

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ Motivation of Thai Generation Y tourists Towards Visiting Chiang Mai

รัชพล เจริญจำรัสชีพ*

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,000 -30,000 บาท อาศัยอยู่ในภาคกลาง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับกลุ่มเพื่อน มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3 วัน ใช้เครื่องบินเป็นพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ นิยมเลือกพักที่โรงแรม ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่คือกลุ่มเพื่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 3,001 ถึง 4,500 บาท จัดรายการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเวลาที่สะดวก

ผลการศึกษาด้านแรงจูงใจพบว่า ด้านปัจจัยผลึกที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดได้แก่ 1.ต้องการพักผ่อนใจ 2.ความต้องการท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง/เพื่อนฝูง 3.ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน 4.ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ในสถานที่ใหม่ ๆ 5.ต้องการใช้ชีวิตที่ไม่เร่งรีบ ส่วนด้านปัจจัยดิ่งที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ 1.มีจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวมากมายให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ เช่น วัด/แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/ย่านการค้า/สถานบันเทิง หลายแห่ง 2.ความหลากหลายของประเภทสถานที่ท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานบันเทิง เป็นต้น 3.ความสวยงามทางธรรมชาติ 4.ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว 5.มีอากาศที่เย็นสบายในช่วงฤดูหนาว

ABSTRACT

This independent study was aimed to investigate the motivation of Thai generation Y tourists towards travelling in Chiang Mai. The data was collected by using the questionnaires from 385 samples and analyzed by using descriptive statistics consisted of frequency, percentage and mean . The results were as follows:

The findings revealed that the respondents were single female with the age of 25 years. They educated in undergraduate and were private employees with the average salary around 15,000 – 30,000 baht. These respondents lived in central region, Bangkok. the respondents took a journey for travelling in Chiang Mai province with their friends. Their first travelling in Chiang Mai spent averaged for 3 days. They took a journey to Chiang Mai by plane and used a car as a vehicle for travelling in Chiang Mai province. The

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

respondents preferred to live in a hotel. Their friends affected to their decision to travel in Chiang Mai province. The averaged expenses were during 3,001 to 4,500 for once. The travel program was managed by them. They preferred to travel in Chiang Mai on their available time.

The results of motivation aspect found that for the highest significant push factors were relaxation need. The next below was travelling need with their family/ relatives/ friends, a voiding the platitude in daily life, exploring new experiences in the places and spending life without any rush. For the highest significant pull factors were many attractions located in Chiang Mai for instance temple/ natural sources/ shopping center/ entertainment venues/. The second was various types of attraction such as natural sources, cultural sources/ entertainment venues including the cool weather in a cold season.

บทนำ

ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัวด้วยอัมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งการท่องเที่ยวยังเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยพยุงเศรษฐกิจไทยไว้ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทยและต่างชาติในช่วงครึ่งแรกของปี 2562 มีบทบาทสำคัญถึง 17% ของ GDP และมีระดับใกล้เคียงกับปีที่แล้ว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของไทยยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีศักยภาพ สะท้อนจากอันดับในดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวปี 2562 โดย World Economic Forum ที่จัดให้ไทยติดอันดับ 31 จาก 140 ประเทศทั่วโลก และเป็นอันดับ 3 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามมากมาย ในแต่ละภูมิภาค ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจ และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ จังหวัดเชียงใหม่ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

เชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยในปีพ.ศ.2562 จำนวนห้องพักในเชียงใหม่เพิ่มขึ้นกว่า 1 หมื่นห้องเมื่อเทียบกับ 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นการเกิดใหม่ของโรงแรมขนาดเล็กกระจุกตัวในย่านเมืองเก่าและถนนนิมมานเหมินท์ นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจที่พักให้เช่าระยะสั้นซึ่งเสนอขายผ่านแพลตฟอร์มจองที่พักออนไลน์ต่างๆ เช่น แอร์บีแอนด์บี (Airbnb) และมีการคาดการณ์ตลอดปี 2562 ว่าจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมาเยือนเชียงใหม่ประมาณ 11 ล้านคน เติบโต 4% เมื่อเทียบกับปี 2561 ซึ่งมีที่ 10.5 ล้านคน จึงทำให้มีการกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (ชีพพลายรร.เชียงใหม่พุ่มหมื่นห้อง ฉูดยอดเข้าพักโฮสเทลขึ้นตรงตัว, 2562)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการจัดทำนโยบาย เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ตามนโยบาย “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ อย่างยั่งยืน” ของรัฐบาล โดยกำหนดแผนส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวผ่านการจัดทำโครงการท่องเที่ยวเชียงใหม่ 5 โครงการ โดยมี 3 กลยุทธ์หลัก คือการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ และกระจายพื้นที่และเวลาในการท่องเที่ยว โดยมี 5 โครงการหลักๆ ซึ่งหนึ่งในโครงการที่สำคัญ คือโครงการเที่ยวเก๋ไก๋สไตล์เชียงใหม่ เจาะกลุ่ม เจนเนอเรชันวาย โดยโครงการนี้มุ่งที่จะเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว Creative Local Craft ผ่าน Amazing Story of Chiang Mai กล่าวคือเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับงานศิลปะหัตถกรรมท้องถิ่นที่ดูมีคุณค่าและมีความสร้างสรรค์ ผ่านการบอกเล่าเรื่องราวของจังหวัดเชียงใหม่ ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว เจนเนอเรชันวาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

กลุ่มนักท่องเที่ยวเงินออเรนจ์เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีจำนวนมากถึง 18 ล้านคน นิยมเดินทางท่องเที่ยวกันมากถึง 7.7 ล้านคนต่อปี สามารถสร้างรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวได้ถึง 8.5 แสนล้านบาท และมักไปเที่ยวตามกระแส 12 เมืองต้องห้ามพลาด ได้แก่ ลำปาง น่าน เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ สมุทรสงคราม ราชบุรี จันทบุรี ตราด ชุมพร นครศรีธรรมราช และตรัง หรือแม้กระทั่งเมืองหลักอย่าง เชียงใหม่ ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะ “เดินตามรอย” มากกว่าตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ซึ่งมีข้อมูลทางสถิติบ่งชี้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 ครั้งต่อปี ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้ทำงานแต่ไม่มีบุตร ที่มักท่องเที่ยวเพียงปีละ 1-2 ครั้ง (ธนาคารกรุงเทพ, 2559)

ดังนั้นผู้ศึกษาสนใจการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเงินออเรนจ์ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพราะการศึกษาดังกล่าวจะช่วยทำให้ทราบถึงแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเงินออเรนจ์มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น และเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเงินออเรนจ์ได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง แรงภายในอย่างหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมส่วนบุคคลให้กระทำบางอย่าง เพื่อเติมเต็มความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั้น สามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

1. ปัจจัยผลัก (Push Factors หรือ Unmet Needs) คือปัจจัยที่เป็นความต้องการที่ผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่

2. ปัจจัยดึง (Pull Factors) คือปัจจัยที่ดึงดูดให้ทำการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่นั้นๆ เพื่อการตอบสนองแรงผลัก ได้แก่

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นหมายถึงแรงจากภายในที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันออกไป โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยผลัก (Push Factor) คือสิ่งที่ทำให้ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และปัจจัยดึง (Pull Factor) คือ สิ่งดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของตัวบุคคลได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นทุกการกระทำของนักท่องเที่ยวที่รู้ตัว หรือไม่รู้ตัวก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกสามารถสังเกตได้โดยประสาทสัมผัส และพฤติกรรมภายใน เป็นความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในได้แบ่งการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 8 ประการ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

การท่องเที่ยวของคนเจนเนอเรชันวาย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนเจนเนอเรชันวายมีความแตกต่างจากคนยุคอื่น ด้วยความที่มีความเป็นตนเองสูง ซึ่งจะเน้นการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น ทำให้การเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์ เยี่ยมชมสถานที่สำคัญต่างๆ ไม่ใช่ไลฟ์สไตล์การท่องเที่ยวของคนกลุ่มนี้อีกต่อไป ซึ่งสามารถแบ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนเจนเนอเรชันวายได้ 5 พฤติกรรม ดังต่อไปนี้ (5 สไตล์ท่องเที่ยว ในแบบคน Gen Y, 2560)

1. ท่องเที่ยวสไตล์แบ็คแพ็ค เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบหาข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยตนเอง
2. ท่องเที่ยวสไตล์ฮิปสเตอร์ เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบความตื่นเต้น ความแปลกใหม่จึงชอบไปท่องเที่ยวในสถานที่หรือเส้นทางใหม่ ๆ เพื่อการสร้างข้อมูลใหม่ ๆ ในแบบของตนเอง
3. ท่องเที่ยวสไตล์เวิร์กไลฟ์บาลานซ์ เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แบ่งสัดส่วนของเงินเดือนไว้เพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการชาร์ตแบตและเป็นการเพิ่มพลังชีวิตอีกด้วย
4. ท่องเที่ยวสไตล์สายกิน เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการรับประทานอาหารเป็นส่วนใหญ่
5. ท่องเที่ยวสไตล์ดิจิทัล เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางท่องเที่ยว

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factors) หรือปัจจัยที่ทำให้อยากมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยดึง (Pull Factors) หรือลักษณะของจังหวัดเชียงใหม่ที่ดึงดูดให้มาท่องเที่ยว

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น และเลือกตัวอย่างตามสะดวก ผู้วิจัยได้หาขนาดตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของ W. G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 5% จากการคำนวณข้างต้นทำให้ศึกษาการวิจัยในครั้งนี้จะเก็บตัวอย่างจำนวน 385 ราย (กัลยา วาณิชย์ปัญญา, 2549)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวาย จำนวน 385 คน ตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวาย ได้แก่ ถนนคนเดินท่าแพ ถนนนิมมานเหมินท์ วัดพระธาตุดอยคำ วัดพระธาตุดอยสุเทพวรวิหาร ร้านกาแฟต่าง ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ถนนนิมมานเหมินท์ ประตูท่าแพ

ซึ่งแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ 1. ท่านมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร 2. ท่านเคยมาท่องเที่ยวแล้วกี่ครั้ง 3. ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 4. ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัด

เชียงใหม่ 5. ยานพาหนะที่ใช้ภายในจังหวัดเชียงใหม่ 6. เลือกพักผ่อนที่ใด 7. ผู้ที่มีอิทธิพลให้ในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว
8. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 9. เลือกจัดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใด 10. นิยมมาท่องเที่ยวช่วงเวลาใด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดย 1 หมายถึงสำคัญน้อยที่สุด และ 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด เพื่อวัดระดับความสำคัญของปัจจัย ผลัก และปัจจัยดึงในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,000 -30,000 บาท อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับกลุ่มเพื่อน เคยมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แล้ว 2 – 5 ครั้ง ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3 วัน เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยเครื่องบิน เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยรถยนต์ส่วนตัว นิยมเลือกโรงแรมเป็นสถานที่พัก มีกลุ่มเพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 3,001 ถึง 4,500 บาทมากที่สุด เลือกจัดรูปแบบการจัดรายการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากที่สุด และนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเวลาตามสะดวก

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยผลัก

ด้านปัจจัยผลักหรือปัจจัยที่ทำให้อยากมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจมีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับสำคัญมาก 2. ต้องการท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง/เพื่อนฝูง มีค่าเฉลี่ย 4.21 อยู่ในระดับสำคัญมาก 3. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 4.03 อยู่ในระดับสำคัญมาก 4. ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ในสถานที่ใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.01 อยู่ในระดับสำคัญมาก 5. ต้องการใช้ชีวิตที่ไม่เร่งรีบ มีค่าเฉลี่ย 3.98 อยู่ในระดับสำคัญมาก เป็นต้น

ปัจจัยดึง

ด้านปัจจัยดึงหรือลักษณะของจังหวัดเชียงใหม่ที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1. มีจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวมากมายให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ เช่น วัด/แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/ย่านการค้า/สถานบันเทิง หลายแห่ง มีค่าเฉลี่ย 4.22 อยู่ในระดับสำคัญมาก 2. มีความหลากหลายของประเภทสถานที่ท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานบันเทิง เป็นต้นมีค่าเฉลี่ย

4.18 อยู่ในระดับสำคัญมาก 3. ความสวยงามทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับสำคัญมาก 4. ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.10 อยู่ในระดับสำคัญมาก 5. มีอากาศที่เย็นสบายในช่วงฤดูหนาว มีค่าเฉลี่ย 4.07 อยู่ในระดับสำคัญมาก เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านบวก คือ ชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมาก ๆ และในด้านลบ ได้แก่ รถแดงไม่มีมาตรฐาน (ค่าบริการ, วินัยในการขับขี่) การจราจรติดขัด และการใช้บริการ Grab ค่อนข้างมีความเสี่ยง ส่วนข้อเสนอแนะ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ควรพัฒนาและมีเจ้าหน้าที่มาดูแลแหล่งท่องเที่ยว ระบบขนส่งมวลชนควรพัฒนาขยายเส้นทางให้ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวในเมือง และควรเช็คสภาพอากาศก่อนมาท่องเที่ยว เนื่องจากเจอฝนตกหนัก

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยผลัก (Push Factors) หรือปัจจัยที่ทำให้อยากมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชันวายในครั้งนี้ พบว่าปัจจัยผลักที่สำคัญที่สุดคือ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และสอดคล้องกับ วิคิเนีย มายอร์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักชะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ไม่สอดคล้องกับ ฌัก แพรววิสัย (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทราย อำเภอลำปาง จังหวัดตราด ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพาครอบครัวหรือญาติมิตรมาท่องเที่ยว

จากการศึกษาปัจจัยดึง (Pull Factors) หรือลักษณะของจังหวัดเชียงใหม่ที่ดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชันวาย พบว่าปัจจัยดึงที่สำคัญที่สุดคือ มีจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวมากมายให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ เช่น วัด/แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/ย่านการค้า/สถานบันเทิง หลายแห่ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2555) เรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดน่าน ที่พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดน่านเพราะต้องการชมความสวยงามของธรรมชาติ ไม่สอดคล้องกับ วิคิเนีย มายอร์ (2555) เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักชะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเพราะปัจจัยด้านความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ ไม่สอดคล้องกับ ฌัก แพรววิสัย (2560) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทราย อำเภอลำปาง จังหวัดตราด ที่พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเพราะ ด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชันวายต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ด้านปัจจัยผลัก (Push Factors) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผลักที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง/เพื่อนฝูง ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ในสถานที่ใหม่ ๆ และต้องการใช้ชีวิตไม่เร่งรีบ ดังนั้นผู้ประกอบการหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถทำร่วมกันได้ในหลายๆรูปแบบ เช่น การเดินป่า ถ่ายรูป ชมธรรมชาติ และการตั้งแคมป์ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมาพักผ่อนหย่อนใจ สามารถทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างกลุ่มเพื่อน หรือครอบครัวได้

ด้านปัจจัยดึง (Pull Factors) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยดึงที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก คือ จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวมากมายให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ เช่น วัด/แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ/ย่านการค้า/สถานบันเทิง หลายแห่งมีความหลากหลายของประเภทสถานที่ท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสถานบันเทิง เป็นต้น ความสวยงามทางธรรมชาติ ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และมีอากาศที่เย็นสบายในช่วงฤดูหนาว ดังนั้นภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการประชาสัมพันธ์และปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดหมวดหมู่แยกตามแต่ละประเภทพร้อมทั้งข้อมูลประกอบได้ภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวตามเทศกาลของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พบเจอกับความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติตามฤดูกาล

ด้านพฤติกรรม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน เดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยรถยนต์ส่วนตัวและยานพาหนะให้เช่า นิยมเลือกโรงแรมเป็นที่พัก มีค่าใช้จ่ายค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 3,001 - 4,500 บาท และเลือกจัดรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้นทางโรงแรมควรมีบริเวณไว้สำหรับจอดรถ และควรมีโปรโมชั่นสำหรับผู้เข้าพักหลายคน พร้อมทั้งมีบริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

บรรณานุกรม

- 5 สไตล์ท่องเที่ยว ในแบบคน Gen Y. (2560). สืบค้นจาก <https://www.dailynews.co.th/article/561453>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *ททท.เชียงใหม่เผยทิศทางส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2561 ตามนโยบายท่องเที่ยววิถีไทย* *เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน*. สืบค้นจาก <http://cm-leadernews.com/?p=9146>
- เจนจิรา บรรจงนิ๊ก. (2555). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- เชียงใหม่สู่มรดกโลก. (2560). *เชียงใหม่ เมืองท่องเที่ยววัฒนธรรม 4.0?* สืบค้นจาก http://www.chiangmaiwoldheritage.net/detail_show.php?id=149&lang=th
- ชีพหลายรร.เชียงใหม่ทุ่มหมื่นห้อง ดุจยอดเขาพักไอซีซี้นตรงตัว!. (2562). สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/854056>

- ณภัค เพชรวิสัย. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หาดทราย อำเภอลำปางงอบ จังหวัดตราด*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร).
- ธนกฤต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2559). *เปิดสถิติใหม่ นักท่องเที่ยววัยโจ๋ชอบเที่ยวมากที่สุด*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com/article/3043>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *การท่องเที่ยวกับบทบาทขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ฮีโร่จำเป็นหรือฮีโร่ตัวจริง?*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_29Oct2019
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: หจก. เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วิคิเนีย มายอร์. (2555). *การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).