

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนคติของนักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน

GUIDELINES FOR SUSTAINABLE CHIANG MAI TOURISM DEVELOPMENT ACCORDING TO THE ATTITUDE OF TOURISTS

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร¹, กัญญากาญจน์ ไชเออร์ส²

Ratthanan Pongwiritthon¹, Kanyakan Syers²

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา¹,

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก²

dr_tok2029@hotmail.com¹, Amanda_s44@hotmail.com²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนคติและปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว โดยในภาพรวมมีการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 0.98) โดยสามารถแยกในแต่ละด้านของปัจจัยดังนี้ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D. = 1.12) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$, S.D. = 0.63) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$, S.D. = 0.74) ด้านสินค้า ของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D. = 0.94) ด้านสภาวะเศรษฐกิจและการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$, S.D. = 0.69) และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในภาพรวมมีทัศนคติต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$, S.D. = 0.89) แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนคติของนักท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นดังต่อไปนี้ 1. อนุรักษ์ วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิตบริบทพื้นที่ 2. ความต่อเนื่อง (Continuity) สร้างความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติและ ความต่อเนื่องของวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ 3. คุณภาพ (Quality) เน้นคุณภาพของ สิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และ 4. ความสมดุล (Balance) สร้างความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, ท่องเที่ยว, ทัศนคติ, จังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

The aim of this research is to find the guidelines for Chiang Mai tourism development according to the attitude of tourists and the factors affecting tourists' decision-making for visiting Chiang Mai. Questionnaire is conducted as a research tool for collecting data and the samples are 400 tourists, both Thai and foreign tourists who travel to Chiang Mai. The results showed that the factors affecting the decision-making to travel to Chiang Mai in overall show at high level ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 0.98). It can be explained in each factor of the followings: the resources for tourism factor with high level of

agreement (\bar{X} =3.80, S.D. = 1.12), security factor with high level of agreement (\bar{X} =3.74, S.D. = 0.63), facilities factor with high level of agreement (\bar{X} =3.66, S.D. = 0.74), product and souvenir factor with high level of agreement (\bar{X} =3.69, S.D. = 0.94), and the economic and political conditions factor with high level of agreement (\bar{X} =3.63, S.D. = 0.69). The attitude of tourists toward the decision-making to travel to Chiang Mai in overall is at high level (\bar{X} =3.64, S.D. = 0.89). The guidelines for Chiang Mai tourism development according to the attitude of tourists should emphasized on the followings: 1. Preserving culture, traditions and local culture context; 2. Continuing to set up natural resources and continuity of culture of the tourist area with regard to its ability to adapt; 3. Emphasizing on the quality of the environment, experience, and recreation that tourists will get as well as the quality of life of people in the community; and 4. Balance between the needs of the tourism industry and the needs of local communities.

Keyword: Decision Making, Tourism, Attitude, Chiang Mai

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่สำคัญของมนุษย์ที่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน การเรียนรู้ต่างวัฒนธรรม หรือการเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ จึงทำให้การท่องเที่ยวเป็นตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในช่วงระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมาการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศกันมากขึ้น [1] ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่มีค่าต่อการท่องเที่ยวสูง อุดมสมบูรณ์ซึ่งเกิดจากการทรัพยากรที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนาน การมีเอกลักษณ์ของตนเองภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งทำให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเกิดเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมากและเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันมีการจัดการบริหารการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบมากขึ้นและพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อันเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งประเทศไทยถูกจัด

อันดับให้เป็นประเทศการท่องเที่ยวอันดับที่ 17 จาก 32 อันดับทั่วโลก [2] สถานการณ์ของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน พบว่า การท่องเที่ยวในครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2554 มีการปรับตัวที่ดีขึ้นจากระยะเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากไม่มีเหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นเช่นปีก่อน ภาวะอากาศหนาวเย็นต่อเนื่องจากปลายปีที่แล้วจนถึงต้นปี ปัญหาหมอกควันลดลง มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นปัจจัยช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวยังขยายตัวไม่มาก ด้วยเหตุนี้ ศูนย์เตือนภัยธุรกิจภาคเหนือจึงต้องการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และนำเสนอข้อเสนอแนะต่อสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับการกำหนดมาตรฐานและแผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีความได้เปรียบของธรรมชาติ เช่น ภูเขาที่สวยงามและสลับซับซ้อน วัฒนธรรมล้านนา ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์กระจายทั่วไป ซึ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมเยือนภาคเหนืออย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ที่ตั้งของภาคเหนือสามารถเชื่อมโยงการคมนาคมกับประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้ง

จะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคประเทศลุ่มแม่น้ำโขงได้ [3] จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือ เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนบน และสามารถเชื่อมต่อไปยังหลวงพระบางของสปป.ลาว พื้นที่ท่องเที่ยว 4 ส่วน หลักคือ 1) แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง จุดเด่นคือวัดพระธาตุดอยสุเทพ ถนนคนเดิน ไนท์บาซาร์ ถนนวัวลาย 2) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศเหนือ ประกอบด้วยปางช้าง น้ำตกแม่สา สวนกล้วยไม้ ถ้าเชียงดาว 3) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศตะวันออก เป็นแหล่งซื้อสินค้าที่ระลึก เช่น ร่มบ่อสร้าง เรืองเงิน ผ้าไหม อัญมณี เครื่องหนัง 4) แหล่งท่องเที่ยวทางทิศใต้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ ดอยอินทนนท์ น้ำตกแม่กลาง น้ำตกแม่ยะ นอกจากนี้สามารถซื้อของที่ระลึก เช่น ผ้าฝ้ายทอมือจอมทอง ผ้าฝ้ายตีนจกแม่แจ่ม ไม้แกะสลักบ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ มีจุดเด่นและเอกลักษณ์คือวัฒนธรรม ประเพณีและธรรมชาติ ซึ่งเป็นเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือ มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และ ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของแต่ละอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ [4] จากบริบทกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความต้องการที่สำรวจความพึงพอใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อหาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาให้เชื่อมโยงกับพื้นฐานแห่งความเป็นไทยทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่นและประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นต้นทุนการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว แม้ว่า จะใช้ไปมากสักเท่าไร ก็ไม่ทำให้ต้นทุนนี้หมดไป แต่กลับยังเป็นผลดีที่ได้ร่วมกันอนุรักษ์สิ่งต่างๆ เหล่านี้ไว้ ประสานเข้าด้วยกันกับการสั่งสมความรู้ทางสังคมเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยนำมาด้วยผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีในการกระจายรายได้สู่ชุมชนและการจ้างงานในท้องถิ่นและเพื่อการสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีสู่รุ่นลูกหลานต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทราบถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนะและปัจจัยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยมุ่งศึกษาองค์ประกอบทัศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 6 ด้าน ได้แก่

1.1 ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) คือ สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นในประเทศนั้นๆ มีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปี ที่มีอยู่ในท้องถิ่นแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

1.2 ด้านความปลอดภัย (Security) คือ ความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินเป็นประการสำคัญมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) คือ สถานที่หรือบริการ ถนนหนทาง ระบบไฟฟ้า ประปา ห้องน้ำ ระบบอินเทอร์เน็ต สิ่งที่ทำให้เกิดความสะดวกสบาย ที่ส่วนใหญภาคเอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐบาลอยู่ในบางส่วน

1.4 ด้านสินค้า ของที่ระลึก (Souvenirs) คือ การควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้านการออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

1.5 ด้านการโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) คือ ปัจจัยที่มีผลต่อขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

1.6. ด้านสภาวะเศรษฐกิจและการเมือง (The economic and political conditions) คือ สภาพทางเศรษฐกิจและการเมืองที่เป็นอยู่จริง มีผลกระทบโดยตรงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เจตคติและทัศนคติ คือ เจตคติเป็นการผสมผสานหรือความเชื่อ อันเกิดจากการรับรู้ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง และผลรวมของความเชื่อดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลออกมาในลักษณะของความพอใจและไม่พอใจลักษณะของเจตคติประกอบด้วย 2 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจอันเป็นผลมาจากความพอใจอันเกิดจากการรับรู้ของบุคคลอันเป็นเจตคติเชิงบวก (positive attitude) กับเจตคติที่แสดงออกมาในรูปของความไม่พึงพอใจ อันเป็นเจตคติเชิงลบ (negative attitude)

สรุปจากขอบเขตการวิจัยนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยซึ่งได้ตัวแปรในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและทัศนคติของนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และมีตัวแปรส่วนบุคคลที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 5,040,917 คน [5] การเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีในการคำนวณเพื่อหาขนาดตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) จากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ [6] และแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศกลุ่มตัวอย่างละ 200 ราย พื้นที่เก็บกลุ่มตัวอย่างคือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินท่าแพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่

3. เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยแบ่งเครื่องมือในการวิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) 2 แบบ ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งแบบสอบถามได้สร้างตาม

ความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะใช้สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ คำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก ดังนี้

คะแนน	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1	1.00 - 1.80	ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด
2	1.81 - 2.60	ระดับการตัดสินใจค่อนข้างน้อย
3	2.61 - 3.40	ระดับการตัดสินใจค่อนข้างมาก
4	3.41 - 4.20	ระดับการตัดสินใจมาก
5	4.21 - 5.00	ระดับการตัดสินใจมากที่สุด

ตอนที่ 3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ คำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก ดังนี้

คะแนน	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1	1.00 - 1.80	ระดับทัศนคติที่น้อยที่สุด
2	1.81 - 2.60	ระดับทัศนคติค่อนข้างน้อย
3	2.61 - 3.40	ระดับทัศนคติค่อนข้างมาก
4	3.41 - 4.20	ระดับทัศนคติมาก
5	4.21 - 5.00	ระดับทัศนคติมากที่สุด

การหาความเชื่อมั่นและความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ระดับ 0.825

4. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยวิธีการหาค่าความถี่ และร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ได้ตามความมุ่งหมายตามกรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่กำหนดโดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมความมุ่งหมาย โดยได้นำประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ข้อมูลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า เพศชายและเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.00 และ 54.00 ซึ่งอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป, อายุ 21-35 ปีและไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00, 26.00 และ 24.00 โดยระดับการศึกษามัธยมศึกษา หรือ เทียบเท่า (ปวช.,ปวส.), ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า, ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 32.00, 28.00, 26.00 ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ, ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 28.00, 24.00 และ 18.00 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 60,001- 90,000 บาท, ต่ำกว่า 30,000 บาทและรายได้ตั้งแต่ 30,001 - 60,000 บาท, รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 90,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.00, 28.00 และ 14.00

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า เพศชายและเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.00 และ 58.00 ซึ่งอายุ 21-35 ปี, ไม่เกิน 20 ปีและอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.00, 21.00 และ 19.00 โดยระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า, มัธยมศึกษา หรือ เทียบเท่า (ปวช.,ปวส.), ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 42.00, 30.00, 18.00 ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน, รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ, ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 29.00, 20.00 และ 15.00 ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาทและรายได้ตั้งแต่ 30,001 - 60,000 บาท, รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 90,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.00, 21.00 และ 10.00 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว โดยในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 0.98) โดยสามารถแยกในแต่ละด้านของปัจจัยดังนี้

1. ด้านทรัพยากรของการท่องเที่ยว ในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D. = 1.12)

เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ เพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.11$, S.D. = 0.82) ประเภทแหล่งวิปัสสนากรรมฐานและศึกษาศาธรรม ($\bar{X}=3.93$, S.D. = 0.72) และเป็นเมืองวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.8$, S.D. = 0.87) ตามลำดับ

2. ด้านความปลอดภัย ในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$, S.D. = 0.63) เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ การคมนาคมทางถนนปลอดภัย ($\bar{X}=3.92$, S.D. = 1.05) รองลงมาคือ ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเมื่อมาท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.88$, S.D. = 0.81) และมีการควบคุมวินัยจราจรที่ดี ($\bar{X}=3.67$, S.D. = 0.87)

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$, S.D. = 0.74) เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ สามารถติดต่อสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ระหว่างต่างประเทศได้สะดวกและราคา ($\bar{X}=3.78$, S.D. = 0.65) รองลงมา คือ การทำเอกสารผ่านด่านสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X}=3.76$, S.D. = 0.83) และการคมนาคมขนส่งสะดวก ($\bar{X}=3.69$, S.D. = 0.94)

4. ด้านสินค้า ของที่ระลึก ในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D. = 0.94) เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ สามารถซื้อของที่ระลึกในราคาถูกและ ($\bar{X}=3.87$, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ สินค้าและของที่ระลึกมีการออกแบบที่สวยงาม ($\bar{X}=3.79$, S.D. = 1.02) และสินค้าและของที่ระลึกแสดงให้เห็นถึงศิลปวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของท้องถิ่น กับ สินค้าและของที่ระลึกแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ($\bar{X}=3.66$, S.D. = 0.75)

5. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 1.11) เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$, S.D. = 1.02) รองลงมาคือ การได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กับ ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ พี่น้อง ($\bar{X}=3.76$, S.D. = 0.82) และการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์กับการได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการโฆษณาและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ($\bar{X}=3.72$, S.D. = 0.85)

6. ด้านสภาวะเศรษฐกิจและการเมือง ในภาพรวม มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$, S.D. = 0.69) เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัด ($\bar{X}=3.70$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ค่าโดยสารของพาหนะ เครื่องบิน รถไฟ รถโดยสาร เรือ มีความเหมาะสม ($\bar{X}=3.65$, S.D. = 0.91) และค่าครองชีพในเชียงใหม่ต่ำ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ($\bar{X}=3.63$, S.D. = 0.97)

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในภาพรวมมีทัศนคติต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$, S.D. = 0.89) เรียงสามลำดับแรก ดังนี้ นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ยังคงมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตแบบคงเดิม ($\bar{X}=3.81$, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ($\bar{X}=3.71$, S.D. = 0.97) และการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากจะได้ท่องเที่ยวแล้ว ยังได้ซื้อสินค้าที่ระลึก ราคาถูก ($\bar{X}=3.73$, S.D. = 0.81)

สรุปและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป โดยมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ปวช./ปวส.) และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 60,001- 90,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เพศหญิง ซึ่งมีอายุ 21-35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรายได้ตั้งแต่ 30,001 - 60,000 บาท ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึก ด้านการโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และด้านสภาวะเศรษฐกิจและการเมือง สอดคล้องกับแนวคิดของ Mac Cannell, D. [7] ซึ่งมีแนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวคือวัฒนธรรมได้แก่ความที่อยาก

รู้จักกับผู้อื่น เช่นเรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยที่ได้เกี่ยวข้องกับ ยิ่งยค ปัญญาโน [8] ที่ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อชมธรรมชาติและประทับใจเพราะสถานที่สวยงาม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพศาล ริว [9] ได้ค้นพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือห้องพัก ความปลอดภัย การเดินทางทาง ราคาห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในภาพรวมมีทัศนคติต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ [10] ที่กล่าวไว้ว่า ความรู้สึกและการได้รับการสนับสนุนข้อมูลการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความสะดวกสบายและง่ายในการเดินทาง โดยต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเข้าชม การค้นหาและการเข้าร่วมกิจกรรม บุคคลที่ร่วมเดินทาง และแนวโน้มส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาท่องเที่ยว

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนคติของนักท่องเที่ยว ควรมุ่งเน้นดังต่อไปนี้

1. อนุรักษ์ วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี วิถีชีวิต บริบทพื้นที่ โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน หรือพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะบริบทพื้นที่ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทิศทางในการปรับปรุงและพัฒนาต้องคำนึงถึงลักษณะทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชน

2. ความต่อเนื่อง (Continuity) สร้างความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ เพื่อให้การใช้ประโยชน์เหมาะสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน โดยกำหนดการเข้าไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ เพื่อ

ไม่ให้มีการใช้ประโยชน์เกินขีดความสามารถในการรองรับ
ทางการท่องเที่ยว

3. คุณภาพ (Quality) เน้นคุณภาพของ สิ่งแวดล้อม
คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ
และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมทางความคิด เพื่อให้เกิด
มูลค่าเพิ่มในสินค้าการท่องเที่ยว ส่งเสริมการลงทุนเพื่อการ
ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คำนึงถึงคุณค่าและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการ
สนับสนุนการเสริมสร้างบรรยากาศการลงทุนในกิจกรรมการ
ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

4. ความสมดุล (Balance) สร้างความสมดุลระหว่าง
ความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของ
ชุมชนท้องถิ่น และขีดความสามารถของทรัพยากร

เอกสารอ้างอิง

- [1] อติรัตน์ จันทรแสงทอง. (2549). **ปัจจัยกับ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย : กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัด
ระยอง**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- [2] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). **แนวโน้ม
การท่องเที่ยวภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- [3] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **รายงานสถิติ
นักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ประจำปี 2555**.
กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- [4] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **แนวโน้ม
การท่องเที่ยวภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- [5] รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และ ภาคภูมิ ภัควิภาส. (2556).
**แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน**. 6(1).
- [6] Yamane Taro. (1970). **Statistics: An
Introductory Analysis**. 3rd ed. New
York: Harper and Row.
- [7] Mac Cannell, D. (1976). **The Tourist: A New
Theory of the Leisure Class**. New
York: Schocken Books.
- [8] ยิ่งยศ ปัญญาโน. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัด
อุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- [9] ไพศาล รุ่งรัชชัย. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของผู้บริหาร
หน่วยงานในจังหวัดพิษณุโลก**. พิษณุโลก: ภาค
วิชาการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- [10] รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์. (2551). **ปัจจัยที่
ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัด
ไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง**. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.