆ เล่นตามห้างฯ ชอบท่องเที่ยวในที่มีกิจกรรมสนุกสนานตามวัย
	ช่องทางสื่อ: อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และเครือข่ายสังคม	
อนุรักษ์นิยม (ร้อยละ 5.5)	ทำงานตอนปลายถึงเกษียณ ฐานะดี การศึกษาดี	ชอบพูดคุยแลกเปลี่ยนกับเจ้าบ้านระหว่างท่องเที่ยว ชอบสังเกตเรียนรู้และช่วยเหลือสังคม
	ใช้เวลาว่างอยู่บ้าน	
ช่องทางสื่อ: Free Magazine สังคมจังหวัด และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น		
บุกเบิกค้นหา (ร้อยละ 1.0)	สัดส่วนน้อยมาก ประมาณเพียงร้อยละ 1 แต่มีแนวโน้มเป็นคนวัยทำงานที่เศรษฐกิจปานกลาง	หาพบได้ตามร้านอาหาร หรือห้างสรรพสินค้า
	ช่องทางสื่อ: สื่อประเภทการอ่าน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารทีวีพูล	

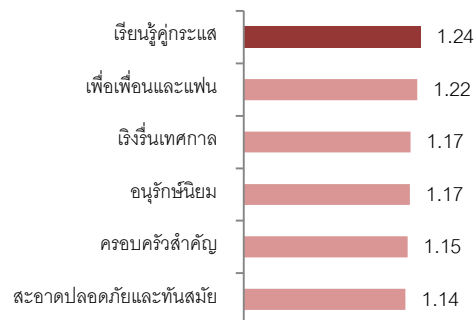
ตารางที่ 8 แสดงภูมิหลังทางกายภาพ กิจกรรมยามว่างและพฤติกรรมนิยมระหว่างการเดินทางจำแนกกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

## 6.3 พฤติกรรมบางด้านในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

### 6.3.1 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน

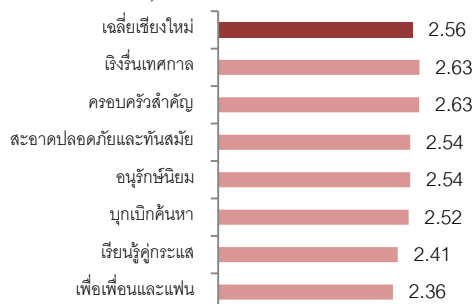
หากเปรียบเทียบความถี่ในการเดินทางระหว่างผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่ากลุ่มที่มีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนในความถี่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ได้แก่ กลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” กลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” และกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” ซึ่งค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางลักษณะนี้อยู่ที่ 1.24 1.22 และ 1.17 ครั้ง/ปี ตามลำดับ

(ค่าเฉลี่ยความถี่ครั้ง/ปี)



แผนภูมิภาพที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ในการเดินทางแบบพักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

(ค่าเฉลี่ยวันพักค้างคืน)



แผนภูมิภาพที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยจำนวนวันที่พักค้างคืนจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

### 6.3.2 จำนวนวันพักเมื่อเดินทางแบบพักค้างคืน

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนวันพักค้างคืนระหว่างผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่ากลุ่ม “เจริญเทศกาล” และกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” (เฉลี่ย 2.63 วันทั้งสองกลุ่ม) รวมถึงกลุ่ม “สะอาดปลอดภัย” และกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” (เฉลี่ย 2.54 วันทั้งสองกลุ่ม)

ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยว เฉลี่ยนานวันกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มวิถีชีวิตที่มีแนวโน้มอายุน้อยได้แก่ “เรียนรู้คู่กระแส” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” (เฉลี่ย 2.41 วัน และ 2.36 วันตามลำดับ)

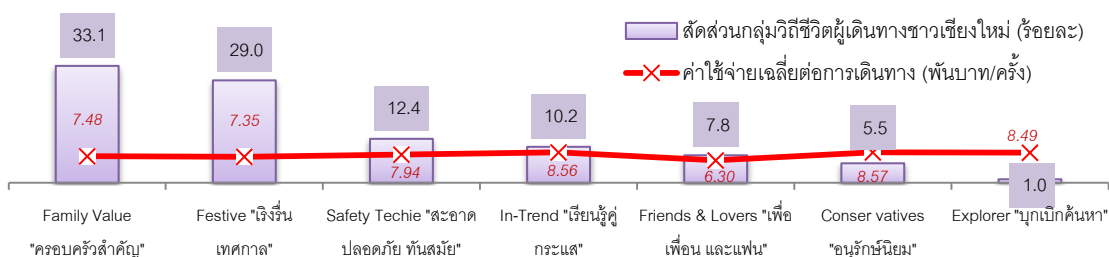
### 6.3.3 จังหวัดเป้าหมายการเดินทางแบบยอดนิยม

กลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่	จังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม
ครอบครัวสำคัญ	เชียงใหม่ (ร้อยละ 43.6) แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 25.6) ลำปาง (ร้อยละ 20.9) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 19.2) ชลบุรี (ร้อยละ 16.7) ลำพูน (ร้อยละ 16.7)
เจ็กรื่นเทศกาล	เชียงใหม่ (ร้อยละ 51.7) แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 37.1) ชลบุรี (ร้อยละ 20.5) ลำปาง (ร้อยละ 18.5) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 16.1)
เรียนรู้คู่กระแส	เชียงใหม่ (ร้อยละ 58.3) แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 27.8) ลำปาง (ร้อยละ 22.2) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 18.1) ลำพูน (ร้อยละ 16.7)
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	เชียงใหม่ (ร้อยละ 37.5) แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 31.8) ลำปาง (ร้อยละ 23.9) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 21.6) ลำพูน (ร้อยละ 20.5)
เพื่อเพื่อนและแฟน	เชียงใหม่ (ร้อยละ 49.1) แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 32.7) ชลบุรี (ร้อยละ 21.8) ลำพูน (ร้อยละ 18.2) ลำปาง (ร้อยละ 14.5)
อนุรักษ์นิยม	เชียงใหม่ (ร้อยละ 59.0) แม่ฮ่องสอน (ร้อยละ 30.8) ลำปาง (ร้อยละ 30.8) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 23.1) ชลบุรี (ร้อยละ 17.9)
บุกเบิกค้นหา	เชียงใหม่ (ร้อยละ 71.4) ลำปาง (ร้อยละ 28.6) กรุงเทพฯ (ร้อยละ 28.6) ลำพูน (ร้อยละ 28.6) ประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 28.6)

ตารางที่ 9 แสดงจังหวัดเป้าหมายการเดินทางยอดนิยมจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายการเดินทางของกลุ่มวิถีชีวิตต่างๆ พบว่าจังหวัดใกล้เคียงอย่างจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และจังหวัดลำปาง ล้วนเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับการเดินทางของชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่ นอกจากนี้หากพิจารณาในรายละเอียดพบความน่าสนใจว่า กลุ่มที่มีขนาดใหญ่อย่าง “ครอบครัวสำคัญ” และกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” แสดงความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ขณะที่กลุ่มอายุน้อยอย่าง “เพื่อเพื่อนและแฟน” รวมถึงกลุ่มสนุกสนานอย่าง “เจ็กรื่นเทศกาล” มีแนวโน้มแสดงความสนใจไปจังหวัดชลบุรี ในสัดส่วนที่สูงไม่น้อย

### 6.3.4 จำนวนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งการเดินทาง

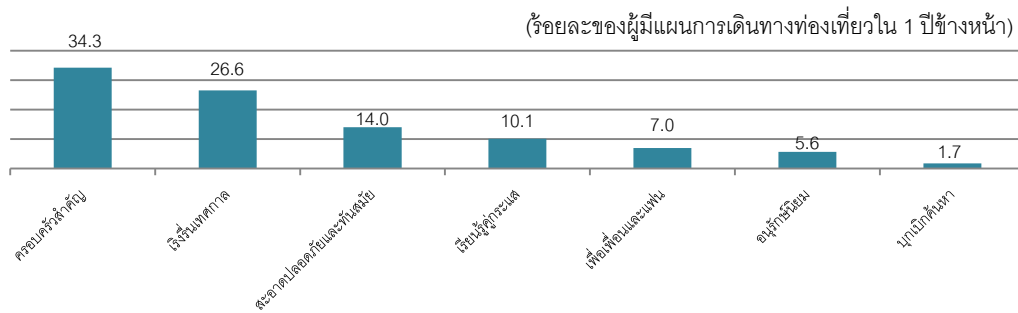


แผนภูมิภาพที่ 54 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน (บาท/ครั้ง)



พบว่ากลุ่มวิถีชีวิตที่มีสัดส่วนมากที่สุด 2 กลุ่มแรกอย่าง กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 3 ใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเพียง 7,475 บาท/ครั้ง และกลุ่ม “เจริญเทศกาล” ใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเพียง 7,346 บาท/ครั้ง น้อยกว่าค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่บ้าง ในขณะที่กลุ่ม “เรียนรู้คู่กระแส” และกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” แม้จะมีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายไม่สูงนักแต่ใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวสูงถึง 8,563 บาท/ครั้ง และ 7,942 บาท/ครั้ง ตามลำดับ

### 6.3.5 แผนการเดินทางแบบพักค้างคืนใน 1 ปีข้างหน้า

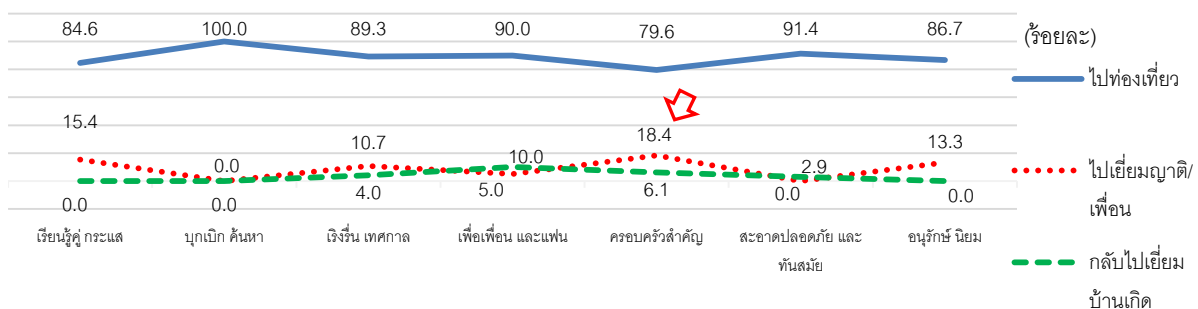


แผนภูมิภาพที่ 55 แสดงสัดส่วนกลุ่มวิถีชีวิตผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่มีแผนการเดินทางแบบพักค้างคืน

เมื่อมาพิจารณาแผนการเดินทางพักค้างคืน (เฉพาะภายในประเทศ) ของกลุ่มวิถีชีวิตต่าง ๆ พบความน่าสนใจว่า กลุ่มที่มีแผนเดินทางพักค้างคืนในประเทศ ในสัดส่วนมากที่สุดได้แก่กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” กับกลุ่มสนุกสนานอย่าง “เจริญเทศกาล” รวมถึง “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” (ร้อยละ 34.3 และร้อยละ 26.6 และร้อยละ 14.0 ตามลำดับ)

### 6.3.6 วัตถุประสงค์ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

เมื่อวิเคราะห์วัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ได้วางแผนไว้ พบว่าทุก ๆ กลุ่มแสดงวัตถุประสงค์หลักไม่แตกต่างกันในประเด็นของ “การเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยว (พักผ่อน)” อย่างไรก็ตามพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” มีการเดินทางเพื่อ “ไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน” ในสัดส่วนไม่น้อย นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” และ กลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” มีการเดินทางกลับไปเยี่ยมบ้านเกิดในสัดส่วนสูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่น ๆ



แผนภูมิภาพที่ 56 แสดง “วัตถุประสงค์” ของการเดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัดในอีก 1 ปีข้างหน้าจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

### 6.3.7 พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

(ร้อยละ)

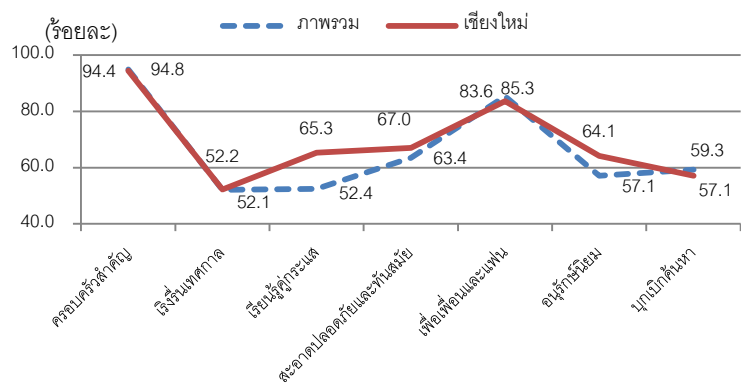
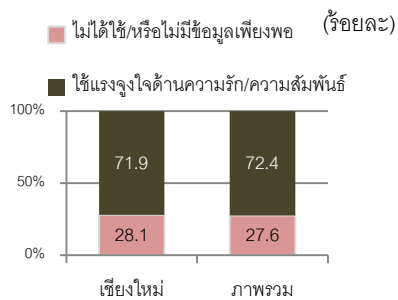
กลุ่มวิถีชีวิต	โดยรถส่วนตัว	โดยเช่ารถตู้	โดยรถทัวร์ทั่วไป	โดยเครื่องบิน	แบบมีไกด์นำเที่ยว
ครอบครัวสำคัญ	75.8	30.7	27.7	3.9	2.2
เรจรีนเทศกาล	84.7	33.5	35.0	7.4	3.4
เรียนรู้คู่กระแส	72.9	22.9	22.9	10.0	4.3
สะอาดปลอดภัยและทันสมัย	86.2	21.8	40.2	16.1	3.4
เพื่อเพื่อนและแฟน	76.4	38.2	32.7	10.9	7.3
อนุรักษ์นิยม	76.3	31.6	18.4	18.4	5.3
บุกเบิกค้นหา	100.0	0.0	28.6	0.0	0.0

ตารางที่ 10 แสดงพาหนะที่ใช้ในการเดินทางจำแนกตามกลุ่มวิถีชีวิต

ในส่วนของพาหนะที่จะใช้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวที่วางแผนไว้ จำแนกเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิตนั้นพบว่ารถยนต์ส่วนตัวยังคงเป็นพาหนะที่ได้รับความนิยมเลือกใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่สำหรับทุกกลุ่มวิถีชีวิต โดยเฉพาะกลุ่ม “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย” และ “เรจรีนเทศกาล” รองลงมาเป็นการเลือกพาหนะแบบเช่ารถตู้เดินทางกันเอง โดยเฉพาะกลุ่ม “เพื่อเพื่อนและแฟน” และ “ครอบครัวสำคัญ” ขณะที่แผนการเลือกใช้พาหนะเครื่องบิน ก็มีสัดส่วนกลุ่มเป้าหมายรายวิถีชีวิตให้ความสนใจในสัดส่วนไม่น้อย โดยเฉพาะกลุ่ม “อนุรักษ์นิยม” และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

### 6.4 แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของแต่ละกลุ่มวิถีชีวิต

#### 6.4.1 แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์

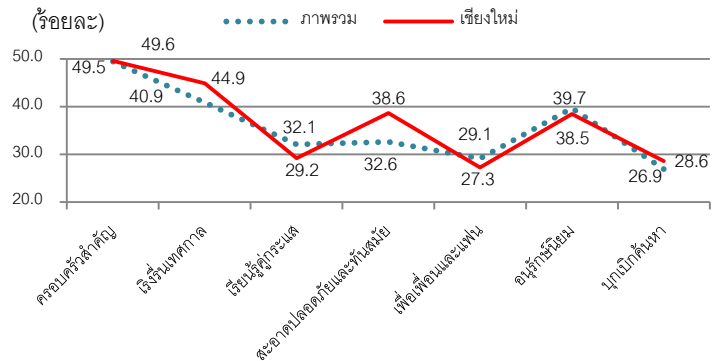
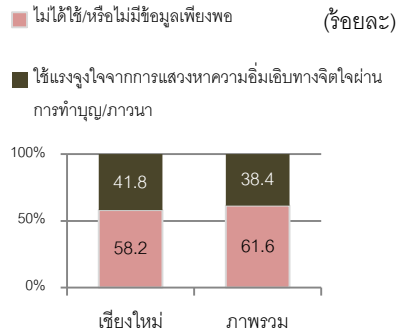


แผนภูมิภาพที่ 57 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์

กลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในสัดส่วนประมาณ 3 ใน 4 ที่ตระหนักว่าตนได้ใช้ “แรงจูงใจด้านความรัก/ความสัมพันธ์” เป็นแรงผลักดันส่วนหนึ่งให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวม หากพิจารณาเป็นรายกลุ่มวิถีชีวิต พบว่าแนวโน้มการใช้แรงจูงใจด้านความรักเป็นแรงผลักดันสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มวิถีชีวิตไม่มีความแตกต่างกับภาพรวมของคนไทยทั้ง

ประเทศ โดยกลุ่มวิถีชีวิตหลักที่ใช้แรงจูงใจนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญ (ส่วนหนึ่ง) ในการสร้างกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้แก่ กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน”

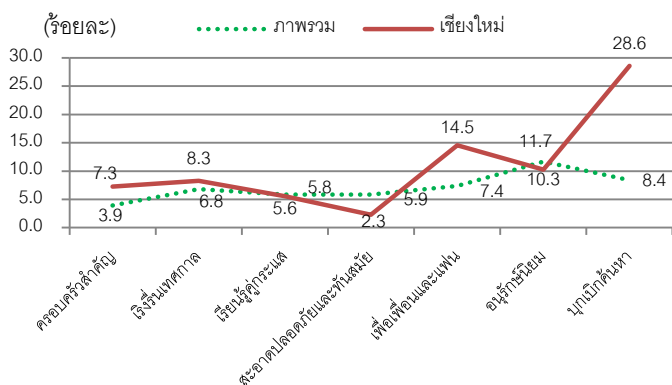
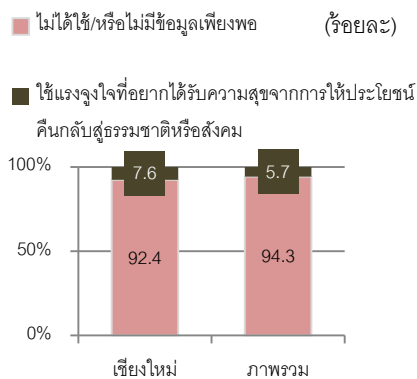
### 6.4.2 แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา



แผนภูมิภาพที่ 58 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการแสวงหาความอึดอึดทางจิตใจผ่านการทำบุญ/ภาวนา

หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อความอึดอึดจากการทำบุญ มากกว่ากลุ่มเป้าหมายในภาพรวมอยู่บ้าง โดยเฉพาะกลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” และกลุ่ม “เร่ร่อนเทศกาล”

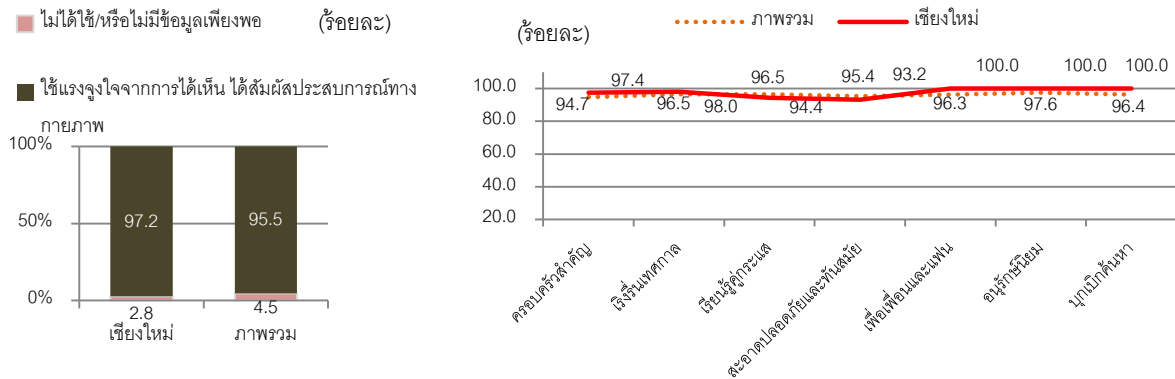
### 6.4.3 แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม



แผนภูมิภาพที่ 59 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจที่อยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคม

กลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่เชื่อได้ว่ามีแรงจูงใจด้านอยากได้รับความสุขจากการให้ประโยชน์คืนกลับสู่ธรรมชาติหรือสังคมมีสัดส่วนสูงกว่าเป้าหมายในภาพรวมค่อนข้างมาก (ร้อยละ 7.6 เทียบกับร้อยละ 5.7) โดยเฉพาะกลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ในกลุ่ม “บุกเบิกค้นหา” และ “เพื่อเพื่อนและแฟน” ซึ่งมีแนวโน้มถูกกระตุ้นให้เดินทางท่องเที่ยวด้วย “แรงจูงใจ” ประเภทนี้มากกว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่น ๆ และสูงกว่ากลุ่มวิถีชีวิตเดียวกันในภาพรวมค่อนข้างมาก

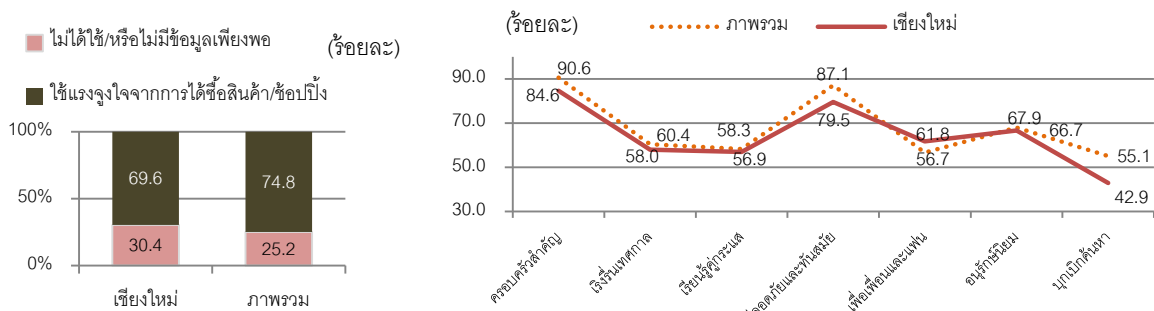
### 6.4.4 แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ



แผนภูมิภาพที่ 60 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้เห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ทางกายภาพ

ดังกล่าวแล้วในรายละเอียดว่าแรงจูงใจด้านนี้มีความสำคัญมากและเป็นแรงจูงใจพื้นฐานสำหรับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้เพื่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เห็นได้จากสัดส่วนกลุ่มผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ที่ใช้แรงจูงใจ ของความอยากรู้/อยากเห็น/อยากสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 97.2 สูงมากเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในภาพรวม 10 จังหวัดในพื้นที่ศึกษา และสูงอย่างสม่ำเสมอในเกือบทุกกลุ่มวิถีชีวิต (หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่า ควรมีการประยุกต์ใช้แรงจูงใจประเภทนี้ผสมผสานไปกับแรงจูงใจด้านอื่นๆ เนื่องจากแรงจูงใจส่วนนี้มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาอิสระแห่งกายและจิต (Freewill) ที่มนุษย์ทุกคนต้องการ)

### 6.4.5 แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง



แผนภูมิภาพที่ 61 แสดงสัดส่วนการใช้แรงจูงใจจากการได้ซื้อสินค้า/ช้อปปิ้ง

สำหรับในประเด็น แรงจูงใจด้านความอยากได้สิ่งของที่ระลึก หรืออยากได้ซื้อสินค้านั้นเป็นประเด็นแรงจูงใจเดียวที่ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ ใช้เป็นแรงจูงใจด้านการเดินทางท่องเที่ยวใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม โดยเฉพาะต่อกลุ่มวิถีชีวิตหลักอย่าง “ครอบครัวสำคัญ” และ “สะอาดปลอดภัยและทันสมัย”

ผลสรุปในส่วนนี้กล่าวได้ว่าหากต้องการกระตุ้น (ส่งออก) ผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยววันนั้น กลุ่มวิถีชีวิตที่น่าสนใจในอันดับต้น ๆ ได้แก่ กลุ่ม “ครอบครัวสำคัญ” และ

กลุ่ม "สะอาดปลอดภัยและทันสมัย" เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจ และมีความรู้พื้นฐานในระดับที่ดี ทั้งยังมีโอกาสเลือกเดินทางเป้าหมายข้ามภูมิภาค ที่มีการใช้จ่ายค่อนข้างสูงกว่า

อย่างไรก็ตามกลุ่ม "เรจรีนเทศกาล" และกลุ่ม "เรียนรู้คู่กระแส" ซึ่งมีสัดส่วนไม่น้อยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการกระตุ้นผ่านแรงจูงใจด้านความสนุกสนานพบประสบการณ์ที่แปลกใหม่ หรือการแสวงหาความอิมเมจจากการทำบุญในพื้นที่เป้าหมายท่องเที่ยวไม่ไกล ก็อาจสามารถสร้างผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี

### 6.5 ข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มประเภทแหล่งท่องเที่ยว (โดยแสดงรายละเอียดในบทที่ 10.1 ของรายงานฉบับสมบูรณ์) พบว่าสามารถจัดกลุ่มสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มวิถีชีวิตในแต่ละพื้นที่ โดยมีการประยุกต์ใช้วิธีการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจด้วยเนื้อหาการสื่อสาร (Key Message Content) ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่ม ได้ดังนี้

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและKey Message
Once in a Lifetime - ประเภททะเล	- ครอบครัวสำคัญ - สะอาดปลอดภัยทันสมัย	ด้านความอยากรู้อยากเห็นและความรัก -เช่น ครั้งหนึ่งชีวิตกับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ โดยไม่ต้องรอให้สายเกินไป
Once in a Lifetime กับ Spiritual Destination - ประเภทธรรมชาติ	- เรจรีนเทศกาล - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้อยากเห็น และการขอพร -เช่น อิมเมจ อบอุณ กับแหล่งบุญใกล้บ้าน (เช่น เชียงราย ลำปาง)
Once in a Lifetime กับ Unseen Nature - ประเภทธรรมชาติ	- เพื่อเพื่อนและแฟน - เรียนรู้คู่กระแส - นุกเบิกค้นหา	ด้านความอยากรู้อยากเห็นและความรัก -เช่น ทำทายและแปลกใหม่ กับคนที่คุณรักและคนที่รักคุณ
Trendy Place	- เพื่อเพื่อนและแฟน - เรียนรู้คู่กระแส - นุกเบิกค้นหา	ด้านความอยากรู้อยากเห็น - เช่น ค้นหาพาย ด้วยมุมมองคนเมือง (เชียงใหม่)
Eco/Culture Destination	- อนุรักษ์นิยม - เรียนรู้คู่กระแส	ด้านความอยากรู้อยากเห็น และการให้ - เช่น ค้นหาพายด้วยการให้ ด้วยมุมมองคนเมือง (เชียงใหม่)
Educational Destination	- อนุรักษ์นิยม - ครอบครัวสำคัญ	ด้านความอยากรู้อยากเห็น และความรัก - เช่น สร้างบัณฑิตที่รัก ให้ได้เรียนรู้อารยธรรมที่แตกต่าง

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)	กลุ่มวิถีชีวิต	ประเภทแรงจูงใจและKey Message
City of Joy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สะอาดปลอดภัยทันสมัย</li> <li>- เพื่อเพื่อนและแฟน</li> <li>- ครอบครัวสำคัญ</li> </ul>	ด้านความอยากรู้อยากเห็น และด้านความอยากได้/อยากซื้อสินค้า - เช่น ช้อปปี้งทันสมัย
Man-made Destination	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เรียนรู้คู่กระแส</li> <li>- เริงรื่นเทศกาล</li> </ul>	ด้านความอยากรู้อยากเห็น - เช่น ความเป็นมาที่ยิ่งใหญ่และความสวยงามของสถานที่ก่อสร้าง

ตารางที่ 11 แสดงข้อเสนอแนะแนวทางการใช้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับประเภทของแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว (ส่งออก) ของผู้เดินทางชาวเชียงใหม่

กล่าวโดยสรุปสำหรับการส่งออกผู้เดินทางชาวเชียงใหม่ว่า แม้อัตลักษณ์ และโอกาสในการสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวส่งออกสำหรับชาวเชียงใหม่อาจไม่สูงนัก เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในพื้นที่ศึกษา แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาความเหมาะสมเพื่อส่งเสริมการเดินทางระหว่างจังหวัดท่องเที่ยวภายในภูมิภาค โดยเฉพาะในพื้นที่สามเหลี่ยมท่องเที่ยว ระหว่างจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดแม่ฮ่องสอน ก็อาจสามารถส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวเชียงใหม่ในภาพรวมได้สูงขึ้น

สำหรับการกระตุ้นการส่งออกอย่างจำเพาะเจาะจงในกลุ่มวิถีชีวิตนั้น พบว่ากลุ่มที่น่าสนใจได้แก่กลุ่ม "ครอบครัวสำคัญ" และกลุ่ม "สะอาดปลอดภัยและทันสมัย" เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจและพื้นฐานการศึกษา รวมถึงมี "กำลังซื้อ" ไปยังแหล่งท่องเที่ยวแดนไกล อย่างกรุงเทพฯ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง หรือแม้กระทั่ง จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดกระบี่ อย่างเพียงพอว่ากลุ่มวิถีชีวิตอื่นๆ โดยใช้การกระตุ้นผ่านแรงจูงใจด้านความอยากรู้อยากเห็น ได้สัมผัสประสบการณ์ที่สวยงามแปลกใหม่ และโอกาสการสร้างความรักความสัมพันธ์ระหว่างมวลสมาชิกเป็นแรงบันดาลใจเบื้องต้น

ส่วนสำหรับกลุ่มวิถีชีวิต "เริงรื่นเทศกาล" และ "เพื่อเพื่อนและแฟน" นั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวแนวผจญภัย การท่องเที่ยวที่อยู่ในกระแส และบรรยากาศของความครึกครื้นสนุกสนานในพื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงก็มีโอกาสประสบผลสำเร็จได้เช่นเดียวกัน