

## พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

## Behavior of Thai Tourists Traveling to Chiang Dao District, Chiang Mai Province

สุดธิดา เล้าสินวัฒนา\* และวรรณัย สายประเสริฐ\*\*

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) แหล่งที่ท่องเที่ยว (What) เหตุผลที่มาท่องเที่ยว (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Whom) ช่วงเวลาท่องเที่ยว (When) ท่องเที่ยวที่ไหน (Where) และท่องเที่ยวอย่างไร (How) ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในอำเภอเชียงดาวอย่างน้อย 1 คืน จำนวน 300 ราย นำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และ ตารางไขว้ (Crosstab)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 46-50 ปี สถานภาพมีคู่ครอง/สมรส ได้รับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 ขึ้นไป และปัจจุบันอาศัยอยู่ภาคเหนือ

สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาอำเภอเชียงดาวมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาอำเภอเชียงดาวเพื่อท่องเที่ยว โดยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ได้แก่ ดอยหลวงเชียงดาว ปัจจัยที่เลือกเดินทางมาอำเภอเชียงดาวเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารทั่วไป และเลือกที่พักประเภทบังกะโล/รีสอร์ทพักค้างแรมจำนวน 1 คืน โดยให้ความสำคัญด้านบรรยากาศของสถานที่มากที่สุด เดินทางมาอำเภอเชียงดาวพร้อมครอบครัว/ญาติ/พี่น้อง จำนวน 3-4 คน ส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมาและเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว มีการเตรียมข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (เช่น เว็บไซต์ท่องเที่ยว) นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงฤดูหนาว (พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์) ในวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) โดยค่าใช้จ่ายทั้งหมดเฉลี่ยต่อคนที่ 1,001 – 1,200 บาท

## ABSTRACT

The objective of this independent study was to study behavior of Thai tourist towards Traveling in Chiang Dao district, Chiang Mai province. The analysis was based on the 6W's 1H concept of consuming behavior namely Who, What, Where, When, Why, Who participates and How. Data were collected by using questionnaires from 300 Thai tourists who visited and stayed overnight in Chiang Dao for at least 1 night. The data was analyzed and processed by using descriptive statistics consisting of frequency, percentage, and crosstab.

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The finding revealed that most of the respondents were female, aged between 46 - 50 years old, had a spouse/ marital status, and the highest graduation was a bachelor's degree, working as civil servants/government employees and their salaries are more than 50,000 and currently live in the northern region of Thailand.

For behavior of Thai tourist towards traveling in Chiang Dao district, Chiang Mai province was found that most of them have been to Chiang Dao more than 4 times. The purpose of traveling to Chiang Dao was to traveling by paying attention to the most natural tourist destinations such as Doi Luang Chiang Dao. Factors to travel to Chiang Dao District because of various tourist attractions. Most respondents chose to use general restaurants and bungalows/ resorts to stay for 1 night with the most emphasis on the atmosphere, traveling to Chiang Dao with family/relatives/siblings of 3-4 people by planning their own trips, spending less time deciding to travel to Chiang Dao less than 1 month by deciding to use a personal car to travel in Chiang Dao District, prepared tourist information by searching the information from the internet (such as Travel website), during the winter season was a very popular period (November - February) on a weekly holiday (Saturday - Sunday), with the average cost per person was 1,001 – 1,200 baht.

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เป็นอย่างมาก โดยรายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจ พร้อมกับช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน โดยในแต่ละปีการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศ จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยนับแสนล้านบาทเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

ปัจจุบันความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้คนไทยสามารถศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งข้อมูลการเดินทางได้ง่ายขึ้น ประกอบกับสถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ ในปัจจุบันทำให้คนไทยมีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามความพร้อมและความต้องการของแต่ละบุคคล

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2561 มีนักท่องเที่ยว 7,604,764 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.72 จากปี 2560 สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวมากถึง 66,309.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ถึงร้อยละ 8.14 เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สวยงาม ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนตลอดทั้งปี จากข้อมูลของเว็บไซต์โฮเทลไทยแลนด์ ระบุว่า สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ติดอันดับเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ เชียงใหม่ (ร้อยละ 31.07%) โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ ดอยสุเทพ ดอยอินทนนท์ และดอยหลวง เชียงดาว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่สมบูรณ์และสวยงาม อีกทั้งยังมีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ รวมถึงเรื่องราวประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน กิจกรรมการท่องเที่ยวของ

อำเภอเชียงดาว ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักท่องเที่ยว คือ การเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติเพื่อพิชิตยอดดอยหลวงเชียงดาว จึงทำให้ ดอยหลวงเชียงดาวกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมระดับประเทศ ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวขยายตัวสูงขึ้นนั้นเป็นผลมาจากแหล่งท่องเที่ยวหลักในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเชียงดาว ดังจะเห็นได้จากข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเชียงดาว ในปี 2560 มีจำนวน 62,868 คน และในปี 2561 เพิ่มขึ้น เป็น 73,544 คน (สำนักงานเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเชียงดาว, 2562)

จากแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนอำเภอเชียงดาว ประกอบกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของอำเภอเชียงดาวต่อไป

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ให้ความหมายคำว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม โดยการกระทำนั้นอาจขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ชวลิน อนุชาน (2553) ให้ความหมายคำว่า “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว” หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Analysis of the behavior of tourists) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Market Strategy) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) โดยคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ผู้บริโภคต้องการอะไร (Objects) วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organizations) โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่องทางหรือแหล่งผู้บริโภคไปทำการซื้อ (Outlets) และขั้นตอนในการตัดสินใจ (Operations) แสดงถึงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักค้างคืนในอำเภอเชียงดาวอย่างน้อย 1 คืน จำนวน 300 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยใช้รูปแบบคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws1H ประกอบด้วย รูปแบบการท่องเที่ยว รูปแบบการดำเนินชีวิต วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว บุคคลที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง สถานที่ที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวและเลือกสถานที่พัก โดยใช้รูปแบบคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้รูปแบบคำถามแบบปลายเปิด

## ผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 46 - 50 ปี สถานภาพมีคู่ครอง/สมรส ได้รับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 ขึ้นไป และปัจจุบันอาศัยอยู่ภาคเหนือ

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาอำเภอเชียงดาวมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาอำเภอเชียงดาวเพื่อท่องเที่ยว โดยให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด ได้แก่ ดอยหลวงเชียงดาว ปัจจัยที่เลือกเดินทางมาอำเภอเชียงดาวเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านอาหารทั่วไป และเลือกที่พักประเภทบังกะโล/รีสอร์ทพักค้างแรมจำนวน 1 คืน โดยให้ความสำคัญด้านบรรยากาศของสถานที่มากที่สุด เดินทางมาอำเภอเชียงดาวพร้อมครอบครัว/ญาติ/พี่น้อง จำนวน 3 - 4 คน โดยวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวน้อยกว่า 1 เดือน เลือกใช้รถส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมาและเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว มีการเตรียมข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (เช่น เว็บไซต์ท่องเที่ยว) นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วง

ฤดูหนาว (พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์) ในวันหยุดประจำสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) โดยค่าใช้จ่ายทั้งหมดเฉลี่ยต่อคนที่ 1,001 – 2,000 บาท

หลังจากการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ หากมีโอกาสจะกลับมาอีกแน่นอน และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวด้วย เพราะเชียงดาวบรรยากาศดี มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สวยงาม มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังอยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ การเดินทางง่าย สะดวก ไม่พลุกพล่าน ค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล ผู้คนอัธยาศัยดีและเป็นมิตร

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหาและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

1. ด้านการคมนาคม ตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจควรซ่อมแซม ปรับปรุงถนนให้ดี ถนนบางจุดควรขยายเส้นทางจราจรเพื่อให้รถสวนผ่านทางได้ เส้นทางจราจรควรมีป้ายหรือสัญลักษณ์นำทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่ฤดูการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยว เส้นทางลาดชันสูงที่ต้องอาศัยความชำนาญเป็นพิเศษ ควรจัดรถรับจ้างท้องถิ่นอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อป้องกันอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง และควรเพิ่มขนส่งสาธารณะให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจมากขึ้น

2. ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน ไม่ทำลายธรรมชาติและควรจำกัดนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสถานที่ เพื่อการดูแลที่ทั่วถึงและป้องกันการเสื่อมโทรมของธรรมชาติและส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมไว้ เช่น การแต่งกายและพูดภาษาท้องถิ่น

3. ด้านสถานที่ ร้านอาหารควรมีควบคุมราคาให้เป็นไปตามมาตรฐานไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ที่พักควรมีความสะอาดและสุขอนามัยที่ดี และตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรจัดเตรียมสถานที่จอดรถให้เพียงพอ

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจด้านต่างๆ ของอำเภอเชียงดาวในสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อการค้นหาข้อมูลที่ง่ายขึ้น และเป็นการเพิ่มโอกาสเข้าถึงของนักท่องเที่ยว และช่วยสนับสนุน ส่งเสริม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกละเลย เช่น บ่อน้ำร้อนบ้านยางปูโต๊ะ

### อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว เพื่อหาคำตอบทั้ง 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษสามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 46-50 ปี สถานภาพมีคู่ครอง/สมรส ได้รับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 ขึ้นไป ปัจจุบันอาศัยอยู่ภาคเหนือ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาดวงกลมเจริญกุล (2553) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องของอายุและรายได้ต่อเดือน ซึ่งการศึกษาของกลม เจริญกุล (2553) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

มีอายุเฉลี่ย 38 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท สาเหตุอาจจะมาจากสถานที่และระยะทางด้านเวลา ทำให้ช่วงอายุและระดับรายได้มีความแตกต่างกัน

ผู้บริโภครู้อะไร (What?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ได้แก่ ดอยหลวงเชียงดาว โดยเลือกใช้บริการร้านอาหารทั่วไปและเลือกที่พักประเภทบังกะโล/รีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปริมา ลาปะ (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติที่วัดศน์ การท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม/รีสอร์ท

ทำไมผู้บริโภครู้ (Why?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาอำเภอเชียงดาว มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยว เพราะอำเภอเชียงดาว มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญหทัย สร้อยอินทร์ (2555) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวด้วยตัวเอง โดยเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของปริมา ลาปะ (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชลธิชา แสงประดับ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับครอบครัวและญาติ

ผู้บริโภครู้เมื่อใด (When?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยเดินทางมาอำเภอเชียงดาวมากกว่า 4 ครั้ง และพักค้าง 1 คืน โดยนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงดาวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – มีนาคม ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของขวัญหทัย สร้อยอินทร์ (2555) ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ คือ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่แล้วเฉลี่ย 4 ครั้ง และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 วัน แต่ในด้านช่วงเวลาที่น่าสนใจในการเดินทางไม่ปรากฏในการศึกษาครั้งนี้ แต่การที่กลุ่มตัวอย่างเลือกท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – มีนาคม อาจเพราะต้องการสัมผัสอากาศที่หนาวเย็นในช่วงเดือนดังกล่าว อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จึงทำให้ต้องเลือกเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

ผู้บริโภครู้ที่ไหน (Where?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทาง มาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงดาวด้วยตัวเอง และมีการเตรียมข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวโดยศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (เช่น เว็บไซต์ท่องเที่ยว) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปริมา ลาปะ (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเองและได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของขวัญหทัย สร้อยอินทร์ (2555) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านแหล่งที่มาของข้อมูลท่องเที่ยว โดยผลการศึกษา ของขวัญหทัย สร้อยอินทร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยอาศัยประสบการณ์จากครั้งก่อน

ผู้บริโภครู้ได้อย่างไร (How?) จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้รถส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในอำเภอเชียงดาว และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยคนละ 1,000 – 2,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของชลธิชา แสงประดับ (2556) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการ

ท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่า นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลและมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,000-3,000 บาท

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2558). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย*. สืบค้นจาก [www.newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276](http://www.newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276)
- กรมอุทยานแห่งชาติ. (2559). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย*. สืบค้นจาก [http://www.dnp.go.th/nprd/develop/stat\\_tourist.php](http://www.dnp.go.th/nprd/develop/stat_tourist.php)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2561*. สืบค้นจาก [https://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=531&filename=index](https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=531&filename=index)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560*. สืบค้นจาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7114](http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114)
- กฤษสิริ รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญหทัย สร้อยอินทร์. (2555). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวชมในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชลธิชา แสดงประดับ. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชวัลนุช อุทยาน. (2553). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว: การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล17 กรุงเทพฯ*. สืบค้นจาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>
- ดวงกมล เจริญกุล. (2553). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย*. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ทรัพย์สิน มะนัยวรรณ. (2561). *ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเชียงดาว*. สืบค้นจาก <https://chiangdaoinformation.wordpress.com/1-2/>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซด์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เฟรนด์ข้าหลวง ฟรันทิงแอนด์พับลิชชิง.
- ปริณา ลาปะ. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล).
- สภาวัฒนธรรมอำเภอเชียงดาว. (2544). *เบิกฟ้าเชียงดาว*. สืบค้นจาก <http://www.topchiangmai.com>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ.2559 (ในรอบปี2558)*. สืบค้นจาก [www.service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/TravelPocket59.pdf](http://www.service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/TravelPocket59.pdf)
- สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพืชพันธุ์. (2561). *ผาแดง (Pha Daeng)*. สืบค้นจาก <http://park.dnp.go.th>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ Marketing Management* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ของราชการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *สถานที่ท่องเที่ยว: ดอยเชียงดาว ถ้ำเชียงดาว และพระสุภะเจดีย์สมเด็จพระนเรศวรมหาราชานุสรณ์*. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org>

HotelSThailand.com. (2557). *10 จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยม*. สืบค้นจาก <http://www.hotelsthailand.com/travel-guide/infographic/top-ten-travel.html>

Kapook Travel. (2562). *15 ที่เที่ยวเชียงใหม่ เมืองสวรรค์แห่งขุนเขา ดาวเด่นห้ามพลาดของเชียงใหม่*. สืบค้นจาก <https://travel.kapook.com/view179367.html>

Paiduaykan.com. (2562). *ดอยหลวงเชียงดาว*. สืบค้นจาก <https://www.paiduaykan.com/province/north/chiangmai/doichiangdao.html>