



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงราย

The Tourist Behavior in Chiangrai Province

โดย เฉลิมชัย คำแสน และคณะ

มิถุนายน 2550



สัญญาเลขที่ RDG48O0008

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่

The Tourist Behavior in Chiangrai Province

คณะผู้วิจัย

1. เฉลิมชัย คำแสน
2. ศุภนิดา เรืองศิริ

สังกัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ชุดโครงการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
กลุ่มจังหวัดล้านนา

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สำเร็จลงได้ด้วยการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทั้งในด้านงบประมาณ และการให้ความรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยระดับชาติ รวมทั้งการประสานงานด้วยดีจาก ดร.เทิดชาย ชัยบำรุง คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้บริหารโรงแรมและเกสเฮาส์ในจังหวัดเชียงราย ที่อำนวยความสะดวกในการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีความสมบูรณ์ครบถ้วนตามแผนงานวิจัย

ขอขอบคุณผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในการร่วมสนทนากลุ่ม (Focus group) ทำให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพล ชื่นธีระวงศ์ ที่ปรึกษาสมาคมท่องเที่ยวเชียงรายที่ช่วยประสานงานติดต่อเชิญผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในการมาร่วมสนทนากลุ่ม

ท้ายสุดขอขอบคุณ คุณศิริฉัตร ใจหวาน ที่ช่วยประสานงานในการเก็บข้อมูล และอาจารย์ศุภชัย แซ่ฮั่ง ที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลจนงานวิจัยนี้สำเร็จลงได้

เฉลิมชัย คำแสน และคณะ

8 มิถุนายน 2550

บทสรุปผู้บริหาร

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ และเพื่อศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixing methodologies) ซึ่งใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ตัวอย่าง โดยการคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) และการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) จากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ สำหรับผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

จากผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย โดยมีช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด และมีอาชีพเป็นพนักงานธุรกิจเอกชนมากที่สุด รวมทั้งมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภาคเหนือ และเป็นผู้ที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงราย 2-4 ครั้งมากที่สุด โดยในการเดินทางของนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัว และส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวโดยตัดสินใจด้วยตนเอง

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเที่ยวคือด้านพรมแดนแม่สาย ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกที่พักราคา 500-999 บาทมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่พักประเภทโรงแรม และนิยมพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของฝากมากที่สุด ส่วนการบริการเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุดและในการรับประทานอาหารส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการมาเที่ยวเชียงรายในฤดูหนาวมากที่สุด โดยเลือกที่จะมาเที่ยวเชียงรายในวันหยุดต่อเนื่อง สำหรับเหตุผลสำคัญที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยว

สำหรับการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบกิจการส่วนตัว โดยมีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000 \$ มากที่สุด และจากการสำรวจนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศทางซีกโลกตะวันตก โดยเป็นผู้ที่เดินทางมาเที่ยวเชียงรายครั้งแรกมีมากที่สุด และนิยมเดินทางมาจังหวัดเชียงรายด้วยเครื่องบิน โดยส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวโดยตัดสินใจด้วยตนเอง

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวคือด่านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือไนท์บาซาร์ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือ คอยตุง-พระตำหนักคอยตุง ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวนิยมเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด โดยจะเลือกที่พักเป็นที่พักประเภทโรงแรม นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน โดยมีใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด และนิยมเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหาร ซึ่งในการรับประทานอาหารนั้นนักท่องเที่ยวต้องการอาหารประเภทพื้นเมืองมากที่สุด

เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ในการมาเที่ยวเชียงราย

จากผลการวิจัยผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติมพบว่า

ในการมาเที่ยวเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการสินค้าเพิ่มเติมในด้านของสินค้าพื้นเมืองมากที่สุด รองลงมาคือสินค้า OTOP และของที่ระลึก ส่วนทางด้านบริการนั้น นักท่องเที่ยวต้องการการบริการเพิ่มเติมในด้านของโรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด ราคาถูกมากที่สุด รองลงมาคือบริการนำเที่ยวแบบโฮมสเต และสปา

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในด้านของฝาก/ของที่ระลึก มากที่สุด รองลงมาคือสินค้าท้องถิ่นและอาหารพื้นบ้าน ส่วนทางด้านบริการ นักท่องเที่ยวต้องการการบริการเพิ่มเติมในเรื่องของ การคมนาคมเดินทางสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและร้านเช่ารถ

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรธุรกิจ หรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีดังนี้

1 ข้อเสนอแนะสำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือเขต 2 และสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรทำเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่ม เช่น การท่องเที่ยวในเส้นทางเชียงราย อำเภอเทิง อำเภอเชียงของ ฯลฯ ซึ่งเส้นทางนี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย เช่น ภูชี้ฟ้า ท่าเรือเชียงของ ฯลฯ ดังนั้นการที่ให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในจังหวัดเชียงนานขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปยังผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากขึ้นเช่นกัน รวมทั้งจังหวัดเชียงรายควรแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่บางส่วนมีปัญหาในเรื่องของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ยังไม่มีความสะดวก เนื่องจากไม่มีรถโดยสารบริการอย่างเพียงพอ รวมทั้งพบปัญหาเกี่ยวกับการจราจรที่ติดขัดบริเวณทางขึ้นดอยตุง และในเขตตัวเมืองอำเภอแม่สาย ซึ่งควรมีหน่วยงานในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ นอกจากนี้ จังหวัดเชียงรายควรมีหน่วยงานที่ดำเนินการในการวางแผนเกี่ยวกับสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของวารสารการท่องเที่ยว เนื่องจากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นควรมีหน่วยงานในการจัดทำเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีข้อมูลที่น่าสนใจ เป็นปัจจุบัน และมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่วนประเด็นที่ควรใช้เป็นจุดขายของเชียงรายควรเน้นที่อากาศดีเป็นต้น

3 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจทางด้านที่พักในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจที่จะลงทุนด้านที่พักในจังหวัดเชียงรายควรเป็นที่พักประเภทโรงแรม เพราะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต้องการที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด โดยราคาไม่ควรเกิน 1,000 บาท นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยยังต้องการการบริการเพิ่มเติมในด้านโรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด และราคาถูก การลงทุนที่พักรูปแบบโรงแรมที่ไม่เน้นความหรูหรามากนักแต่ราคาประหยัดน่าจะตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

4 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจร้านอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ควรเน้นเป็นประเภทอาหารพื้นเมือง เพราะ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารประเภทอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG48O0008

ชื่อโครงการ : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้วิจัย : เฉลิมชัย คำแสน, ศุภนิดา เรืองศิริ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

E-mail Address: c-khamsaen@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 กรกฎาคม 2548 - 30 มิถุนายน 2549

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาตินวมทั้งเพื่อศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม โดยใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

จากการสำรวจพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวคือด่านพรมแดนแม่สาย ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกที่พักราคา 500-999 บาทมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นที่พักระเภทโรงแรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน และใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของฝากมากที่สุด ส่วนการบริการเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด และในการรับประทานอาหารเช้าต้องการอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ส่วนเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด และในการมาเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในส่วนของสินค้าพื้นเมืองมากที่สุด ส่วนทางด้านบริการนักท่องเที่ยวต้องการการบริการเพิ่มเติมในส่วนของโรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด ราคาถูกมากที่สุด

สำหรับการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวคือด่านพรมแดนแม่สาย โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นที่พักระเภทโรงแรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน และใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนการบริการเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด และต้องการรับประทานอาหารเช้าพื้นเมืองมากที่สุด สำหรับเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี ส่วนข้อมูล

เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด และในการมาเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในด้านของฝาก/ของที่ระลึก และต้องการการบริการเพิ่มเติมในเรื่องของการคมนาคมเดินทางสะดวก

คำหลัก : พฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงราย

Abstract

Project Code : RDG48O0008

Project Title : Tourist Behaviour of Tourists in Chiang Rai

Investigators : Khamseen C. , Ruangsiri S.

Rajabhat Chiangrai University

E-mail Address: c-khamseen@hotmail.com

Project Duration : 1 July 2005 - 30 June 2006

The purposes of the tourist behavior in Chiangrai Province research were to study the behavior of Thai and foreign tourists in Chiangrai and to investigate the products and services in Chiangrai which tourists needed more. The quantitative and qualitative method were used in collecting data the findings of the study were as follows;

The most popular place of Thai tourists was Maesai border and the most impressive place was Doi Tung, the Royal Villa. Most tourists preferred to stay in the hotel in Chiangrai city for two nights which the rate was between 500 to 999 Baht. They also spent most budget on restaurant and likely to eat local food. The most important reason that influences on their decision to visit Chiangrai was a nice weather. Most of the tourists obtained the information from the tourism magazines. For the product needed, the tourists preferred more on the local products. Moreover they required a small, practical and inexpensive hotel for their service needed.

The most popular place of foreign tourists was Maesai border and the most impressive place was Doi Tung, the Royal Villa. Most tourists preferred to stay in the hotel in Chiangrai city for two nights which the rate was lower than 500 Bath. In term of product, they spent most budget on food and beverage. They also spent most on food especially the local food in term of service. The most important reason that influences on their decision to visit Chiangrai was a nice weather. Most of them obtained the information from the tourism magazines. In visiting Chiangrai, they preferred more on souvenirs and required more a convenient transportation.

Key Word : tourist behavior products and services in Chiangrai

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement) | ก |
| บทสรุปสำหรับผู้บริหาร | ข |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ฉ |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ช |
| สารบัญ | ณ |
| สารบัญตาราง | ญ |
| สารบัญแผนภูมิ | ต |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| หลักการและเหตุผล | 1 |
| วัตถุประสงค์ของโครงการ | 2 |
| คำถามการวิจัย (Research Question) | 2 |
| ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Outputs) | 3 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes) | 3 |
| แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ | 3 |
| ขอบเขตการศึกษา | 4 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ | 4 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 5 |
| ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย | 19 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 38 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) | |
| ระเบียบวิธีวิจัย | 46 |
| แผนงานของโครงการวิจัย | 49 |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา สรุป และข้อเสนอแนะ | |
| การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย | 51 |
| การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ | 91 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--------------------------------------|------|
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | |
| สรุปผลการวิจัย | 128 |
| อภิปรายผลการวิจัย | 134 |
| ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ | 137 |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป | 139 |
| บรรณานุกรม | 141 |

สารบัญตาราง

| | หน้า | |
|---------------|--|----|
| ตารางที่ 2.1 | แสดงการเปรียบเทียบ 4P's กับ 4C's | 18 |
| ตารางที่ 2.2 | แสดงข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2546 กับปี พ.ศ. 2547 | 19 |
| ตารางที่ 2.3 | แสดงข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547 | 20 |
| ตารางที่ 2.4 | แสดงข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547 โดยจัดการเดินทางมาเอง | 21 |
| ตารางที่ 2.5 | ข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547 โดยจัดการเดินทางมากับบริษัท นำเที่ยว | 22 |
| ตารางที่ 2.6 | ข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามพาหนะเดินทาง | 23 |
| ตารางที่ 2.7 | ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามที่พัก | 24 |
| ตารางที่ 2.8 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามถิ่นที่อยู่ | 25 |
| ตารางที่ 2.9 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามถิ่นที่อยู่ | 26 |
| ตารางที่ 2.10 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามอาชีพ | 27 |
| ตารางที่ 2.11 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามอายุ | 28 |
| ตารางที่ 2.12 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามเพศ | 29 |
| ตารางที่ 2.13 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมา ในรอบ 1 ปี | 30 |
| ตารางที่ 2.14 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามระดับของรายได้ | 31 |
| ตารางที่ 2.15 | ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว | 32 |
| ตารางที่ 2.16 | ข้อมูลสถานพักแรมเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2546 กับ ปี พ.ศ. 2547 | 33 |
| ตารางที่ 2.17 | ข้อมูลผู้เข้าพักแรมแยกตามสัญชาติปี พ.ศ. 2547 กับ ปี พ.ศ. 2548 | 35 |
| ตารางที่ 2.28 | แสดงรายชื่อสมาคม ชมรม และองค์กรทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ | 36 |
| ตารางที่ 4.1 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 51 |
| ตารางที่ 4.2 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ | 51 |
| ตารางที่ 4.3 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ | 52 |
| ตารางที่ 4.4 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ ต่อเดือน | 53 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า | |
|---------------|--|----|
| ตารางที่ 4.5 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย | 53 |
| ตารางที่ 4.6 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 54 |
| ตารางที่ 4.7 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทาง | 54 |
| ตารางที่ 4.8 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงราย | 55 |
| ตารางที่ 4.9 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวในครั้งนี้ | 55 |
| ตารางที่ 4.10 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 56 |
| ตารางที่ 4.11 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาที่พัก | 57 |
| ตารางที่ 4.12 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของที่พัก | 57 |
| ตารางที่ 4.13 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนวันที่พักในเชียงราย | 58 |
| ตารางที่ 4.14 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าที่ท่านซื้อ | 58 |
| ตารางที่ 4.15 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการ | 59 |
| ตารางที่ 4.16 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารที่ต้องการ | 59 |
| ตารางที่ 4.17 | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามฤดูที่ท่านต้องการมาเที่ยว | 60 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกโอกาสในการมาเที่ยว | 60 |
| ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเชิงรายได้ | 61 |
| ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย | 61 |
| ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า | 62 |
| ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการ | 63 |
| ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 64 |
| ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 65 |
| ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับราคาที่พัก | 66 |
| ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทที่พัก | 67 |
| ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนวันที่พัก | 68 |
| ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 69 |
| ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 70 |
| ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับราคาที่พัก | 71 |
| ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับประเภทที่พัก | 72 |
| ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับจำนวนวันที่พัก | 73 |
| ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับประเภทอาหาร | 74 |
| ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับฤดูที่ต้องการมาเที่ยว | 75 |
| ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับโอกาสในการมาเที่ยว | 76 |
| ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินที่อยู่อาศัยกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 77 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 78 |
| ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับจำนวนวันที่พัก | 79 |
| ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับสาเหตุสำคัญในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 80 |
| ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 81 |
| ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับจำนวนวันที่พัก | 82 |
| ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับประเภทอาหาร | 83 |
| ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 84 |
| ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 85 |
| ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับราคาที่พัก | 86 |
| ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทที่พัก | 87 |
| ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับจำนวนวันที่พัก | 88 |
| ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทอาหาร | 89 |
| ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับสาเหตุสำคัญในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 90 |
| ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ | 91 |
| ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ | 91 |
| ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ | 92 |
| ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน | 93 |
| ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามซีกโลก | 93 |
| ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 94 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทาง | 94 |
| ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงราย | 95 |
| ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวในครั้งนี้ | 95 |
| ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 96 |
| ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาที่พัก | 97 |
| ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของที่พัก | 97 |
| ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนวันที่พักในเชียงราย | 98 |
| ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าที่ซื้อ | 98 |
| ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการ | 99 |
| ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารที่ต้องการ | 99 |
| ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเชียงราย | 100 |
| ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย | 100 |
| ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านสินค้าเพิ่มขึ้น | 101 |
| ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านบริการเพิ่มขึ้น | 102 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัญหาของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 103 |
| ตารางที่ 4.71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 104 |
| ตารางที่ 4.72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับราคาที่พัก | 105 |
| ตารางที่ 4.73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทโรงแรม | 106 |
| ตารางที่ 4.74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนวันที่พัก | 107 |
| ตารางที่ 4.75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 108 |
| ตารางที่ 4.76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 109 |
| ตารางที่ 4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับราคาที่พัก | 110 |
| ตารางที่ 4.78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับประเภทที่พัก | 111 |
| ตารางที่ 4.79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับจำนวนวันที่พัก | 112 |
| ตารางที่ 4.80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับประเภทอาหาร | 113 |
| ตารางที่ 4.81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 114 |
| ตารางที่ 4.82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 115 |
| ตารางที่ 4.83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับจำนวนวันที่พัก | 116 |
| ตารางที่ 4.84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 117 |
| ตารางที่ 4.85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 118 |
| ตารางที่ 4.86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับจำนวนวันที่พัก | 119 |
| ตารางที่ 4.87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับประเภทอาหาร | 120 |
| ตารางที่ 4.88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย | 121 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 4.89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | 122 |
| ตารางที่ 4.90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับราคาที่พัก | 123 |
| ตารางที่ 4.91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทที่พัก | 124 |
| ตารางที่ 4.92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับจำนวนวันที่พัก | 125 |
| ตารางที่ 4.93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทอาหาร | 126 |
| ตารางที่ 4.94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับเหตุผลสำคัญในการมาเที่ยว จังหวัดเชียงราย | 127 |

สารบัญแผนภูมิ

| | หน้า |
|--|------|
| แผนภูมิที่ 2.1 แสดงตัวแบบของพฤติกรรมการค้าซื้อ | 6 |
| แผนภูมิที่ 2.2 ประเภทของพฤติกรรมการค้าซื้อตามระดับการมีส่วนร่วมของผู้ซื้อ และระดับความแตกต่างของแต่ละยี่ห้อ | 7 |
| แผนภูมิที่ 2.3 ขั้นตอนที่มีความเกี่ยวพันอย่างซับซ้อนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ | 9 |
| แผนภูมิที่ 2.4 แนวความคิดหลักทางการตลาด | 13 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย ซึ่งมีชายแดนติดกับประเทศพม่าและประเทศลาว ประกอบกับมีภูมิประเทศที่เป็นภูเขา โดยมีชาวเขาเผ่าต่าง ๆ มากมาย มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายและมีอากาศที่เย็นสบายตลอดปี ทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นที่สนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และขณะเดียวกันรัฐบาลได้มีนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลักของจังหวัด นอกเหนือจากรายได้ทางด้านการเกษตรกรรมและการค้าชายแดน

จากสถิติของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 (เชียงราย) ในปี พ.ศ. 2548 มีผู้มาเยือนจำนวน 1,148,173 คน ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2547 ที่มีผู้มาเยือนในจังหวัดเชียงรายจำนวน 1,149,101 คน โดยในปี พ.ศ. 2548 แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 864,860 คน คิดเป็นร้อยละ 75.32 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวน 283,313 คน คิดเป็นร้อยละ 24.68 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมากที่สุดคือ ชาวฝรั่งเศสและสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

จากการที่จังหวัดเชียงรายมีนโยบายมุ่งเน้นทางการด้านการท่องเที่ยว ทำให้หลายปีที่ผ่านมาจังหวัดเชียงรายได้มีการพัฒนาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีที่พักจำนวนมากและหลากหลาย บริการรถเช่า บริษัททัวร์ ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งของฝากและของที่ระลึกมากมายหลายประเภท

ในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้เกิดรายได้แก่จังหวัดเชียงราย โดยในปี พ.ศ. 2548 จังหวัดเชียงรายมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 9,515.8 ล้านบาท ซึ่งค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอาจอยู่ในรูปการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ของฝาก ของที่ระลึก ฯลฯ หรือการใช้บริการที่มีอยู่ เช่น โรงแรม รถเช่า บริการนวดแผนโบราณ ฯลฯ ส่วนสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดเชียงรายนั้นมีอยู่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสภาพอากาศที่เย็นสบาย ธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรมและประเพณี ชาวเขาเผ่าต่างๆ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาอย่างแท้จริงถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่ามีเหตุผลใดในการเลือกมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย และนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวใดในจังหวัดเชียงรายที่เป็นที่นิยม

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการใด และมีความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมอะไรบ้างในจังหวัดเชียงราย

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงต้องการทราบถึงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ และนักท่องเที่ยวมีความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมอะไรในจังหวัดเชียงราย เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงและใช้เป็นข้อมูลนำเสนอต่อนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม

1.3 คำถามการวิจัย

1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีพฤติกรรมเป็นอย่างไรในประเด็นต่อไปนี้

- การเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย
- การเลือกใช้บริการ และการใช้จ่ายในสินค้าต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงราย
- ช่วงเวลาที่ต้องการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
- เหตุผลที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย
- การเลือกประเภทที่พัก
- การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงราย

1.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวชาติมีความต้องการสินค้าและบริการเพิ่มเติมอะไรบ้างในจังหวัดเชียงราย

1.4 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ

1.4.2 ทำให้ทราบถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ

1.5.1 ผลการวิจัยทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายเงินไปในผลิตภัณฑ์และบริการอะไรบ้างในจังหวัดเชียงราย และทราบว่าแหล่งที่นักท่องเที่ยวนิยมจับจ่ายส่วนใหญ่อยู่ที่ไหน นอกจากนี้จากผลการวิจัยจะทราบว่ามียุทธศาสตร์อะไรบ้างที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการวางแผนในการตอบสนองต่อความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องต่อไป

1.5.2 การทราบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการอะไรบ้างเพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติมต่อนักท่องเที่ยว

1.6 แนวทางในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.6.1 นำผลวิจัยไปเสนอต่อหน่วยงานต่างๆ เช่น สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย ททท. สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 (เชียงราย) ฯลฯ เพื่อใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งใช้เป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการวางแผนด้านการตลาด และการบริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1.6.2 นำผลการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อยอดต่อไป

1.7 ขอบเขตการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1.7.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม

1.7.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

1.7.3 ขอบเขตด้านสถานที่ เป็นการศึกษาในพื้นที่ในจังหวัดเชียงราย

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.8.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของแต่ละบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

1.8.2 ผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงราย หมายถึงผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เพื่อการจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

1.8.3 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี ข้อมูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2542 : 17) ได้อธิบายความหมายของคำว่าพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรมหมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดและความรู้สึก เพื่อตอบสนององสิ่งเร้า

สำหรับคำว่า ลูกค้า (Customer) และคำว่า ผู้บริโภค (Consumer) นั้น ในบางครั้งคำสองคำนี้อาจใช้แทนกันได้เนื่องจากมีความหมายที่คล้ายคลึงกัน แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณา คำทั้งสองยังมีความหมายที่แตกต่างกันดังนี้ (Stanton, Etzel and Walker. 1994 : 6) คือ

ลูกค้า คือ บุคคลหรือองค์กรที่เป็นผู้ตัดสินใจซื้ออย่างแท้จริง

ผู้บริโภค คือ บุคคลหรือองค์กรที่ซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์

ในบางครั้งลูกค้าก็คือผู้บริโภค เช่น เมื่อเราซื้อน้ำอัดลมและเป็นผู้ดื่มเอง แสดงว่าเราเป็นทั้งลูกค้าและผู้บริโภค แต่การซื้อผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เช่น แม่บ้านเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ ยาสีฟันสำหรับใช้ในครอบครัว ดังนั้นสมาชิกในครอบครัวทุกคนคือผู้บริโภคในขณะที่ตัวแม่บ้านซึ่งเป็นผู้ซื้อยาสีฟันนั้นเป็นทั้งลูกค้าและผู้บริโภค

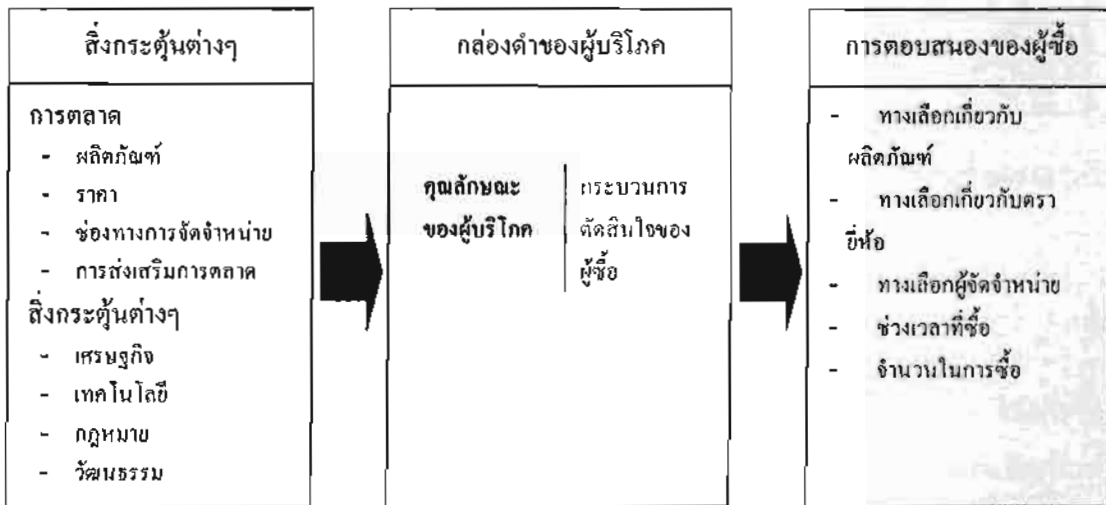
จากความหมายของคำว่า พฤติกรรม และ ผู้บริโภค ข้างต้น จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมของบุคคลหรือองค์กรที่ทำการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ สิริวรรณ เสรีรัตน์และเจริญ โชไชย (มปป. : 58) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อทางด้านจิตวิทยา กระบวนการตัดสินใจซื้อของบุคคลและองค์กร

2.1.1.2 รูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior)

ในการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อที่หลากหลาย เช่น ซื้ออะไร ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อไร ซื้อเพราะเหตุใด และซื้อเท่าไร โดยธุรกิจควรศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนงานทางการตลาด

คำถามที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ คือ ผู้บริโภคมีการตอบสนองต่อวิถีทางการตลาดต่างๆ ของธุรกิจอย่างไร และธุรกิจที่ทราบว่าผู้บริโภคมีการตอบสนองอย่างไรต่อตัวผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดจะทำให้การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ ในภาพที่ 2.1 แสดงตัวแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภคแสดงถึงวิถีทาง

การตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ที่จะเข้าไปสู่กล่องดำผู้บริโภค (Consumer 's Black Box) และการสนองตอบต่อตัวผลิตภัณฑ์ ธุรกิจต้องค้นหาว่ามีอะไรอยู่ในกล่องดำ



แผนภูมิที่ 2.1 แสดงตัวแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค ที่มา : (Kotler and Armstrong. 2006 : 129)

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้สิ่งกระตุ้นยังหมายถึงแรงขับและเหตุการณ์ต่างๆ ในสภาพแวดล้อมของการตัดสินใจซื้อ เช่น สภาพเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมาย วัฒนธรรม ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อกล่องดำของผู้บริโภคอันจะโน้มนำผู้บริโภคใน การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตรา ยี่ห้อ การเลือกผู้แทนจำหน่าย เวลาที่ซื้อ และจำนวนที่ซื้อ เป็นต้น

ธุรกิจจะต้องการทราบว่าสิ่งกระตุ้นต่างๆ มีผลต่อการตอบสนองของกล่องดำผู้บริโภคอย่างไร โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือพิจารณาลักษณะของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตอบสนอง และส่วนที่สองคือกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1.3 ประเภทของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ (Types of Buying Decision Behavior)

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ

| | มีส่วนร่วมมาก | มีส่วนร่วมน้อย |
|---|-------------------------------|--------------------------------------|
| มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างตราหือ | พฤติกรรมการซื้อที่ซับซ้อน | พฤติกรรมการซื้อที่เสาะหาความหลากหลาย |
| มีความแตกต่างระหว่างตราหือน้อย | พฤติกรรมการซื้อที่ลดความสงสัย | พฤติกรรมการซื้อที่คิดเป็นนิสัย |

แผนภูมิที่ 2.2 ประเภทของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามระดับการมีส่วนร่วมของผู้ซื้อและระดับความแตกต่างของแต่ละตราหือ
ที่มา : (Kotler and Armstrong, 2006 : 146)

- พฤติกรรมการซื้อที่ซับซ้อน (Complex Buying Behavior) ในการซื้อ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการซื้อที่ซับซ้อนเมื่อเข้าไปมีส่วนอย่างมากในการตัดสินใจ และผลิตภัณฑ์แต่ละ ตราหือมีความแตกต่างกันอย่างมาก ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ราคาสูง มีความเสี่ยง การซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ผู้บริโภคจะต้องเข้าไปเรียนรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ เช่น การซื้อคอมพิวเตอร์ ผู้ซื้อจะต้องเข้าใจความหมายของศัพท์บางคำ เช่น Pentium IV, VGA หรือ 128 MB RAM เป็นต้น ผู้ซื้อจะมีกระบวนการเรียนรู้ โดยขั้นแรกเป็นการพัฒนาความเชื่อเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ จากนั้นจะสร้างทัศนคติและทำการตัดสินใจเลือกซื้อ ธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องมีส่วนร่วมมากจะต้องเข้าใจถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ธุรกิจจะต้องช่วยผู้บริโภคในการเรียนรู้ การใช้เหตุผลและเห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อ ผู้บริโภค รวมไปถึงผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากธุรกิจ นอกจากนี้ธุรกิจต้องแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างตราหือของธุรกิจกับตราหืออื่น และสร้างแรงจูงใจในตัวผลิตภัณฑ์ให้กับร้านค้าและผู้ซื้อ

- พฤติกรรมการซื้อที่ลดความสงสัย (Dissonance-reducing Buying Behavior) เป็นพฤติกรรมการซื้อที่ผู้บริโภคมีส่วนร่วมอย่างมาก โดยผลิตภัณฑ์แต่ละตราหือมีความแตกต่างกันน้อย เช่น ในการซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงแต่ความแตกต่าง

ของตัว ผลิตภัณฑ์ แต่ละตรายี่ห้อไม่มาก ดังนั้นผู้ซื้อมักจะศึกษาตัวผลิตภัณฑ์จากภาพรวม และจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่าหรือซื้อสะดวกกว่า

หลังจากที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์แล้วผู้บริโภคก็จะได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น การบริการหลังการขาย และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความชอบหรือ ไม่ชอบในผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นธุรกิจจะต้องสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้

- พฤติกรรมการซื้อที่ติดเป็นนิสัย (Habitual Buying Behavior) เป็นพฤติกรรมการซื้อที่ผู้บริโภคเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจน้อย และผลิตภัณฑ์แต่ละตรายี่ห้อที่มีความแตกต่างกันน้อย โดยจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูง เช่น เกลือ ผู้บริโภคจะไม่เสียเวลามากในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ การซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักจะไม่นับอยู่กับความเชื่อและทัศนคติของผู้บริโภคเพราะผู้บริโภคมักจะไม่มีการพิจารณาในการซื้อผลิตภัณฑ์แต่จะซื้อจากความเคยชิน ดังนั้นตรายี่ห้อที่ผู้บริโภคซื้อ ก็จะเป็นตรายี่ห้อตามความเคยชินมากกว่าตรายี่ห้อที่เฉพาะเจาะจง

จากการที่ผู้บริโภคไม่ได้สนใจหรือมีการพิจารณาในตัวผลิตภัณฑ์มากนักธุรกิจมักจะใช้ราคาหรือการส่งเสริมการขายในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการทดลองใช้ กลยุทธ์การโฆษณา มักจะใช้สัญลักษณ์หรือสร้างจินตนาการให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย ข้อความที่ใช้ควรจะเป็นข้อความสั้นๆ และควรใช้การโฆษณาทางโทรทัศน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

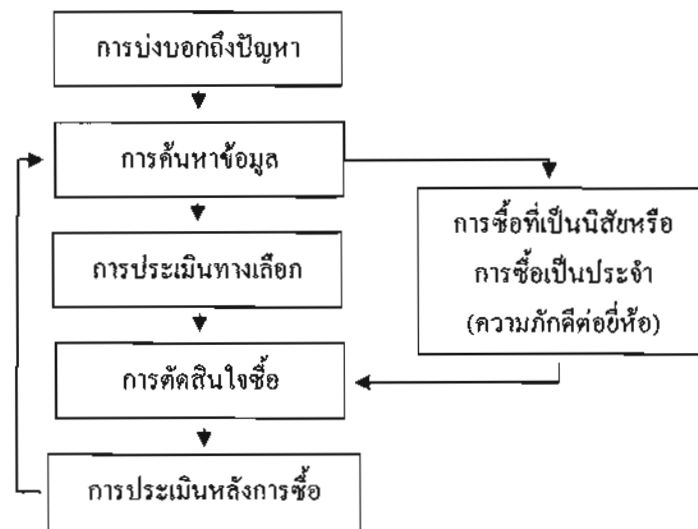
- พฤติกรรมการซื้อแบบหลากหลาย (Variety-seeking Buying Behavior) เป็นพฤติกรรมการซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจน้อยและผลิตภัณฑ์แต่ละตรายี่ห้อมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในกรณีนี้ผู้บริโภคมักจะเปลี่ยนตรายี่ห้อบ่อยๆ เช่น การซื้อคุกกี้ ผู้ซื้อมักจะทำการซื้อโดยไม่มีการประเมินก่อนแต่จะประเมินในขณะที่บริโภคในการซื้อครั้งต่อไปผู้บริโภคก็อาจจะทดลองคุกกี้ตรายี่ห้ออื่นบ้าง และจะมีการเปลี่ยนตรายี่ห้อไปเรื่อยๆ ถ้ายังไม่พบตรายี่ห้อที่ถูกต้องจริงๆ

ธุรกิจจะต้องวางกลยุทธ์ที่แตกต่างกันระหว่างธุรกิจที่เป็นผู้นำตลาด และธุรกิจที่เป็นผู้ตาม ผู้นำตลาดจะพยายามสร้างพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคให้เป็นปกติวิสัยโดยจะวางผลิตภัณฑ์ให้เต็มร้านอยู่เสมอ และมีการโฆษณาเพื่อเตือนความจำผู้บริโภคตลอดเวลา ส่วนผู้ตามจะต้องมีกลยุทธ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองซื้อผลิตภัณฑ์ของตน เช่น การตั้งราคาต่ำกว่าให้สิทธิ

พิเศษ การใช้คู่มือ การแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง รวมทั้งการโฆษณาชักชวนให้ผู้บริโภคทดลองสิ่งใหม่ๆ

2.1.1.4 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ(The Buyer Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนของการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้งก่อนการซื้อ ระหว่างการซื้อ รวมถึงหลังจากการซื้อ กระบวนการซื้อของผู้บริโภคจะเป็นไปตามขั้นตอนซึ่งผู้บริโภคจะกระทำทุกครั้งที่มีการซื้อ แต่ในการซื้อครั้งต่อไปหรือการซื้อที่เกิดขึ้นเป็นประจำ หรือ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความภักดีอย่างมากต่อตรายี่ห้อก็อาจมีการตัดบางขั้นตอนออกไป กระบวนการตัดสินใจซื้อ มี 5 ขั้นตอน (Boyd, et al. 2002 : 114) คือ



แผนภูมิที่ 2.3 ขั้นตอนที่มีความเกี่ยวข้องอย่างซับซ้อนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ที่มา : (Boyd, et al. 2002 : 114)

- การบ่งบอกถึงปัญหา (Problem Identification) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเกิดจากการที่ความจำเป็นหรือความต้องการยังไม่ได้รับการตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจ การบ่งบอกถึงปัญหาของผู้บริโภคเกิดจากความแตกต่างของภาวะที่เป็นจริง (Actual States) กับภาวะในอุดมคติ (Ideal States) เช่น ผู้บริโภคมีภาวะที่เป็นจริงคือมีรถเก๋งขนาดกลางสภาพพอใช้ได้ ส่วนภาวะในอุดมคติก็ต้องการรถเก๋งขนาดกลางในสภาพพอใช้ได้เช่นกัน ลักษณะเช่นนี้จะเห็นว่าภาวะที่เป็นจริงกับภาวะในอุดมคติไม่แตกต่างกันผู้บริโภคก็จะไม่เกิดปัญหา แต่หากผู้บริโภคมีภาวะในอุดมคติคือต้องการรถเก๋งขนาดใหญ่ในสภาพใหม่และทันสมัย ซึ่งในลักษณะนี้ภาวะที่เป็นจริงกับภาวะใน

อุดมคติจะแตกต่างกัน ผู้บริโภคจะเกิดปัญหาคือต้องการรถใหม่ที่ดีกว่ารถคันเดิม จากตัวอย่างนี้ ธุรกิจจึงต้องพยายามทำให้เกิดความแตกต่างของภาวะที่เป็นจริงและภาวะในอุดมคติของผู้บริโภค เพื่อทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ เช่น การให้ผู้บริโภคทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ หรือการใช้การโฆษณาในการจูงใจ เป็นต้น

- การค้นหาข้อมูล (Information Search) เป็นการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการ ซึ่งผู้บริโภคอาจจะหาข้อมูลได้จากแหล่งต่างๆ ดังนี้ คือ

ก. จากบุคคลทั่วไป ได้แก่ ครอบครัว ญาติ และเพื่อน เป็นต้น

ข. จากสื่อเชิงพาณิชย์ ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย รวมทั้งบรรจภัณฑ์

ค. จากสื่อสาธารณะ ได้แก่ สิ่งพิมพ์สาธารณะหรือองค์กรจัดอันดับ เป็นต้น

ง. จากประสบการณ์ (Experiential Source) ได้แก่ จากการได้ทดลองใช้ หรือจากประสบการณ์ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์มาก่อน

หากผู้บริโภคมีความพอใจหรือมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ดีอยู่แล้ว ก็จะตัดสินใจซื้อได้ทันทีโดยผ่านขั้นตอนนี้ไป แต่หากไม่เป็นเช่นนั้นผู้บริโภคก็จะหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะตัดสินใจ

ข้อมูลในแต่ละแหล่งอาจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อแตกต่างกันขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์และ ตัวผู้ซื้อเองนอกจากนี้ข้อมูลแต่ละแหล่งจะมีผลกับผู้ซื้อแตกต่างกัน เช่น ข้อมูลจากการโฆษณาจะมีผลในแง่ของการให้ข้อมูลและรายละเอียดผลิตภัณฑ์ แต่ข้อมูลจากบุคคล เช่น เพื่อนหรือคนในครอบครัวจะมีผลในแง่เป็นตัวทดสอบหรือประเมินว่าข้อมูลจากการโฆษณานั้นเป็นจริงหรือไม่นอกจากนี้ธุรกิจจะต้องมีการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจและมีความรู้ในตราผลิตภัณฑ์ของตัวเอง รวมทั้งนำเสนอข้อมูลของตัวผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีและสามารถแสดงข้อมูลอ้างอิงจากแหล่งอื่นเพื่อยืนยันคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์

- การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ ตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่หลายตราชื่อ ธุรกิจต้องศึกษาว่าผู้บริโภคมีวิธีการเลือกอย่างไรและต้องทราบว่าผู้บริโภคมีการประเมินทางเลือกอย่างไร จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคไม่ได้ใช้วิธีใดวิธีหนึ่งในการประเมินแต่จะใช้หลายๆ วิธีในแต่ละสถานการณ์แตกต่างกันไป สำหรับแนวคิดพื้นฐานที่จะอธิบายกระบวนการประเมินของผู้บริโภคมี 5 ลักษณะ คือ

ก. ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะมองที่คุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ก่อน เช่น การซื้อกล้องถ่ายรูปจะคำนึงถึงรูปภาพที่ถ่ายออกมา ลักษณะของกล้อง และราคาที่ตั้งไว้ เป็นต้น ผู้บริโภคจะมองคุณสมบัตินานประการของผลิตภัณฑ์และจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัตินั้นตรงตามที่ต้องการมากที่สุด

ข. ผู้บริโภคจะจัดลำดับความสำคัญของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตนเอง

ค. ยี่ห้อ ความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อใดตรายี่ห้อหนึ่งจะเรียกว่าภาพลักษณ์ของตรายี่ห้อ จากแนวคิดของความเชื่อที่มาจากกรเลือกรับสิ่งที่สนใจ

ง. ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการได้รับความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับความแตกต่างของคุณสมบัติในแต่ละระดับ เช่น การตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายรูป หากผู้ซื้อให้ความสำคัญกับคุณสมบัตินั้นด้านคุณภาพของรูปที่ถ่ายออกมาเป็นอันดับแรกก็จะเลือกซื้อกล้องที่มี คุณภาพดีถึงแม้ว่าจะมีราคาสูงก็ตาม

จ. ผู้บริโภคจะสร้างทัศนคติต่อตรายี่ห้อต่างๆ โดยกระบวนการประเมินและจะใช้กระบวนการประเมินวิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีในกระบวนการประเมินตามวิธีการตัดสินใจซื้อและตัวผู้บริโภคเอง

ผู้บริโภคจะมีวิธีการประเมินแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคแต่ละคนและประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จะซื้อ ในบางครั้งผู้บริโภคจะใช้หลักเหตุผลอย่างมาก ในขณะที่บางครั้งจะไม่ใช้เหตุผลเลย หรือในบางครั้งจะประเมินด้วยตัวเองแต่บางครั้งจะปรึกษาเพื่อน เป็นต้น ธุรกิจควรจะศึกษาว่าผู้ซื้อมีวิธีการประเมินที่แท้จริงอย่างไร ถ้าหากทราบถึงกระบวนการในการประเมินของผู้บริโภคธุรกิจก็จะสามารถวางแผนในการสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคได้

- การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการประเมินในแต่ละด้าน ผู้บริโภคจะจัดอันดับผลิตภัณฑ์แต่ละตรายี่ห้อที่ต้องการจะซื้อ และทำการตัดสินใจซื้อตรายี่ห้อที่มีอันดับดีที่สุด อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอีก 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยแรกคือทัศนคติของผู้ซื้อ เช่น ภรรยาต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุดในไม่คำนึงถึงราคาจึงเลือกผลิตภัณฑ์คุณภาพดีราคาสูงเป็นอันดับหนึ่ง แต่สามีต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกและคุณภาพพอใช้ได้ ดังนั้นความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของภรรยาอาจมีการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยที่สองคือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น ผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่สุดในไม่คำนึงถึงราคาจึงเลือกผลิตภัณฑ์คุณภาพดีราคาสูงเป็นอันดับหนึ่ง แต่ก่อนจะซื้อปรากฏว่าถูกให้ออกจากงานที่ทำ ดังนั้นการเลือก

คุณสมบัติในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับสูงอาจจะเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพลดลง และมีราคาต่ำลง

- การประเมินหลังการซื้อ (Post purchase Evaluation) งานของธุรกิจไม่ได้สิ้นสุดเพียงการขายผลิตภัณฑ์ไปแล้วเท่านั้น หลังจากที่ผู้ซื้อซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้ซื้ออาจจะพอใจหรือไม่พอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ดังนั้นธุรกิจจึงมีภารกิจต่อพฤติกรรมหลังการซื้อของผู้บริโภค โดยการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้บริโภคและคุณสมบัติที่ได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะมีความพอใจเมื่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์มีมากกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นผลมาจากข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งต่างๆ เมื่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไม่สามารถสนองต่อความคาดหวังนั้น ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้นโดยจะขึ้นอยู่กับช่องว่างของความคาดหวังกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ดังนั้นธุรกิจควรจะทำ การสื่อสารคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยตรงไปตรงมา และเสนอผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามที่ ผู้บริโภคคาดหวัง ซึ่งธุรกิจอาจจะบรรยายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ให้ต่ำกว่าความเป็นจริงเพื่อ สร้างความพอใจของผู้ซื้อให้มากขึ้น เช่น บริษัทโบอิง โฆษณาว่าเครื่องบินรุ่นใหม่ของบริษัท สามารถประหยัดเชื้อเพลิงได้ ร้อยละ 5 แต่เมื่อผู้ซื้อนำไปใช้จริงพบว่าสามารถประหยัดเชื้อเพลิง ได้ถึงร้อยละ 8 เหตุการณ์นี้ได้สร้างความพอใจแก่ผู้ซื้อและมีคำสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมาก

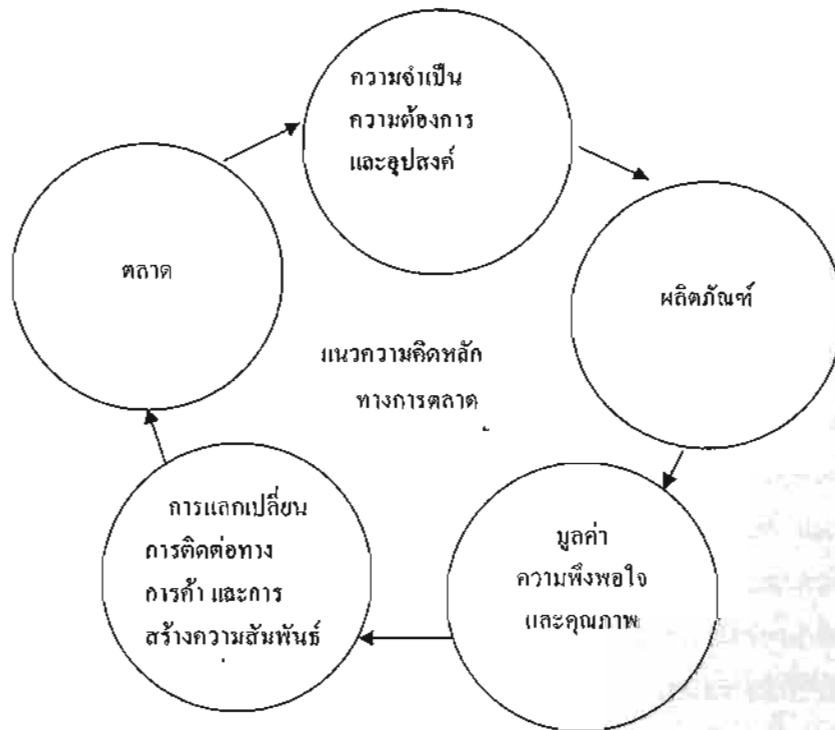
โดยทั่วไปผู้บริโภคจะมีความพอใจเมื่อพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมามีคุณสมบัติตามที่ ต้องการและเห็นข้อผิดพลาดในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองไม่ได้ซื้อ ในทางตรงกันข้ามผู้บริโภคจะไม่พอใจ ถ้าพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไม่มีคุณภาพและเสียโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไป หรือ บางครั้งผู้บริโภคอาจจะมี ความสงสัยว่าผลิตภัณฑ์ที่ตนเองไม่ได้ซื้อ มีคุณภาพดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ มาหรือไม่ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากลูกค้าของธุรกิจจะมี 2 กลุ่ม คือ ลูกค้ารายใหม่และลูกค้ารายเก่า การดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้มาซื้อผลิตภัณฑ์จะ ต้อง เสียค่าใช้จ่ายมากกว่าการให้ลูกค้ารายเก่ากลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ วิธีที่ดีที่สุดที่จะให้ลูกค้ารายเก่า กลับมาซื้อก็คือการสร้าง ความพึงพอใจ ลูกค้ารายเก่าจะกลับมาซื้อโดยที่ธุรกิจไม่ต้องเสีย ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา มาก นอกจากนี้ยังอาจจะซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นของธุรกิจเพิ่มเติม รวมทั้งจะพูดถึงธุรกิจ ในแง่ดีอันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ไปสู่กลุ่มผู้บริโภค รายอื่นๆ แต่ในทาง กลับกันหากลูกค้าไม่พอใจต่อ ผลิตภัณฑ์ก็จะเป็นผลเสียกับธุรกิจ ในแง่ของการไม่กลับมาซื้อ ผลิตภัณฑ์และบอกต่อกับผู้บริโภค รายอื่นๆ ในทางที่ไม่ดี

ธุรกิจควรจะมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นประจำ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะให้ลูกค้าที่ไม่พึงพอใจบ่งบอกถึงความไม่พอใจออกมา ลูกค้าที่ไม่พอใจส่วนใหญ่จะไม่อยากบอกกับธุรกิจว่าปัญหาคืออะไร ธุรกิจจึงควรสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ลูกค้าบอกถึงความรู้สึกออกมาเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปแก้ไขปรับปรุงแผนงานทางด้านการตลาดต่อไป

อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงขั้นตอนในการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้น ในแต่ละขั้นตอนอาจจะช้าหรือเร็วหรือบางครั้งอาจมีการกลับไปยังขั้นตอนก่อนหน้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือสถานการณ์ในการซื้อ

2.1.2 แนวความคิดหลักทางการตลาด (Core Marketing Concept)

ฟิลลิป คอตเลอร์ และ เกรย์ อามสตรองด์ (Kotler and Armstrong, 2001 : 6) ได้อธิบายความหมายของการตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวความคิดหลักทางการตลาดไว้ดังนี้ คือ การตลาดเป็นกระบวนการทางสังคมและกระบวนการทางการจัดการเพื่อให้ปัจเจกบุคคลและคณะบุคคลบรรลุความจำเป็นและความต้องการผ่านการสร้างสรรค์และ การแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และคุณค่ากับผู้อื่น เพื่อขยายความหมายของการตลาดนี้จะอธิบายในลักษณะของแนวความคิดหลักทางการตลาดซึ่งประกอบไปด้วยประเด็นดังต่อไปนี้ คือ



แผนภูมิที่ 2.4 แนวความคิดหลักทางการตลาด

ที่มา : (Kotler and Armstrong, 2001 : 6)

2.1.2.1 ความจำเป็น ความต้องการ และอุปสงค์ (Needs, Want and Demand)

- ความจำเป็น เป็นพื้นฐานที่มนุษย์ต้องมี เช่น ความจำเป็นในปัจจุบัน 4 ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค นอกจากนี้มนุษย์ยังมีความจำเป็นทางด้านสังคม เช่น ความจำเป็นด้านทรัพย์สินเงินทองที่ต้องมีไว้ใช้จ่าย หรือความต้องการความรัก และอีกประเภทหนึ่งคือความจำเป็นส่วนบุคคล (Individual Needs) เช่น ต้องการเรียนรู้ และการหาประสบการณ์ในชีวิต อย่างไรก็ตามความจำเป็นนี้ไม่ได้สร้างด้วยกิจกรรมทางการตลาดแต่ความจำเป็นเหล่านี้มักเกิดขึ้นเองกับมนุษย์ทุกคน

- ความต้องการเป็นรูปแบบความต้องการของมนุษย์ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมต่างๆ และบุคลิกลักษณะส่วนบุคคล หากจะเปรียบเทียบระหว่างความจำเป็นและความต้องการให้ชัดเจนแล้ว ความต้องการมีผลมาจากความจำเป็น เช่น การที่มนุษย์ต้องสวมใส่เครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นความจำเป็น แต่การเลือกยี่ห้อและแบบของเครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นระดับความต้องการสำหรับความต้องการของมนุษย์จะแตกต่างกันไปตามสังคม วัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคล

- อุปสงค์ มนุษย์มีความต้องการที่ไม่จำกัด แต่จะถูกจำกัดด้วยงบประมาณที่มีอยู่ เช่น เมื่อผู้บริโภคถูกถามว่าอยากได้รถยนต์กี่ยี่ห้อ คำตอบอาจจะมีมากมายหลายยี่ห้อที่อยากได้แต่หากถามว่ามียี่ห้อใดบ้างที่สามารถซื้อได้ คำตอบอาจมีเพียงยี่ห้อเดียว ดังนั้นจากความต้องการเมื่อถูกกลั่นกรองด้วยอำนาจการซื้อจะกลายเป็นอุปสงค์

เมื่อผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ก็มักจะมองถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นว่าคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไปหรือไม่ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องศึกษาถึงความต้องการและอำนาจการซื้อของผู้บริโภคประกอบกัน จากนั้นจึงหาวิธีตอบสนองความต้องการเหล่านี้ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดเมื่อเทียบกับเงินที่ผู้บริโภคได้จ่ายไปในปัจจุบันธุรกิจต่างๆ พยายามศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทและของคู่แข่งโดยพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เหนือกว่าคู่แข่ง

2.1.2.2 ผลิตภัณฑ์ (Product) เมื่อผู้บริโภคมีความจำเป็น ความต้องการ และ มีงบประมาณที่จะแสวงหาผลิตภัณฑ์มาตอบสนองแล้ว จึงเป็นบทบาทของธุรกิจที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปสู่ ความต้องการเหล่านั้นให้เกิดความพึงพอใจสำหรับผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดๆ ก็ตามที่สามารถนำเสนอต่อตลาดเพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้ได้รับความพอใจ โดยที่แนวคิดของผลิตภัณฑ์ไม่ได้จำกัดเฉพาะสินค้าที่มีตัวตนเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการบริการ บุคคล สถานที่ องค์กร และความคิดที่สามารถนำเสนอขายให้กับผู้บริโภคได้

2.1.2.3 คุณค่า ความพึงพอใจ และคุณภาพ (Value, Satisfaction and Quality) ในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้ได้รับความพอใจนั้น ผู้บริโภคจะ ตัดสินใจเลือกโดยพิจารณาจากประเด็นต่อไปนี้ คือ

- **คุณค่าสำหรับลูกค้า (Customer Value)** คือ ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการได้เป็นเจ้าของหรือได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้นกับต้นทุนที่จ่ายไป เช่น ต้นทุนที่เป็นตัวเงิน ต้นทุนด้านเวลา ต้นทุนด้านจิตใจ เป็นต้น

- **ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)** เป็นการรับรู้ของลูกค้าที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าที่ได้รับกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ หากคุณค่าที่ได้รับเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และหากคุณค่าที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวังระดับความพอใจก็จะยิ่งสูงขึ้นจนถึงระดับความชื่นชม (Delight) และความพอใจนี้จะนำไปสู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อๆ ไปยังลูกค้ารายอื่นในที่สุด ดังนั้นนักการตลาดควรทำให้ลูกค้าเกิดความชื่นชมโดยการนำเสนอคุณค่ามากกว่าสิ่งที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า

- **คุณภาพ (Quality)** ปัจจุบันธุรกิจคำนึงถึงคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพเป็นส่วนที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะการจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) จะเป็นการเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดจนกระบวนการทาง การตลาด นอกจากนี้การจัดการคุณภาพโดยรวมจะคำนึงถึงจุดเริ่มต้นตั้งแต่ความจำเป็นของลูกค้าและไปสิ้นสุดที่ความพึงพอใจของลูกค้า

2.1.2.4 การแลกเปลี่ยน การติดต่อทางธุรกิจ และการสร้างความสัมพันธ์ (Exchange, Transaction and Relationship) การตลาดจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีผู้ที่ตัดสินใจที่จะตอบสนอง ความจำเป็นและความต้องการให้ได้รับความพึงพอใจโดยผ่านประเด็นต่อไปนี้ คือ

- **การแลกเปลี่ยน** คือ การดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุความต้องการผลิตภัณฑ์ จากบุคคลอื่นโดยนำเสนอบางสิ่งบางอย่างเป็นการตอบแทน แต่อย่างไรก็ตามการแลกเปลี่ยนนั้นเป็นเพียงหนึ่งในหลายๆ ทางเลือกที่บุคคลสามารถบรรลุความต้องการผลิตภัณฑ์

- **การติดต่อทางธุรกิจ** คือ การทำการค้าระหว่าง 2 ฝ่าย ได้แก่ ผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น ผู้ซื้อจ่ายเงิน 13 บาทให้กับร้านค้าปลีกเพื่อให้ได้น้ำอัดลม 1 กระป๋อง วิธีนี้ถือว่าเป็น การแลกเปลี่ยนโดยใช้เงินเป็นตัวกลาง แต่นอกจากการใช้เงินเป็นตัวกลางแล้วการแลกเปลี่ยนด้วย สิ่งของก็ถือว่าเป็นการติดต่อทางธุรกิจเช่นกัน

- **การสร้างความสัมพันธ์ทางการตลาด (Relationship Marketing)** เมื่อได้ทำให้เกิดการติดต่อทางธุรกิจแล้ว ธุรกิจจำเป็นต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวกับลูกค้า รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนกลางทางการตลาด ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต พนักงานของบริษัท ผู้ถือหุ้น และผู้ที่คาดว่าจะมีผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ

- **ตลาด (Market)** จากแนวคิดของการแลกเปลี่ยนและการสร้างความสัมพันธ์ทาง การตลาดนำไปสู่แนวคิดของตลาด ซึ่งตลาดหมายถึงกลุ่มผู้ซื้อที่มีศักยภาพที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น โดยประกอบด้วยคนที่มีความจำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์ มีกำลังซื้อ สำหรับการแลกเปลี่ยน และมีความเต็มใจที่จะทำการซื้อ ดังนั้นธุรกิจควรให้ความสนใจตลาดโดย

การทำงานการศึกษาถึง ความจำเป็นและความต้องการของตลาด จากนั้นจึงเลือกส่วนตลาดที่มีโอกาสในการทำกำไรให้กับธุรกิจ

จากความหมายของคำว่า การตลาด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วเราสามารถสรุปได้ว่าการตลาด คือ กระบวนการของธุรกิจในการตอบสนองของความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ รวมทั้งการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภคในระยะยาวโดยที่ธุรกิจบรรลุ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

2.1.3 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด คือ การตัดสินใจในองค์ประกอบของตัวแปร 4 อย่าง ได้แก่ การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Lamb, Hair and McDaniel. 2001 : 17) คือ

2.1.3.1 การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product Decision)

ในแง่ของการตลาดคำว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นแนวคิดแบบกว้าง ๆ ที่เป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจโดยผลิตภัณฑ์หมายถึงสินค้าที่มีตัวตน บริการ องค์กร บุคคล ความคิด ฯลฯ

การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย การตัดสินใจในหลาย ๆ ด้าน เช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบ รูปลักษณ์ ตรายี่ห้อ ชื่อยี่ห้อ สายผลิตภัณฑ์ คุณภาพ รวมทั้งการจัดการกลยุทธ์การตลาดในแต่ละส่วนของวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์

2.1.3.2 การตัดสินใจด้านราคา (Price Decision)

การตัดสินใจทางด้านราคาเป็น หนึ่งใน การตัดสินใจทางการตลาดที่สำคัญ โดยเฉพาะในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง เช่น การตั้งราคาสูงจะทำให้มีกำไรต่อหน่วยสูงแต่อาจทำให้เสียเปรียบคู่แข่ง ในขณะที่การตั้งราคาต่ำก็ทำให้กำไรต่อหน่วยต่ำเช่นกัน ดังนั้นในการกำหนดราคาธุรกิจจะตัดสินใจโดยการกำหนดกำไรที่จะได้รับกับความเหมาะสมของราคา อย่างไรก็ตามการกำหนดราคาควรจะเป็นไปตามเป้าหมายหลายๆ อย่างของธุรกิจ คือการกำหนดราคาควรสนับสนุนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและควรทำให้เกิด ความสำเร็จของเป้าหมายทางการเงินของธุรกิจ นอกจากนี้การกำหนดราคาจะต้องสอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงของสิ่งแวดล้อมทาง

การตลาด สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การกำหนดราคา คือ การแข่งขันและสภาพแวดล้อมทางการตลาด

2.1.3.3 การตัดสินใจด้านการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Decision)

การตัดสินใจ เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายนั้นเกี่ยวข้องกับ การตอบสนองของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของความถูกต้องด้านปริมาณ เวลา และสถานที่ การตัดสินใจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นเป็นการตัดสินใจด้านระบบการขนส่ง คลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง ระบบการซื้อ และการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดจำหน่ายผ่านทางผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก เป็นต้น

การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้เกิดช่องทางใหม่ๆ สำหรับธุรกิจ ในหลายๆ อุตสาหกรรม ตัวอย่างของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ เช่น บริษัทไมโครซอฟต์ (Microsoft) บริษัทซันไมโครซิสเต็ม (Sun Microsystems) และบริษัทอโดบี (Adobe) มีการจำหน่ายซอฟต์แวร์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้ซื้อสามารถดาวน์โหลด (Download) โปรแกรมที่ต้องการรวมทั้งชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่องทางธุรกิจนี้จะมีค่าใช้จ่ายลดลงเนื่องจากไม่ต้องมีบรรจุกู้ภัณฑ์หรือค่าขนส่ง เป็นต้น

2.1.3.4 การตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Decision)

การส่งเสริมการตลาด คือ การสื่อสารจากธุรกิจไปยังผู้ซื้อโดยธุรกิจมีเครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบไปยังกลุ่มเป้าหมาย คือ การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) การตลาดเจาะตรง (Direct Marketing)

ในอดีตการสื่อสารทางการตลาดแต่ละแบบจะแยกส่วนในการตัดสินใจ เช่น ธุรกิจมอบหมายงานโฆษณาให้กับบริษัทตัวแทนโฆษณารับผิดชอบ ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์มอบหน้าที่ให้กับฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการตัดสินใจด้านพนักงานขายเป็นหน้าที่ของฝ่ายขาย การแยกส่วนในการดำเนินงานเช่นนี้ทำให้การสื่อสารทางการตลาดไม่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งพอ และบางครั้งเนื้อหาในการสื่อสารอาจมีส่วนที่ขัดแย้งกัน ในปัจจุบันจึงเกิดแนวคิดในการนำ เครื่องมือการสื่อสารทั้ง 5 แบบมาวางแผนกลยุทธ์ร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารทางการตลาดรวมทั้งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรของธุรกิจ

อย่างไรก็ตามส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด หรือที่เรียกว่า 4P's นั้นเป็นมุมมองของผู้ขายที่ถือว่า

4P's เป็นเครื่องมือในการตอบสนองต่อผู้ซื้อ แต่ในมุมมองของผู้ซื้อ เครื่องมือในการตอบสนองให้เกิดความพึงพอใจจะพิจารณาในลักษณะ 4C's โดยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะต้องสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (Customer Solution) โดยที่ลูกค้าพอใจกับต้นทุนที่จ่ายไป (Customer Cost) สามารถซื้อได้อย่างสะดวก (Convenience) และรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการสื่อสารของธุรกิจ (Communication)

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบ 4P's กับ 4C's

| 4P's | 4C's |
|------------------------------------|---|
| - ผลิตภัณฑ์ = (Product) | - การแก้ปัญหาให้กับลูกค้า = (Customer Solution) |
| - ราคา = (Price) | - ต้นทุนของลูกค้า = (Customer Cost) |
| - ช่องทางการจัดจำหน่าย = (Place) | - ความสะดวกในการซื้อ = (Convenience) |
| - การส่งเสริมการตลาด = (Promotion) | - การสื่อสาร = (Communication) |

ที่มา : (Kotler, 2000 : 16)

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จึงใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแนวทางในการตั้งคำถามเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เมื่อได้รับค่าข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแล้วจะใช้แนวคิดทางการตลาดเป็นแนวทางในการเสนอแนะให้กับองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องต่อไป

2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.1 ข้อมูลทางด้านสถิติการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2546 กับปี พ.ศ. 2547

| Type of Data | 2003 | D (%) | 2004 | D (%) |
|---|-----------|---------|-----------|----------|
| Visitor | 1,052,591 | - 2.72 | 1,149,101 | + 9.17 |
| Thai | 759,047 | + 6.53 | 852,749 | + 12.34 |
| Foreigners | 293,544 | - 20.57 | 296,352 | + 0.96 |
| Tourist | 988,989 | - 2.46 | 1,072,872 | + 8.48 |
| Thai | 708,794 | + 7.17 | 792,961 | + 11.87 |
| Foreigners | 280,195 | - 20.53 | 279,911 | - 0.10 |
| Excursionist | 63,602 | - 6.62 | 76,229 | + 19.85 |
| Thai | 50,253 | - 1.74 | 59,788 | + 18.97 |
| Foreigners | 13,349 | - 21.33 | 16,441 | + 23.16 |
| Average Length of Stay (Day) | 3.20 | - | 3.15 | - |
| Thai | 3.25 | - | 3.21 | - |
| Foreigners | 3.09 | - | 2.98 | - |
| Average Expenditure (Baht/Person/Day) | | | | |
| Visitor | 2,681.25 | + 0.26 | 2,753.60 | + 2.70 |
| Thai | 2,550.97 | + 1.98 | 2,615.87 | + 2.54 |
| Foreigners | 3,018.14 | + 0.35 | 3,175.47 | + 5.21 |
| Tourist | 2,726.25 | + 0.21 | 2,784.78 | + 2.15 |
| Thai | 2,595.51 | + 1.93 | 2,640.41 | + 1.73 |
| Foreigners | 3,056.97 | + 0.31 | 3,193.74 | + 4.47 |
| Excursionist | 2,002.27 | - 0.38 | 2,005.92 | + 0.18 |
| Thai | 1,922.86 | + 0.13 | 1,920.46 | - 0.12 |
| Foreigners | 2,203.16 | + 1.17 | 2,248.03 | + 2.04 |
| Revenue (Million Baht) | | | | |
| Visitor | 8,751.76 | + 2.34 | 9,515.80 | + 8.73 |
| Thai | 6,075.62 | + 14.89 | 6,814.82 | + 12.17 |
| Foreigners | 2,676.14 | - 18.00 | 2,700.98 | + 0.93 |
| ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS | | | | |
| Establishments | 40 | - | 101 | + 152.50 |
| Rooms | 2,958 | + 0.78 | 5,491 | + 85.63 |
| Occupancy Rate (%) | 44.25 | - 1.65 | 32.49 | - 11.76 |
| Average Length of Stay (Day) | 1.35 | - | 1.57 | + 0.22 |
| Number of Guest Arrivals | 717,799 | + 0.81 | 832,611 | + 16.00 |
| Thai | 467,517 | + 19.64 | 585,176 | + 25.17 |
| Foreigners | 250,282 | - 22.10 | 247,435 | - 1.14 |

ตารางที่ 2.3 ข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547

| รายการข้อมูล | | ไทย | ต่างประเทศ | รวม |
|--|------------------|----------|------------|-----------|
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน | | 852,749 | 296,352 | 1,149,101 |
| นักท่องเที่ยว | | 792,961 | 279,911 | 1,072,872 |
| นักทัศนอาจร | | 59,788 | 16,441 | 76,229 |
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง | | 852,749 | 296,352 | 1,149,101 |
| ประเภท การเดินทาง | เครื่องบิน | 100,380 | 52,479 | 152,859 |
| | รถไฟ | - | - | - |
| | รถโดยสารประจำทาง | 308,541 | 67,584 | 376,125 |
| | รถส่วนตัว | 442,282 | 176,162 | 618,444 |
| | อื่น ๆ | 1,546 | 127 | 1,673 |
| จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก | | 792,961 | 279,911 | 1,072,872 |
| โรงแรม | | 561,250 | 233,788 | 795,038 |
| เกสต์เฮาส์ | | 23,926 | 13,647 | 37,573 |
| บังกาโล/รีสอร์ท | | 18,260 | 8,059 | 26,319 |
| บ้านญาติ/เพื่อน | | 176,003 | 15,074 | 191,077 |
| ที่พักในอุทยานฯ | | 12,051 | 9,343 | 21,394 |
| บ้านรับรองฯ | | 1,471 | - | 1,471 |
| อื่น ๆ | | - | - | - |
| ระยะเวลาทำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน) | | 3.21 | 2.98 | 3.15 |
| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท) | | 2,615.87 | 3,175.47 | 2,753.60 |
| นักท่องเที่ยว | | 2,640.41 | 3,193.74 | 2,784.78 |
| นักทัศนอาจร | | 1,920.46 | 2,248.03 | 2,005.92 |
| รายได้(ล้านบาท) | | 6,814.82 | 2,700.98 | 9,515.80 |
| นักท่องเที่ยว | | 6,700.00 | 2,664.02 | 9,364.02 |
| นักทัศนอาจร | | 114.82 | 36.96 | 151.78 |
| จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง) | | 2.88 | 1.20 | 2.45 |
| นักท่องเที่ยว | | 2.85 | 1.18 | 2.42 |
| นักทัศนอาจร | | 3.22 | 1.51 | 2.85 |

หมายเหตุ : ผู้เยี่ยมชมเยือน : นักท่องเที่ยวและนักทัศนอาจร นักท่องเที่ยว : ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ค้างคืน นักทัศนอาจร : ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไม่ค้างคืน

ตารางที่ 2.4 ข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547 โดยจัดการเดินทางมาเอง

| รายการข้อมูล | | ไทย | ต่างประเทศ | รวม |
|--|------------------|----------|------------|----------|
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน | | 726,297 | 196,655 | 922,952 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 686,662 | 185,920 | 872,582 |
| นักทัศนอาจร | | 39,635 | 10,735 | 50,370 |
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง | | 726,297 | 196,655 | 922,952 |
| ประเภทการเดินทาง | เครื่องบิน | 70,262 | 29,903 | 100,165 |
| | รถไฟ | - | - | - |
| | รถโดยสารประจำทาง | 308,541 | 67,584 | 376,125 |
| | รถส่วนตัว | 345,948 | 99,041 | 444,989 |
| | อื่น ๆ | 1,546 | 127 | 1,673 |
| จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก | | 686,662 | 185,920 | 872,582 |
| โรงแรม | | 469,212 | 145,191 | 614,403 |
| เกสต์เฮาส์ | | 22,862 | 9,768 | 32,630 |
| บังกาโล/รีสอร์ท | | 14,563 | 7,605 | 22,168 |
| บ้านญาติ/เพื่อน | | 166,503 | 14,013 | 180,516 |
| ที่พักในอุทยานฯ | | 12,051 | 9,343 | 21,394 |
| บ้านรับรองฯ | | 1,471 | - | 1,471 |
| อื่น ๆ | | - | - | - |
| ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน) | | 3.35 | 3.44 | 3.37 |
| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท) | | 2,591.58 | 3,017.86 | 2,684.29 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 2,599.99 | 3,032.00 | 2,692.05 |
| นักทัศนอาจร | | 2,103.69 | 2,177.92 | 2,119.52 |
| รายได้(ล้านบาท) | | 6,064.18 | 1,962.52 | 8,026.70 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 5,980.81 | 1,939.16 | 7,919.97 |
| นักทัศนอาจร | | 83.37 | 23.36 | 106.73 |
| จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง) | | 2.93 | 1.27 | 2.57 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 2.90 | 1.24 | 2.55 |
| นักทัศนอาจร | | 3.31 | 1.73 | 2.97 |

ตารางที่ 2.5 ข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือน ปี พ.ศ. 2547 โดยจัดการเดินทางมา กับบริษัทนำเที่ยว

| รายการข้อมูล | | ไทย | ต่างประเทศ | รวม |
|--|------------------|----------|------------|----------|
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน | | 126,452 | 99,697 | 226,149 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 106,299 | 93,991 | 200,290 |
| นักทัศนอาจร | | 20,153 | 5,706 | 25,859 |
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง | | 126,452 | 99,697 | 226,149 |
| ประเภทการเดินทาง | เครื่องบิน | 30,118 | 22,576 | 52,694 |
| | รถไฟ | - | - | - |
| | รถโดยสารประจำทาง | - | - | - |
| | รถส่วนตัว | 96,334 | 77,121 | 173,455 |
| | อื่น ๆ | - | - | - |
| จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก | | 106,299 | 93,991 | 200,290 |
| โรงแรม | | 92,038 | 88,597 | 180,635 |
| เกสต์เฮาส์ | | 1,064 | 3,879 | 4,943 |
| บังกาโล/รีสอร์ต | | 3,697 | 454 | 4,151 |
| บ้านญาติ/เพื่อน | | 9,500 | 1,061 | 10,561 |
| ที่พักในอุทยานฯ | | - | - | - |
| บ้านรับรองฯ | | - | - | - |
| อื่น ๆ | | - | - | - |
| ระยะเวลาทำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน) | | 2.29 | 2.06 | 2.18 |
| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท) | | 2,847.89 | 3,704.78 | 3,216.86 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 2,954.46 | 3,743.69 | 3,122.62 |
| นักทัศนอาจร | | 1,560.57 | 2,383.45 | 1,742.16 |
| รายได้(ล้านบาท) | | 750.64 | 738.46 | 1,489.10 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 719.19 | 724.86 | 1,444.05 |
| นักทัศนอาจร | | 31.45 | 13.60 | 45.05 |
| จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง) | | 2.61 | - | 1.93 |
| นักท่องเที่ยวนักทัศนอาจร | | 2.52 | - | 1.84 |
| นักทัศนอาจร | | 3.05 | - | 2.62 |

ตารางที่ 2.6 ข้อมูลสถิติสรุปผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามพาหนะเดินทาง

| พาหนะเดินทาง | | ผู้เยี่ยมชมเยือน | | | | | |
|--------------|------------|------------------|--------|------------|--------|-----------|--------|
| | | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| ประเภทการ | เครื่องบิน | 100,380 | 11.77 | 52,479 | 17.71 | 152,859 | 13.30 |
| | รถไฟ | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 |
| | รถโดยสาร | 308,541 | 36.18 | 67,584 | 22.81 | 376,125 | 32.73 |
| | รถส่วนตัว | 442,282 | 51.88 | 176,162 | 59.44 | 618,444 | 53.83 |
| | อื่น ๆ | 1,546 | 0.17 | 127 | 0.04 | 1,673 | 0.14 |
| รวมทั้งหมด | | 852,749 | 100.00 | 296,352 | 100.00 | 1,149,101 | 100.00 |

ตารางที่ 2.7 ข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามที่พัก

| สถานที่พัก | นักท่องเที่ยว | | | | | |
|------------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|------------------|---------------|
| | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| 1. โรงแรม | 561,250 | 70.78 | 233,788 | 83.52 | 795,038 | 74.10 |
| 2. เกสต์เฮาส์ | 23,926 | 3.02 | 13,647 | 4.88 | 37,573 | 3.50 |
| 3. บังกาโล/รีสอร์ท | 18,260 | 2.30 | 8,059 | 2.88 | 26,319 | 2.45 |
| 4. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน | 176,003 | 22.20 | 15,074 | 5.39 | 191,077 | 17.82 |
| 5. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ | 12,051 | 1.52 | 9,343 | 3.33 | 21,394 | 1.99 |
| 6. บ้านพักรับรองของทางราชการ | 1,471 | 0.18 | 0 | 0.00 | 1,471 | 0.14 |
| 7. อื่น ๆ | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 |
| รวม | 792,961 | 100.00 | 279,911 | 100.00 | 1,072,872 | 100.00 |

ตารางที่ 2.8 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามถิ่นที่อยู่

| ถิ่นที่อยู่ของผู้เยี่ยมชมเยือน | นักท่องเที่ยว | | นักทัศนาจร | | ผู้เยี่ยมชมเยือน | |
|--------------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|------------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. กรุงเทพมหานคร | 308,407 | 38.89 | 13,009 | 21.76 | 321,416 | 37.69 |
| 2. ภาคกลาง | 79,847 | 10.07 | 10,082 | 16.86 | 89,929 | 10.55 |
| 3. ภาคตะวันตก | 100,106 | 12.62 | 4,004 | 6.70 | 104,110 | 12.21 |
| 4. ภาคตะวันออก | 49,271 | 6.21 | 3,421 | 5.72 | 52,692 | 6.18 |
| 5. ภาคเหนือ | 144,158 | 18.18 | 17,731 | 29.66 | 161,889 | 18.98 |
| 6. ภาคใต้ | 56,785 | 7.16 | 4,815 | 8.05 | 61,600 | 7.22 |
| 7. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 54,387 | 6.87 | 6,726 | 11.25 | 61,113 | 7.17 |
| รวม | 792,961 | 100.00 | 59,788 | 100.00 | 852,749 | 100.00 |

ตารางที่ 2.9 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนชาวต่างประเทศปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามถิ่นที่อยู่

| ถิ่นที่อยู่ของผู้เยี่ยมชมเยือน | นักท่องเที่ยว | | นักทัศนาจร | | ผู้เยี่ยมชมเยือน | |
|--------------------------------|----------------|---------------|---------------|---------------|------------------|---------------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1. อเมริกา | 52,139 | 18.63 | 3,303 | 20.09 | 55,442 | 18.71 |
| 2. ยุโรป | 133,889 | 47.83 | 6,664 | 40.53 | 140,553 | 47.43 |
| 3. โอเชียเนีย | 16,228 | 5.80 | 1,323 | 8.05 | 17,551 | 5.92 |
| 4. เอเชีย | 62,456 | 22.31 | 3,212 | 19.54 | 65,668 | 22.16 |
| 5. ตะวันออกกลาง | 9,543 | 3.41 | 754 | 4.59 | 10,297 | 3.47 |
| 6. แอฟริกา | 5,656 | 2.02 | 1,185 | 7.20 | 6,841 | 2.31 |
| รวม | 279,911 | 100.00 | 16,441 | 100.00 | 296,352 | 100.00 |

ตารางที่ 2.10 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | ผู้เยี่ยมเยือน | | | | | |
|--------------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|------------------|---------------|
| | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| 1.ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 182,617 | 21.42 | 39,910 | 13.47 | 222,527 | 19.37 |
| 2. นักศึกษา | 107,630 | 12.62 | 39,770 | 13.42 | 147,400 | 12.83 |
| 3. ประกอบกิจการส่วนตัว | 234,546 | 27.50 | 56,219 | 18.97 | 290,765 | 25.30 |
| 4. ตัวแทนขายสินค้า | 45,894 | 5.38 | 15,743 | 5.31 | 61,637 | 5.36 |
| 5. แม่บ้าน | 36,382 | 4.27 | 13,005 | 4.39 | 49,387 | 4.30 |
| 6. พนักงาน/ลูกจ้าง | 197,262 | 23.13 | 61,819 | 20.86 | 259,081 | 22.55 |
| 7. เกษตรกร | 9,772 | 1.15 | 7,546 | 2.55 | 17,318 | 1.51 |
| 8. อื่น ๆ | 38,646 | 4.53 | 62,340 | 21.03 | 100,986 | 8.78 |
| รวมทั้งหมด | 852,749 | 100.00 | 296,352 | 100.00 | 1,149,101 | 100.00 |

ตารางที่ 2.11 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามอายุ

| อายุ (ปี) | ผู้เยี่ยมเยือน | | | | | |
|------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|------------------|---------------|
| | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| 1. 15 - 24 ปี | 147,554 | 17.30 | 39,071 | 13.18 | 186,625 | 16.24 |
| 2. 25 - 34 ปี | 330,700 | 38.78 | 88,974 | 30.02 | 419,674 | 36.52 |
| 3. 35 - 44 ปี | 232,067 | 27.21 | 66,863 | 22.56 | 298,930 | 26.01 |
| 4. 45 - 54 ปี | 115,714 | 13.57 | 56,713 | 19.14 | 172,427 | 15.01 |
| 5. 55 - 64 ปี | 22,537 | 2.64 | 28,598 | 9.65 | 51,135 | 4.45 |
| 6. มากกว่า 64 ปี | 4,177 | 0.50 | 16,133 | 5.45 | 20,310 | 1.77 |
| รวม | 852,749 | 100.00 | 296,352 | 100.00 | 1,149,101 | 100.00 |

ตารางที่ 2.12 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเดือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามเพศ

| เพศ | ผู้เยี่ยมชมเดือน | | | | | |
|------|------------------|--------|------------|--------|-----------|--------|
| | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| ชาย | 497,252 | 58.31 | 183,238 | 61.83 | 680,490 | 59.22 |
| หญิง | 355,497 | 41.69 | 113,114 | 38.17 | 468,611 | 40.78 |
| รวม | 852,749 | 100.00 | 296,352 | 100.00 | 1,149,101 | 100.00 |

ตารางที่ 2.13 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาในรอบ 1 ปี

| จำนวนครั้ง ของการเดินทาง | ผู้เยี่ยมเยือน | | | | | |
|-----------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|------------------|---------------|
| | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| 1 ครั้ง | 296,453 | 34.76 | 265,752 | 89.67 | 562,205 | 48.93 |
| 2 ครั้ง | 174,551 | 20.47 | 19,519 | 6.59 | 194,070 | 16.89 |
| 3 ครั้ง | 106,555 | 12.50 | 2,482 | 0.84 | 109,037 | 9.49 |
| 4 ครั้ง | 57,326 | 6.72 | 3,579 | 1.21 | 60,905 | 5.30 |
| 5 ครั้ง | 46,922 | 5.50 | 881 | 0.30 | 47,803 | 4.16 |
| มากกว่า 5 ครั้ง | 170,942 | 20.05 | 4,139 | 1.39 | 175,081 | 15.23 |
| รวม | 852,749 | 100.00 | 296,352 | 100.00 | 1,149,101 | 100.00 |
| จำนวนครั้งเฉลี่ย/ปี | 2.88 | - | 1.20 | - | 2.45 | - |

ตารางที่ 2.14 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามระดับของรายได้

| ระดับของรายได้ | ผู้เยี่ยมเยือน | | | | | |
|------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|------------------|---------------|
| | ไทย | ร้อยละ | ต่างประเทศ | ร้อยละ | รวม | ร้อยละ |
| 1. น้อยกว่า 10,000 บาท | 220,463 | 25.85 | 15,854 | 5.35 | 236,317 | 20.57 |
| 2. 10,000 - 17,499 บาท | 227,540 | 26.68 | 14,106 | 4.76 | 241,646 | 21.03 |
| 3. 17,500 - 19,999 บาท | 67,965 | 7.97 | 11,041 | 3.73 | 79,006 | 6.88 |
| 4. 20,000 - 34,999 บาท | 147,873 | 17.34 | 24,410 | 8.24 | 172,283 | 14.99 |
| 5. 35,000 - 49,999 บาท | 71,531 | 8.39 | 47,121 | 15.90 | 118,652 | 10.33 |
| 6. 50,000 - 64,999 บาท | 48,479 | 5.69 | 44,685 | 15.08 | 93,164 | 8.11 |
| 7. 65,000 - 79,999 บาท | 17,555 | 2.06 | 37,139 | 12.53 | 54,694 | 4.76 |
| 8. ตั้งแต่ 80,000 บาท | 51,343 | 6.02 | 101,996 | 34.41 | 153,339 | 13.33 |
| รวมทั้งหมด | 852,749 | 100.00 | 296,352 | 100.00 | 1,149,101 | 100.00 |

ตารางที่ 2.15 ข้อมูลสถิติผู้เยี่ยมชมเยือนปี พ.ศ. 2547 จำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยว

| สถานที่ท่องเที่ยว | สัดส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้เยี่ยมชมเยือนท่องเที่ยว 9 อันดับแรก | | |
|-----------------------------------|--|------------|-------|
| | ไทย | ต่างประเทศ | รวม |
| 1.คอยตุง | 38.51 | 30.14 | 36.35 |
| 2.สามเหลี่ยมทองคำ | 20.81 | 32.79 | 23.90 |
| 3.ไนท์บราซาร์ | 30.94 | 34.17 | 31.77 |
| 4.แม่สาย | 45.48 | 50.68 | 46.82 |
| 5.เชียงแสน | 14.24 | 22.49 | 16.37 |
| 6.หาดเชียงราย | 6.03 | 2.82 | 5.20 |
| 7.พระตำหนักคอยตุงและสวนแม่ฟ้าหลวง | 5.83 | 14.52 | 8.07 |
| 8.น้ำตกขุนกรณ์ | 3.65 | 2.41 | 3.33 |
| 9.คอยแม่สลอง | 5.89 | 4.13 | 5.44 |
| 10.บริเวณตัวเมืองเชียงราย | | | |

ตารางที่ 2.16 ข้อมูลสถานพักแรมเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2546 กับ ปี พ.ศ. 2547

| | 2547 | 2546 | อัตราการเปลี่ยนแปลง |
|--------------------------|-------|-------|---------------------|
| จำนวนโรงแรม(แห่ง) | 101 | 40 | + 152.50 |
| ในเมือง | 78 | 40 | + 95.00 |
| กลุ่ม 1 | 4 | - | - |
| กลุ่ม 2 | 4 | 5 | - 20.00 |
| กลุ่ม 3 | 5 | 4 | + 25.00 |
| กลุ่ม 4 | 12 | 4 | + 200.00 |
| กลุ่ม 5 | 36 | 15 | + 140.00 |
| เกสต์เฮ้าส์ | 17 | 12 | + 41.67 |
| นอกเมือง | 23 | - | - |
| จำนวนห้องพัก(ห้อง) | 5,491 | 2,958 | + 85.63 |
| ในเมือง | 4,132 | 2,958 | + 39.69 |
| กลุ่ม 1 | 467 | - | - |
| กลุ่ม 2 | 840 | 1,039 | - 19.15 |
| กลุ่ม 3 | 465 | 623 | - 25.36 |
| กลุ่ม 4 | 543 | 237 | + 129.11 |
| กลุ่ม 5 | 1,459 | 811 | + 79.90 |
| เกสต์เฮ้าส์ | 358 | 248 | + 44.35 |
| นอกเมือง | 1,359 | - | - |
| อัตราการเข้าพักเฉลี่ย(%) | 32.49 | 43.97 | - 11.48 |
| ในเมือง | 32.71 | 43.97 | - 11.26 |
| กลุ่ม 1 | 42.82 | - | - |
| กลุ่ม 2 | 40.67 | 47.01 | - 6.34 |
| กลุ่ม 3 | 35.34 | 44.93 | - 9.59 |
| กลุ่ม 4 | 26.22 | 59.83 | - 33.61 |
| กลุ่ม 5 | 29.57 | 36.54 | - 6.97 |
| เกสต์เฮ้าส์ | 20.11 | 37.96 | - 17.85 |
| นอกเมือง | 31.81 | - | - |

ตารางที่ 2.16 ข้อมูลสถานพักแรมเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2546 กับ ปี พ.ศ. 2547 (ต่อ)

| | 2547 | 2546 | อัตราการเปลี่ยนแปลง |
|--------------------------|---------|---------|---------------------|
| จำนวนทท.ที่พักโรงแรม(คน) | 832,611 | 717,799 | + 16.00 |
| ในเมือง | 649,979 | 717,799 | - 9.45 |
| กลุ่ม 1 | 73,738 | - | - |
| กลุ่ม 2 | 207,559 | 267,980 | - 22.55 |
| กลุ่ม 3 | 62,938 | 162,949 | - 61.38 |
| กลุ่ม 4 | 62,524 | 65,739 | - 4.89 |
| กลุ่ม 5 | 205,647 | 169,467 | + 21.35 |
| เกสต์เฮ้าส์ | 37,573 | 51,664 | - 27.27 |
| นอกเมือง | 182,632 | - | - |
| ระยะพำนักเฉลี่ย(วัน) | 1.57 | 1.35 | + 0.22 |
| ในเมือง | 1.42 | 1.35 | + 0.07 |
| กลุ่ม 1 | 1.98 | - | - |
| กลุ่ม 2 | 1.18 | 1.37 | - 0.19 |
| กลุ่ม 3 | 1.10 | 1.13 | - 0.03 |
| กลุ่ม 4 | 1.59 | 1.62 | - 0.03 |
| กลุ่ม 5 | 1.84 | 1.41 | + 0.43 |
| เกสต์เฮ้าส์ | 1.38 | 1.37 | + 0.01 |
| นอกเมือง | 1.72 | - | - |
| จำนวนคนต่อห้อง | 2.07 | 2.01 | + 0.06 |
| ในเมือง | 2.09 | 2.01 | + 0.08 |
| กลุ่ม 1 | 2.00 | - | - |
| กลุ่ม 2 | 1.96 | 1.99 | - 0.03 |
| กลุ่ม 3 | 1.20 | 1.82 | - 0.62 |
| - กลุ่ม 4 | 1.93 | 2.00 | - 0.07 |
| กลุ่ม 5 | 2.43 | 2.19 | + 0.24 |
| เกสต์เฮ้าส์ | 1.99 | 2.04 | - 0.05 |
| นอกเมือง | 1.99 | - | - |

ตารางที่ 2.17 ข้อมูลผู้เข้าพักแรมแยกตามสัญชาติปี พ.ศ. 2547 กับ ปี พ.ศ. 2548

| Nationality | January - December | | |
|--------------|--------------------|----------------|----------------|
| | 2004 | 2003 | D(%) |
| Thai | 585,176 | 467,517 | + 25.17 |
| Malaysia | 4,662 | 7,303 | - 36.16 |
| Singapore | 2,179 | 3,507 | - 37.87 |
| China | 4,604 | 3,320 | + 38.67 |
| Hong Kong | 1,960 | 2,703 | - 27.49 |
| Japan | 11,191 | 12,873 | - 13.07 |
| Korea | 2,528 | 5,622 | - 55.03 |
| Taiwan | 32,086 | 26,108 | + 22.90 |
| Austria | 3,401 | 2,823 | + 20.47 |
| Belgium | 5,801 | 7,461 | - 22.25 |
| Denmark | 3,716 | 2,947 | + 26.09 |
| France | 33,699 | 36,099 | - 6.65 |
| Germany | 25,991 | 19,989 | + 30.03 |
| Italy | 9,452 | 9,561 | - 1.14 |
| Netherlands | 12,230 | 16,879 | - 27.54 |
| Sweden | 4,173 | 5,276 | - 20.91 |
| Switzerland | 5,865 | 7,036 | - 16.64 |
| U.K. | 16,020 | 15,155 | + 5.71 |
| U.S.A. | 28,634 | 29,242 | - 2.08 |
| Canada | 3,699 | 3,662 | + 1.01 |
| Middle East | 6,652 | 7,068 | - 5.89 |
| Australia | 4,798 | 6,997 | - 31.43 |
| New Zealand | 1,086 | 1,628 | - 33.29 |
| India | 629 | 1,162 | - 45.87 |
| Others | 22,379 | 15,861 | + 41.09 |
| Total | 832,611 | 717,799 | + 16.00 |

2.2.2 ข้อมูลองค์กรต่างๆ ทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 2.18 แสดงรายชื่อสมาคม ชมรม และองค์กรทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

| ชื่อหน่วยงาน | ตำแหน่งผู้รับผิดชอบ | ที่อยู่ | โทรศัพท์/ โทรสาร |
|--|--|---|--|
| การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 | นางธัญภา นิโคธรานนท์ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 | 448/16 ถ.สิงหนโคไล ต.เวียง อ.เมือง จ.เชียงราย 57000 | โทร. 053744674-5 โทรสาร. 053717434 |
| สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย | นายสมเกียรติ ชื่นธีระวงศ์ นายกสมาคมท่องเที่ยวเชียงราย | หจก.ฟาร์อีสท์เทอร์นทัวเวีย 116/1 ถนนพหลโยธิน ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053715690 / 053713615 โทรสาร.053715691 |
| ชมรมผู้ประกอบการรถเช่าเชียงราย | นายสมเกียรติ ชื่นธีระวงศ์ ประธานชมรมผู้ประกอบการรถเช่าเชียงราย | หจก.ฟาร์อีสท์เทอร์นทัวเวีย 116/1 ถนนพหลโยธิน ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053715690 / 053713615 โทรสาร.053715691 |
| สมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ (สาขา จ.เชียงราย) | นายสมเกียรติ ชื่นธีระวงศ์ ประธานสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ (สาขา จ.เชียงราย) | หจก.ฟาร์อีสท์เทอร์นทัวเวีย 116/1 ถนนพหลโยธิน ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053715690 / 053713615 โทรสาร.053715691 |
| สมาคมโรงแรมเชียงราย | นายแสวง เครือวิวัฒน์กุล นายกสมาคมโรงแรมเชียงราย | โรงแรมวังคำ 869/88 ถนนเปรมะวิภาต อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053711800 โทรสาร.053712973 |
| ชมรมมัคคุเทศก์เชียงราย | คุณวรศักดิ์ ทาคำฟู ประธานชมรมมัคคุเทศก์เชียงราย | บุญบันดาลเกสท์เฮ้าส์ 1005/13 ถนนเจ็ดยอด อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053717040 โทรสาร.053717042 |

ตารางที่ 2.18 แสดงรายชื่อสมาคม ชมรม และองค์กรทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

| ชื่อหน่วยงาน | ตำแหน่งผู้รับผิดชอบ | ที่อยู่ | โทรศัพท์/ โทรสาร |
|---|--|--|-----------------------------------|
| ชมรมภัตตาคารและ ร้านอาหารจังหวัด เชียงราย | คุณลินจง ชันติวรยศ ประธานชมรมภัตตาคารและ ร้านอาหารจังหวัดเชียงราย | ร้านโลดส์เบเกอร์ 869/53-54 ถนนไทย วิวัฒน์อุทิศ ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053714519 โทรสาร.- |
| ชมรมธุรกิจรถเช่า เชียงราย | คุณพรสิทธิ์ พันธุ์จินดา ประธานชมรมธุรกิจรถเช่า เชียงราย | หจก.พันธุ์จินดาบริการ 869/110 ถนนเปรมะ- วิภาต ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053712829 โทรสาร.053719041 |
| หอการค้าจังหวัด เชียงราย | คุณพัฒนา สิทธิสมบัติ ประธานหอการค้าจังหวัด เชียงราย | 153 หมู่ 6 ต.สันทราย อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053700330 โทรสาร.053715680 |
| สมาคมสื่อมวลชนและ นักประชาสัมพันธ์ เชียงราย | นายโชติศิริ ดารายน ประธานชมรมสื่อมวลชนและ นักประชาสัมพันธ์เชียงราย | 709 / 1 (ข้างวัดศรีเกิด) ถ.พหลโยธิน ต.เวียง อ.เมือง เชียงราย 57000 | โทร.053740328 โทรสาร.053748241 |

ในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นข้อมูลรายชื่อสมาคม ชมรมและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เพื่อใช้สำหรับประสานงานติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การขอข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว การจำแนกกลุ่มที่พัก ฯลฯ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในระดับประเทศ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดในภาคเหนือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดเชียงใหม่โดยตรง ดังนี้

ดวงตา จตุพร (2543) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติศึกษาเฉพาะกรณีปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์นโยบายแผนและรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542 (The Amazing Thailand 1998-1999) ในขณะเดียวกันได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้จากผู้ที่อยู่ในธุรกิจการท่องเที่ยวมีความเห็นว่านโยบายดังกล่าวประสบผลสำเร็จมากในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลยุทธ์ทางด้านการตลาดและการโฆษณาเพื่อให้ได้มาซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อย่างไรก็ตามบริษัทนำเที่ยวภายในประเทศที่มีขนาดเล็กและขนาดกลางได้รับผลประโยชน์จากโครงการนี้ค่อนข้างน้อย ในขณะที่บริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีการร่วมทุนกับต่างชาติได้รับผลประโยชน์มากกว่า จากการกำหนดนโยบายนั้นนอกจากนี้ ททท. พยายามที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และการให้บริการที่ประทับใจมากขึ้น

ในส่วนของเจ้าหน้าที่ ททท. นั้นค่อนข้างเห็นด้วยว่าควรให้มีการดำเนินการจัดการโครงการควบคู่ไปกับนโยบายต่อไป อย่างไรก็ตามบุคลากรที่มีความสามารถยังเป็นที่ต้องการจำนวน ห้ายสุดนับประมาณที่ไม่เพียงพอเป็นปัญหาสำคัญมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ ดวงตา จตุพร พบว่านโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น แต่เป็นผลดีต่อบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่มากกว่าขนาดเล็ก นอกจากนี้ กรุณา บุญมาเรือน (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย 10 อันดับแรก ซึ่งประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน สหราชอาณาจักร เกาหลี สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และออสเตรเลีย ตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อนักท่องเที่ยวจีน จากสมมุติฐานพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 1,250 คน หากรายได้ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ดอลลาร์สหรัฐ อัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบมากที่สุดกับนักท่องเที่ยวเกาหลีและญี่ปุ่นโดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีจะเพิ่มขึ้น 18,485 คน ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้น 8,432 คน เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 1 วอน และ 1 เยน

ตามลำดับ ส่วนปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีนัยสำคัญมากที่สุดต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนี โดยเมื่อค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 1 ดอลลาร์สหรัฐจะส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7,628 คน นอกจากนี้แล้วการศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ต่าง ๆ พบว่าวิกฤตเศรษฐกิจเอเชียมีผลกระทบต่อด้านบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความได้เปรียบทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนกับประเทศไทยมากที่สุดเนื่องมาจากเงินบาทอ่อนค่า โดยจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น 383,663 คน จำนวนนักท่องเที่ยวเยอรมนีเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น 275,996 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น 115,579 คน ในทางตรงข้ามกันผลกระทบทางด้านลบจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เกาหลี ไต้หวัน และ สิงคโปร์ ตามลำดับ ส่วนผลกระทบทางด้านสงครามอ่าวเปอร์เซียจะส่งผลทางด้านลบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียซึ่งจะลดถึง 251,086 คน

การศึกษาของ กรุณา บุญมาเรือนทำให้เห็นว่า อัตราแลกเปลี่ยนของแต่ละประเทศมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย นอกจากนี้ปัจจัยอื่นๆ เช่นค่าใช้จ่ายมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทิชา สมพร (2546) ได้ศึกษาเรื่องอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวและ แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในการวางแผนรองรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอนาคตต่อไป โดยพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method : OLS) ใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิทินรายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2530 - 2545 โดยปัจจุบันที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศประกอบด้วยรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แสดงว่าการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแสดงว่าค่าใช้จ่ายสูงย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมามีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยแสดงว่าการแลกเปลี่ยนจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่อิทธิพลต่อการกำหนดจำนวน

นักท่องเที่ยว ในปีปัจจุบันเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเกิดจากการนอกเล่าหรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยและเกิดการประทับใจส่วนงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญ

สัญญาชัย มะลิงาม (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยผลการศึกษาด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่ารายได้ต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในทุกประเทศ ค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศไทยไปยังประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ราคาห้องพักเฉลี่ยของที่พักรวมในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทุกประเทศ ปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ผลการศึกษาด้านระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่ารายได้ต่อหัวของคนในประเทศ นักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมัน และออสเตรเลีย ค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศไทยไปยังประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวประเทศเยอรมันและออสเตรเลีย ราคาห้องพักเฉลี่ยของที่พักรวมในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากทุกประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย ปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น และเยอรมัน

ปวลี หงษ์สมบัติ (2543) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์มีความคิดเห็นต่อการนำพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ไปปฏิบัติได้ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนเจ้าหน้าที่สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและ

มัคคุเทศก์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความคิดว่าสามารถนำไปปฏิบัติได้อยู่ในระดับค่อนข้างสูงเช่นกัน

นอกจากนี้จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์บุคลากรการท่องเที่ยวบางส่วนแบบเจาะลึกพบว่าโดยภาพรวมสามารถปฏิบัติตามพระราชบัญญัติได้ในระดับสูง แต่ยังมีปัญหาด้านบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ผิดกฎหมายรวมทั้งมีชาวต่างชาติเข้ามาประกอบการส่วนหนึ่ง

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาคมและชมรมส่วนใหญ่พบว่า การดำเนินงาน ยังขาดการสนับสนุนในเรื่องงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ (ททท.) การดำเนินงานยังไม่สอดคล้องหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ไม่ทราบหรือขาดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ในด้านการบริหารงาน คณะกรรมการของสมาคมและชมรมก็ไม่ได้เข้ามาทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างเต็มที่ และสมาชิกของสมาคมและชมรมยังไม่มีมากนัก ประกอบกับต้องดูแลกิจการของตนเองจึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของความร่วมมือในการทำงาน ซึ่งจากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวทำให้บทบาทในการส่งเสริมเผยแพร่และพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายยังไม่ดีเท่าที่ควร

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ทำให้เห็นภาพในมุมกว้าง ส่วนการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในจังหวัดเชียงรายจึงทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับจังหวัดเชียงราย

สุทธิดา วงษ์พันธุ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ ศึกษาถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาภูมิหลังและปัจจัยเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีความสัมพันธ์ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการศึกษาข้อเสนอแนะตลอดจนแนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความประทับใจและมีความรู้สึกที่ดีมากต่อจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความมีอัธยาศัยอันดี และความเป็นมิตรของคนเชียงใหม่ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความประทับใจต่อรสชาติของอาหารท้องถิ่น ทัศนียภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ความสะดวกสบายและมีความรู้สึกปลอดภัยต่อที่พักและมีความประสงค์จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง สำหรับปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ ปัญหาการลักทรัพย์ ปัญหาการจี้จ้วงทรัพย์ ปัญหาการเอาทรัพย์สินไปเปรียบเกี่ยวกับราคาและคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ปัญหาการก่อความเดือดร้อนรำคาญ ปัญหา

ยาเสพติด และปัญหาเกี่ยวกับแก๊งมาเฟียต่างๆ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในแง่บวก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ว่าปัญหาดังกล่าวมีค่อนข้างน้อยและไม่ได้เป็นปัญหาร้ายแรงใน จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ ผลการศึกษานักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ เป็นครั้งแรกและนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้ว พบว่า ทัศนคติต่อความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่เป็นครั้งที่ 2

จากการศึกษาทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศมีทัศนคติที่ดีต่อจังหวัดเชียงใหม่และ คิดว่าไม่มีปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ สิรินพรรณ ชุมอินทจักร (2543) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางในการ พัฒนาคำเนินงานขององค์กรเอกชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาคมและชมรมที่ส่งเสริมและเผยแพร่การ ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนเพื่อแสวงหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้ ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลการศึกษามีดังนี้ การดำเนินงานของสมาคมและชมรม ทั้ง 6 แห่ง ของจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกันคือ ต้องการที่จะเผยแพร่และ พัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และ ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้การดำเนินงานของสมาคมและ ชมรมยังจะเป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกอีกด้วย การดำเนินงานของสมาคมและ ชมรมส่วนใหญ่ ยังมีการดำเนินงานมาไม่ถึง 10 ปี และสมาชิกของสมาคมและชมรมยังมีไม่มาก นัก แต่ก็ชมรมที่มีการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี และมีจำนวนสมาชิกกว่า 80 คน ได้แก่ ชมรม ภัตตาคารและร้านอาหาร กิจกรรมของสมาคมและชมรมที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น งานดอกบัวตองบานที่ดอยหัวแม่คำ จังหวัดเชียงใหม่ งานมหกรรมร้านอาหาร เป็นต้น

วชิราภรณ์ โลหะชาละ (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เข้ามาเที่ยว และพักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่มีความพึงพอใจต่อบริการที่พักในระดับสูง ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าที่พักมีมาตรฐานดีและเกือบทั้งหมดของนักท่องเที่ยวคิดว่าราคาที่พักมีความ เหมาะสมดีแล้ว ในขณะที่สถานที่พักก็ยังคงอยู่ในเกณฑ์ดีผลการศึกษาเชิงคุณภาพในประเด็นที่ว่ามี ความประสงค์จะกลับมาใช้บริการที่พักแรมอีกหรือไม่นั้น ส่วนใหญ่ตอบว่าต้องการกลับมาพักแรม อีกและจะแนะนำที่พักแรมดังกล่าวให้กับเพื่อนและคนอื่น ๆ อีกด้วย นอกจากนั้นจากการศึกษา ปัจจุบันที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้ที่พักในจังหวัดเชียงใหม่

พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้ที่พักแรมโดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาที่พัก และปัจจัยด้านความปลอดภัย รองลงมาคือปัจจัยด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมตามลำดับ

ระพงษ์ ดวงสนิท. (2545) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ ในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงราย และ เพื่อศึกษาลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงประสงค์ จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงรายในเรื่องความรู้ในระดับดี มัคคุเทศก์สามารถบรรยายเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดีไม่ว่าจะเป็นในเรื่องโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับเรื่องความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความสามารถในด้านวิชาการ ด้านการนำเที่ยว และด้านการจัดการ ส่วนคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะการเชื่อมั่นในตัวเองและการมีอารมณ์ขัน และด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับดีเช่นกัน โดยเฉพาะความเอื้อเฟื้อ รู้จักอาทรห่วงหาผู้อื่น และมีน้ำใจพร้อมจะให้ความช่วยเหลือ

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงประสงค์นั้น ส่วนใหญ่ต้องการให้มัคคุเทศก์มีความรู้ดี ทั้งความรู้เกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรม สำหรับเรื่องความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านการจัดการและด้านวิชาการ ส่วนคุณสมบัติมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่และความรับผิดชอบอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะความซื่อสัตย์สุจริตเสมอภาค ด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับกลาง ความเชื่อมั่นในตัวเอง อารมณ์ขัน สดชื่นร่าเริงแจ่มใส และมีน้ำใจให้ความช่วยเหลือผู้อื่นให้ความร่วมมือดีตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากได้รับการบริการแล้ว มีสิ่งที่เกินความคาดหวังคือ ความสามารถด้านภาษา หน้าที่ความรับผิดชอบในด้านการแนะนำในสิ่งที่ดี และการตรงต่อเวลา บุคลิกภาพด้านพละนาถายสมบุรณ์ วาจาสุภาพไพเราะ และการแต่งกายเหมาะสมด้านมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่การมีน้ำใจช่วยเหลือผู้อื่น และสิ่งนี้น้อยกว่าความหวังคือ บุคลิกภาพในด้านความเชื่อมั่นในตัวเอง

โกศล วัชรโพน (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์เพราะเห็นว่ากรพักเกสต์เฮาส์คุ้มค่า

เงินที่จ่าย และรองลงมาเห็นว่าการพักเกสต์เฮาส์ประหยัดค่าใช้จ่าย และเพราะชอบบรรยากาศแบบเกสต์เฮาส์ มากกว่าเหตุผลอื่นๆ ตามลำดับ

เหตุผลที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ที่พักอยู่ในขณะนั้น พบว่าผู้บริโภครส่วนใหญ่เลือกพักเพราะเห็นว่าอัตราค่าห้องพักเหมาะสมและสามารถจ่ายได้ รองลงมาเพราะเห็นว่าเกสต์เฮาส์นั้นสะอาด และเพราะได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือผู้อื่นที่รู้จักหรือเคยใช้บริการเกสต์เฮาส์นั้นมาก่อน มากกว่าเหตุผลอื่นๆ ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์มากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านสถานที่ รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สัญลักษณ์ และ วัสดุสื่อสาร ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านความสะอาดของเกสต์เฮาส์ รองลงมาเป็นด้านความปลอดภัยภายในเกสต์เฮาส์มากกว่าด้านอื่น

ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือด้านความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานเกสต์เฮาส์ รองลงมาเป็นด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานเกสต์เฮาส์ รองลงมาเป็นด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านการให้บริการตู้รับรถ รองลงมาเป็นด้านการให้บริการอาหารมากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านชื่อเสียงของเกสต์เฮาส์ รองลงมาเป็นด้านการที่เกสต์เฮาส์เปิดให้บริการมานานแล้ว มากกว่าด้านอื่นๆ

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ด้านการแนะนำโดยหนังสือแนะนำเที่ยว รองลงมาเป็นด้านคำบอกเล่าปากต่อปากมากกว่าด้านอื่นๆ

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบในระหว่างพักแรมในเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมที่พบมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่การไม่มี

กระดาษชำระไว้บริการในห้องน้ำ อันดับสองเป็นปัญหาด้านวัสดุสื่อสารได้แก่คนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กๆ สร้างความรำคาญเมื่อมาถึงสนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง อันดับสามเป็นปัญหาด้านวัสดุสื่อสารเช่นกัน ได้แก่คนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กๆ พยายามชักชวนให้ไปพักเกสต์เฮาส์หรือโรงแรมอื่นที่ไม่ต้องการ มากกว่าด้านอื่นๆ

เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าปัญหาด้านสถานที่ที่พบมากที่สุดคือปัญหาเสียงดังรบกวนมากกว่าปัญหาด้านอื่นๆ ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกคือการไม่มีกระดาษชำระไว้บริการในห้องน้ำ ปัญหาด้านราคาคือการโกงค่าบริการต่างๆ ปัญหาด้านบริการคือห้องอาหารบริการไม่ดี ปัญหาด้านวัสดุสื่อสารคือคนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กๆ สร้างความรำคาญเมื่อมาถึงสนามบิน สถานีรถไฟ หรือสถานีขนส่ง ปัญหาด้านสัญลักษณ์คือคนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กๆ พยายามชักชวนให้ไปพักเกสต์เฮาส์หรือโรงแรมอื่น โดยพูดถึงเกสต์เฮาส์ในทางที่เสียหายมากกว่าปัญหาด้านอื่นๆ

จากการทบทวนงานวิจัยทางการท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติ งานวิจัยในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีลักษณะใกล้เคียงกับจังหวัดเชียงราย และงานวิจัยทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันพอสมควร แต่อย่างไรก็ตามการจะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนจังหวัดเชียงราย จะต้องตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีพฤติกรรมเป็นอย่างไร เช่น การเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย การเลือกใช้บริการ และการใช้จ่ายในสินค้าต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงราย ช่วงเวลาที่ต้องการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เหตุผลที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย การเลือกประเภทที่พัก และการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงราย นอกจากนี้ยังต้องศึกษาถึงสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติมในจังหวัดเชียงราย จึงเป็นประเด็นที่ต้องศึกษาในการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1.1 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาที่ใช้ในการตอบคำถามวิจัยทั้ง 2 ข้อจะใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixing methodologies) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method)

ผลการวิจัยที่ได้จากวิธีการศึกษาแบบดังกล่าวจะเป็นผลการวิจัยที่สามารถสรุปเป็นตัวแทนของประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยเน้นผลการวิจัย ที่มีความน่าเชื่อถือและมีความสมบูรณ์ลึกซึ้ง

3.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.2.1 ประชากรในการวิจัย แบ่งเป็น

(1) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานต่างๆ

โดยแบ่งเป็น

- 1) กิจการทัวร์นำเที่ยว
- 2) กิจการด้านที่พัก-โรงแรม
- 3) กิจการรถ-เรือเช่า
- 4) กิจการให้บริการขนส่ง เช่น รถสองแถวและสามล้อ
- 5) ร้านจำหน่ายของที่ระลึก
- 6) ร้านอาหารผับ และ ภัตตาคาร
- 7) สถานบริการและบันเทิง เช่น นวดแผนโบราณ และ คาราโอเกะ
- 8) กิจการบริการด้านสันทนาการและกีฬา เช่น สนามกอล์ฟ
- 9) สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย
- 10) สมาคมภัตตาคารและร้านอาหารเชียงราย
- 11) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2

- (2) นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ
- (3) มีคฤหาสน์ที่นำนักท่องเที่ยวมายังจังหวัดเชียงราย

3.1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

- (1) กลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่ม (Focus group) แบ่งเป็น

- ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ จำนวน 10 - 20 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาแบบสอบถาม

- มีคฤหาสน์ที่นำนักท่องเที่ยวมายังจังหวัดเชียงราย จำนวน 10-15 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

(2) กลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์ โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) เนื่องจากการสัมภาษณ์ถึงพฤติกรรมในการใช้บริการและการจับจ่ายของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จึงต้องสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในช่วงที่จะเดินทางกลับ ดังนั้นสถานที่เก็บข้อมูลจึงเลือกเป็นบริเวณที่พักของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็นดังนี้

| ที่พัก | นักท่องเที่ยว ชาวไทย | นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ | รวม |
|---|-------------------------|------------------------------|------------|
| โรงแรมกลุ่มที่ 1 (ราคา 2,500 บาทขึ้นไป) | 27 | 88 | 115 |
| โรงแรมกลุ่มที่ 2 (ราคา 1,500 - 2,499 บาท) | 100 | 190 | 290 |
| โรงแรมกลุ่มที่ 3 (ราคา 1,000 - 1,499 บาท) | 36 | 45 | 81 |
| โรงแรมกลุ่มที่ 4 (ราคา 500 - 999 บาท) | 46 | 25 | 71 |
| โรงแรมกลุ่มที่ 5 (ราคาต่ำกว่า 500 บาท) | 170 | 24 | 194 |
| เกสเฮ้าส์ | 21 | 28 | 49 |
| รวม | 400 | 400 | 800 |

หมายเหตุ : เกณฑ์ในการแบ่งประเภทที่พักและอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรมแต่ละกลุ่มรวมทั้งเกสเฮ้าส์ ข้อมูลจากโครงการสำรวจสถิติภายในประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2

สำหรับการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในที่พักแต่ละแห่ง จะใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการตอบคำถามวิจัยทั้งสามข้อ จะใช้เครื่องมือทั้ง 2 แบบประกอบกันดังนี้คือ

3.1.3.1 การสนทนากลุ่ม (Focus group) จะใช้เพื่อการพัฒนาแบบสอบถาม และการตรวจสอบผลลัพธ์

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสนทนากลุ่มได้แก่ ผู้ที่ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานต่างๆ ดังนี้ กิจการทัวร์นำเที่ยว, กิจการด้านที่พัก-โรงแรม, กิจการรถ-เรือเช่า, กิจการให้บริการขนส่ง เช่น รถสองแถวและสามล้อ, ร้านจำหน่ายของที่ระลึก, ร้านอาหารผับ และ ภัตตาคาร, สถานบริการและบันเทิง เช่น นวดแผนโบราณ และ คาราโอเกะ, กิจการบริการด้านสันทนาการและกีฬา เช่น สนามกอล์ฟ, สมาคมท่องเที่ยวเชียงราย, สมาคมภัตตาคารและร้านอาหารเชียงรายและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2 โดยใช้การสนทนากลุ่มเพื่อการพัฒนาแบบสอบถามให้เกิดความสมบูรณ์ รวมทั้งใช้ในการตรวจสอบข้อมูล เพื่อให้เกิดความถูกต้องมากที่สุดหลังจากที่ได้ทำการประมวลผลข้อมูล ในเชิงปริมาณที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

3.1.3.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งได้ 3 ส่วน คือ

- 1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
- 2) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 3) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มเติม

3.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องอย่างเป็นขั้นตอนที่ได้จากการสนทนากลุ่ม รวมทั้งใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

3.1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติดังนี้

- Percentage
- Chi-square Test
- Mode

บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีคำถามในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีพฤติกรรมเป็นอย่างไร และมีความต้องการสินค้าและบริการเพิ่มเติมอะไรบ้างในจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ข้อ คือ

1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. เพื่อศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม

ในการดำเนินงานวิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มละ 400 ตัวอย่าง รวมทั้งหมดเป็น 800 ตัวอย่าง โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเพิ่มเติม

ตอนที่ 1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานะภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตอนที่ 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเพิ่มเติม

ตอนที่ 1.4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเพิ่มเติม

ตอนที่ 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานะภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตอนที่ 2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตอนที่ 2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเพิ่มเติม

ตอนที่ 2.4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเพิ่มเติม

ตอนที่ 1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานะภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 226 | 56.5 |
| หญิง | 174 | 43.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 สำหรับ ส่วนเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 14 | 3.5 |
| 20 – 30 ปี | 166 | 41.5 |
| 31 – 40 ปี | 144 | 36.0 |
| 41 – 50 ปี | 54 | 13.5 |
| 51 – 60 ปี | 18 | 4.5 |
| สูงกว่า 60 ปี | 4 | 1.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุ 20-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.0 และช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------|
| รับราชการ - รัฐวิสาหกิจ | 82 | 20.5 |
| พนักงานธุรกิจเอกชน | 137 | 34.25 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 115 | 28.75 |
| นักเรียน / นักศึกษา | 24 | 6.0 |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน | 8 | 2.0 |
| ผู้บริหารองค์กร | 12 | 3.0 |
| รับจ้างรายวัน | 8 | 2.0 |
| มัคคุเทศก์ | 4 | 1.0 |
| พนักงานประจำรถทัวร์ | 8 | 2.0 |
| องค์กรอิสระ | 2 | 0.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพเป็นพนักงานธุรกิจเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 28.8 และอาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 30 | 7.5 |
| 5,001-10,000 บาท | 116 | 29.0 |
| 10,001-20,000 บาท | 120 | 30.0 |
| 20,001-30,000 บาท | 58 | 14.5 |
| 30,001-40,000 บาท | 42 | 10.5 |
| มากกว่า 40,000 บาท | 34 | 8.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0 และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย

| ถิ่นที่อยู่อาศัย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------|------------|------------|
| เหนือ | 176 | 44.0 |
| กลาง | 164 | 41.0 |
| ใต้ | 38 | 9.5 |
| ตะวันออก | 10 | 2.5 |
| ตะวันออกเฉียงเหนือ | 12 | 3.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาจากภาคเหนือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.0 และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตอนที่ 1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| จำนวนครั้ง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|--------|
| ครั้งแรก | 56 | 14.0 |
| ครั้งที่ 2-4 | 141 | 35.25 |
| ครั้งที่ 5-10 | 67 | 16.75 |
| มากกว่า 10 ครั้ง | 136 | 34.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงราย 2-4 ครั้งมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมาคือมากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.0 และเคยมาเที่ยวครั้งที่ 5-10 คิดเป็นร้อยละ 16.75

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

| ลักษณะการเดินทาง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|--------|
| รถส่วนตัว | 246 | 61.5 |
| รถโดยสาร | 45 | 11.25 |
| เครื่องบิน | 56 | 14.0 |
| รถตู้ | 37 | 9.25 |
| รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว | 16 | 4.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางด้วยรถส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และเดินทางโดยรถโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจมาเที่ยว เชียงราย

| การตัดสินใจ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------|
| ตัดสินใจด้วยตัวเอง | 352 | 88.0 |
| ตัดสินใจโดยบริษัทนำเที่ยว | 48 | 12.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 88.0 และตัดสินใจโดยบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวในครั้งนี้

| สถานที่ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------|
| ด่านพรมแดนแม่สาย | 354 | 88.5 |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 322 | 80.5 |
| ภูชี้ฟ้า | 185 | 46.25 |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 290 | 72.5 |
| วัดร่องขุน | 280 | 70.0 |
| ไนท์บาซาร์ | 302 | 75.5 |
| หมู่บ้านชาวเขา | 100 | 25.0 |
| ดอยแม่สลอง | 173 | 43.25 |
| สองแม่ น้ำกก | 66 | 16.5 |
| พระตำหนักบึงกุ่ม | 38 | 9.5 |
| อื่น ๆ เช่น บ้านญวนติ ฯลฯ | 23 | 5.75 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเที่ยวด่านพรมแดนแม่สายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือดอยตุง-พระตำหนักฯ คิดเป็นร้อยละ 80.5 และไนท์บาซาร์ คิดเป็นร้อยละ 75.5

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยว | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------|------------|------------|
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 76 | 19.0 |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 154 | 38.5 |
| ภูชี้ฟ้า | 68 | 17.0 |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 24 | 6.0 |
| วัดร่องขุน | 45 | 11.25 |
| ไนท์บาซาร์ | 10 | 2.5 |
| หมู่บ้านชาวเขา | 9 | 2.25 |
| ดอยแม่สลอง | 6 | 1.5 |
| ล่องแม่น้ำกก | 4 | 1.0 |
| พระตำหนักบึงกาฬ | 4 | 1.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประทับใจดอยตุง-พระตำหนักดอยตุงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 19.0 และภูชี้ฟ้า คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|------------|
| ตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป | 14 | 3.5 |
| 1,500-2,499 บาท | 26 | 6.5 |
| 1,000-1,499 บาท | 66 | 16.5 |
| 500-999 บาท | 162 | 40.5 |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 132 | 33.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่พักราคา 500-999 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0 และที่พักราคา 1,000-1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.5

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของที่พัก

| ประเภทของที่พัก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------|------------|------------|
| โรงแรม | 277 | 69.3 |
| เกสเฮาส์ | 65 | 16.3 |
| รีสอร์ท | 52 | 13.0 |
| สถานที่พักอื่นๆ | 6 | 1.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกประเภทของที่พักโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาคือเกสเฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 16.25 และรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคืนที่พักใน
เชียงราย

| จำนวนคืน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------|
| 1 คืน | 20 | 5.0 |
| 2 คืน | 137 | 34.3 |
| 3 คืน | 119 | 29.8 |
| 4 คืน | 44 | 11.0 |
| 5 คืน | 46 | 11.5 |
| มากกว่า 5 คืน | 34 | 8.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพักที่จังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืนมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคือพักจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 29.75 และพักจำนวน 5 คืน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าที่ซื้อ

| สินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------|
| ของฝาก | 312 | 78.0 |
| ของที่ระลึก | 256 | 64.0 |
| อาหาร เครื่องดื่ม | 246 | 61.5 |
| เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่ง | 116 | 29.0 |
| เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องแต่งกาย | 138 | 34.5 |
| หัตถกรรม | 121 | 30.25 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าประเภทของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 64.0 และอาหาร-เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 61.5

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการ

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------|------------|--------|
| นัดแผนโบราณ | 142 | 35.5 |
| สปา | 42 | 10.5 |
| รถเช่า | 64 | 16.0 |
| ธุรกิจบันเทิง | 136 | 34.0 |
| บริการนำเที่ยว | 57 | 14.25 |
| ล่องเรือ | 52 | 13.0 |
| นั่งช้าง | 40 | 10.0 |
| สนามกอล์ฟ | 42 | 10.5 |
| ร้านอาหาร | 276 | 69.0 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือนัดแผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 35.5 และธุรกิจบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 34.0

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารที่ต้องการ

| ประเภทอาหาร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------|
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 45 | 11.25 |
| อาหารพื้นเมือง | 236 | 59.0 |
| Fast Food | 7 | 1.75 |
| อาหารตามสั่ง | 52 | 13.0 |
| ร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด | 60 | 15.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคืออาหารจากร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามฤดูที่ต้องการมาเที่ยว

| ฤดู | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------|------------|--------|
| ฤดูหนาว | 297 | 74.25 |
| ฤดูฝน | 3 | 0.75 |
| ฤดูร้อน | 12 | 3.0 |
| ไม่เจาะจงฤดู | 88 | 22.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมาเที่ยวเชิงรอยในฤดูหนาวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.25 รองลงมาคือไม่เจาะจงฤดู คิดเป็นร้อยละ 22.0 และฤดูร้อน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกโอกาสในการมาเที่ยว

| โอกาสในการมาเที่ยว | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------|------------|--------|
| วันธรรมดา | 35 | 8.75 |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 41 | 10.25 |
| วันหยุดต่อเนื่อง | 181 | 45.25 |
| ไม่เจาะจงวันท่องเที่ยว | 129 | 32.25 |
| โปรแกรมทัวร์ | 14 | 3.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะมาเที่ยวเชิงรอยในวันหยุดต่อเนื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาคือไม่เจาะจงวันท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.25 และวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเชียงราย

| เหตุผล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| อากาศดี | 225 | 56.25 |
| ผู้คนเป็นมิตร | 27 | 6.75 |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ | 92 | 23.0 |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 30 | 7.5 |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 14 | 3.5 |
| เยี่ยมญาติ | 4 | 1.0 |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรม | 8 | 2.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 23.0 และค่าใช้จ่ายไม่สูง คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

| แหล่งข้อมูล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------|------------|--------|
| วารสารด้านการท่องเที่ยว | 256 | 64.5 |
| เอกสาร แผ่นพับ | 132 | 33.0 |
| อินเทอร์เน็ต | 162 | 40.5 |
| หน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว | 161 | 40.25 |
| เพื่อน ญาติ พี่น้อง | 28 | 7.0 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40.5 และหน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.25

ตอนที่ 1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่
นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการเพิ่มเติม
เกี่ยวกับสินค้า

| สินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| สินค้า OTOP | 42 | 10.5 |
| สินค้าพื้นเมือง | 78 | 19.5 |
| สินค้าหัตถกรรม | 24 | 6.0 |
| ผ้าฝ้าย | 6 | 1.5 |
| สินค้านันทนาการ | 6 | 1.5 |
| ของที่ระลึก | 33 | 8.25 |
| เสื้อผ้าแฟชั่น | 18 | 4.5 |
| ร้านอาหารกลางคืน | 21 | 5.25 |
| อาหารพื้นเมืองที่สะอาด อร่อย | 24 | 6.0 |
| สินค้ายอดนิยม และมีความหมาย | 6 | 1.5 |
| สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว | 6 | 1.5 |
| เครื่องประดับ กิฟช็อป | 6 | 1.5 |
| ต้นไม้ ไม้ดอก เมืองหนาว | 6 | 1.5 |
| พาสปอร์ต | 9 | 2.25 |
| ของแปลก | 6 | 1.5 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในเรื่อง
ของสินค้าพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาคือสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 10.5 และของที่
ระลึก คิดเป็นร้อยละ 8.25

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการเพิ่มเติม
เกี่ยวกับการบริการ

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------|--------|
| นั่งช้าง- ล่องแพ | 12 | 3.0 |
| การแสดงประจำท้องถิ่น | 12 | 3.0 |
| บริการอาหารเช้า ของโรงแรม | 6 | 1.5 |
| โรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด ราคาถูก | 39 | 9.75 |
| ปั่นจักรยาน | 12 | 3.0 |
| งานแสดงพื้นเมือง | 6 | 1.5 |
| เที่ยวบิน | 9 | 2.25 |
| การบริการของโรงแรม | 18 | 4.5 |
| บริการสอบถามทางเดินทาง | 21 | 5.25 |
| ร้านอาหาร | 6 | 1.5 |
| รถนำเที่ยว | 21 | 5.25 |
| นำเที่ยวแบบโฮมสเตย์ บริการนำเที่ยว | 36 | 9.0 |
| นวดแผนโบราณ | 15 | 3.75 |
| ร้านเสื้อผ้า | 6 | 1.5 |
| นวด อบอบนวด | 6 | 1.5 |
| การแนะนำสถานที่สำคัญของจังหวัด | 12 | 3.0 |
| มีที่พัก ให้เลือกมากขึ้น | 6 | 1.5 |
| สปา | 21 | 5.25 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการทางด้านบริการเพิ่มเติมในเรื่อง
ของ โรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด ราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.75 รองลงมาคือบริการนำเที่ยวแบบ
โฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 9.0 และสปา คิดเป็นร้อยละ 5.25

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| ปัญหา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| ตั้งด่านตรวจมากเกินไป | 2 | 0.5 |
| การจราจรติดขัด | 20 | 5.0 |
| การเดินทางและพนักงานงานขับรถไม่ค่อยสุภาพ | 5 | 1.3 |
| ช่องทางคับแคบ | 8 | 2.0 |
| การขับขี่ยอดยายพาหนะของคนในจังหวัด | 4 | 1.0 |
| ไม่รู้จักเส้นทางดีพอ แผนที่บอกไม่ละเอียด | 11 | 2.8 |
| ป้ายบอกทาง | 6 | 1.5 |
| การจราจรไม่ค่อยเป็นระเบียบ | 9 | 2.3 |
| อยากให้เพิ่มที่จอดรถภายในตัวเมือง หาที่จอดรถยากมาก | 3 | 0.8 |
| ห้องพักมีจำนวนน้อย | 7 | 1.8 |
| สินค้าที่วางจำหน่ายทุกที่คล้ายคลึงกัน | 3 | 0.8 |
| ฝุ่น | 6 | 1.5 |
| มีเวลาไม่พอเที่ยว | 4 | 1.0 |
| ไม่รู้จักเส้นทางดีพอ ตอนกลางคืนไม่มีไฟแดง | 2 | 0.5 |
| ร้านค้ากลางคืน บริเวณโรงแรมไม่มี | 4 | 1.0 |
| รถโดยสารไปที่ท่องเที่ยวไม่ค่อยมี | 12 | 3.0 |
| ของใช้และของฝากน่าจะอยู่ด้วยกันเป็นจุดๆ | 6 | 1.5 |
| ปัญหาด้านการชกถามทาง ไม่ค่อยบอก | 2 | 0.5 |
| อากาศร้อน | 2 | 0.5 |
| ขยะทิ้งเรี่ยราด | 2 | 0.5 |
| การต้อนรับของพนักงานโรงแรม | 1 | 0.3 |
| สัญญาณโทรศัพท์ | 1 | 0.3 |
| เที่ยวบินไม่พอ | 1 | 0.3 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาการท่องเที่ยวในด้านการจราจรติดขัด คิดเป็นร้อยละ 5.0 รองลงมาคือรถโดยสารไปยังสถานที่ท่องเที่ยวไม่ค่อยมี คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่รู้จักเส้นทางดีพอ แผนที่จังหวัดไม่ค่อยมีความละเอียด คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตอนที่ 1.4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยว ที่ประทับใจ | รายได้ | | | | | | รวม |
|----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 20,000 | 20,001- 30,000 | 30,001- 40,000 | มากกว่า 40,000 | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 1 | 24 | 18 | 15 | 8 | 10 | 76 |
| | .3% | 6.0% | 4.5% | 3.8% | 2.0% | 2.5% | 19.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 11 | 38 | 57 | 24 | 16 | 8 | 154 |
| | 2.8% | 9.5% | 14.3% | 6.0% | 4.0% | 2.0% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 8 | 16 | 24 | 6 | 8 | 6 | 68 |
| | 2.0% | 4.0% | 6.0% | 1.5% | 2.0% | 1.5% | 17.0% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียง แสน | 2 | 4 | 9 | 3 | 2 | 4 | 24 |
| | .5% | 1.0% | 2.3% | .8% | .5% | 1.0% | 6.0% |
| วัดร่องขุน | 4 | 23 | 6 | 4 | 4 | 4 | 45 |
| | 1.0% | 5.8% | 1.5% | 1.0% | 1.0% | 1.0% | 11.3% |
| ไนท์บาซาร์ | 2 | 2 | 4 | 2 | | | 10 |
| | .5% | .5% | 1.0% | .5% | | | 2.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | | 5 | | | 2 | 2 | 9 |
| | | 1.3% | | | .5% | .5% | 2.3% |
| ดอยแม่สลอง | | 4 | | | 2 | | 6 |
| | | 1.0% | | | .5% | | 1.5% |
| ล่องแม่น้ำกก | | | | 4 | | | 4 |
| | | | | 1.0% | | | 1.0% |
| พระตำหนักบดินทบาต | 2 | | 2 | | | | 4 |
| | .5% | | .5% | | | | 1.0% |
| รวม | 30 | 116 | 120 | 58 | 42 | 34 | 400 |
| | 7.5% | 29.0% | 30.0% | 14.5% | 10.5% | 8.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักฯ มากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จะประทับใจสถานที่ด้านพรมแดนแม่สาย มากที่สุด

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | รายได้ | | | | | | รวม |
|-----------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 20,000 | 20,001- 30,000 | 30,001- 40,000 | มากกว่า 40,000 | |
| ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | | 3 | 9 | 1 | 1 | | 14 |
| | | .8% | 2.3% | .3% | .3% | | 3.5% |
| 1,500-2,499 บาท | 3 | 3 | 9 | 2 | 3 | 6 | 26 |
| | .8% | .8% | 2.3% | .5% | .8% | 1.5% | 6.5% |
| 1,000-1,499 บาท | 1 | 15 | 25 | 9 | 6 | 10 | 66 |
| | .3% | 3.8% | 6.3% | 2.3% | 1.5% | 2.5% | 16.5% |
| 500-999 บาท | 14 | 56 | 42 | 30 | 12 | 8 | 162 |
| | 3.5% | 14.0% | 10.5% | 7.5% | 3.0% | 2.0% | 40.5% |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 12 | 39 | 35 | 16 | 20 | 10 | 132 |
| | 3.0% | 9.8% | 8.8% | 4.0% | 5.0% | 2.5% | 33.0% |
| รวม | 30 | 116 | 120 | 58 | 42 | 34 | 400 |
| | 7.5% | 29.0% | 30.0% | 14.5% | 10.5% | 8.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันเลือกราคาที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท จะเลือกที่พักในราคา 500-999 บาท มากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จะเลือกที่พักในระดับต่ำกว่า 500 บาท ที่พักระดับ 500-999 บาท และที่พักระดับ 1,000-1,499 บาท ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทที่พัก

| ประเภทที่พัก | รายได้ | | | | | | รวม |
|--------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 20,000 | 20,001- 30,000 | 30,001- 40,000 | มากกว่า 40,000 | |
| โรงแรม | 18 | 90 | 83 | 29 | 37 | 20 | 277 |
| | 4.5% | 22.5% | 20.8% | 7.3% | 9.3% | 5.0% | 69.3% |
| เกสเฮาส์ | 10 | 10 | 23 | 16 | 2 | 4 | 65 |
| | 2.5% | 2.5% | 5.8% | 4.0% | .5% | 1.0% | 16.3% |
| รีสอร์ท | 2 | 16 | 10 | 13 | 3 | 8 | 52 |
| | .5% | 4.0% | 2.5% | 3.3% | .8% | 2.0% | 13.0% |
| อื่น ๆ | | | 4 | | | 2 | 6 |
| | | | 1.0% | | | .5% | 1.5% |
| รวม | 30 | 116 | 120 | 58 | 42 | 34 | 400 |
| | 7.5% | 29.0% | 30.0% | 14.5% | 10.5% | 8.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.053 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเลือกประเภทที่พักไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะมีรายได้ระดับใด ส่วนใหญ่จะนิยมพักโรงแรม มากที่สุด

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | รายได้ | | | | | | รวม |
|----------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 20,000 | 20,001- 30,000 | 30,001- 40,000 | มากกว่า 40,000 | |
| 1 คืน | 2 | 2 | 11 | 2 | 1 | 2 | 20 |
| | .5% | .5% | 2.8% | .5% | .3% | .5% | 5.0% |
| 2 คืน | 16 | 33 | 48 | 13 | 22 | 5 | 137 |
| | 4.0% | 8.3% | 12.0% | 3.3% | 5.5% | 1.3% | 34.3% |
| 3 คืน | 8 | 42 | 32 | 18 | 7 | 12 | 119 |
| | 2.0% | 10.5% | 8.0% | 4.5% | 1.8% | 3.0% | 29.8% |
| 4 คืน | 2 | 8 | 6 | 16 | 4 | 8 | 44 |
| | .5% | 2.0% | 1.5% | 4.0% | 1.0% | 2.0% | 11.0% |
| 5 คืน | 2 | 13 | 11 | 7 | 6 | 7 | 46 |
| | .5% | 3.3% | 2.8% | 1.8% | 1.5% | 1.8% | 11.5% |
| มากกว่า 5 คืน | | 18 | 12 | 2 | 2 | | 34 |
| | | 4.5% | 3.0% | .5% | .5% | | 8.5% |
| รวม | 30 | 116 | 120 | 58 | 42 | 34 | 400 |
| | 7.5% | 29.0% | 30.0% | 14.5% | 10.5% | 8.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในจำนวนคืนแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 30,001-40,000 บาท จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 2 คืน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ มากกว่า 40,000 บาท จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 3คืน

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| เหตุผล | รายได้ | | | | | | รวม |
|-----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 20,000 | 20,001- 30,000 | 30,001- 40,000 | มากกว่า 40,000 | |
| อากาศดี | 24 | 59 | 51 | 36 | 29 | 26 | 225 |
| | 6.0% | 14.8% | 12.8% | 9.0% | 7.3% | 6.5% | 56.3% |
| ผู้คนเป็นมิตร | | 10 | 6 | 2 | 5 | 4 | 27 |
| | | 2.5% | 1.5% | .5% | 1.3% | 1.0% | 6.8% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ ต้องการ | 2 | 34 | 37 | 12 | 7 | | 92 |
| | .5% | 8.5% | 9.3% | 3.0% | 1.8% | | 23.0% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 2 | 5 | 12 | 6 | 1 | 4 | 30 |
| | .5% | 1.3% | 3.0% | 1.5% | .3% | 1.0% | 7.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 2 | 2 | 8 | 2 | | | 14 |
| | .5% | .5% | 2.0% | .5% | | | 3.5% |
| เยี่ยมญาติ | | 2 | 2 | | | | 4 |
| | | .5% | .5% | | | | 1.0% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอ โปรแกรม | | 4 | 4 | | | | 8 |
| | | 1.0% | 1.0% | | | | 2.0% |
| รวม | 30 | 116 | 120 | 58 | 42 | 34 | 400 |
| | 7.5% | 29.0% | 30.0% | 14.5% | 10.5% | 8.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.064 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันเลือกประเภทที่พักไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะมีรายได้ระดับใด ส่วนใหญ่ต่างก็ให้เหตุผลในการมีเชียงรายคือ อากาศดี

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยว ที่ประทับใจ | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|----------------------------------|------------------|-------|------|----------|------------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออก เฉียงเหนือ | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 35 | 29 | 9 | 3 | | 76 |
| | 8.8% | 7.3% | 2.3% | .8% | | 19.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 68 | 58 | 24 | 2 | 2 | 154 |
| | 17.0% | 14.5% | 6.0% | .5% | .5% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 22 | 40 | 2 | | 4 | 68 |
| | 5.5% | 10.0% | .5% | | 1.0% | 17.0% |
| สามเหลี่ยมทองคำ- เชียงแสน | 17 | 5 | | | 2 | 24 |
| | 4.3% | 1.3% | | | .5% | 6.0% |
| วัดร่องขุน | 20 | 14 | 3 | 4 | 4 | 45 |
| | 5.0% | 3.5% | .8% | 1.0% | 1.0% | 11.3% |
| ไนท์บาซาร์ | 8 | 2 | | | | 10 |
| | 2.0% | .5% | | | | 2.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 5 | 4 | | | | 9 |
| | 1.3% | 1.0% | | | | 2.3% |
| ดอยแม่สลอง | 1 | 4 | | 1 | | 6 |
| | .3% | 1.0% | | .3% | | 1.5% |
| ล่องแม่น้ำกก | | 4 | | | | 4 |
| | | 1.0% | | | | 1.0% |
| พระตำหนักอินทขบาต | | 4 | | | | 4 |
| | | 1.0% | | | | 1.0% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ดอยตุง-พระตำหนักฯ มากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะประทับใจสถานที่ภูชี้ฟ้า และ วัดร่องขุน ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|-----------------------------|------------------|-------|------|----------|------------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออก เฉียงเหนือ | |
| ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 14 |
| | .5% | 1.0% | 1.0% | .5% | .5% | 3.5% |
| 1,500-2,499 บาท | 7 | 15 | 3 | 1 | | 26 |
| | 1.8% | 3.8% | .8% | .3% | | 6.5% |
| 1,000-1,499 บาท | 20 | 32 | 7 | 3 | 4 | 66 |
| | 5.0% | 8.0% | 1.8% | .8% | 1.0% | 16.5% |
| 500-999 บาท | 67 | 72 | 17 | 2 | 4 | 162 |
| | 16.8% | 18.0% | 4.3% | .5% | 1.0% | 40.5% |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 80 | 41 | 7 | 2 | 2 | 132 |
| | 20.0% | 10.3% | 1.8% | .5% | .5% | 33.0% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกันเลือกราคาที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคกลาง และภาคใต้ จะเลือกที่พักในราคา 500-999 บาทมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคตะวันออกจะเลือกที่พักในราคา 1,000-1,499 บาทมากที่สุด และ นักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะเลือกที่พักในราคา 500-999 บาท และ 1,000-1,499 บาท พอ ๆ กัน

ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับประเภทที่พัก

| ประเภทที่พัก | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|--------------|------------------|-------|------|----------|--------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออกเฉียงเหนือ | |
| โรงแรม | 121 | 114 | 23 | 9 | 10 | 277 |
| | 30.3% | 28.5% | 5.8% | 2.3% | 2.5% | 69.3% |
| เกสเฮาส์ | 40 | 20 | 3 | | 2 | 65 |
| | 10.0% | 5.0% | .8% | | .5% | 16.3% |
| รีสอร์ท | 11 | 28 | 12 | 1 | | 52 |
| | 2.8% | 7.0% | 3.0% | .3% | | 13.0% |
| อื่น ๆ | 4 | 2 | | | | 6 |
| | 1.0% | .5% | | | | 1.5% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.051 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเลือกประเภทที่พักไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะมาจากภาคไหนต่างก็นิยมพักโรงแรม มากที่สุด

ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|----------------|------------------|-------|------|----------|--------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออกเฉียงเหนือ | |
| 1 คืน | 11 | 4 | 2 | 2 | 1 | 20 |
| | 2.8% | 1.0% | .5% | .5% | .3% | 5.0% |
| 2 คืน | 76 | 44 | 11 | 2 | 4 | 137 |
| | 19.0% | 11.0% | 2.8% | .5% | 1.0% | 34.3% |
| 3 คืน | 37 | 64 | 11 | 5 | 2 | 119 |
| | 9.3% | 16.0% | 2.8% | 1.3% | .5% | 29.8% |
| 4 คืน | 18 | 16 | 8 | | 2 | 44 |
| | 4.5% | 4.0% | 2.0% | | .5% | 11.0% |
| 5 คืน | 20 | 19 | 4 | 1 | 2 | 46 |
| | 5.0% | 4.8% | 1.0% | .3% | .5% | 11.5% |
| มากกว่า 5 คืน | 14 | 17 | 2 | | 1 | 34 |
| | 3.5% | 4.3% | .5% | | .3% | 8.5% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในจำนวนคืนแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคกลาง และภาคตะวันออกจะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 3 คืน และนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ จะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน และ 3 คืน ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับประเภทอาหาร

| ประเภทอาหาร | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|--------------------------------|------------------|--------------|------------|------------|------------------------|---------------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออก เฉียงเหนือ | |
| อาหารจาก โรงแรม - ที่พัก | 17 4.3% | 19 4.8% | 7 1.8% | 2 .5% | | 45 11.3% |
| อาหารพื้นเมือง | 98 24.5% | 105 26.3% | 22 5.5% | 6 1.5% | 5 1.3% | 236 59.0% |
| Fast Food | 4 1.0% | 2 .5% | 1 .3% | | | 7 1.8% |
| อาหารตามสั่ง | 28 7.0% | 20 5.0% | 4 1.0% | | | 52 13.0% |
| ร้านอาหารขึ้น ชื่อในจังหวัด | 29 7.3% | 18 4.5% | 4 1.0% | 2 .5% | 7 1.8% | 60 15.0% |
| รวม | 176 44.0% | 164 41.0% | 38 9.5% | 10 2.5% | 12 3.0% | 400 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.025 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกันเลือกประเภทอาหารแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะนิยมเลือกทานอาหารจากร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัดมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคอื่น ๆ ต่างนิยมเลือกทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับฤดูที่ต้องการมาเที่ยว

| ฤดูกาล | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|--------------|------------------|-------|------|----------|--------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออกเฉียงเหนือ | |
| ฤดูหนาว | 119 | 127 | 32 | 10 | 9 | 297 |
| | 29.8% | 31.8% | 8.0% | 2.5% | 2.3% | 74.3% |
| ฤดูฝน | 3 | | | | | 3 |
| | .8% | | | | | .8% |
| ฤดูร้อน | 4 | 6 | 2 | | | 12 |
| | 1.0% | 1.5% | .5% | | | 3.0% |
| ไม่เจาะจงฤดู | 50 | 31 | 4 | | 3 | 88 |
| | 12.5% | 7.8% | 1.0% | | .8% | 22.0% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.155 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกันมีการท่องเที่ยวในฤดูกาลไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะมาจากภาคไหน ต่างก็ต้องการมาเที่ยวเชียงรายในฤดูหนาว มากที่สุด

ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับโอกาสในการมาเที่ยว

| โอกาส | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|----------------------------|------------------|-------|------|----------|--------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออกเฉียงเหนือ | |
| วันธรรมดา | 10 | 23 | 2 | | | 35 |
| | 2.5% | 5.8% | .5% | | | 8.8% |
| วันเสาร์-อาทิตย์ | 28 | 10 | 2 | | 1 | 41 |
| | 7.0% | 2.5% | .5% | | .3% | 10.3% |
| วันหยุดต่อเนื่อง | 71 | 77 | 26 | 7 | | 181 |
| | 17.8% | 19.3% | 6.5% | 1.8% | | 45.3% |
| ไม่เจาะจง วันท่องเที่ยว | 57 | 54 | 8 | 3 | 7 | 129 |
| | 14.3% | 13.5% | 2.0% | .8% | 1.8% | 32.3% |
| โปรแกรมทัวร์ | 10 | | | | 4 | 14 |
| | 2.5% | | | | 1.0% | 3.5% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกันเลือกโอกาสในการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวเชิงรายได้ไม่เจาะจงวันท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคอื่น ๆ ต่างก็เลือกที่จะมาเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่องมากที่สุด

ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| เหตุผล | ถิ่นที่อยู่อาศัย | | | | | รวม |
|-----------------------------------|------------------|-------|------|----------|------------------------|--------|
| | เหนือ | กลาง | ใต้ | ตะวันออก | ตะวันออก เฉียงเหนือ | |
| อากาศดี | 77 | 111 | 21 | 9 | 7 | 225 |
| | 19.3% | 27.8% | 5.3% | 2.3% | 1.8% | 56.3% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 10 | 10 | 7 | | | 27 |
| | 2.5% | 2.5% | 1.8% | | | 6.8% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ ต้องการ | 50 | 35 | 6 | 1 | | 92 |
| | 12.5% | 8.8% | 1.5% | .3% | | 23.0% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 19 | 6 | 4 | | 1 | 30 |
| | 4.8% | 1.5% | 1.0% | | .3% | 7.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 10 | 2 | | | 2 | 14 |
| | 2.5% | .5% | | | .5% | 3.5% |
| เยี่ยมญาติ | 4 | | | | | 4 |
| | 1.0% | | | | | 1.0% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอ โปรแกรม | 6 | | | | 2 | 8 |
| | 1.5% | | | | .5% | 2.0% |
| รวม | 176 | 164 | 38 | 10 | 12 | 400 |
| | 44.0% | 41.0% | 9.5% | 2.5% | 3.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.065 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะมาจากภาคไหน ส่วนใหญ่ จะให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงใหม่กับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | จำนวนครั้ง | | | | รวม |
|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|--------|
| | ครั้งแรก | ครั้ง 2-4 | ครั้ง 5-10 | มากกว่า 10 | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 2 | 30 | 12 | 32 | 76 |
| | .5% | 7.5% | 3.0% | 8.0% | 19.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 27 | 54 | 19 | 54 | 154 |
| | 6.8% | 13.5% | 4.8% | 13.5% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 10 | 29 | 16 | 13 | 68 |
| | 2.5% | 7.3% | 4.0% | 3.3% | 17.0% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 2 | 6 | 5 | 11 | 24 |
| | .5% | 1.5% | 1.3% | 2.8% | 6.0% |
| วัดร่องขุน | 6 | 15 | 8 | 16 | 45 |
| | 1.5% | 3.8% | 2.0% | 4.0% | 11.3% |
| ไนท์บาซาร์ | 2 | | 2 | 6 | 10 |
| | .5% | | .5% | 1.5% | 2.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 2 | 2 | 5 | | 9 |
| | .5% | .5% | 1.3% | | 2.3% |
| ดอยแม่สลอง | 1 | 3 | | 2 | 6 |
| | .3% | .8% | | .5% | 1.5% |
| ล่องแม่น้ำกก | 2 | 2 | | | 4 |
| | .5% | .5% | | | 1.0% |
| พระตำหนักบึงทาบ | 2 | | | 2 | 4 |
| | .5% | | | .5% | 1.0% |
| รวม | 56 | 141 | 67 | 136 | 400 |
| | 14.0% | 35.3% | 16.8% | 34.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.068 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในจำนวนครั้งที่ต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กี่ครั้งแล้วก็ตาม ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักมากที่สุด

ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | จำนวนครั้ง | | | | รวม |
|----------------|------------|-----------|------------|------------|--------|
| | ครั้งแรก | ครั้ง 2-4 | ครั้ง 5-10 | มากกว่า 10 | |
| 1 คืน | 6 | 8 | | 6 | 20 |
| | 1.5% | 2.0% | | 1.5% | 5.0% |
| 2 คืน | 12 | 56 | 20 | 49 | 137 |
| | 3.0% | 14.0% | 5.0% | 12.3% | 34.3% |
| 3 คืน | 16 | 44 | 19 | 40 | 119 |
| | 4.0% | 11.0% | 4.8% | 10.0% | 29.8% |
| 4 คืน | 16 | 10 | 8 | 10 | 44 |
| | 4.0% | 2.5% | 2.0% | 2.5% | 11.0% |
| 5 คืน | 2 | 11 | 13 | 20 | 46 |
| | .5% | 2.8% | 3.3% | 5.0% | 11.5% |
| มากกว่า 5 คืน | 4 | 12 | 7 | 11 | 34 |
| | 1.0% | 3.0% | 1.8% | 2.8% | 8.5% |
| รวม | 56 | 141 | 67 | 136 | 400 |
| | 14.0% | 35.3% | 16.8% | 34.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่ต่างกัน ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในจำนวนคืนแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเที่ยวเชียงรายมากกว่า 1 ครั้ง จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 2 คืน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาครั้งแรก จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 3 คืน และ 4 คืน ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับสาเหตุสำคัญในการมา
เที่ยวจังหวัดเชียงราย

| สาเหตุสำคัญ | จำนวนครั้ง | | | | รวม |
|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------|--------|
| | ครั้งแรก | ครั้ง 2-4 | ครั้ง 5-10 | มากกว่า 10 | |
| อากาศดี | 31 | 84 | 34 | 76 | 225 |
| | 7.8% | 21.0% | 8.5% | 19.0% | 56.3% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 5 | 8 | 8 | 6 | 27 |
| | 1.3% | 2.0% | 2.0% | 1.5% | 6.8% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ | 9 | 38 | 21 | 24 | 92 |
| | 2.3% | 9.5% | 5.3% | 6.0% | 23.0% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 11 | 5 | | 14 | 30 |
| | 2.8% | 1.3% | | 3.5% | 7.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | | 2 | 4 | 8 | 14 |
| | | .5% | 1.0% | 2.0% | 3.5% |
| เยี่ยมญาติ | | 2 | | 2 | 4 |
| | | .5% | | .5% | 1.0% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรม | | 2 | | 6 | 8 |
| | | .5% | | 1.5% | 2.0% |
| รวม | 56 | 141 | 67 | 136 | 400 |
| | 14.0% | 35.3% | 16.8% | 34.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.054 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่ต่างกันให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย ไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายกี่ครั้งแล้วก็ตาม ส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยว ที่ประทับใจ | ประเภทการเดินทาง | | | | | รวม |
|----------------------------------|------------------|----------|------------|-------|--------------------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำ เที่ยว | |
| ด่านพรมแดนแม่สาย | 56 | 5 | 9 | 4 | 2 | 76 |
| | 14.0% | 1.3% | 2.3% | 1.0% | .5% | 19.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนัก | 86 | 22 | 24 | 12 | 10 | 154 |
| | 21.5% | 5.5% | 6.0% | 3.0% | 2.5% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 44 | 10 | 8 | 4 | 2 | 68 |
| | 11.0% | 2.5% | 2.0% | 1.0% | .5% | 17.0% |
| สามเหลี่ยมทองคำ- เชียงแสน | 16 | | 2 | 6 | | 24 |
| | 4.0% | | .5% | 1.5% | | 6.0% |
| วัดร่องขุน | 29 | 4 | 6 | 6 | | 45 |
| | 7.3% | 1.0% | 1.5% | 1.5% | | 11.3% |
| ไนท์บาซาร์ | 8 | 2 | | | | 10 |
| | 2.0% | .5% | | | | 2.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 3 | | 4 | | 2 | 9 |
| | .8% | | 1.0% | | .5% | 2.3% |
| ดอยแม่สลอง | 2 | | 1 | 3 | | 6 |
| | .5% | | .3% | .8% | | 1.5% |
| ส่องแม่จันทน์ | | 2 | 2 | | | 4 |
| | | .5% | .5% | | | 1.0% |
| พระตำหนักมณฑล | 2 | | | 2 | | 4 |
| | .5% | | | .5% | | 1.0% |
| รวม | 246 | 45 | 56 | 37 | 16 | 400 |
| | 61.5% | 11.3% | 14.0% | 9.3% | 4.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.072 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะเดินทางมาเชียงรายด้วยวิธีใดก็ตาม ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนัก มากที่สุด

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | ประเภทการเดินทาง | | | | | รวม |
|----------------|------------------|----------|------------|-------|----------------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำเที่ยว | |
| 1 คืน | 11 | | 5 | 2 | 2 | 20 |
| | 2.8% | | 1.3% | .5% | .5% | 5.0% |
| 2 คืน | 76 | 21 | 13 | 19 | 8 | 137 |
| | 19.0% | 5.3% | 3.3% | 4.8% | 2.0% | 34.3% |
| 3 คืน | 87 | 12 | 8 | 8 | 4 | 119 |
| | 21.8% | 3.0% | 2.0% | 2.0% | 1.0% | 29.8% |
| 4 คืน | 25 | 4 | 13 | 2 | | 44 |
| | 6.3% | 1.0% | 3.3% | .5% | | 11.0% |
| 5 คืน | 25 | 2 | 13 | 4 | 2 | 46 |
| | 6.3% | .5% | 3.3% | 1.0% | .5% | 11.5% |
| มากกว่า 5 คืน | 22 | 6 | 4 | 2 | | 34 |
| | 5.5% | 1.5% | 1.0% | .5% | | 8.5% |
| รวม | 246 | 45 | 56 | 37 | 16 | 400 |
| | 61.5% | 11.3% | 14.0% | 9.3% | 4.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันมีจำนวนคืนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาด้วย รถโดยสาร รถตู้และบริษัทนำเที่ยวจะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาด้วยรถส่วนตัว จะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 3 คืน และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาด้วยเครื่องบิน จะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2 คืน 4 คืน และ 5 คืน ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับประเภทอาหาร

| ประเภทอาหาร | ประเภทการเดินทาง | | | | | รวม |
|----------------------------|------------------|----------|------------|-------|----------------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำเที่ยว | |
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 29 | 4 | 8 | 2 | 2 | 45 |
| | 7.3% | 1.0% | 2.0% | .5% | .5% | 11.3% |
| อาหารพื้นเมือง | 142 | 29 | 36 | 17 | 12 | 236 |
| | 35.5% | 7.3% | 9.0% | 4.3% | 3.0% | 59.0% |
| Fast Food | 6 | 1 | | | | 7 |
| | 1.5% | .3% | | | | 1.8% |
| อาหารตามสั่ง | 27 | 5 | 9 | 11 | | 52 |
| | 6.8% | 1.3% | 2.3% | 2.8% | | 13.0% |
| ร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด | 42 | 6 | 3 | 7 | 2 | 60 |
| | 10.5% | 1.5% | .8% | 1.8% | .5% | 15.0% |
| รวม | 246 | 45 | 56 | 37 | 16 | 400 |
| | 61.5% | 11.3% | 14.0% | 9.3% | 4.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.116 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันเลือกประเภทอาหารไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะเดินทางมาเชียงรายด้วยวิธีใดก็ตามส่วนใหญ่ต่างก็นิยมเลือกทานอาหารพื้นเมือง มากที่สุด

ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัด
เชียงราย

| เหตุผล | ประเภทการเดินทาง | | | | | รวม |
|-----------------------------------|------------------|----------|------------|-------|--------------------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำ เที่ยว | |
| อากาศดี | 146 | 35 | 31 | 11 | 2 | 225 |
| | 36.5% | 8.8% | 7.8% | 2.8% | .5% | 56.3% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 17 | 1 | 8 | 1 | | 27 |
| | 4.3% | .3% | 2.0% | .3% | | 6.8% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ ต้องการ | 52 | 6 | 15 | 13 | 6 | 92 |
| | 13.0% | 1.5% | 3.8% | 3.3% | 1.5% | 23.0% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 17 | 3 | 2 | 6 | 2 | 30 |
| | 4.3% | .8% | .5% | 1.5% | .5% | 7.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 10 | | | 4 | | 14 |
| | 2.5% | | | 1.0% | | 3.5% |
| เยี่ยมญาติ | 4 | | | | | 4 |
| | 1.0% | | | | | 1.0% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอ โปรแกรม | | | | 2 | 6 | 8 |
| | | | | .5% | 1.5% | 2.0% |
| รวม | 246 | 45 | 56 | 37 | 16 | 400 |
| | 61.5% | 11.3% | 14.0% | 9.3% | 4.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่ต่างกันให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาโดยบริษัทนำเที่ยวจะให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคือ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการและบริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาโดยวิธีอื่นนั้นให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | การตัดสินใจ | | รวม |
|------------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 69 | 7 | 76 |
| | 17.3% | 1.8% | 19.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 133 | 21 | 154 |
| | 33.3% | 5.3% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 66 | 2 | 68 |
| | 16.5% | .5% | 17.0% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 16 | 8 | 24 |
| | 4.0% | 2.0% | 6.0% |
| วัดร่องขุน | 39 | 6 | 45 |
| | 9.8% | 1.5% | 11.3% |
| ไนท์บาซาร์ | 10 | | 10 |
| | 2.5% | | 2.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 5 | 4 | 9 |
| | 1.3% | 1.0% | 2.3% |
| ดอยแม่สลอง | 6 | | 6 |
| | 1.5% | | 1.5% |
| ส่องแม่น้ำกก | 4 | | 4 |
| | 1.0% | | 1.0% |
| พระตำหนักบิณฑบาต | 4 | | 4 |
| | 1.0% | | 1.0% |
| รวม | 352 | 48 | 400 |
| | 88.0% | 12.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.082 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ไม่มีความแตกต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์แนะนำก็ตาม ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักฯ มากที่สุด

ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | การตัดสินใจ | | รวม |
|--------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | 9 | 5 | 14 |
| | 2.3% | 1.3% | 3.5% |
| 1,500-2,499 บาท | 26 | | 26 |
| | 6.5% | | 6.5% |
| 1,000-1,499 บาท | 55 | 11 | 66 |
| | 13.8% | 2.8% | 16.5% |
| 500-999 บาท | 144 | 18 | 162 |
| | 36.0% | 4.5% | 40.5% |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 118 | 14 | 132 |
| | 29.5% | 3.5% | 33.0% |
| รวม | 352 | 48 | 400 |
| | 88.0% | 12.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.063 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ ไม่มีความแตกต่างกันในการเลือกราคาที่พัก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่จะเลือกที่พักในราคา 500-999 บาท

ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทที่พัก

| ประเภทที่พัก | การตัดสินใจ | | รวม |
|--------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| โรงแรม | 255 | 22 | 277 |
| | 63.8% | 5.5% | 69.3% |
| เกสเฮาส์ | 49 | 16 | 65 |
| | 12.3% | 4.0% | 16.3% |
| รีสอร์ท | 42 | 10 | 52 |
| | 10.5% | 2.5% | 13.0% |
| อื่นๆ | 6 | | 6 |
| | 1.5% | | 1.5% |
| รวม | 352 | 48 | 400 |
| | 88.0% | 12.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.076 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ ไม่มีความแตกต่างกันในการเลือกประเภทที่พัก โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่จะนิยมพักโรงแรมมากที่สุด

ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | การตัดสินใจ | | รวม |
|----------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| 1 คืน | 18 | 2 | 20 |
| | 4.5% | .5% | 5.0% |
| 2 คืน | 114 | 23 | 137 |
| | 28.5% | 5.8% | 34.3% |
| 3 คืน | 109 | 10 | 119 |
| | 27.3% | 2.5% | 29.8% |
| 4 คืน | 38 | 6 | 44 |
| | 9.5% | 1.5% | 11.0% |
| 5 คืน | 40 | 6 | 46 |
| | 10.0% | 1.5% | 11.5% |
| มากกว่า 5 คืน | 33 | 1 | 34 |
| | 8.3% | .3% | 8.5% |
| รวม | 352 | 48 | 400 |
| | 88.0% | 12.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.199 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีจำนวนคืนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2 คืนมากที่สุด

ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทอาหาร

| ประเภทอาหาร | การตัดสินใจ | | รวม |
|----------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 41 | 4 | 45 |
| | 10.3% | 1.0% | 11.3% |
| อาหารพื้นเมือง | 210 | 26 | 236 |
| | 52.5% | 6.5% | 59.0% |
| Fast Food | 7 | | 7 |
| | 1.8% | | 1.8% |
| อาหารตามสั่ง | 40 | 12 | 52 |
| | 10.0% | 3.0% | 13.0% |
| ร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด | 54 | 6 | 60 |
| | 13.5% | 1.5% | 15.0% |
| รวม | 352 | 48 | 400 |
| | 88.0% | 12.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.097 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีความต้องการประเภทอาหารไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่ต่างก็นิยมเลือกทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับสาเหตุสำคัญในการมาเที่ยวจังหวัด
เชียงราย

| เหตุผล | การตัดสินใจ | | รวม |
|-------------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| อากาศดี | 210 | 15 | 225 |
| | 52.5% | 3.8% | 56.3% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 23 | 4 | 27 |
| | 5.8% | 1.0% | 6.8% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ | 81 | 11 | 92 |
| | 20.3% | 2.8% | 23.0% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 20 | 10 | 30 |
| | 5.0% | 2.5% | 7.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 10 | 4 | 14 |
| | 2.5% | 1.0% | 3.5% |
| เยี่ยมญาติ | 4 | | 4 |
| | 1.0% | | 1.0% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรม | 4 | 4 | 8 |
| | 1.0% | 1.0% | 2.0% |
| รวม | 352 | 48 | 400 |
| | 88.0% | 12.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.079 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงใหม่ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเพิ่มเติม

ตอนที่ 2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานะภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 210 | 52.5 |
| หญิง | 190 | 47.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอัตราส่วนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.5 ส่วนเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.5

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 24 | 6.0 |
| 20 – 30 ปี | 126 | 31.5 |
| 31 – 40 ปี | 98 | 24.5 |
| 41 – 50 ปี | 88 | 22.0 |
| 51 – 60 ปี | 34 | 8.5 |
| สูงกว่า 60 ปี | 30 | 7.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุ 20-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.5 และช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.0

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 42 | 10.5 |
| พนักงานธุรกิจเอกชน | 74 | 18.5 |
| ประกอบกิจการส่วนตัว | 98 | 24.5 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 66 | 16.5 |
| เกษตรกร | 10 | 2.5 |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน | 26 | 6.5 |
| ผู้บริหารองค์กร | 30 | 7.5 |
| รับจ้างรายวัน | 8 | 2.0 |
| ปลดเกษียณ | 36 | 9.0 |
| นางพยาบาล | 2 | 0.5 |
| ครู/อาจารย์ | 2 | 0.5 |
| ที่ปรึกษา | 4 | 1.0 |
| นักดนตรี | 2 | 0.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นผู้ประกอบธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือพนักงานธุรกิจเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.5

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 500 \$ | 40 | 10.0 |
| 501-1,000 \$ | 78 | 19.5 |
| 1,001-2,000 \$ | 74 | 18.5 |
| 2,001-3,000 \$ | 100 | 25.0 |
| 3,001-4,000 \$ | 46 | 11.5 |
| มากกว่า 4,000 \$ | 62 | 15.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000\$ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 501-1,000\$ คิดเป็นร้อยละ 19.5 และรายได้ต่อเดือน 1,001-2,000\$ คิดเป็นร้อยละ 18.5

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามซีกโลก

| ซีกโลก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|------------|
| ตะวันตก | 224 | 56.0 |
| ตะวันออก | 176 | 44.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมาจากประเทศทางซีกโลกตะวันตกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0 และประเทศทางซีกโลกตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 44.0

ตอนที่ 2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว ต่างชาติ

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมา
เที่ยวจังหวัดเชียงราย

| จำนวนครั้ง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|------------|
| ครั้งแรก | 172 | 43.0 |
| ครั้งที่ 2-4 | 132 | 33.0 |
| ครั้งที่ 5-10 | 50 | 12.5 |
| มากกว่า 10 ครั้ง | 46 | 11.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงรายครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ 2-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ 5-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

| ลักษณะการเดินทาง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|------------|
| รถส่วนตัว | 66 | 16.5 |
| รถโดยสาร | 90 | 22.5 |
| เครื่องบิน | 170 | 42.5 |
| รถตู้ | 50 | 12.5 |
| รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว | 16 | 4.0 |
| เรือ | 8 | 2.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางด้วยเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือรถโดยสาร คิดเป็นร้อยละ 22.5 และรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16.5

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจมาเที่ยว เชียงราย

| การตัดสินใจ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|--------|
| ตัดสินใจด้วยตัวเอง | 286 | 71.5 |
| ตัดสินใจโดยบริษัทนำเที่ยว | 114 | 28.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.5 และตัดสินใจโดยบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 28.5

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวในครั้งนี้

| สถานที่ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------|------------|--------|
| ด่านพรมแดนแม่สาย | 292 | 73.0 |
| ดอยตุง-พระตำหนักข | 242 | 60.5 |
| ภูชี้ฟ้า | 70 | 17.5 |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 264 | 66.0 |
| วัดร่องขุน | 102 | 25.5 |
| ไนท์บาซาร์ | 290 | 72.5 |
| หมู่บ้านชาวเขา | 156 | 39.0 |
| ดอยแม่สลอง | 108 | 27.0 |
| ล่องแม่น้ำกก | 42 | 10.5 |
| พระตำหนักบิณฑบาต | 16 | 4.0 |
| อื่น ๆ เช่น น้ำตก แด้มปีช้าง ฯลฯ | 12 | 3.0 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเที่ยวด่านพรมแดนแม่สายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือไนท์บาซาร์ คิดเป็นร้อยละ 72.5 และสามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน คิดเป็นร้อยละ 66.0

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยว | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 44 | 11.0 |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ ภูชี้ฟ้า | 154 | 38.5 |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงใหม่ | 64 | 16.0 |
| วัดร่องขุน | 20 | 5.0 |
| ไนท์บาซาร์ | 22 | 5.5 |
| หมู่บ้านชาวเขา | 32 | 8.0 |
| ดอยแม่สลอง | 32 | 8.0 |
| ล่องแม่น้ำกก | 2 | 0.5 |
| พระตำหนักบิณฑบาต | 8 | 2.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประทับใจพระตำหนักดอยตุงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือสามเหลี่ยมทองคำ-เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 16.0 และด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|------------|
| ตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป | 52 | 13.0 |
| 1,500-2,499 บาท | 82 | 20.5 |
| 1,000-1,499 บาท | 70 | 17.5 |
| 500-999 บาท | 96 | 24.0 |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 100 | 25.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือที่พักราคา 500-999 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 และที่พักราคา 1,500-2,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของที่พัก

| ประเภทของที่พัก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------|------------|------------|
| โรงแรม | 194 | 48.5 |
| เกสเฮาส์ | 126 | 31.5 |
| รีสอร์ท | 80 | 20.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือเกสเฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 31.5 และรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคืนที่พักใน
เชียงใหม่

| จำนวนคืน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|------------|
| 1 คืน | 26 | 6.5 |
| 2 คืน | 122 | 30.5 |
| 3 คืน | 90 | 22.5 |
| 4 คืน | 56 | 14.0 |
| 5 คืน | 43 | 10.75 |
| มากกว่า 5 คืน | 63 | 15.75 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพักที่จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 2 คืนมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือพักจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และพักจำนวนมากกว่า 5 คืน คิดเป็นร้อยละ 15.75

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าที่ซื้อ

| สินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------|
| ของฝาก | 186 | 46.5 |
| ของที่ระลึก | 202 | 50.2 |
| อาหาร เครื่องดื่ม | 266 | 66.5 |
| เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่ง | 56 | 14.0 |
| เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องแต่งกาย | 116 | 29.0 |
| หัตถกรรม | 150 | 37.5 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าประเภทอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 50.2 และของฝาก คิดเป็นร้อยละ 46.5

ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการ

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------|------------|--------|
| นวดแผนโบราณ | 124 | 31.0 |
| สปา | 132 | 33.0 |
| รถเช่า | 84 | 21.0 |
| ธุรกิจบันเทิง | 70 | 17.5 |
| บริการนำเที่ยว | 119 | 29.8 |
| ล่องเรือ | 54 | 13.5 |
| นั่งช้าง | 90 | 22.5 |
| สนามกอล์ฟ | 60 | 15.0 |
| ร้านอาหาร | 212 | 53.0 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือสปา คิดเป็นร้อยละ 33.0 และนวดแผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 31.0

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของอาหารที่ต้องการ

| ประเภทอาหาร | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------|------------|--------|
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 60 | 15.0 |
| อาหารพื้นเมือง | 222 | 55.5 |
| Fast Food | 38 | 9.5 |
| อาหารตามสั่ง | 70 | 17.5 |
| ไนท์บาร์ชา | 10 | 2.5 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคืออาหารตามสั่ง คิดเป็นร้อยละ 17.5 และอาหารจากโรงแรม-ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจเลือกมา
เที่ยวเชียงราย

| เหตุผล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| อากาศดี | 158 | 39.5 |
| ผู้คนเป็นมิตร | 100 | 25.0 |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ | 70 | 17.5 |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 34 | 8.5 |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 34 | 8.5 |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรม | 4 | 1.0 |
| รวม | 400 | 100 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงราย
คืออากาศดี คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือผู้คนเป็นมิตร คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีสถานที่
ท่องเที่ยวที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 17.5

ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว
ของจังหวัดเชียงราย

| แหล่งข้อมูล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------------|------------|--------|
| วารสารด้านการท่องเที่ยว | 150 | 37.5 |
| เอกสาร แผ่นพับ | 104 | 26.0 |
| อินเทอร์เน็ต | 140 | 37.0 |
| หน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว | 128 | 32.0 |
| เพื่อน ญาติ พี่น้อง | 54 | 13.5 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อย
ละ 37.0 และหน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตอนที่ 2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความต้องการของนักท่องเที่ยวใน
ด้านสินค้าเพิ่มเติม

| สินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|--------|
| อาหารมังสวิรัต/เจ | 5 | 1.25 |
| อาหารพื้นบ้าน | 55 | 13.75 |
| ร้านจำหน่ายของใช้สำหรับนักท่องเที่ยว | 51 | 12.75 |
| พืชชาส่งถึงที่พัก | 5 | 1.25 |
| ของฝาก / ของที่ระลึก | 61 | 15.25 |
| สินค้าท้องถิ่น | 55 | 13.75 |
| หัตถกรรม/ของทำมือ | 41 | 10.25 |
| อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ | 5 | 1.25 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในเรื่อง
ของของฝาก/ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 15.25 ส่วนสินค้าท้องถิ่นและอาหารพื้นบ้าน คิดเป็นร้อย
ละ 13.75 เท่ากัน

ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านบริการเพิ่มเติม

| บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------|------------|--------|
| การคมนาคมเดินทางสะดวก | 56 | 14.0 |
| สระว่ายน้ำ | 8 | 2.0 |
| มีความเป็นมิตร | 7 | 1.75 |
| มีร้านเช่าจักรยานให้มากและถูก | 10 | 2.5 |
| มีร้านอาหารมังสะวิรัตให้มาก | 5 | 1.25 |
| มีร้านอาหารญี่ปุ่นให้มาก | 7 | 1.75 |
| การแสดงการชนช้าง | 20 | 5.0 |
| ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว | 36 | 9.0 |
| บาร์ | 15 | 3.75 |
| ร้านเช่ารถ | 20 | 5.0 |
| โรงยิมเนเซียม | 11 | 2.75 |
| ภัตตาคารในโรงแรม | 6 | 1.5 |
| แหล่งบันเทิง | 7 | 1.75 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการทางด้านบริการเพิ่มเติมในเรื่องของการคมนาคมเดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมาคือความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.0 และร้านเช่ารถกับการแสดงชนช้าง คิดเป็นร้อยละ 5.0 เท่ากัน

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| ปัญหา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| การขนส่งผู้โดยสาร | 13 | 3.25 |
| มีการเปลี่ยนแปลงเวลาของรถโดยสาร | 5 | 1.25 |
| ยุง (เยอะ) | 4 | 1.0 |
| ผู้ให้เช่ารถต้องการพาสปอร์ต (ปกติแล้วต้องมีพาสปอร์ตติดตัว) | 9 | 2.25 |
| วีซ่ามีระยะเวลาสั้น | 7 | 1.75 |
| มีผู้หญิงจำนวนมากที่มองนักท่องเที่ยวเพื่อเงิน | 8 | 2.00 |
| มีคนที่เข้าใจและพูดภาษาอังกฤษจำนวนไม่มาก | 6 | 1.50 |
| การสื่อสารกับผู้คน | 9 | 2.25 |
| ภัตตาคารปิดในช่วงกลางวัน | 5 | 1.25 |
| รถเช่ามีราคาแพง | 10 | 2.50 |

จากตารางแสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาการท่องเที่ยวในเรื่องของการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 3.25 เท่ากัน รองลงมาคือรถเช่ามีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 2.50 ส่วนวีซ่ามีระยะเวลาสั้น การเปลี่ยนแปลงเวลาของรถโดยสาร ผู้ให้เช่ารถต้องการพาสปอร์ต (ปกติแล้วต้องมีพาสปอร์ตติดตัว) และการสื่อสารกับผู้คนคิดเป็นร้อยละ 2.25 เท่ากัน

ตอนที่ 2.4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 4.71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | รายได้ | | | | | | รวม |
|------------------------------|----------------|--------------|----------------|----------------|----------------|------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 500 \$ | 501-1,000 \$ | 1,001-2,000 \$ | 2,001-3,000 \$ | 3,001-4,000 \$ | มากกว่า 4,000 \$ | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 4 | 12 | 6 | 6 | 6 | 10 | 44 |
| | 1.0% | 3.0% | 1.5% | 1.5% | 1.5% | 2.5% | 11.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 16 | 32 | 26 | 44 | 16 | 20 | 154 |
| | 4.0% | 8.0% | 6.5% | 11.0% | 4.0% | 5.0% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 2 | 4 | 8 | 4 | | 4 | 22 |
| | .5% | 1.0% | 2.0% | 1.0% | | 1.0% | 5.5% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 4 | 14 | 16 | 12 | 4 | 14 | 64 |
| | 1.0% | 3.5% | 4.0% | 3.0% | 1.0% | 3.5% | 16.0% |
| วัดร่องขุน | 2 | 2 | 4 | 6 | 4 | 2 | 20 |
| | .5% | .5% | 1.0% | 1.5% | 1.0% | .5% | 5.0% |
| ไนท์บาซาร์ | 2 | | 6 | 6 | 8 | | 22 |
| | .5% | | 1.5% | 1.5% | 2.0% | | 5.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 2 | 6 | 4 | 10 | | 10 | 32 |
| | .5% | 1.5% | 1.0% | 2.5% | | 2.5% | 8.0% |
| ดอยแม่สลอง | 6 | 8 | 2 | 10 | 6 | | 32 |
| | 1.5% | 2.0% | .5% | 2.5% | 1.5% | | 8.0% |
| ส่องแม่จ๊กก | | | | | | 2 | 2 |
| | | | | | | .5% | .5% |
| พระตำหนักบดินทบาต | 2 | | 2 | 2 | 2 | | 8 |
| | .5% | | .5% | .5% | .5% | | 2.0% |
| รวม | 40 | 78 | 74 | 100 | 46 | 62 | 400 |
| | 10.0% | 19.5% | 18.5% | 25.0% | 11.5% | 15.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.068 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะมีรายได้ระดับใด ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักฯมากที่สุด

ตารางที่ 4.72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | รายได้ | | | | | | รวม |
|-----------------------------|-------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 500 \$ | 501- 1,000 \$ | 1,001- 2,000 \$ | 2,001- 3,000 \$ | 3,001- 4,000 \$ | มากกว่า 4,000 \$ | |
| ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | 4 | 14 | 10 | 8 | 6 | 10 | 52 |
| | 1.0% | 3.5% | 2.5% | 2.0% | 1.5% | 2.5% | 13.0% |
| 1,500-2,499 บาท | 8 | 12 | 12 | 22 | 10 | 18 | 82 |
| | 2.0% | 3.0% | 3.0% | 5.5% | 2.5% | 4.5% | 20.5% |
| 1,000-1,499 บาท | 6 | 14 | 12 | 14 | 6 | 18 | 70 |
| | 1.5% | 3.5% | 3.0% | 3.5% | 1.5% | 4.5% | 17.5% |
| 500-999 บาท | 8 | 14 | 14 | 36 | 16 | 8 | 96 |
| | 2.0% | 3.5% | 3.5% | 9.0% | 4.0% | 2.0% | 24.0% |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 14 | 24 | 26 | 20 | 8 | 8 | 100 |
| | 3.5% | 6.0% | 6.5% | 5.0% | 2.0% | 2.0% | 25.0% |
| รวม | 40 | 78 | 74 | 100 | 46 | 62 | 400 |
| | 10.0% | 19.5% | 18.5% | 25.0% | 11.5% | 15.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.006 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีการเลือกราคาที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000\$ จะเลือกที่พักในราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 2,001\$-4,000\$ จะเลือกที่พักในราคา 500-999 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้สูงกว่าจะเลือกที่พักในราคา 1,000\$-1,499\$ บาท และ 1,500\$-2,499\$ บาท ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับประเภทโรงแรม

| ประเภทโรงแรม | รายได้ | | | | | | รวม |
|--------------|-------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 500 \$ | 501- 1,000 \$ | 1,001- 2,000 \$ | 2,001- 3,000 \$ | 3,001- 4,000 \$ | มากกว่า 4,000 \$ | |
| โรงแรม | 18 | 40 | 28 | 50 | 26 | 32 | 194 |
| | 4.5% | 10.0% | 7.0% | 12.5% | 6.5% | 8.0% | 48.5% |
| เกสเฮาส์ | 20 | 32 | 32 | 24 | 8 | 10 | 126 |
| | 5.0% | 8.0% | 8.0% | 6.0% | 2.0% | 2.5% | 31.5% |
| รีสอร์ท | 2 | 6 | 14 | 26 | 12 | 20 | 80 |
| | .5% | 1.5% | 3.5% | 6.5% | 3.0% | 5.0% | 20.0% |
| รวม | 40 | 78 | 74 | 100 | 46 | 62 | 400 |
| | 10.0% | 19.5% | 18.5% | 25.0% | 11.5% | 15.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีการเลือกประเภทที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 501\$-1,000\$ และรายได้ตั้งแต่ 2,001\$ ขึ้นไปจะนิยมพักโรงแรมมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า 500\$ และ 1,000\$-2,000\$ จะนิยมพักเกสเฮาส์มากที่สุด

ตารางที่ 4.74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | รายได้ | | | | | | รวม |
|----------------|-------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 500 \$ | 501- 1,000 \$ | 1,001- 2,000 \$ | 2,001- 3,000 \$ | 3,001- 4,000 \$ | มากกว่า 4,000 \$ | |
| 1 คืน | 4 | 8 | 6 | 6 | 2 | | 26 |
| | 1.0% | 2.0% | 1.5% | 1.5% | .5% | | 6.5% |
| 2 คืน | 10 | 28 | 30 | 32 | 8 | 14 | 122 |
| | 2.5% | 7.0% | 7.5% | 8.0% | 2.0% | 3.5% | 30.5% |
| 3 คืน | 10 | 10 | 12 | 22 | 14 | 22 | 90 |
| | 2.5% | 2.5% | 3.0% | 5.5% | 3.5% | 5.5% | 22.5% |
| 4 คืน | 10 | 10 | 8 | 14 | 6 | 8 | 56 |
| | 2.5% | 2.5% | 2.0% | 3.5% | 1.5% | 2.0% | 14.0% |
| 5 คืน | | 9 | 8 | 14 | 6 | 6 | 43 |
| | | 2.3% | 2.0% | 3.5% | 1.5% | 1.5% | 10.8% |
| มากกว่า 5 คืน | 6 | 13 | 10 | 12 | 10 | 12 | 63 |
| | 1.5% | 3.3% | 2.5% | 3.0% | 2.5% | 3.0% | 15.8% |
| รวม | 40 | 78 | 74 | 100 | 46 | 62 | 400 |
| | 10.0% | 19.5% | 18.5% | 25.0% | 11.5% | 15.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.049 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีจำนวนคืนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า 500\$ จะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 2 คืน 3 คืนและ 4 คืน ในจำนวนเท่า ๆ กัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 501\$-3,000\$ จำนวนท่องเที่ยวในเชียงใหม่ จำนวน 2 คืนและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 3,000\$ ขึ้นไป จำนวนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 3 คืน

ตารางที่ 4.75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| เหตุผล | รายได้ | | | | | | รวม |
|-----------------------------------|-------------------|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|--------|
| | ต่ำกว่า 500 \$ | 501- 1,000 \$ | 1,001- 2,000 \$ | 2,001- 3,000 \$ | 3,001- 4,000 \$ | มากกว่า 4,000 \$ | |
| อากาศดี | 4 | 32 | 22 | 52 | 16 | 32 | 158 |
| | 1.0% | 8.0% | 5.5% | 13.0% | 4.0% | 8.0% | 39.5% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 12 | 20 | 26 | 18 | 10 | 14 | 100 |
| | 3.0% | 5.0% | 6.5% | 4.5% | 2.5% | 3.5% | 25.0% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยว ที่ต้องการ | 6 | 18 | 12 | 20 | 6 | 8 | 70 |
| | 1.5% | 4.5% | 3.0% | 5.0% | 1.5% | 2.0% | 17.5% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 8 | 6 | 8 | 2 | 6 | 4 | 34 |
| | 2.0% | 1.5% | 2.0% | .5% | 1.5% | 1.0% | 8.5% |
| เป็นทางผ่านไป ยังที่อื่น | 10 | 2 | 4 | 8 | 6 | 4 | 34 |
| | 2.5% | .5% | 1.0% | 2.0% | 1.5% | 1.0% | 8.5% |
| บริษัทนำเที่ยว เสนอโปรแกรม | | | 2 | | 2 | | 4 |
| | | | .5% | | .5% | | 1.0% |
| รวม | 40 | 78 | 74 | 100 | 46 | 62 | 400 |
| | 10.0% | 19.5% | 18.5% | 25.0% | 11.5% | 15.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ 501\$-1,000\$ และรายได้ตั้งแต่ 2,001\$ ขึ้นไป ให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดีมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่ำกว่า 500\$ และ 1,001\$-2,005\$ ให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคือผู้คนเป็นมิตรมากที่สุด

ตารางที่ 4.76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | ซีกโลก | | รวม |
|------------------------------|------------------|-------------------|--------|
| | ประเทศทางตะวันตก | ประเทศทางตะวันออก | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 23 | 21 | 44 |
| | 5.8% | 5.3% | 11.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 84 | 70 | 154 |
| | 21.0% | 17.5% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 12 | 10 | 22 |
| | 3.0% | 2.5% | 5.5% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงใหม่ | 40 | 24 | 64 |
| | 10.0% | 6.0% | 16.0% |
| วัดร่องขุน | 10 | 10 | 20 |
| | 2.5% | 2.5% | 5.0% |
| ไนท์บาซาร์ | 14 | 8 | 22 |
| | 3.5% | 2.0% | 5.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 22 | 10 | 32 |
| | 5.5% | 2.5% | 8.0% |
| ดอยแม่สลอง | 13 | 19 | 32 |
| | 3.3% | 4.8% | 8.0% |
| ล่องแม่น้ำกก | 2 | | 2 |
| | .5% | | .5% |
| พระตำหนักอินทขันธ์ | 4 | 4 | 8 |
| | 1.0% | 1.0% | 2.0% |
| รวม | 224 | 176 | 400 |
| | 56.0% | 44.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.421 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกต่างก็ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักฯ มากที่สุด

ตารางที่ 4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | ซีกโลก | | รวม |
|-----------------------------|------------------|-------------------|--------|
| | ประเทศทางตะวันตก | ประเทศทางตะวันออก | |
| ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | 30 | 22 | 52 |
| | 7.5% | 5.5% | 13.0% |
| 1,500-2,499 บาท | 35 | 47 | 82 |
| | 8.8% | 11.8% | 20.5% |
| 1,000-1,499 บาท | 36 | 34 | 70 |
| | 9.0% | 8.5% | 17.5% |
| 500-999 บาท | 59 | 37 | 96 |
| | 14.8% | 9.3% | 24.0% |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 64 | 36 | 100 |
| | 16.0% | 9.0% | 25.0% |
| รวม | 224 | 176 | 400 |
| | 56.0% | 44.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.035 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกมีการเลือกราคาที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกจะเลือกที่พักในราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันออกจะเลือกที่พักในราคา 1,500-2,499 บาทมากที่สุด

ตารางที่ 4.78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับประเภทที่พัก

| ประเภทที่พัก | ซีกโลก | | รวม |
|--------------|------------------|------------------|--------|
| | ประเทศทางตะวันตก | ประเทศทางตะวันตก | |
| โรงแรม | 106 | 88 | 194 |
| | 26.5% | 22.0% | 48.5% |
| เกสเฮาส์ | 80 | 46 | 126 |
| | 20.0% | 11.5% | 31.5% |
| รีสอร์ท | 38 | 42 | 80 |
| | 9.5% | 10.5% | 20.0% |
| รวม | 224 | 176 | 400 |
| | 56.0% | 44.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.068 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกมีการเลือกประเภทของที่พักไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกต่างก็นิยมพักโรงแรมมากที่สุด

ตารางที่ 4.79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | ซีกโลก | | รวม |
|----------------|------------------|------------------|--------|
| | ประเทศทางตะวันตก | ประเทศทางตะวันตก | |
| 1 คืน | 16 | 10 | 26 |
| | 4.0% | 2.5% | 6.5% |
| 2 คืน | 73 | 49 | 122 |
| | 18.3% | 12.3% | 30.5% |
| 3 คืน | 45 | 45 | 90 |
| | 11.3% | 11.3% | 22.5% |
| 4 คืน | 36 | 20 | 56 |
| | 9.0% | 5.0% | 14.0% |
| 5 คืน | 20 | 23 | 43 |
| | 5.0% | 5.8% | 10.8% |
| มากกว่า 5 คืน | 34 | 29 | 63 |
| | 8.5% | 7.3% | 15.8% |
| รวม | 224 | 176 | 400 |
| | 56.0% | 44.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.347 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกมีวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกต่างก็นิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 2 คืนมากที่สุด

ตารางที่ 4.80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับประเภทอาหาร

| ประเภทอาหาร | ซีกโลก | | รวม |
|-------------------------|------------------|-------------------|--------|
| | ประเทศทางตะวันตก | ประเทศทางตะวันออก | |
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 32 | 28 | 60 |
| | 8.0% | 7.0% | 15.0% |
| อาหารพื้นเมือง | 129 | 93 | 222 |
| | 32.3% | 23.3% | 55.5% |
| Fast Food | 18 | 20 | 38 |
| | 4.5% | 5.0% | 9.5% |
| อาหารตามสั่ง | 37 | 33 | 70 |
| | 9.3% | 8.3% | 17.5% |
| ไนท์บาร์ชา | 8 | 2 | 10 |
| | 2.0% | .5% | 2.5% |
| รวม | 224 | 176 | 400 |
| | 56.0% | 44.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.362 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกมีความต้องการประเภทอาหารไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกต่างก็นิยมทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

ตารางที่ 4.81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละซีกโลกกับเหตุผลในการมาเที่ยว
จังหวัดเชียงราย

| เหตุผล | ซีกโลก | | รวม |
|-------------------------------|------------------|------------------|--------|
| | ประเทศทางตะวันตก | ประเทศทางตะวันตก | |
| อากาศดี | 68 | 90 | 158 |
| | 17.0% | 22.5% | 39.5% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 63 | 37 | 100 |
| | 15.8% | 9.3% | 25.0% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ | 47 | 23 | 70 |
| | 11.8% | 5.8% | 17.5% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 20 | 14 | 34 |
| | 5.0% | 3.5% | 8.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 22 | 12 | 34 |
| | 5.5% | 3.0% | 8.5% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรม | 4 | | 4 |
| | 1.0% | | 1.0% |
| รวม | 224 | 176 | 400 |
| | 56.0% | 44.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.214 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกมีเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทางตะวันออกต่างก็ให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

ตารางที่ 4.82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | จำนวนครั้ง | | | | รวม |
|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|--------|
| | ครั้งแรก | ครั้ง 2-4 | ครั้ง 5-10 | มากกว่า 10 | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 18 | 10 | 10 | 6 | 44 |
| | 4.5% | 2.5% | 2.5% | 1.5% | 11.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 60 | 58 | 20 | 16 | 154 |
| | 15.0% | 14.5% | 5.0% | 4.0% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 8 | 8 | 2 | 4 | 22 |
| | 2.0% | 2.0% | .5% | 1.0% | 5.5% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 28 | 20 | 8 | 8 | 64 |
| | 7.0% | 5.0% | 2.0% | 2.0% | 16.0% |
| วัดร่องขุน | 6 | 6 | 4 | 4 | 20 |
| | 1.5% | 1.5% | 1.0% | 1.0% | 5.0% |
| ไนท์บาซาร์ | 10 | 12 | | | 22 |
| | 2.5% | 3.0% | | | 5.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 24 | 6 | | 2 | 32 |
| | 6.0% | 1.5% | | .5% | 8.0% |
| ดอยแม่สลอง | 16 | 8 | 6 | 2 | 32 |
| | 4.0% | 2.0% | 1.5% | .5% | 8.0% |
| ส่องแม่ น้ำกก | | | | 2 | 2 |
| | | | | .5% | .5% |
| พระตำหนักบิณฑบาต | 2 | 4 | | 2 | 8 |
| | .5% | 1.0% | | .5% | 2.0% |
| รวม | 172 | 132 | 50 | 46 | 400 |
| | 43.0% | 33.0% | 12.5% | 11.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.098 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่แตกต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ว่าจะเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายกี่ครั้งแล้วก็ตาม ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักฯ มากที่สุด

ตารางที่ 4.83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | จำนวนครั้ง | | | | รวม |
|----------------|------------|-----------|------------|------------|--------|
| | ครั้งแรก | ครั้ง 2-4 | ครั้ง 5-10 | มากกว่า 10 | |
| 1 คืน | 12 | 10 | 2 | 2 | 26 |
| | 3.0% | 2.5% | .5% | .5% | 6.5% |
| 2 คืน | 68 | 30 | 16 | 8 | 122 |
| | 17.0% | 7.5% | 4.0% | 2.0% | 30.5% |
| 3 คืน | 30 | 36 | 10 | 14 | 90 |
| | 7.5% | 9.0% | 2.5% | 3.5% | 22.5% |
| 4 คืน | 24 | 20 | 8 | 4 | 56 |
| | 6.0% | 5.0% | 2.0% | 1.0% | 14.0% |
| 5 คืน | 21 | 12 | 4 | 6 | 43 |
| | 5.3% | 3.0% | 1.0% | 1.5% | 10.8% |
| มากกว่า 5 คืน | 17 | 24 | 10 | 12 | 63 |
| | 4.3% | 6.0% | 2.5% | 3.0% | 15.8% |
| รวม | 172 | 132 | 50 | 46 | 400 |
| | 43.0% | 33.0% | 12.5% | 11.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.037 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่แตกต่างกันมีจำนวนคืนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวเชียงรายมากกว่า 10 ครั้ง จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวนมากกว่า 5 คืน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวเชียงรายน้อยกว่า 10 ครั้ง จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 2 คืนมากที่สุด

ตารางที่ 4.84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่มาเชียงรายกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

| เหตุผล | จำนวนครั้ง | | | | รวม |
|-----------------------------------|------------|-----------|------------|------------|-------|
| | ครั้งแรก | ครั้ง 2-4 | ครั้ง 5-10 | มากกว่า 10 | |
| อากาศดี | 56 | 50 | 28 | 24 | 158 |
| | 14.0% | 12.5% | 7.0% | 6.0% | 39.5% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 40 | 42 | 8 | 10 | 100 |
| | 10.0% | 10.5% | 2.0% | 2.5% | 25.0% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ ต้องการ | 36 | 18 | 10 | 6 | 70 |
| | 9.0% | 4.5% | 2.5% | 1.5% | 17.5% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 20 | 10 | | 4 | 34 |
| | 5.0% | 2.5% | | 1.0% | 8.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 16 | 12 | 4 | 2 | 34 |
| | 4.0% | 3.0% | 1.0% | .5% | 8.5% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอ โปรแกรม | 4 | | | | 4 |
| | 1.0% | | | | 1.0% |
| รวม | 56 | 50 | 28 | 24 | 158 |
| | 14.0% | 12.5% | 7.0% | 6.0% | 39.5% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.240 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่แตกต่างกันมีเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายกี่ครั้งก็ตาม ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

ตารางที่ 4.85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | ประเภทการเดินทาง | | | | | | รวม |
|------------------------------|------------------|----------|------------|-------|----------------|------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำเที่ยว | เรือ | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 10 | 10 | 20 | 4 | | | 44 |
| | 2.5% | 2.5% | 5.0% | 1.0% | | | 11.0% |
| คอยตุง-พระตำหนักฯ | 24 | 28 | 72 | 26 | 4 | | 154 |
| | 6.0% | 7.0% | 18.0% | 6.5% | 1.0% | | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 2 | 14 | 6 | | | | 22 |
| | .5% | 3.5% | 1.5% | | | | 5.5% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน | 14 | 10 | 28 | 2 | 8 | 2 | 64 |
| | 3.5% | 2.5% | 7.0% | .5% | 2.0% | .5% | 16.0% |
| วัดร่องขุน | 6 | 2 | 10 | 2 | | | 20 |
| | 1.5% | .5% | 2.5% | .5% | | | 5.0% |
| ไนท์บาซาร์ | 2 | 8 | 8 | 2 | | 2 | 22 |
| | .5% | 2.0% | 2.0% | .5% | | .5% | 5.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 4 | 6 | 14 | 4 | | 4 | 32 |
| | 1.0% | 1.5% | 3.5% | 1.0% | | 1.0% | 8.0% |
| คอยแม่สลอง | 4 | 8 | 8 | 8 | 4 | | 32 |
| | 1.0% | 2.0% | 2.0% | 2.0% | 1.0% | | 8.0% |
| ล่องแม่น้ำกก | | | 2 | | | | 2 |
| | | | .5% | | | | .5% |
| พระตำหนักอินทบาท | | 4 | 2 | 2 | | | 8 |
| | | 1.0% | .5% | .5% | | | 2.0% |
| รวม | 66 | 90 | 170 | 50 | 16 | 8 | 400 |
| | 16.5% | 22.5% | 42.5% | 12.5% | 4.0% | 2.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันมีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาโดยรถส่วนตัว รถโดยสาร เครื่องบิน และรถตู้จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวคอยตุง-พระตำหนักฯมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาด้วยบริษัทนำเที่ยว จะประทับใจสามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสนมากที่สุด

ตารางที่ 4.86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | ประเภทการเดินทาง | | | | | | รวม |
|----------------|------------------|----------|------------|-------|----------------|------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำเที่ยว | เรือ | |
| 1 คืน | 8 | 8 | 10 | | | | 26 |
| | 2.0% | 2.0% | 2.5% | | | | 6.5% |
| 2 คืน | 20 | 32 | 36 | 16 | 10 | 8 | 122 |
| | 5.0% | 8.0% | 9.0% | 4.0% | 2.5% | 2.0% | 30.5% |
| 3 คืน | 12 | 22 | 42 | 10 | 4 | | 90 |
| | 3.0% | 5.5% | 10.5% | 2.5% | 1.0% | | 22.5% |
| 4 คืน | 10 | 16 | 24 | 6 | | | 56 |
| | 2.5% | 4.0% | 6.0% | 1.5% | | | 14.0% |
| 5 คืน | 13 | 4 | 18 | 8 | | | 43 |
| | 3.3% | 1.0% | 4.5% | 2.0% | | | 10.8% |
| มากกว่า 5 คืน | 3 | 8 | 40 | 10 | 2 | | 63 |
| | .8% | 2.0% | 10.0% | 2.5% | .5% | | 15.8% |
| รวม | 66 | 90 | 170 | 50 | 16 | 8 | 400 |
| | 16.5% | 22.5% | 42.5% | 12.5% | 4.0% | 2.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันมีจำนวนคืนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาด้วยเครื่องบินจะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 3 คืน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยวิธีอื่นส่วนใหญ่จะนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน

ตารางที่ 4.87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับประเภทอาหาร

| ประเภทอาหาร | ประเภทการเดินทาง | | | | | | รวม |
|-------------------------|------------------|----------|------------|-------|----------------|------|--------|
| | รถส่วนตัว | รถโดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำเที่ยว | เรือ | |
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 14 | 4 | 34 | 6 | 2 | | 60 |
| | 3.5% | 1.0% | 8.5% | 1.5% | .5% | | 15.0% |
| อาหารพื้นเมือง | 34 | 58 | 88 | 28 | 8 | 6 | 222 |
| | 8.5% | 14.5% | 22.0% | 7.0% | 2.0% | 1.5% | 55.5% |
| Fast Food | 2 | 6 | 16 | 12 | 2 | | 38 |
| | .5% | 1.5% | 4.0% | 3.0% | .5% | | 9.5% |
| อาหารตามสั่ง | 12 | 18 | 32 | 4 | 2 | 2 | 70 |
| | 3.0% | 4.5% | 8.0% | 1.0% | .5% | .5% | 17.5% |
| ไนท์บาร์ชา | 4 | 4 | | | 2 | | 10 |
| | 1.0% | 1.0% | | | .5% | | 2.5% |
| รวม | 66 | 90 | 170 | 50 | 16 | 8 | 400 |
| | 16.5% | 22.5% | 42.5% | 12.5% | 4.0% | 2.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.068 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันมีการเลือกประเภทอาหารไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะเดินทางมาเชียงรายด้วยวิธีใดส่วนใหญ่ต่างก็นิยมเลือกทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

ตารางที่ 4.88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัด
เชียงราย

| เหตุผล | ประเภทการเดินทาง | | | | | | รวม |
|-----------------------------------|------------------|--------------|------------|-------|--------------------|------|--------|
| | รถ ส่วนตัว | รถ โดยสาร | เครื่องบิน | รถตู้ | บริษัทนำ เที่ยว | เรือ | |
| อากาศดี | 32 | 26 | 70 | 20 | 8 | 2 | 158 |
| | 8.0% | 6.5% | 17.5% | 5.0% | 2.0% | .5% | 39.5% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 10 | 26 | 48 | 14 | 2 | | 100 |
| | 2.5% | 6.5% | 12.0% | 3.5% | .5% | | 25.0% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยว ที่ต้องการ | 12 | 14 | 26 | 10 | 4 | 4 | 70 |
| | 3.0% | 3.5% | 6.5% | 2.5% | 1.0% | 1.0% | 17.5% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 10 | 12 | 10 | 2 | | | 34 |
| | 2.5% | 3.0% | 2.5% | .5% | | | 8.5% |
| เป็นทางผ่านไปยัง ที่ยื่น | 2 | 12 | 16 | 2 | | 2 | 34 |
| | .5% | 3.0% | 4.0% | .5% | | .5% | 8.5% |
| บริษัทนำเที่ยว เสนอโปรแกรม | | | | 2 | 2 | | 4 |
| | | | | .5% | .5% | | 1.0% |
| รวม | 66 | 90 | 170 | 50 | 16 | 8 | 400 |
| | 16.5% | 22.5% | 42.5% | 12.5% | 4.0% | 2.0% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันมีเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเชียงรายด้วยรถโดยสารให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดีและผู้คนเป็นมิตรในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเชียงรายด้วยรถส่วนตัว เครื่องบิน รถตู้ และบริษัทนำเที่ยวให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดีมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเชียงรายด้วยเรือให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคือมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ

ตารางที่ 4.89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ

| สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ | การตัดสินใจ | | รวม |
|------------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| ด้านพรมแดนแม่สาย | 38 | 6 | 44 |
| | 9.5% | 1.5% | 11.0% |
| ดอยตุง-พระตำหนักฯ | 100 | 54 | 154 |
| | 25.0% | 13.5% | 38.5% |
| ภูชี้ฟ้า | 20 | 2 | 22 |
| | 5.0% | .5% | 5.5% |
| สามเหลี่ยมทองคำ-เชียงใหม่ | 42 | 22 | 64 |
| | 10.5% | 5.5% | 16.0% |
| วัดร่องขุน | 18 | 2 | 20 |
| | 4.5% | .5% | 5.0% |
| ไนท์บาซาร์ | 20 | 2 | 22 |
| | 5.0% | .5% | 5.5% |
| หมู่บ้านชาวเขา | 20 | 12 | 32 |
| | 5.0% | 3.0% | 8.0% |
| ดอยแม่สลอง | 24 | 8 | 32 |
| | 6.0% | 2.0% | 8.0% |
| ช่องแม่ น้ำกก | 2 | | 2 |
| | .5% | | .5% |
| พระตำหนักบึงกาฬ | 2 | 6 | 8 |
| | .5% | 1.5% | 2.0% |
| รวม | 286 | 114 | 400 |
| | 71.5% | 28.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.128 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่จะประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวดอยตุง-พระตำหนักฯมากที่สุด

ตารางที่ 4.90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับราคาที่พัก

| ราคาที่พัก | การตัดสินใจ | | รวม |
|-----------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | 28 | 24 | 52 |
| | 7.0% | 6.0% | 13.0% |
| 1,500-2,499 บาท | 62 | 20 | 82 |
| | 15.5% | 5.0% | 20.5% |
| 1,000-1,499 บาท | 46 | 24 | 70 |
| | 11.5% | 6.0% | 17.5% |
| 500-999 บาท | 66 | 30 | 96 |
| | 16.5% | 7.5% | 24.0% |
| ต่ำกว่า 500 บาท | 84 | 16 | 100 |
| | 21.0% | 4.0% | 25.0% |
| รวม | 286 | 114 | 400 |
| | 71.5% | 28.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีการเลือกราคาที่พักแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเชียงรายด้วยตนเองจะเลือกที่พักในราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเชียงรายโดยบริษัททัวร์จะเลือกที่พักในราคา 500-999 บาทมากที่สุด

ตารางที่ 4.91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทที่พัก

| ประเภทที่พัก | การตัดสินใจ | | รวม |
|--------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| โรงแรม | 130 | 64 | 194 |
| | 32.5% | 16.0% | 48.5% |
| เกสเฮาส์ | 98 | 28 | 126 |
| | 24.5% | 7.0% | 31.5% |
| รีสอร์ท | 58 | 22 | 80 |
| | 14.5% | 5.5% | 20.0% |
| รวม | 286 | 114 | 400 |
| | 71.5% | 28.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.111 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่จะนิยมพักโรงแรมมากที่สุด

ตารางที่ 4.92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับจำนวนคืนที่พัก

| จำนวนคืนที่พัก | การตัดสินใจ | | รวม |
|----------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| 1 คืน | 20 | 6 | 26 |
| | 5.0% | 1.5% | 6.5% |
| 2 คืน | 64 | 58 | 122 |
| | 16.0% | 14.5% | 30.5% |
| 3 คืน | 72 | 18 | 90 |
| | 18.0% | 4.5% | 22.5% |
| 4 คืน | 46 | 10 | 56 |
| | 11.5% | 2.5% | 14.0% |
| 5 คืน | 35 | 8 | 43 |
| | 8.8% | 2.0% | 10.8% |
| มากกว่า 5 คืน | 49 | 14 | 63 |
| | 12.3% | 3.5% | 15.8% |
| รวม | 286 | 114 | 400 |
| | 71.5% | 28.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีจำนวนคืนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกันโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเชียงรายด้วยตนเองจะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 3 คืน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเชียงรายโดยบริษัททัวร์จะนิยมท่องเที่ยวในเชียงรายจำนวน 2 คืน

ตารางที่ 4.93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทอาหาร

| ประเภทอาหาร | การตัดสินใจ | | รวม |
|-------------------------|-------------|----------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | โดยบริษัททัวร์ | |
| อาหารจากโรงแรม - ที่พัก | 36 | 24 | 60 |
| | 9.0% | 6.0% | 15.0% |
| อาหารพื้นเมือง | 164 | 58 | 222 |
| | 41.0% | 14.5% | 55.5% |
| Fast Food | 24 | 14 | 38 |
| | 6.0% | 3.5% | 9.5% |
| อาหารตามสั่ง | 52 | 18 | 70 |
| | 13.0% | 4.5% | 17.5% |
| ไนท์บาร์ชา | 10 | | 10 |
| | 2.5% | | 2.5% |
| รวม | 286 | 114 | 400 |
| | 71.5% | 28.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.089 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีความต้องการประเภทอาหารไม่แตกต่างกันโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดย บริษัททัวร์ก็ตาม ส่วนใหญ่ก็ต้องการทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

ตารางที่ 4.94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับเหตุผลสำคัญในการมาเที่ยวจังหวัด
เชียงราย

| เหตุผลสำคัญ | การตัดสินใจ | | รวม |
|-------------------------------|-------------|------------------|--------|
| | ด้วยตนเอง | บริษัททัวร์แนะนำ | |
| อากาศดี | 110 | 48 | 158 |
| | 27.5% | 12.0% | 39.5% |
| ผู้คนเป็นมิตร | 70 | 30 | 100 |
| | 17.5% | 7.5% | 25.0% |
| มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ | 54 | 16 | 70 |
| | 13.5% | 4.0% | 17.5% |
| ค่าใช้จ่ายไม่สูง | 30 | 4 | 34 |
| | 7.5% | 1.0% | 8.5% |
| เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น | 22 | 12 | 34 |
| | 5.5% | 3.0% | 8.5% |
| บริษัทนำเที่ยวเสนอโปรแกรม | | 4 | 4 |
| | | 1.0% | 1.0% |
| รวม | 286 | 114 | 400 |
| | 71.5% | 28.5% | 100.0% |

จากการทดสอบหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ค่า Persons Chi-Square = 0.065 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์มีเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ก็ตามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ และเพื่อศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixing methodologies) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative method) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ตัวอย่าง โดยการคัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) และการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) จากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ สำหรับผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิจัยตามคำถามการวิจัย

จากคำถามการวิจัยใน 2 ประเด็นคำถาม คำตอบที่ได้จากการวิจัยสรุปได้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีพฤติกรรมการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวและการจับจ่ายเป็นอย่างไร โดยคำตอบที่ได้จากการวิจัยมีประเด็นต่อไปนี้ คือ

- การเลือกแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมท่องเที่ยวมากที่สุดคือด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือดอยตุง-พระตำหนักขิด คิดเป็นร้อยละ 80.5 และไนท์บาซาร์ คิดเป็นร้อยละ 75.5 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวไทยประทับใจมากที่สุดคือดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 19.0 และภูชี้ฟ้า คิดเป็นร้อยละ 17.0

ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวมากที่สุดคือด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือไนท์บาซาร์ คิดเป็นร้อยละ 72.5 และสามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน คิดเป็นร้อยละ 66.0 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติประทับใจ

มากที่สุดคือดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง คิดเป็น ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือสามเหลี่ยมทองคำ-เชียงแสน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และด่านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 11.0

- การเลือกใช้บริการ และการจับจ่ายในสินค้าต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงราย
นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือขนาดแผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 35.5 และธุรกิจบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 34.0 โดยในการจับจ่ายสินค้าต่าง ๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาคือของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 64.0 และอาหาร-เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 61.5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือสปา คิดเป็นร้อยละ 33.0 และขนาดแผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 31.0 โดยในการจับจ่ายสินค้าต่าง ๆ นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 50.2 และของฝาก คิดเป็นร้อยละ 46.5

- ช่วงเวลาที่ต้องการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการมาเที่ยวเชียงรายในฤดูหนาวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.25 โดยเลือกที่จะมาเที่ยวเชียงรายในวันหยุดต่อเนื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.25 และส่วนใหญ่พักที่จังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคือพักจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 29.75 และพักจำนวน 5 คืน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือพักจำนวน 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และพักจำนวนมากกว่า 5 คืน คิดเป็นร้อยละ 15.75

- เหตุผลที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงราย
เหตุผลสำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจมาเที่ยวเชียงราย คือ อากาศดี คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 23.0 และค่าใช้จ่ายไม่สูง คิดเป็นร้อยละ 7.5

ส่วนเหตุผลสำคัญที่นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจมาเที่ยวเชียงราย คือ อากาศดี คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือผู้คนเป็นมิตร คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 17.5

- การเลือกประเภทที่พัก

นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่พักราคา 500-999 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.0 และที่พักราคา 1,000-1,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 16. โดยเลือกที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาคือเกสเฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 16.25 และรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 13.0

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือที่พักราคา 500-999 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 และที่พักราคา 1,500-2,499 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5

- การรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40.5 และหน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.25

ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 37.0 และหน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.0

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวชาติมีความต้องการสินค้าและบริการเพิ่มเติมอะไรบ้างบ้างในจังหวัดเชียงราย โดยคำตอบที่ได้จากการวิจัยมีดังนี้

ในการมาเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในเรื่องของสินค้าพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาคือสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 10.5 และของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 8.25 ส่วนด้านบริการเพิ่มเติมนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเพิ่มเติมในเรื่องของ โรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด ราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.75 รองลงมาคือบริการนำเที่ยวแบบโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 9.0 และสปา คิดเป็นร้อยละ 5.25

ในการมาเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในเรื่องของของฝาก/ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 15.25 ส่วนสินค้าท้องถิ่นและอาหารพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 13.75 เท่ากัน ส่วนของบริการเพิ่มเติมต้องการในเรื่องของ การคมนาคมเดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมาคือความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.0 และร้านอาหารกับการแสดงชนช้าง คิดเป็นร้อยละ 5.0 เท่ากัน

5.1.2 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการทราบ 2 ข้อ โดยสรุปคำตอบได้ดังนี้

5.1.2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากการสำรวจข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะเป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.5 โดยมีช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และมีอาชีพเป็นพนักงานธุรกิจเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.3 รวมทั้งมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 44.0 และเป็นผู้ที่เคยเดินทางมาเที่ยวเชียงราย 2-4 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.25 ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 61.5 และส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวโดยตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 88.0

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเที่ยวเที่ยวคือด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 88.5 ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือตอยตุง-พระตำหนักตอยตุง คิดเป็นร้อยละ 38.5 ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกที่พักราคา 500-999 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 โดยเป็นที่พักประเภทโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 69.25 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวและพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของฝาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 ส่วนการบริการเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหาร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.0 และในการรับประทานอาหารต้องการอาหารพื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.0

นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการมาเที่ยวเชียงรายในฤดูหนาวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.25 โดยเลือกที่จะมาเที่ยวเชียงรายในวันหยุดต่อเนื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.25 สำหรับเหตุผลสำคัญที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี คิดเป็นร้อยละ 56.25 ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละระดับรายได้ ไม่มีความแตกต่างในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทของที่พักและเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย แต่มีความแตกต่างกันในด้านของการเลือกราคาที่พักและจำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละภูมิภาคไม่มีความแตกต่างในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทของที่พักร ฤดูกาลท่องเที่ยวและเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย แต่มีความแตกต่างกันในด้านของการเลือกราคาที่พัก จำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ความต้องการประเภทอาหาร และโอกาสในการมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว และเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย แต่มีความแตกต่างกันในด้านของจำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาด้วยพาหนะที่ต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว และความต้องการประเภทอาหาร แต่มีความแตกต่างกันในด้านของจำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ไม่มีความแตกต่างกันในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกราคาที่พัก ประเภทของที่พักร จำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ความต้องการประเภทอาหาร และเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง พบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีอัตราส่วนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน โดยมีช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.5 และมีอาชีพประกอบกิจการส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.5 รวมทั้งมีรายได้ต่อเดือน 2,001-3,000 \$ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25.0 และจากการสำรวจนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศทางซีกโลกตะวันตกคิดเป็นร้อยละ 56.0 ซึ่งผู้ที่เดินทางมาเที่ยวเชียงรายเป็นครั้งแรกมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 ในการเดินทางโดยเครื่องบินมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 และส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวโดยตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 71.5

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวคือด้านพรมแดนแม่สาย คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือไนท์บาซาร์ คิดเป็นร้อยละ 72.5 โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือ ดอยตุง-พระตำหนักดอยตุง คิดเป็นร้อยละ 38.5 ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25.0 โดยเป็นที่พักรประเภทโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 48.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและพักจำนวน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.5 ส่วนการ

บริการเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหาร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 และในการรับประทาน อาหารต้องการอาหารประเภทพื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5

เหตุผลสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี คิดเป็นร้อยละ 39.5 ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละระดับรายได้ ไม่มีความแตกต่างในด้านของความประทับใจ สถานที่ท่องเที่ยว แต่มีความแตกต่างกันในด้านของการเลือกราคาที่พัก ประเภทของที่พัก จำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศทางตะวันตกและประเทศทาง ตะวันออกไม่มีความแตกต่างในด้านของประเภทที่พัก จำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ความต้องการประเภทอาหาร และเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย แต่มีความแตกต่างกันในด้าน ของการเลือกราคาที่พัก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในจำนวนครั้งที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยวและเหตุผลในการมาเที่ยว เชียงราย แต่มีความแตกต่างกันในด้านของจำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันไม่มีความ แตกต่างกันในด้านของความต้องการประเภทอาหาร แต่มีความแตกต่างกันในด้านของความ ประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และเหตุผลในการมาเที่ยว เชียงราย

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ว่าจะตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ไม่มื ความแตกต่างกันในด้านของความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก ความต้องการ ประเภทอาหารและเหตุผลในการมาเที่ยวเชียงราย แต่มีความแตกต่างกันในด้านของการเลือก ราคาที่พักและจำนวนวันท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

5.1.2.2 ผลลัพธ์และบริบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเพิ่มเติม

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับ ผลลัพธ์และบริบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง พบว่า

ในการมาเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในด้านของสินค้าพื้นเมืองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.5 ส่วนทางด้านบริการนักท่องเที่ยวต้องการการบริการเพิ่มเติมในด้านของโรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด ราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.75

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง พบว่า

ในการมาเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวต้องการทางด้านสินค้าเพิ่มเติมในด้านของฝาก/ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 15.25 ส่วนทางด้านบริการนักท่องเที่ยวต้องการการบริการเพิ่มเติมในเรื่องของ การคมนาคมเดินทางสะดวก คิดเป็นร้อยละ 14.0

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมซึ่งใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลออกมาเป็นตัวเลขทางสถิติ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายและหน่วยงานต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่นำไปพัฒนาแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมและสะดวกต่อการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด ส่วนที่สองเป็นการเก็บข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งมาจากธุรกิจโรงแรม เกสเฮาส์ กิจการขายของฝากและของที่ระลึก ร้านอาหาร บริษัททัวร์ กิจการรถเช่า รวมทั้งมัคคุเทศก์ที่นำนักท่องเที่ยวมายังจังหวัดเชียงราย เพื่อให้บุคคลเหล่านี้ ได้ช่วยตรวจสอบผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ซึ่งจากการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

ในส่วนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัย ซึ่งสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะไปเที่ยวที่ด้านพรมแดนแม่สายมากที่สุด รองลงมาคือ ดอยตุง – พระตำหนักดอยตุง ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งอยู่ในเส้นทางเดียวกัน ส่วนสถานที่ที่ประทับใจมากที่สุดและอยากกลับไปเที่ยวอีกครั้ง คือ ดอยตุง – พระตำหนักดอยตุง ในส่วนของที่พักนักท่องเที่ยวต้องการที่พักในระดับ

ราคา 500 – 999 บาท มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท ซึ่งหากคิดเป็นร้อยละ แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 70 ต้องการที่พักในระดับราคา ต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนประเภทที่พักที่ต้องการมากที่สุดคือที่พักประเภทโรงแรม เนื่องจากมีความสะดวกมากกว่าที่พักประเภทเกสเฮาส์และรีสอร์ต และในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวนิยมพักจำนวน 2 คืน

ในการใช้จ่ายเงิน นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกมากที่สุด ส่วนการใช้จ่ายด้านการบริการนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับร้านอาหารมากที่สุด โดยอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการรับประทานมากที่สุดคืออาหารพื้นเมือง สำหรับช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุดคือช่วงฤดูหนาว โดยส่วนใหญ่จะเลือกเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่อง สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุดคือเชียงรายเป็นจังหวัดที่สภาพอากาศดีซึ่งสอดคล้องกับช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในฤดูหนาวมากที่สุดเนื่องจากช่วงฤดูหนาวจังหวัดเชียงรายมีสภาพอากาศที่หนาวเย็นและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในช่วงฤดูนี้จะมีต้นไม้และพันธุ์ไม้ที่สวยงาม

ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดรองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และหน่วยงานหรือองค์กรด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในด้านของปัญหาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในระหว่างการท่องเที่ยว แต่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนเห็นว่ามีความปัญหาในด้านการจราจรติดขัดโดยเฉพาะช่วงวันหยุดต่อเนื่องหรือในช่วงเทศกาลสำคัญที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งจะพบปัญหาการจราจรติดขัดบริเวณทางขึ้นดอยตุงและในเขตตัวเมืองอำเภอแม่สาย

สำหรับสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเพิ่มเติมมากที่สุดคือ สินค้าพื้นเมือง โดยเฉพาะสินค้าพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงราย โดยผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเห็นด้วยกับประเด็นนี้ เนื่องจากในจังหวัดเชียงรายยังไม่มีสินค้าพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงรายโดยตรง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังต้องการสินค้า OTOP เพิ่มเติม เนื่องจากยังไม่มีศูนย์จำหน่าย OTOP ในจังหวัดเชียงราย ส่วนบริการที่ต้องการเพิ่มเติมคือ นักท่องเที่ยวต้องการให้มีโรงแรมขนาดเล็กกระทัดรัดและราคาถูก รองลงมาคือ บริการนำเที่ยวแบบโฮมสเตย์

ในส่วนของผู้ประกอบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และ นักดูเทศก์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยและมีความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มา

ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะไปเที่ยวที่ด้านพรมแดนแม่สายมากที่สุด รองลงมาคือสามเหลี่ยมทองคำ – อำเภอเชียงแสน ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งนี้อยู่ในเส้นทางเดียวกัน ส่วนสถานที่ที่ประทับใจมากที่สุดและอยากกลับไปเที่ยวอีกครั้ง คือดอยตุง – พระตำหนักดอยตุง ในส่วนของที่พัก นักท่องเที่ยวต้องการที่พักในระดับราคาต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด รองลงมาคือระดับราคา 500 – 999 บาท ซึ่งหากคิดเป็นร้อยละแล้ว พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 49 ต้องการที่พักในระดับราคาต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนประเภทที่พักที่ต้องการมากที่สุดคือที่พักประเภทโรงแรม เนื่องจากมีความสะดวกมากกว่าที่พักประเภทเกสเฮาส์และรีสอร์ท และในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวนิยมพักจำนวน 2 คืน

ในการใช้จ่ายเงิน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนการใช้จ่ายด้านการบริการนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสำหรับร้านอาหารมากที่สุด โดยอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการรับประทานมากที่สุดคืออาหารพื้นเมือง สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุดคือ เชียงรายเป็นจังหวัดที่สภาพอากาศดี

ในส่วนของการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดรองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต และหน่วยงานหรือองค์กรด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในด้านของปัญหาในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในระหว่างการท่องเที่ยว แต่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนเห็นว่ามีปัญหาในด้านการขนส่งผู้โดยสาร โดยเห็นว่า ในจังหวัดเชียงราย การบริการด้านการขนส่งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังไม่ดีพอ

สำหรับสินค้าและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเพิ่มเติมมากที่สุดคือ ของฝากและของที่ระลึก โดยผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นนี้ ว่าในจังหวัดเชียงรายยังไม่มีของฝากและของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงรายเนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดรับผิดชอบโดยตรง รองลงมา คือต้องการอาหารพื้นบ้านและสินค้าท้องถิ่นรวมทั้งร้านจำหน่ายของใช้สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะ

ส่วนบริการที่ต้องการเพิ่มเติม นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการคมนาคมเดินทางสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่า ยังไม่ได้รับความสะดวกอย่างเพียงพอในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงราย

5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ รวมทั้งศึกษาถึงผลิตภัณฑ์และบริการในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวต้องการเพิ่มเติม ในลักษณะของการวิจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงตามแนวคิดทางการตลาด ซึ่งหลังจากได้ข้อมูลจากการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในการตอบสนองให้ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคเหนือเขต 2 และสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

5.3.1.1 จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่จะพักในเชียงรายจำนวน 2 คืน ประกอบกับผลการวิจัยในด้านความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะอยู่ในเส้นทาง เชียงราย อำเภอแม่จัน อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่สาย และอำเภอเชียงแสน ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยม เช่น ดอยแม่สลอง ดอยตุง – พระตำหนักฯ ด้านพรมแดนแม่สาย สามเหลี่ยมทองคำ ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมติดต่อกัน จึงทำให้ใช้เวลาในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไม่มากนัก ดังนั้นหากต้องการให้นักท่องเที่ยวพักนานขึ้น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรทำเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่ม เช่น การท่องเที่ยวในเส้นทาง เชียงราย อำเภอเทิง อำเภอเชียงของ ฯลฯ ซึ่งเส้นทางนี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย เช่น ภูชี้ฟ้า ไร่เอ๋ เชียงของ ฯลฯ ดังนั้นการที่ให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่นานขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปยังผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้นเช่นกัน

5.3.1.2 จังหวัดเชียงรายควรแก้ปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่บางส่วนมีปัญหาในเรื่องของการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ยังไม่มีความสะดวก เนื่องจากไม่มีรถโดยสารบริการอย่างเพียงพอ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดต่อเนื่อง จะพบปัญหาเกี่ยวกับการจราจรที่ติดขัดบริเวณทางขึ้นดอยตุง และในเขตตัวเมืองอำเภอแม่สาย ซึ่งควรมีหน่วยงานในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้

5.3.1.3 จังหวัดเชียงรายควรมีหน่วยงานที่ดำเนินการในการวางแผนเกี่ยวกับสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงราย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ใช้จ่ายในด้านสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกมากที่สุด ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้มีสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ของเชียงรายเพิ่มเติม

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของวารสารการท่องเที่ยว เนื่องจากผลการวิจัย นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นควรมีหน่วยงานในการจัดทำเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวของเชียงรายที่มีข้อมูลที่น่าสนใจ เป็นปัจจุบัน และมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ส่วนประเด็นที่ควรใช้เป็นจุดขายของเชียงรายควรเน้นที่ เพราะจากผลการวิจัยนั้น อากาศดีเป็นเหตุผลสำคัญที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่เลือกมาเที่ยวเชียงราย ส่วนดอยตุง-พระตำหนักฯ ก็สามารถใช้เป็นจุดขายได้เช่นกัน เพราะเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดและอยากกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจทางด้านที่พักในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจที่จะลงทุนด้านที่พักในจังหวัดเชียงรายควรเป็นที่พักประเภทโรงแรม เพราะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต้องการที่พักประเภทโรงแรมมากที่สุด โดยราคาไม่ควรเกิน 1,000 บาท จากผลการวิจัยนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 73 และนักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 49 ต้องการที่พักในระดับราคาต่ำกว่า 1,000 บาท นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยยังต้องการการบริการเพิ่มเติมในด้านโรงแรมขนาดเล็ก กะทัดรัด และราคาถูก การทำที่พักประเภทโรงแรมที่ไม่เน้นความหรูหรามากนักแต่ราคาประหยัดน่าจะตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุดทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

5.3.4 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจร้านอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ควรเน้นเป็นประเภทอาหารพื้นเมือง เพราะจากผลการวิจัยนั้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารประเภทอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ประกอบกับผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด ดังนั้นการมีเมนูอาหารพื้นเมืองประเภทจึงเป็นจุดขายที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.4.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในลักษณะภาพรวม โดยได้ความคิดเห็นในแบบกว้าง ๆ หากมีการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรเจาะลึกในประเด็นที่น่าสนใจ เช่น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาตินิยมรับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ดังนั้นควรมีการทำวิจัยที่เจาะลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกรับประทานอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงราย เป็นต้น

5.4.2 จากการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่จะพักในเชียงรายจำนวน 2 คืน ซึ่งในข้อเสนอแนะได้เสนอให้เพิ่มเส้นทางการท่องเที่ยว ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงราย ที่นอกเหนือจากเส้นทางท่องเที่ยวหลัก

บรรณานุกรม

- กรุณา บุญมาเรือน. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. การค้นคว้าแบบอิสระ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โกศล วัชรโรจน. 2542. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงตา จตุพร. 2543. ประสิทธิภาพของการนำนโยบายไปปฏิบัติ : ศึกษาเฉพาะกรณีปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542. วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (รัฐศาสตร์) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปวลี หงส์สมบัติ. 2543. บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (รัฐศาสตร์) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พีระพงษ์ ดวงสนิท. 2545. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วชิราภรณ์ โลหะชาละ. 2545. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และเจริญ โชไชย. คำอธิบายศัพท์ทางการตลาดและคำศัพท์การขาย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิคอาร์ต.
- ศรินพรรณ ชุ่มอินทจักร. 2545. แนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรเอกชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สัญญา มะลิงาม. 2545. ปัจจัยที่กำหนดระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุปัญญา ไชยชาญ. 2542. พจนานุกรมศัพท์การตลาด อังกฤษ-ไทย. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิง.
- สุธิดา วงษ์พันธุ์. 2544. ทักษะคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาความปลอดภัย

ในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ รม.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)
เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Englewood Cliffs,
New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2006. *Principles of Marketing*. 11th ed.
Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall

Lamb, Charles W., Joseph F. Hair and Carl McDaniel. 2001. *Essentials of Marketing*.
America: South-Western College.

Stanton, William J., Michael J. Etzel and Bruce J. Walker. 1994. *Fundamentals of
Marketing*. New York: McGraw-Hill.

ภาคผนวก (appendix)

แบบสอบถาม

“พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย”
งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปใช้
ประโยชน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายต่อไป

1. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในภาคใด และจังหวัดใด

1 () เหนือ จังหวัด..... 2 () กลาง จังหวัด

.....

3 () ใต้ จังหวัด..... 4 () ตะวันออก จังหวัด

.....

5 () ตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัด.....

2. ท่านเคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายครั้งนี้เป็นครั้งที่เท่าไร

1 () ครั้งแรก 2 () ครั้งที่ 2 - 4

3 () ครั้งที่ 5 - 10 4 () มากกว่า 10 ครั้ง

3. ท่านเดินทางมายังเชียงราย ส่วนใหญ่เดินทางโดย

1 () รถส่วนตัว 2 () รถโดยสาร

3 () เครื่องบิน 4 () รถตู้

5 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ตัดสินใจโดย

1 () ตัวท่านตัดสินใจเอง 2 () ตัดสินใจโดยบริษัทนำเที่ยว

5. ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายท่านได้ไปเที่ยวที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1 () ด่านพรมแดนแม่สาย 2 () ดอยตุง, พระตำหนักฯ

3 () ภูชี้ฟ้า 4 () สามเหลี่ยมทองคำ, เชียงแสน

5 () วัดร่องชุ่น 6 () ไนท์บาซาร์

7 () หมู่บ้านชาวเขา 8 () ดอยแม่สลอง

9 () ล่องแม่น้ำกก 10 () พระตำหนักบิณฑบาตร

11 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดที่ท่านประทับใจหรือต้องการไปอีกครั้งมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1 () ดำนพรหมแดนแม่สาย | 2 () ดอยตุง, พระตำหนักฯ |
| 3 () ภูชี้ฟ้า | 4 () สามเหลี่ยมทองคำ, เชียงแสน |
| 5 () วัดร่องขุน | 6 () ไนท์บาซาร์ |
| 7 () หมู่บ้านชาวเขา | 8 () ดอยแม่สลอง |
| 9 () ล่องแม่น้ำกก | 10 () พระตำมาบดินทบาตร |
| 11 () อื่นๆ (โปรดระบุ) | |

7. ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายรายสัปดาห์ท่านเลือกที่พักในระดับราคาใด

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| 1 () ตั้งแต่ 2,500 บาท ขึ้นไป | 2 () 1,500-2,499 บาท |
| 3 () 1,000-1,499 บาท | 4 () 500-999 บาท |
| 5 () ต่ำกว่า 500 บาท | |

8. ประเภทของที่พัก

- | | |
|---------------|------------------------------|
| 1 () โรงแรม | 2 () เกสเฮาส์ |
| 3 () รีสอร์ท | 4 () อื่นๆ (โปรดระบุ) |

9. จำนวนวันที่พักโดยเฉลี่ย.....คืน

10. ในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย ท่านได้จับจ่ายสินค้าหรือบริการประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| สินค้า | บริการ |
|---|------------------------|
| 1 () ของฝาก | 1 () นวดแผนโบราณ |
| 2 () ของที่ระลึก | 2 () สปา |
| 3 () อาหาร เครื่องดื่ม | 3 () รถเช่า |
| 4 () เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่ง | 4 () ธุรกิจบันเทิง |
| 5 () เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องแต่งกาย | 5 () บริการนำเที่ยว |
| 6 () หัตถกรรม | 6 () ล่องเรือ |
| 7 () อื่นๆ (โปรดระบุ) | 7 () นั่งช้าง |
| | 8 () สนามกอล์ฟ |
| | 8 () ร้านอาหาร |
| | 9 () อื่นๆ (โปรดระบุ) |
| | |

11. การมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ท่านต้องการรับประทานอาหารประเภทใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1 () อาหารจากโรงแรม - ที่พัก 2 () อาหารพื้นเมือง
 3 () Fast Food 4 () อาหารตามสั่ง
 5 () ร้านอาหารขึ้นชื่อของท้องถิ่น (โปรดระบุ).....
 6 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

12. ฤดูใดที่ท่านต้องการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงรายมากที่สุด

- 1 () ฤดูหนาว 2 () ฤดูฝน
 3 () ฤดูร้อน 4 () ไม่เจาะจงฤดู

13. ในการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่ท่านเลือกโอกาสใด

- 1 () วันธรรมดา 2 () วันเสาร์-อาทิตย์
 3 () วันหยุดต่อเนื่อง 4 () ไม่เจาะจงวันท่องเที่ยว
 5 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

14. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านตัดสินใจเลือกมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1 () อากาศดี 2 () ผู้คนเป็นมิตร
 3 () มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ 4 () ค่าใช้จ่ายไม่สูง
 5 () เป็นทางผ่านไปยังที่อื่น 6 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

15. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1 () วารสารด้านการท่องเที่ยว 2 () เอกสาร แผ่นพับ
 3 () อินเทอร์เน็ต 4 () หน่วยงาน/องค์กรด้านการท่องเที่ยว
 5 () อื่นๆ (โปรดระบุ)

16. จากการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายท่านต้องการให้มีสินค้าและบริการอะไรเพิ่มเติมบ้าง

| สินค้าที่ต้องการให้มีเพิ่มเติม | บริการที่ต้องการให้มีเพิ่มเติม |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |
| 4. | 4. |
| 5. | 5. |

Questionnaire

Title: "Tourist Behaviour of Tourists in Chiang Rai."

This research is funded by The Thailand Research Fund (TRF). The data collected will be used in developing tourism industry in Chiang Rai.

1. Which continent and country do you live in?

- 1 () America country _____ 2 () Europe country _____
3 () Oceania country _____ 4 () Asia country _____
5 () Middle East country _____ 6 () Africa country _____

2. How many times have you been to Chiang Rai?

- 1 () first time 2 () 2nd – 4th time
3 () 5th – 10th time 4 () more than 10 times

3. By what means of transportation did you come to Chiang Rai?

- 1 () self-owned vehicle 2 () public transportation (coaches)
3 () Plane 4 () Van
5 () Others (please specify).....

4. When choosing attraction sites in Chiang Rai, who decides your tour destination?

- 1 () yourself 2 () tour agency

5. Where have you visited in Chiang Rai? (You can answer more than 1)

- 1 () Mae Sai border 2 () Doi Tung, The Royal Villa
3 () Phu Chee Fah 4 () Golden Triangle, Chiang Saen
5 () Rong Khun Temple 6 () Night Bazaar
7 () Hilltribe Villages 8 () Mae Salong
9 () Rafting 10 () Monks Collecting Alms on Horseback
11 () Others (please specify).....

6. Which tourist attraction site impresses you or you wish to visit once again (only one answer)

- 1 () Mae Sai border 2 () Doi Tung, The Royal Villa
 3 () Phu Chee Fah 4 () Golden Triangle, Chiang Saen
 5 () Rong Khun Temple 6 () Night Bazaar
 7 () Hilltribe Villages 8 () Mae Salong
 9 () Rafting 10 () Monks Collecting Aims on Horseback
 11 () Others (please specify).....

7. What is the rate of accommodation that you usually choose when you are in Chiang Rai?

- 1 () Above 2,500 Baht 2 () 1,500-2,499 Baht
 3 () 1,000 – 1,499 Baht 4 () 500- 999 Baht
 5 () Below 500 Baht

8. Types of accommodation

- 1 () Hotel 2 () Guest house
 3 () Resort 4 () Others (please specify).....

9. Average number of nights stayed in Chiang Rai nights

10. What type of products or services did you purchase in Chiang Rai?

| Product | Service |
|---|-------------------------------------|
| 1 () gifts | 1 () traditional massage |
| 2 () souvenirs | 2 () Spa |
| 3 () Food and drinks | 3 () rental cars |
| 4 () appliances and decorative materials | 4 () entertainment |
| 5 () clothes, bags, adornments | 5 () tour service |
| 6 () handicrafts | 6 () Rafting |
| 7 () others (please specify)..... | 7 () elephant riding |
| | 8 () Golf course |
| | 9 () restaurants |
| | 10 () others (please specify)..... |

11. What type of food would you like to eat in Chiang Rai?

- 1 () food from hotel- accommodation
- 2 () local cuisine
- 3 () Fast food
- 4 () ordered food
- 4 () famous local restaurants (please specify).....
- 5 () others (please specify).....

14. What is the most important reason that influences your decision in visiting Chiang Rai? (Answer only 1 choice)

- 1 () beautiful weather
- 2 () friendly people
- 3 () interested attraction sites
- 4 () low expense
- 5 () a transit point to other destination
- 6 () others (Please specify).....

15. From what type of media did you learn about Chiang Rai? (You can answer more than one choice)

- 1 () tourism magazines
- 2 () leaflets and brochures
- 3 () Internet
- 4 () tourism sectors and organizations
- 5 () others (please specify).....

16. What would you like to see more of or would like to suggest in terms of products and services in Chiang Rai in the future?

| Products | Services |
|----------|----------|
| 1. | 1. |
| 2. | 2. |
| 3. | 3. |
| 4. | 4. |
| 5. | 5. |

17. What types of problem have you confronted while staying in Chiang Rai?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

18. Gender

- 1 () Male 2 () Female

19. Age

- 1 () below 20 2 () 21-30
3 () 31- 40 4 () 41- 50
5 () 51 –60 6 () Above 60

20. Occupation

- 1 () government/state enterprise officer 2 () private company officer
3 () self owned business 4 () student
5 () agriculturalist/farmer 6 () housewife
7 () organization administrator 8 () day to day employed basis
9 () Others (please specify)

21. Monthly income

- 1 () below 500 \$ 2 () 501 – 1,000 \$
3 () 1,001 – 2,000 \$ 4 () 2,001 – 3,000 \$
5 () 3,001 – 4,000 \$ 6 () Above 4,000 \$

22. Further suggestions

.....
.....
.....

Thank you for your cooperation

Name of Hotel

รายชื่อผู้ทำงานในโครงการ

1. หัวหน้าโครงการ (ชื่อ-สกุล ภาษาไทย) นายเฉลิมชัย คำแสน
(ชื่อ-สกุล ภาษาอังกฤษ) Mr.Chalearmchai Khamsaen
คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา MBA.
หน่วยงานต้นสังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ที่อยู่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย 57100
2. ผู้ร่วมงานวิจัย (ชื่อ-สกุล ภาษาไทย) นางศุภนิดา เรืองศิริ
(ชื่อ-สกุล ภาษาอังกฤษ) Mrs. Suphanida Ruangsiri
คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา MS (Marketing)
หน่วยงานต้นสังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ที่อยู่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงราย 57100
3. ผู้ใช้งานวิจัย (ชื่อ-สกุล ภาษาไทย) นายสมเกียรติ ชื่นธีระวงศ์
(ชื่อ-สกุล ภาษาอังกฤษ) Mr.Somkiat Chuentheerawong
คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา ม.8
หน่วยงานต้นสังกัด สหกรณ์ท่องเที่ยวเชียงราย
ที่อยู่ 191/38-39 หมู่ 13 ถนนพหลโยธิน ตำบลสันทราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000
4. ผู้ใช้งานวิจัย (ชื่อ-สกุล ภาษาไทย) นางสาวภัทรอนงค์ ณ เชียงใหม่
(ชื่อ-สกุล ภาษาอังกฤษ) Miss.Pattaraanong Na Chiangmai
คุณวุฒิ/ระดับการศึกษา ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว)
หน่วยงานต้นสังกัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ เขต 2
ที่อยู่ 448/16 ถ.สิงห์ไคล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000