

การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยว
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
อภิญญา ธนสารดีลัก

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธันวาคม 2552

การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการทำงาน
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
อภิญญา ธนสารดีลก

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ธันวาคม 2552

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานที่
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
อภิญญา ธารสารดีลัก

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธันวาคม 2552

อภิญา ธนสารดิกล. (2552). การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์:
รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกิตตา.

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษา เปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม
เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้ม
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยว ที่เคยมีประสบการณ์
ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ใน
การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความ
แปรปรวนทางเดียว ถ้าพบความแตกต่างใช้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด
การวิเคราะห์ความ สัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยว ที่ตอบแบบสอบถามเคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี การศึกษา
ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และสถานภาพ
โสด
2. นักท่องเที่ยว มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านทรัพยากร
ท่องเที่ยวและด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี ส่วนด้านค่าใช้จ่าย จังหวัด
เชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง และจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับไม่ดี
3. นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ทั้ง 2 จังหวัดโดยรวมอยู่ในระดับ
พึงพอใจ
4. นักท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ภายใน 5 ปี
ที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง และ 2 ครั้งตามลำดับ นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการมา
ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง
5. นักท่องเที่ยว มีแนวโน้มพฤติกรรมการที่จะกลับไปท่องเที่ยวทั้ง 2 จังหวัด อยู่ในระดับ
ไปแน่นอน และ จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการที่จะกลับไปท่องเที่ยว และจะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. นักท่องเที่ยวที่มี สถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการที่จะกลับไปท่องเที่ยว และจะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการที่จะกลับไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
6. ส่วนนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว และองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
7. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
8. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แตกต่างกัน และมีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

A COMPARISON ON BETWEEN ATTITUDE, BEHAVIOR AND BEHAVIORAL TREND
IN TOURISM CHIANGMAI AND PHUKET PROVINCES OF TOURIST
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

AN ABSTRACT
BY
APINYA THANASANDILOK

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration Degree in Management
at Srinakharinwirot University

December 2009

Apinya Thanasandilok. (2009). *A Comparison on Between Attitude, Behavior and Behavioral Trend in Tourism Chiangmai and Phuket Provinces of Tourist in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc.Prof. Supada Sirikudta.

The research is aimed to study a comparison on between attitude, behavior and behavioral trend in tourism Changmai and Phuket Provinces of tourist in Bangkok Metropolitan Area, classified by gender, age, education level, occupation, monthly income, marital status, attitude, behavior and behavioral trend of tourists. Sample size is 250 tourists who have been in Changmai and Phuket Provinces at least once. Data is gathered through questionnaire. The statistics for data analysis are percentage, mean and standard deviation. The statistics for difference analysis are t-test and one-way analysis of variance. When there is the difference, paired sample test is applied by using Least Significant Difference Method. The relationship between variable is considered through Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results of the research are as follows:

1. Most tourists who have been to Changmai and Phuket Provinces at least once are female, aging between 25 and 34 years, holding bachelor degree, working in private company employees, having monthly income between 10,001 and 20,000 Baht and being single status.
2. Tourists have attitude toward tourism Changmai and Phuket Provinces in category of tourism resources and fundamental tourism elements at good levels. In category of expenses in Changmai Province and Phuket Province, tourists' attitudes are at moderate levels and bad levels, respectively.
3. Tourists are satisfied with overall tourism Changmai and Phuket Provinces at satisfied levels.
4. Tourists have behavior in tourism Changmai and Phuket Provinces for the past five years in average of three and two trips, respectively. Most tourists prefer to travel during long holiday.

5. Most tourists have behavioral trend in repeat travelling to both provinces at certainly levels. Moreover, tourists shall recommend other persons to travel at certainly levels.

The results of hypotheses testing are as follows:

1. The difference in age influences the difference in recommending other persons to travel to Changmai Province with statistical significance of 0.05 levels.

2. The difference in age influences the difference in behavioral trend in repeat travelling and recommending other persons to travel to Phuket Province with statistical significance of 0.05 levels.

3. The difference in marital status influences the difference in behavioral trend in repeat travelling and recommending other persons to travel to Phuket Province with statistical significance of 0.01 levels.

4. The difference in education level influences the difference in behavioral trend in repeat travelling in Phuket Province with statistical significance of 0.05 levels.

5. Attitudes toward tourism Changmai Province have positively correlated to behavioral trend in tourism Changmai Province with statistical significance of 0.01 levels.

6. Attitudes toward tourism Phuket Provinces in tourism resources and fundamental tourism elements have positively correlated to behavioral trend in tourism Phuket Province with statistical significance of 0.01 levels.

7. Satisfaction toward tourism Changmai and Phuket Provinces and behavior in tourism Changmai and Phuket Provinces have positively correlated to behavioral trend in tourism Changmai and Phuket Provinces with statistical significance of 0.01 levels.

8. There are difference in attitude, satisfaction, behavior and behavioral trend in tourism Changmai and Phuket Provinces with statistical significance of 0.01 levels.

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย

จาก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุตตา ที่ให้ความรู้เพิ่มเติมและคำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่อง ต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถาม และคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็น ประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำงานวิจัยฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่เมตตาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนในความสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบคุณผู้ที่อนุเคราะห์ ช่วยเหลือในการแจกแบบสอบถามและตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมทั้งผู้ที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการให้เข้าเก็บแบบสอบถาม และเพื่อนๆ ทุกท่านที่ สนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีเสมอมาจนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่าง สมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้เลี้ยงดูและอบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้เป็นคนที่มีความ ซื่อสัตย์ เป็นคนดีมีคุณธรรมและจริยธรรม รวมทั้งมีความขยัน อดทน ท่านได้มอบสติปัญญาโดยให้ โอกาสในการศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติ

สุดท้ายนี้ คุณงามความดี ที่ทำให้ผู้อื่นเกิดประโยชน์ จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบ เป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา ญาติ บุรพคณาจารย์ ท่านผู้มีพระคุณและท่านผู้มีบุญคุณ ทุก ท่าน ขอให้คุณงามความดีที่ได้รับนี้ ส่งผลให้ทุกท่าน มีความสวัสดีมงคลทุกเมื่อ ตลอดกาลและ ตลอดไป

อภิญญา ธนสารติก

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ความสำคัญของการวิจัย	3
	ขอบเขตการวิจัย	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	7
	กรอบแนวความคิดงานวิจัย	9
	สมมติฐานในการวิจัย	10
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
	แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทัศนคติ	11
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	23
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	31
	แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยว	35
	แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว	37
	แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว	37
	ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต	40
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	67
3	วิธีดำเนินการวิจัย	72
	การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	72
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	75
	ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	80
	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	81
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	81
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	82
	สรุปการทดสอบสมมติฐาน	88

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	90
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	90
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	90
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	91
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	169
ความมุ่งหมายของการวิจัย	169
ความสำคัญของการวิจัย	169
สมมติฐานในการวิจัยและขอบเขตของการวิจัย	170
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	171
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	172
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	173
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	174
อภิปรายผล	192
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	205
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	210
บรรณานุกรม	212
ภาคผนวก	217
ภาคผนวก ก	218
ภาคผนวก ข	225
ภาคผนวก ค	229
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	248

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละด้านลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	91
2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละด้านลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยจัดกลุ่มใหม่	95
3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวต่าง ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ..	97
4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวต่าง ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร...	100
5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	101
6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	102
7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	109
8 แสดงการเปรียบเทียบเพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	111
9 แสดงการเปรียบเทียบอายุ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	113
10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครด้านแนวโน้มที่จะแนะนำ นำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	114
11 แสดงการเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	116
12 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	118
13 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	120

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพครอบครัว มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	122
15 แสดงการเปรียบเทียบเพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	124
16 แสดงการเปรียบเทียบอายุ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	126
17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	127
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	128
19 แสดงการเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	130
20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา	131
21 แสดงการเปรียบเทียบอาชีพ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	133
22 แสดงการเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	135
23 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพครอบครัว มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	137
24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และ ภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยว	139

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว	141
26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว	144
27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว.....	147
28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว	151
29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว	152
30 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	154
31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	156
32 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร	158

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
33	แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และ ภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร.....	159
34	แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	161

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยสำนักงานปลัดกระทรวง ได้จัดทำ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ กู้วิกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๕ ในช่วงที่ภาคการท่องเที่ยวของประเทศ ได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบต่างๆ ทั้งจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศ โดยคณะรัฐมนตรี ได้มีมติ เมื่อวันที่ ๑๗ เมษายน ๒๕๕๒ ประกาศให้ “การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ” (National Agenda) เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ใช้ความพยายามทุกรูปแบบในการช่วยกู้วิกฤตให้อุตสาหกรรมเที่ยว ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจ ที่สำคัญของประเทศกลับฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : แผนยุทธศาสตร์กู้วิกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว. 2552 – 2555: คำนำ)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นแหล่งรายได้เข้ามา ซึ่งเงินตรา ต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค แต่ในปัจจุบันเกิดวิกฤตการณ์ ทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างรุนแรง และยิ่งถูกซ้ำเติมด้วยโรคไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ ๒๐๐๙ ที่แพร่ ระบาดในหลายประเทศขณะนี้ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อการหดตัวอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน ปี ๒๕๕๒ และ ธุรกิจทุกประเภท และมีแนวโน้มว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจจะใช้ระยะเวลานานพอสมควร ซึ่งนอกจาก จะส่งผลต่อการลดลงของอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ค่อนข้างสูง แล้ว ยังส่งผลกระทบตามมาต่อการจ้างงานในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยงอีกด้วย (กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา : แผนยุทธศาสตร์กู้วิกฤตและมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว. 2552 – 2555: บทนำ)

จากข้อความข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่า ภาครัฐให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก ดังที่มีการออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการช่วยเหลือธุรกิจท่องเที่ยวและ การให้ประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยในหลายๆ ด้าน ประกอบด้วย ๑) มาตรการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตของธุรกิจท่องเที่ยว ๒) มาตรการลดต้นทุนการผลิต และ ๓) มาตรการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ ท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : แผนยุทธศาสตร์กู้วิกฤตและมาตรการกระตุ้นการ ท่องเที่ยว. 2552 – 2555: 10)

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีสำหรับจังหวัดที่อยู่ห่างไกลกรุงเทพมหานคร ที่จะนำมาตรการความ ช่วยเหลือของรัฐบาลมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่พักอาศัยอยู่

ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีรายได้ครัวเรือนที่สูงเมื่อเทียบกับจังหวัดในภาคอื่นๆ ตามข้อมูล ของสำนักงาน สถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำหรับการสำรวจเบื้องต้น 6 เดือน แรก (มกราคม – มิถุนายน 2550) จากจำนวนครัวเรือนตัวอย่าง 26,000 ครัวเรือน สรุปได้ว่า เมื่อ พิจารณารายได้ ค่าใช้จ่าย และหนี้สินของครัวเรือนเป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพฯและ 3 จังหวัดคือ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่าภาคอื่นมาก (“คนกรุงเทพฯและ บริมณฑล รายได้สูงสุด หนี้สินก็สูงสุด”ฐานเศรษฐกิจ 31 ตุลาคม 2550) จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความน่าสนใจในการที่จะศึกษาวิจัย เพราะ

1. จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทางภาคเหนือ ส่วนภูเก็ตเป็นจังหวัด ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทางภาคใต้ และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด ทางภาคเหนือ ส่วนจังหวัดภูเก็ตก็มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากที่สุดทางภาคใต้ ซึ่งสามารถ ดูได้จากเอกสารข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวการประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550 ของแต่ละจังหวัด ไตรมาสที่ 1 – 4 ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (ดูในภาคผนวก) และหากมีวันหยุดยาวนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้ง่าย เมื่อเทียบกับการเดินทางไป ท่องเที่ยวต่างประเทศ ยามเศรษฐกิจถดถอยในปัจจุบัน

2. จากข้อมูลสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จะเห็นว่าอัตราการเติบโต ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างชาติ ปี 2550 ลดลง เมื่อเทียบกับปี 2549 จากการปรับตัวสู่ ภาวะปกติของตลาดนักท่องเที่ยวหลังงานมหกรรมพืชสวนโลก ประกอบกับปัญหาหมอกควัน และ ฝุ่นละอองขนาดเล็กปกคลุมพื้นที่ภาคเหนือตอนบนและจังหวัดภูเก็ต ในปี 2550 นี้ ยังคงมีการเติบโต เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับปี 2549 แต่จากตัวเลขจะพบว่าอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวชาว ไทย เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ น้อยกว่า ประมาณ 50 % (ดูในภาคผนวก)

3. จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ได้รับการกระทบกระเทือน จากอุบัตินัย เหมือนกัน แต่ ต่างกันที่รูปแบบ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอุบัตินัย ที่เกิดปัญหาหมอกควันและฝุ่นละอองขนาดเล็กปกคลุม พื้นที่ภาคเหนือตอนบน จากไฟไหม้ป่า จังหวัดภูเก็ต เคยประสบวิกฤตการณ์สึนามิ เมื่อปลายปี 2547 เหตุการณ์ข้างต้นที่เกิดใน สองจังหวัด มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยสนใจวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทำ ให้ทราบถึงทัศนคติ ความชอบ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มาแล้ว ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นและความรู้สึก อย่างไรที่ได้เข้าไปท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดนี้ และมีสิ่งใดบ้างที่ให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ การศึกษา

จะทำให้เห็นความแตกต่างด้านทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้อย่างชัดเจนในประสบการณ์ที่ได้เข้าไปสัมผัสมา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ใช้เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อทราบถึง ข้อดี ข้อด้อย เปรียบเทียบกัน ตามแนวความคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เพื่อจะดำเนินงานด้านบริหารและจัดการ ภายในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และนำไปเป็นแนวทางที่จะแก้ไขจุดด้อยและเสริมสร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยวของจังหวัดให้นักท่องเที่ยว ได้รับความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้ไป
2. ใช้เป็นแนวทางแก่นักธุรกิจและนักลงทุน ที่จะพัฒนาพื้นที่ต่างๆ ในภูมิภาคจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียง จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต รวมถึงจังหวัดอื่นๆ จะสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการลงทุน ด้านอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการพัฒนาที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดขอบเขตการวิจัย เพื่อทำการศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 94% และที่ระดับความคาดเคลื่อน 6 % เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ ต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยใช้สูตรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (ดร.กัลยา วาณิชยปัญญา. 2545: 26) ได้จำนวนตัวอย่าง 245 ราย สุ่มแบบสอบถามเพื่อไม่สมบูรณ์ 5 ราย โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 250 ราย ตามสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน)

Z = ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษากระทำการสุ่ม ($p = 1 - q$)
เมื่อไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม (p) ได้ใช้ค่า p ที่ให้ pq มีค่าสูงสุด คือ .5

e = สัดส่วนของความคาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

กรณี $e = 6\%$ ($Z = 1.88$, $e = .06$)

$$n = \frac{(1.88)^2 (.5)(.5)}{(.06)^2}$$

$n = 245$ คน

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างจะดำเนินการ ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เนื่องจากทราบเขตการปกครองกรุงเทพมหานครในปัจจุบันที่แน่นอนว่ามี 50 เขต โดยแบ่งเขตตามการบริหารงานเป็น 6 กลุ่มโซน ดังนี้

โซนรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต	โซนบูรพา จำนวน 9 เขต	โซนศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต	โซนเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต	โซนกรุงธนเหนือ จำนวน 8 เขต	โซนกรุงธนใต้ จำนวน 7 เขต
เขตบางซื่อ	เขตดอนเมือง	เขตมีนบุรี	เขตดินแดง	เขตบางขุนเทียน	เขตบางพลัด
เขตดุสิต	เขตบางเขน	เขตหนองจอก	เขตห้วยขวาง	เขตบางบอน	เขตตลิ่งชัน
เขตปทุมวัน	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง	เขตวัฒนา	เขตจอมทอง	เขตบางกอกน้อย
เขตราชเทวี	เขตบึงกุ่ม	เขตสะพานสูง	เขตคลองเตย	เขตทุ่งครุ	เขตทวีวัฒนา
เขตปทุมวัน	เขตสายไหม	เขตคลองสามวา	เขตบางนา	เขตราชบุรีบูรณะ	เขตบางกอกใหญ่
เขตพระนคร	เขตจตุจักร	เขตคันนายาว	เขตพระโขนง	เขตธนบุรี	เขตภาษีเจริญ
เขตบางรัก	เขตลาดพร้าว	เขตประเวศ	เขตบางคอแหลม	เขตคลองสาน	เขตหนองแขม
เขตสัมพันธวงศ์	เขตวังทองหลาง	เขตสวนหลวง	เขตสาทร	เขตบางแค	
เขตป้อมปราบ ศัตรูพ่าย	เขตบางกะปิ		เขตยานนาวา		

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการเลือก 20 % จากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต ได้จำนวนเขตที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล 10 เขต คือ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตดินแดง เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา และเขตคลองเตย

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เคยไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต 10 เขตๆ ละ 25 ตัวอย่าง เท่าๆ กัน

3. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บตัวอย่างในแหล่งชุมชน แต่ละเขตที่เลือกได้เขตละ 25 ตัวอย่าง ได้แก่ สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา หน่วยงานราชการและเอกชน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง

4. วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และโดยแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวนอย่างอย่าง 1 ครั้ง ที่ยินดีตอบคำถาม

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งเป็น ดังนี้

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

1.1.2 อายุ

- ต่ำกว่า 25 ปี
- 25 – 34 ปี
- 35 – 44 ปี
- 45 – 54 ปี
- 55 ปี ขึ้นไป

1.1.3 ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

- พนักงานบริษัทเอกชน
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ โปรดระบุ

1.1.5 รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 40,000 บาท
- 40,001 – 50,000 บาท

- 50,001 บาทขึ้นไป

1.1.6 สถานภาพครอบครัว

- โสด
- สมรส/อยู่ด้วยกัน
- หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

1.2.1 ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว

1.2.2 องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว

1.2.3 ค่าใช้จ่าย

1.3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

1.4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางจากเคหสถานไปยัง จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในระยะเวลาชั่วคราว เพื่อไปการพักผ่อนหย่อนใจ สร้างความสุข สนุกสนาน และเพลิดเพลิน กับสิ่ง ที่พบเห็นทำให้เกิดการเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ชีวิต

2. **นักท่องเที่ยว (Tourist)** หมายถึง ผู้เยี่ยมเยือนประเภทที่มีการค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

3. **นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร โดยทั่วไป ใครก็ได้ผู้ที่เคยไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน อย่างน้อย 1 ครั้ง

4. **ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ได้มีประสบการณ์ และสัมผัสกับสิ่งแวดล้อม ทั้งด้านบุคคล สถานที่ รวมถึง ปัจจัยในการดำรงชีวิตรูปแบบต่างๆ ในพื้นที่การท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อการความรู้สึกนึกคิด ที่มี ชอบไม่ชอบ ต่อสิ่งที่ได้ไปประสบพบเห็น ได้แก่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของ การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย ในการเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

5. **ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว** หมายถึง การดูแล รักษาทรัพยากรธรรมชาติ (ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) และการอนุรักษ์ วัฒนธรรม งานประเพณี ศิลปะ โบราณสถาน ในจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต

6. **องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว** หมายถึง เฉพาะด้านการขนส่งในเรื่องของถนนหนทาง การสุขาภิบาลในด้านการรักษาความสะอาดและการเก็บขยะมูลฝอย การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

7. **ค่าใช้จ่าย** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จ่ายค่าใช้จ่าย ในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แล้วมีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับราคาของที่พัก ราคาสินค้าและบริการ และราคาอาหารและเครื่องดื่ม ว่ามีราคาถูก หรือ แพง

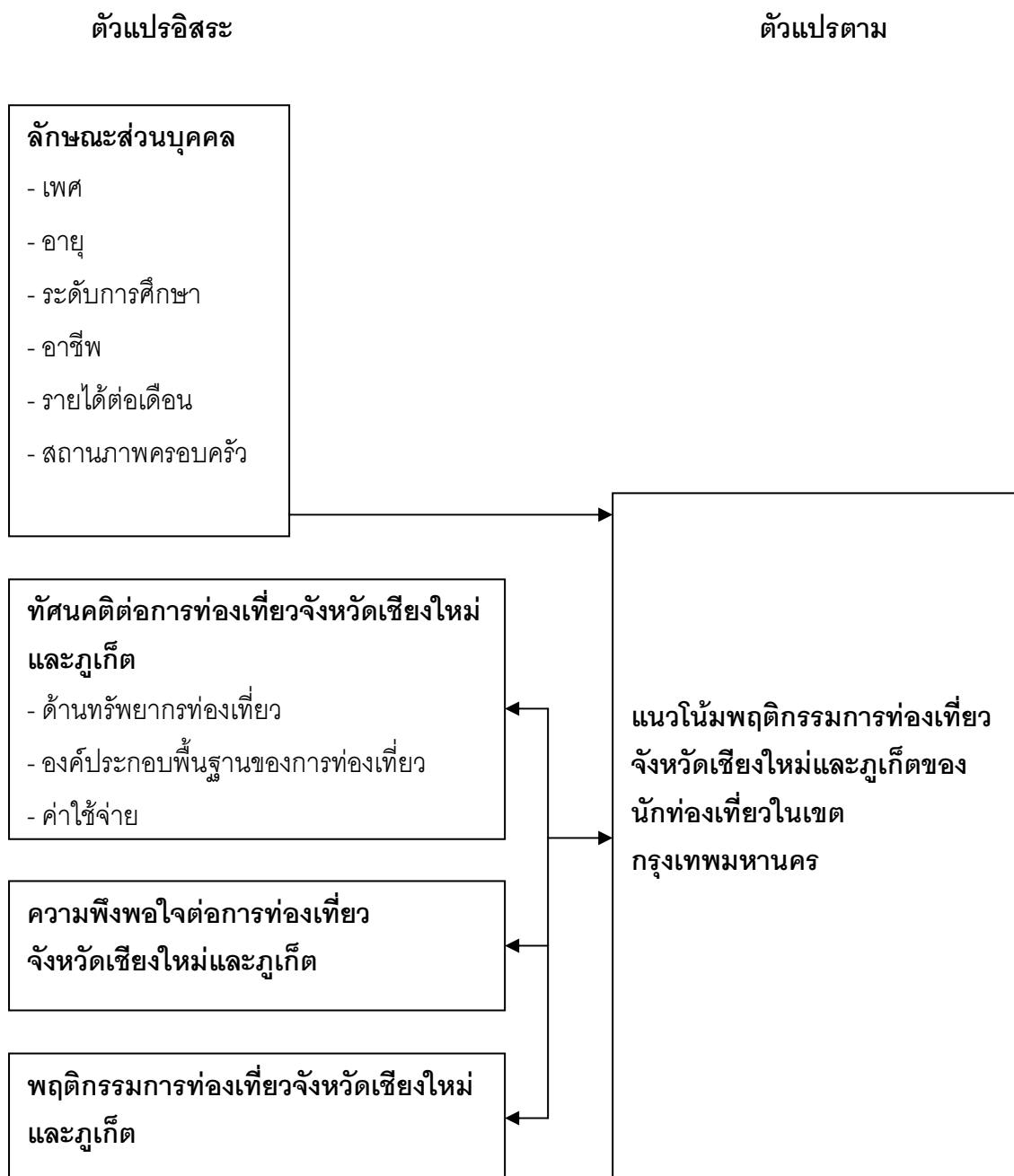
8. **ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้รับ ความประทับใจ คำนึงกับค่าใช้จ่าย เวลา และความพยายามในการเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต รวมถึงเมื่อได้เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แล้วสิ่งที่ได้รับรู้ ได้สัมผัสจริงเป็นไปตามที่คาดหวัง

9. **พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การแสดงออก หรือการกระทำในการเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ถึงจำนวนครั้งที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ภายใน 5 ปี ถึงปัจจุบัน รวมถึงการเลือกปัจจัยด้านการท่องเที่ยว การเลือกที่พักแรม ช่วงเวลาที่เดินทาง ทำไมถึงไปท่องเที่ยว ผู้ที่มีอิทธิพลที่ทำให้ตัดสินใจไปท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเดินทางไปอย่างไร

10. **แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้ไปมีประสบการณ์ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ได้พบรูปแบบของสินค้าและบริการ หรือสัมผัสแบบเป็นรูปธรรมกับสิ่งของหรือสถานที่ ทำให้เกิดความรู้สึกอย่างไรบ้างหนึ่ง ส่งผลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตในอนาคต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

กรอบแนวความคิดงานวิจัย

การศึกษางานวิจัย เรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวความคิด ดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

6. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

7. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

8. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิด ตัวแปร สมมติฐาน และการสุ่มตัวอย่าง สำหรับดำเนินการวิจัย อย่างมีคุณภาพ โดยได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบหรือปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว
7. ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึก ด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดและสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003: 199) หรือ หมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความคิดที่มีลักษณะแสดงความพอใจหรือไม่พอใจ (Etzel, Walker; & Stanton. 2001: G – 1) ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธิต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2546: 214) และทัศนคตินี้ยังมีความหมายกว้างๆ โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันตามแนวความคิดของแต่ละท่าน ซึ่งอาจแตกต่างกันในรายละเอียด ดังนี้

กอร์ดอน ออลพอร์ต (Gordon Allport) ให้คำนิยามไว้ว่า “ทัศนคติเป็นภาวะความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น เป็นภาวะทางประสาทและสมองซึ่งถูกจัดเป็นระเบียบ โดยก่อตัวขึ้นจากประสบการณ์ ทัศนคติจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรม และความแปรเปลี่ยนในการตอบสนอง (Response) ของบุคคล ต่อสถานการณ์ (Situation) และต่อสิ่งต่างๆ (Objects) ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง”

แอล แอล เทอร์สโตน (L.L. Thurstone) ให้ความหมายว่า “ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกด้านการพูดเน้น โดยความคิด และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้นถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติเราก็สามารถ

ทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ “

ไมเออร์ (Myers) ฟิชเชน (Fishen) และ แอจสัน (Ajzen. 1980) ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นการตอบสนองว่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆ เช่น สิ่งของ คน สถานที่ การกระทำ ความคิด หรือ สถานการณ์ โดยแสดงออกในรูปของความเชื่อ ความรู้สึก หรือพฤติกรรม

ชิฟฟ์แมน (Shiffman) และ เคอน็อก (Kanuk. 1980) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยทัศนคติของบุคคลจะสะท้อนมุมมองที่เขามีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคน สิ่งของ สถานการณ์ หรือสถาบัน

ขณะเดียวกัน ทัศนคติก็น่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติของบุคคลจะมีลักษณะ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางการตลาด คือ ความคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ตราผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2550: 102 – 103) หากเป็นเรื่องการท่องเที่ยว คือ ความคิดที่มีต่อ ประสิทธิภาพ ที่ได้ไปพบเห็น ในลักษณะของรูปธรรมและนามธรรมในการเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมอยู่ในความคิดของบุคคล ทัศนคติเป็นผลลัพธ์ของการรับรู้และประมวลสิ่งที่ได้รับข้อมูลมา และแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมอันเป็นผลลัพธ์ของทัศนคติ

3. ทัศนคติจะค่อนข้างคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงง่ายๆ เนื่องจากการหล่อหลอม ความรู้สึกขึ้นทีละนิดและมั่นคง เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็จะเปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่าไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต้องอาศัยเวลาและอาศัยเทคนิคการย้อนกลับการเกิดทัศนคติในการเปลี่ยนแปลง

4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์หนึ่งๆ ดังนั้นการรับรู้ข้อมูลเพิ่มหรือการปรับตัวของสถานการณ์อาจจะทำให้ทัศนคติเปลี่ยนไป ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการปรับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือองค์การ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2550: 103) เช่น บางคนชื่นชอบบรรยากาศของธรรมชาติที่บริสุทธิ์ของ ภูเขา น้ำตก ทะเล ในแต่ละจังหวัดที่ตนไปท่องเที่ยวเมื่อ 10 ปีที่แล้ว แต่ในปัจจุบันเมื่อได้เข้าไปท่องเที่ยว จะมีสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ขึ้นมาจำนวนมาก ทำให้ระดับของความชื่นชอบน้อยลงไปจากเดิม

องค์ประกอบของทัศนคติ

ตามแนวคิดของเทรนดิส (Triandis. 1971: 2 – 3) มีอยู่ 3 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความเข้าใจ หรือความเชื่อ (Cognitive or Belief) หมายถึง ความรู้แนวความคิด หรือความเชื่อที่บุคคลมีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นผลให้เขามีความรู้สึกและมีภาพพจน์

ต่อสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขา ความรู้ ความเชื่อที่มีอยู่เดิม เมื่อผสมกับการรับรู้จากประสบการณ์ใหม่ที่ ได้รับ จะทำให้เกิดความรู้สึกและภาพพจน์ต่อสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะและทิศทางของทัศนคติของแต่ละบุคคล เช่นคนไทยมีความเชื่อว่ารถยนต์ยี่ห้อเบนซ์ เป็นรถยนต์ที่มีคุณภาพดีเยี่ยม ซึ่งเป็นผลทำให้คนไทยมีทัศนคติที่ดี หรือมีความโน้มเอียงไปทางบวกต่อรถยนต์ยี่ห้อเบนซ์องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจนี้มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ในแง่ของการสร้างภาพพจน์ความเข้าใจที่ผู้บริโภคมีต่อข่าวสารของสินค้าและบริการ ที่ออกมาในรูปแบบของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การออกแบบหีบห่อ ข้อความในหีบห่อ ในชิ้นงานโฆษณาต่างๆ ทำให้เกิดความเชื่อ (Belief) ว่าสินค้าและบริการตรายี่ห้อหรือร้านค้านั้นๆ มีคุณค่า มีความน่าตื่นเต้น สนุกสนาน ตามแนวความคิด ที่นักการตลาดนำเสนอไว้ในการตลาดเหล่านั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก อารมณ์หรือความชอบ (Affective or Emotion or Feeling Component) ได้แก่ อารมณ์ ความรู้สึกที่ชอบหรือไม่ชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ อารมณ์หรือความรู้สึกดังกล่าว จะเป็นสิ่งกำหนดลักษณะและทิศทางของทัศนคติของบุคคล เช่น ถ้าบุคคลใดมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสิ่งใด เขาก็จะมีทัศนคติในทางลบต่อสิ่งนั้น องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้ นักวิจัยตลาดต่างทำการวิจัยเพื่อค้นหาสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายชอบ เพื่อนำมาใช้เป็นสิ่งที่กระตุ้นใจผู้บริโภค

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ (Behavioral or Action Component) ได้แก่ พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นแนวโน้มที่ก่อให้เกิดความตั้งใจ ในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การตัดสินใจเลือกซื้อตรายี่ห้อนี้ (ก่อนเกิดวิริยะกิจพัฒนา; และวินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 54 – 55)

องค์ประกอบของของทัศนคติ ตามคำกล่าวของ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 3) มีดังนี้

1. องค์ประกอบทางด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Component) ได้แก่ ความคิด ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางด้านที่มนุษย์ใช้ในการคิด ความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งที่ต่างกันขึ้นอยู่กับความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า

2. องค์ประกอบทางด้านท่าทีความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจะเป็นตัวเร้าความคิดอีกต่อหนึ่ง ถ้าบุคคลมีความรู้สึกที่ดีขณะที่คิดสิ่งใดสิ่งหนึ่งแสดงว่าบุคคลนั้นมีความรู้สึกในด้านบวกและลบตามลำดับต่อสิ่งนั้น

3. องค์ประกอบทางด้านปฏิบัติ (Behavior Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มในทางปฏิบัติหรือถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมจะเกิดการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง

องค์ประกอบแต่ละอย่างของทัศนคติอธิบายได้ ดังนี้ (Hawkins, Best and Coney. 1998: 397 – 400)

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive Component : Learn) ประกอบด้วย ความเชื่อของผู้บริโภคเกี่ยวกับ “วัตถุ” อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เรามีความเชื่อว่า “ไดเอทโค้ก” (Diet Coke) เกือบจะไม่มีแคลอรี มีคาเฟอีน ราคาถูก และผลิตโดยบริษัทใหญ่ หรือ “มันฝรั่งมีแคลอรีสูง” ซึ่งความเชื่อนี้ไม่จำเป็นจะต้องถูกต้องหรือเป็นความจริงเสมอไป

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component : Feel) คือ ปฏิกริยาทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เป็นความรู้สึกทั้งในแง่บวกหรือแง่ลบของผู้บริโภคที่มีต่อวัตถุอย่างหนึ่ง อันแสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบว่ามีมากน้อยเพียงไร (Bovee ; et al. 1995: 121) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจกล่าวว่า “ฉันชอบไดเอทโค้ก” “ฉันชอบโยเกิร์ต” เป็นการแสดงผลของการประเมินทางด้านอารมณ์ หรือความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น บุคคลอาจมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่างกัน จากความเชื่อเหมือนกัน จากตัวอย่างข้างต้นผู้บริโภคอาจมีความเชื่อว่า 1) ไดเอทโค้ก มีคาเฟอีน และ 2) คาเฟอีนทำให้ไม่่วงนอน ความเชื่อเหล่านี้อาจเป็นเหตุให้บุคคลบางคนตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกทางบวก เช่น นักศึกษาที่กำลังเตรียมตัวสอบ เป็นต้น ในขณะที่บางคนอาจตอบสนองหรือแสดงความรู้สึกในทางลบ เช่น ผู้ที่ต้องการดื่มบางอย่างก่อนนอน แต่ไม่ต้องการให้นอนไม่หลับ เป็นต้น

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component : to) หมายถึง แนวโน้มที่จะตอบสนอง (Tendency to Response) ในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุ หรือกิจกรรม เช่น ตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อไดเอทโค้ก หรือแนะนำให้ผู้อื่นซื้อหรือเสนอให้ซื้อตราใหม่ บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ผู้บริโภคจะรีบออกไปซื้อผลิตภัณฑ์นั้นทันทีก็ตาม เขาอาจจะยังไม่จำเป็นในขณะนั้น อาจไม่สามารถซื้อได้เพราะยังไม่มีเงินพอ อาจจะต้องซื้อสิ่งอื่นก่อนที่มีความสำคัญมากกว่า หรืออาจจะรอให้สมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวเข้าร่วมพิจารณาด้วย เป็นต้น (<http://mkpayap.payap.ac.th/course/mk210/f7.4.htm>)

องค์ประกอบของทัศนคติ ในอีกแนวความคิดหนึ่ง ของ ฟรีแมน (คัคดี สุนทรเสถียร. 2531: 4) มี 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ (Cognitive Component) เป็นเรื่องการเรียนรู้ของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจจะเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของบุคคล หรือเหตุการณ์ต่างๆ ว่ารู้สิ่งต่างๆ ดังกล่าวนั้นได้อย่างไร รู้ในทางที่ดีหรือไม่ดีทางบวกหรือลบ ซึ่งจะก่อให้เกิดทัศนคติขึ้น ถ้าเรารู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีเราก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นในทางที่ดี และถ้ารู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางไม่ดี เราก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย ถ้าเราไม่รู้จักสิ่งใดเลยทัศนคติก็จะไม่เกิดขึ้น

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งถูกรับรู้ขึ้นจากความรู้นั้น เมื่อเราเกิดความรู้สึกใดสิ่งหนึ่งแล้ว จะทำให้

เราเกิดความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดี ถ้าเรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ไม่ดี เราก็จะไม่ชอบหรือไม่พอใจ ในสิ่งนั้นความรู้สึกนี้ จะทำให้เกิดทัศนคติในทางใดทางหนึ่ง คือ ชอบหรือไม่ชอบความรู้สึกนี้ เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยากมาก

3. องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มในเชิงพฤติกรรม (Action Tendency Component or Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นๆ ในทางใดทางหนึ่ง คือ พร้อมที่จะสนับสนุนส่งเสริมช่วยเหลือหรือในทางทำลาย ขัดขวาง ต่อสู้ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ

1. ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติ เป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติ เป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลต่างได้รับประสบการณ์และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ รอบตัวบุคคลนั้น (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา; และวินัส อัครสิทธิถาวร. 2550: 56)

ลักษณะของทัศนคติที่สำคัญ ตามคำกล่าวถึง ของ ชิพแมน แอนด์ คานุก (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 106 – 107) มี 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งหนึ่งประกอบด้วยแนวความคิดเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด
2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อ
3. ทัศนคติที่ไม่เปลี่ยนแปลง มีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา และมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน
4. ทัศนคติที่เกิดขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อม เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกระทบโดยสถานการณ์

พัชรภา เชี่ยวขำ (2546: 32) มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนพฤติกรรมได้ตอบ (Predisposition to Respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะหรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะปฏิบัติแล้ว
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (Persistent over Time) คือ มีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง

3. ทศนคติเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นรูปของการแสดงออกโดยวาจา หรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญ หรือ หลีกเลียงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ทศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินเหตุการณ์ หรือ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าต่อไปถึงการกำหนดพฤติกรรมจริงด้วย (วิชาการ.คอม : www.vcharkarn.com)

ประเภทของทศนคติ

ทศนคติอาจแบ่งกว้างๆ ได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ทศนคติทั่วไป (General Attitude) ได้แก่สภาพจิตใจแบบกว้างๆ ซึ่งเป็นแนวความคิด ประจำตัวบุคคลนั้น เป็นพฤติกรรมและบุคลิกลักษณะอย่างกว้างๆ เช่น การมองโลกแง่ดี การเคร่ง ในระเบียบประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม ความเชื่อ ฯลฯ

2. ทศนคติเฉพาะอย่าง (Specific Attitude) ได้แก่ สภาพทางจิตใจที่บุคคลมีต่อ วัตถุสิ่งของบุคคลอื่น สถานการณ์ และสิ่งอื่นๆ เป็นอย่างๆ ไป ทศนคติในวงแคบเช่นนี้มักแสดงออก ในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าเป็นดีก็เรียกว่า มีทศนคติในวงแคบเช่นนี้ มักแสดงออก ในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าเป็นดีก็เรียกว่า มีทศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น ถ้าไม่ชอบหรือเห็นว่าเป็นไม่ดีก็เรียกว่า มีทศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา ; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 56)

ประเภทของทศนคติ ตามที่ วอลเลอर्स (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 173 ; อ้างอิงจาก Walter. 1978: 261) ได้แบ่งประเภทไว้ 5 แบบ ได้แก่

1. ความเชื่อ (Beliefs) คือ ความโอนเอียงที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริง และเป็นสิ่งที่มีการสนับสนุนโดยความเป็นจริงหรือข้อมูลอื่นๆ ที่มีน้ำหนักมาก ส่วนใหญ่ความเชื่อจะเป็นสิ่งที่มีเหตุผลที่ถาวร แต่อาจจะมีหรือไม่มี ความสำคัญก็ได้

2. ความคิดเห็น (Opinions) คือ ความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความ แน่นอนความคิดเห็นมักจะเกี่ยวข้องกับคำถามในปัจจุบันและง่ายที่จะเปลี่ยนแปลง

3. ความรู้สึก (Feelings) คือ ความโน้มเอียงซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์โดยธรรมชาติ

4. ความโอนเอียง (Inclination) คือ รูปแบบบางส่วนของทศนคติเมื่อผู้บริโภคนั้นอยู่ในภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้

5. ความมีอคติ (Bias) คือ ความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหาย ในทางตรงกันข้ามกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่

การเกิดของทัศนคติ (Attitude Formation)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520: 64 – 65) มีดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้บุคคลนี้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นายสมชายชื่นชอบสบู่อลักส์มาตั้งแต่เด็กจนโต ดังนั้นนายสมชายจะมีความรู้สึกชอบหรือมีทัศนคติที่ดีต่อสบู่อลักส์
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ (Communication from others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ ขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่างเกิดขึ้น บุคคลจะสังเกตว่าคนอื่น ๆ ปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้น จะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ สถาบันเหล่านั้นจะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

กอร์ดอน อัลพอร์ท (Gordon Allport. 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่า อาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคน มีทัศนคติ ไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้น เพราะเคยเชยชมตนเสมอ
4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอา ทัศนคติ ของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติ ของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็น ทัศนคติ ของตนได้

ธงชัย สันติวงษ์ กล่าวว่า ทัศนคติ ก่อตัวเกิดขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจัยหลายประการ ด้วยกัน (ธงชัย สันติวงษ์. 2539: 166 – 167) คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทักษะคติ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้าง ทักษะคติ ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทักษะคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิด และขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารด้วย กลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจ
3. ปัญหาต่างๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็น ทักษะคติ ขึ้นมาได้
4. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทักษะคติบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่างๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องอยู่ทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่างๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ แต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทักษะคติขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้างทักษะคติ ให้แก่บุคคลได้
5. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มี ประสบการณ์มาจนกลายเป็น ทักษะคติ ได้
6. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง ทักษะคติ ให้กับตัวบุคคล ปัจจัยต่างๆ ของการก่อตัวของ ทักษะคติ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริง จะมีได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างใดเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทาง เหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของทักษะคติ มากหรือน้อย ย่อมสุดแล้ว แต่ว่าการพิจารณาสร้าง ทักษะคติ ต่อสิ่งดังกล่าว จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

บทบาทของทักษะคติ

บุคคลสามารถแสดงทักษะคติได้ 3 ประเภท (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และคณะ. 2543: 24)

1. ประเภทแรก คือ ทักษะคติเชิงบวก เป็นทักษะคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก หรือมีความรู้สึกหรืออารมณ์จากการได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งต่อหน่วยงาน องค์การ สินค้า และบริการ สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์การ ฯ เช่น กลุ่มเกษตรกรย่อมมี ทักษะคติในทางบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตรและให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิกและร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ หรือการนำทักษะคติในทางบวกที่มีต่อบุคคลนั้นมาสร้างเป็นค่านิยม และทำให้เกิดการจดจำตราสัญลักษณ์ที่ใหม่ด้วยความพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อบุคคลที่มีชื่อเสียงนั้น จะถูกส่งผ่านไปยังผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดทักษะคติในทางบวกกับผลิตภัณฑ์นั้นด้วย (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 54 – 59) ทางด้านการท่องเที่ยวที่เห็น

เป็นตัวอย่างเป็นได้ชัดเจน คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เลือกคุณธงไชย แมคอินไตย์ มาเป็น Presenter ในงานโฆษณาชิ้นหนึ่ง เพื่อชักชวนให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ท่องเที่ยวในประเทศไทย ตามข่าว ดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เลือกซูเปอร์สตาร์ "**เบิร์ด-ธงไชย แมคอินไตย์**" เป็น พิธีเซเลบริตี้ โครงการ "**เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก**" หวังกระตุ้นให้คนไทย ทั้งประเทศหันมาเที่ยวไทยด้วยกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ มีเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศ

แผนงานของแคมเปญรณรงค์ "**เที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก**" ซึ่งทางบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) จะใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบครบวงจร โดยนำ "**เบิร์ด - ธงไชยแมคอินไตย์**" มาเป็นพิธีเซเลบริตี้โครงการ เพื่อสื่อสารผ่านชิ้นงานต่างๆ ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณา ภาพนิ่ง สปอตวิทยุ ภายใต้คอนเซ็ปต์ดังกล่าว รวมทั้งการขับร้องบทเพลงพิเศษ และมิวสิกวิดีโอ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว คือ การจัดประกวดภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อเป็นการขยายผลโครงการในระยะต่อไป

นายวันชัย ศรทุลทัต ประธานกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
เปิดเผยว่า "ตามแผนตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ ได้กำหนดกลยุทธ์ให้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มาเป็นพิธี-เซเลบริตี้เชิญชวนเที่ยว ซึ่งจากการประชุมคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีมติอนุมัติให้บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เป็นตัวแทนดำเนินงาน โดยเลือก เบิร์ด-ธงไชย แมคอินไตย์ เป็นพิธีเซเลบริตี้ของโครงการเที่ยวไทยครีกครั้น เศรษฐกิจไทยคึกคัก โดยจะเริ่มประชาสัมพันธ์ประมาณเดือนมกราคม ปี 2552 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่อง ที่จะเชิญชวนคนไทยเที่ยวไทย เพราะสำหรับวันนี้สิ่งสำคัญที่สุดที่เราจะช่วยกิจการของการท่องเที่ยว ก็คือชวนพวกเรามาเที่ยวเมืองไทยกัน" (ที่มา : <http://hilight.kapook.com/view/32003>)

2. ประเภทที่สอง คือ เป็นทัศนคติเชิงลบหรือทัศนคติที่ไม่ดี เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกไปในทางเสื่อมเสีย ไม่มีความเชื่อถือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่นๆ เช่น พนักงานเจ้าหน้าที่บางคนอาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขาจนพยายามประพฤติ และปฏิบัติต่อด้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เป็นประจำ

3. ประเภทที่สาม คือ ทัศนคติของบุคคลที่ไม่แสดงความคิดเห็น ในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินิ่งเฉย ไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาได้เพียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทัศนคติทั้งสามประการนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม และอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำ หรือ สถานการณ์ เป็นต้น ถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “มติสาธารณะชน” ไป

การวัดทัศนคติ

ทัศนคติของแต่ละคนมีความเข้มข้นต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องพยายามหาทางวัดทัศนคติของผู้บริโภค วัดระดับความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี และวัดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้ได้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนบริหารการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป การวัดทัศนคติทำได้ 2 แบบ คือ แบบ Likert Scale และ Semantic Differential Scale

1. Likert Scale ปกติทัศนคติของคนเรานั้นจะวัดได้ยาก แต่นักจิตวิทยาชื่อ เรนลิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้พยายามหาวิธีวัดทัศนคติโดยถือหลักว่า ทัศนคติของคนเรานั้นสามารถจำแนกความแตกต่างได้เป็นทัศนคติทางบวก (+) และทางลบ (-) เช่น ชอบ ไม่ชอบ (เกลียด) เห็นด้วยไม่เห็นด้วย สวย ไม่สวย เป็นต้น จากหลักการนี้ยังสามารถจำแนกย่อยให้ละเอียดมากขึ้น ได้ เช่น ชอบมาก ชอบน้อย สวยมาก สวยธรรมดา เป็นต้น และที่สำคัญในการวัดทัศนคตินี้ก็เป็นไปได้ว่าคนผู้นั้น อาจไม่ต้องการแสดงทัศนคติหรือมีทัศนคติเป็นกลาง หรือ “เฉยๆ” ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น การวัดทัศนคติก็น่าจะต้องให้มีคำตอบ “กลางๆ” (0) ด้วย

ในการวัดแต่ละครั้ง จะต้องประกอบด้วยคำตอบที่เป็น

บวก	กลาง	ลบ
(+)	(-)	(0)

ตัวอย่างเช่น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผงซักฟอกผสมมะนาว

() เห็นด้วย	() เฉยๆ	() ไม่เห็นด้วย
3	2	1

(ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 59 – 67)

ตัวอย่างการวัดทัศนคติของการท่องเที่ยว เช่น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมชื้อเทศกาล ชื่องานประเพณี ของจังหวัดเชียงใหม่

() ดีมาก	() ดี	() ปานกลาง	() ปรับปรุง	() ต้องปรับปรุง
5	4	3	2	1

สำหรับตัวเลขที่เขียนไว้ข้างล่างคำตอบต่างๆ นี้ คือ การแทนค่าของคำตอบนั้นๆ ซึ่งจะมีผลในการนำไปวิเคราะห์

2. Semantic Differential Scale วิธีนี้ใช้หลักทำนองเดียวกันกับ Likert Scale แต่เป็นการให้คำตอบที่บรรยายความรู้สึก โดยใช้คำที่ตรงข้ามกันเพียง 2 คำ เช่น ชอบ เกลียด หรือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือ ร้อน เย็น หรือ สวย น่าเกลียด เป็นต้น และ แบ่งระดับคำตอบเป็นช่วงที่เป็นเลขคี่กล่าว คือ จะต้องแบ่งให้มีระดับกลางไว้ 1 คำตอบ และการออกไปทางบวก และลบ เท่าๆ กัน เช่น ถ้ามีบวก 2 คำตอบ จะต้องมีลบ 2 คำตอบ เป็นดังนี้

ปรารถนา	3 2	1 ไม่ปรารถนา

(ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 67) หรือ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวซื้อราคาที่พัก ในจังหวัดภูเก็ต

แพง _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ถูก

5 4 3 2 1

สำหรับวิธีนี้ ปกติผู้ที่ตอบได้ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับหนึ่ง เพียงพอที่จะแยกแยะความรู้สึกของตนให้ตรงกับความแตกต่างของคำตอบที่ให้ไว้ ซึ่งค่อนข้างจะเห็นไม่ชัดเจน ผู้ตอบทั่วไปมักจะมีอุปสรรคในการตอบวิธีวัดทัศนคตินี้

การวัดระดับทัศนคติของผู้บริโภคนั้น จะทำให้นักการตลาดเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคง่ายขึ้น ซึ่งถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติในทางที่ดีหรือโน้มเอียงไปในทางบวกต่อสินค้าและบริการ หรือตรายี่ห้อ นี้ มักจะมีลักษณะสำคัญที่เป็นเครื่องชี้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ซึ่งก็จะมีผลต่อเนื่องไปถึงพฤติกรรมการซื้อของเขาเช่นกัน ตัวอย่าง เช่น ผู้ชายวัย 45 ปีขึ้นไป ทำงานในระดับผู้บริหารมักเป็นคนอนุรักษ์นิยม (Conservative) จะเห็นได้จากการแต่งกาย การเลือกรับประทานอาหาร หรือแม้แต่งการฟังเพลงของเขาจะมีลักษณะแบบเดิมๆ ไม่ชอบแฟชั่นใหม่ หรือเพลงสมัยใหม่ๆ สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นเครื่องชี้ให้เห็นพฤติกรรมการซื้อของเขาด้วย ว่าจะมีแนวโน้มเหมือนกับทัศนคติของเขา (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 67 – 69)

ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติมีประโยชน์ ทำให้ทราบถึงแนวความคิดของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่า มีความรู้สึกอย่างไรไปในแนวทางใด เมื่อเราต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับสัมพันธกัน ย่อมทำให้เราสามารถที่จะปฏิบัติกับคนหรือกลุ่มบุคคลนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง

ตามคำกล่าวของ ภิรมย์ เจริญผล ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวัดทัศนคติ ไว้โดยสรุปดังนี้ (ภิรมย์ เจริญผล. 2538: 168)

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่า บุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติของบุคคลนั่นเอง จะเป็นเครื่องมือทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทางใด นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้น ได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย
2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้น เป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้น ควรมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ คล้ายคลึงกันซึ่งจะทำให้เกิดร่วมมือร่วมใจกัน ไม่ทำให้เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม
3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติทำให้ทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใดดีหรือไม่ เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้นการรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่งจะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้
4. วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจได้ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

ความสัมพันธ์ของทัศนคติและพฤติกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภครส่วนใหญ่มักจะสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลนั้น โดยทั่วไป ผู้บริโภคก่อปฏิกริยาต่างๆ ตามความโน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ได้ให้แนวทางแก่การตัดสินใจประเภทต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องการทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจนี้ ผู้บริโภคซึ่งมีทัศนคติของความตระหนี่ย่อมจะใช้จ่ายน้อยและประหยัด ผู้บริโภคจะชอบพ้อคำที่เสนอสิ่งจูงใจให้ซื้อสอดคล้องกับทัศนคติหลักส่วนตัวของเขา แม้ความจริงไม่ปรากฏเช่นนั้นก็ตาม ทั้งนี้มิได้หมายความว่าทัศนคติเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมผู้บริโภคโดยไม่ผิดเลย บางโอกาสผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อโดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมีสิ่งจูงใจที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น ราคา พนักงานขาย ความมีสินค้ามาก ความต้องการลองของใหม่ เป็นต้น

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติมีขั้นตอนมีขั้นตอน ดังนี้

1. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบว่า มีสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ไหน หรือที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ทราบว่า มีลูกหมี่แพนด้า เกิดขึ้นมาใหม่น่ารักมาก เมื่อเราทราบแล้ว พฤติกรรมขั้นต่อไปคือ

2. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้แล้ว ขั้นต่อมาคือ เกิดความรู้สึกชอบไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

3. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ หลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้วก็จะเกิดการกระทำ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543: 202)

ตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ความคิดเห็น ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย ว่ามีทัศนคติอย่างไรกับสิ่งที่ได้ไปสัมผัสโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้งห้า ต่อสิ่งเหล่านี้ทั้งด้านรูปธรรมและนามธรรม ที่ได้พบเห็นใน 2 จังหวัดนี้ ทางด้านดีหรือไม่ ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจ อย่างใดอย่างหนึ่งรวมถึงพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 2 จังหวัดนี้

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่า จะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman ; & Kanuk. 2000: G – 3) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (Solomon. 2000: 528) หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลหลายประการ กล่าวคือ 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 2) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) คือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้เราจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ. 2546: 192) และมีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้หลากหลายดังนี้ คือ

แผนกจิตวิทยาแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า “เป็นการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า ลักษณะการใช้และการยอมรับในสินค้าและบริการนั้น”

จอห์น บี แมททิส จูเนียร์ และเพื่อนได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค ว่า หมายถึง “กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มของบุคคลตัดสินใจว่า จะซื้อสินค้า และบริการอะไรหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหนเมื่อไร ตลอดจนจะมีวิธีการซื้อและการใช้สินค้าและบริการนั้นอย่างไร จากกระบวนการตลาดขององค์การธุรกิจ”

อาจารย์ ธงชัย สันติวงษ์ ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว และเป็นบางสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว”

จากแนวความคิดต่างๆ ของนักวิชาการที่ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภสดังกล่าวข้างต้นนี้ ทำให้เห็นได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ (Human Behavior) หรือ พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Sciences) พฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behavior) หมายถึง “กระบวนการต่างๆ ของตัวบุคคลที่จะปฏิบัติต่อสภาพแวดล้อมภายนอก “หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง” พฤติกรรมของมนุษย์ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความนึกคิด (Thought) ความรู้สึก (Feeling) หรือการแสดงออกของมนุษย์ (Action) ในการดำรงชีวิตประจำวันนั้น แต่ละบุคคลย่อมจะมีกระบวนการแห่งพฤติกรรมของตนเองเสมอ และพฤติกรรมที่แสดงออกนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกันมนุษย์แต่ละคนย่อมมีทัศนคติ หรือ สิ่งจูงใจ (Motive) ของตนเอง ที่ทำให้พฤติกรรมของตนแตกต่างจากบุคคลอื่นๆ ทัศนคติหรือสิ่งจูงใจเหล่านั้นจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยผลจากการยึดถือสิ่งต่างๆ ในความคิดของตนและการรับเอาสิ่งต่างๆ จากภายนอกเข้ามา มนุษย์แต่ละคนต้องตัดสินใจภายใต้สิ่งควบคุมเหล่านี้ เพื่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของตนอยู่ตลอดเวลา จากความเห็นต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น อาจสรุปได้ว่า “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่าจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ อะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) และสมมุติว่าถ้าจะซื้อจะซื้อสินค้าที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) อย่างไร (How) ซื้อบ่อยแค่ไหน (How Often) และซื้อจากใคร (Who) จึงจะเหมาะสม และสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุด (ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา ; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. 2550: 3 – 4)

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถนำมาเทียบเคียงกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยว ได้เข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือ ที่มนุษย์ได้สรรค์สร้างขึ้นมาในด้านวัฒนธรรม เช่น งานประเพณี ศิลปะ โบราณสถาน ทำให้การค้นหา

การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ หรือสิ่งที่ไปประสบพบเห็น ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งคาดว่า จะตอบสนองความต้องการของตน แล้วนำมาเป็นแนวทางในการไปท่องเที่ยว หรือไม่กลับไปท่องเที่ยวในอนาคต จากความรู้สึกที่ประทับใจหรือไม่ประทับใจ หรือปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ในการไปท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ ส่งผลถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในครั้งต่อไป

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้จะช่วยให้การการตลาด สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who?, What?, Why?, Who?, When?, Where?, และ How?, เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets และ Operations ตารางด้านล่างนี้ แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และตารางด้านล่างนี้ จะแสดงการประยุกต์การใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในการเลือกไปท่องเที่ยวในที่ต่างๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ. 2546: 193 – 194)

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย(Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ประกอบ ด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมและสามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายได้

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองตอบความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ 1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ(Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณาและ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาด เมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

คำถาม (6 Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง(Outlets) ที่ ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมาย โดย พิจารณาว่าจะผ่านคนกลาง อย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?)	ขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย (1) การ รับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลัง การซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขาย โดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขาย จะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใน การตัดสินใจซื้อ

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

Model พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Kotler เป็นการเน้นถึงทางเลือกของพฤติกรรม (Behavioral choice) ซึ่งได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่ใส่เข้าไป กับสิ่งที่ออกมาโดยผ่านช่องทาง และตัวกระบวนการหรือตัวผู้บริโภค สิ่งทีใส่เข้าไปนี้ถือว่าเป็นอิทธิพลในการซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ราคา คุณภาพ การมีสินค้าอย่างเพียงพอกับความต้องการ บริการ แบบ ทางให้เลือก และจินตภาพ โดยจะผ่านช่องทาง ทางด้านสื่อโฆษณา พนักงานขาย คนรู้จัก ครอบครัว การสังเกตเป็นการส่วนตัว ซึ่งช่องทางเหล่านี้จะเข้ามายังความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่เป็นตัวกระบวนการ แล้วจึงส่งผลออกมาเป็นทางเลือกผลิตภัณฑ์ ทางเลือกตราสินค้า ทางเลือกร้านค้า ปริมาณที่จะซื้อ และความถี่ในการซื้อ

Model พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Andreasen นี้ได้เน้นถึงการทดลองในทางพฤติกรรม เช่นเดียวกับของ Nicosia ตัวแบบได้เน้นถึงตัวบุคคลเป็นศูนย์กลางที่คอยรับแหล่งข้อมูลที่มาจากบุคคลและที่ไม่ใช่มาจากบุคคล โดยใช้ระบบความรู้สึกทั้ง 5 ประการคือ หู ตา จมูก ลิ้นและสัมผัส ซึ่งจะต้องผ่านระบบการกลั่นกรองของกระบวนการหยั่งรู้ (Perceptual Processes) ของผู้บริโภคแต่ละคน ระบบการกลั่นกรองนี้ยังได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อแหล่งข่าวสารข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการกลั่นกรองจะมีผลต่อทัศนคติความเชื่อ และความรู้สึกของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ค่านิยมทางวัฒนธรรม บุคลิกภาพ ประสบการณ์และความต้องการก็มีผลต่อตัวบุคคล กระบวนการภายในของผู้บริโภคจะออกมา 3 ทางด้วยกันคือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การค้นหาและการไม่เลือกผลิตภัณฑ์ การ

ค้นหาและการไม่เลือกผลิตภัณฑ์จะถูกเก็บไว้ที่ผู้บริโภค เพื่อจะเป็นตัวกระตุ้นต่อไปในอนาคต หรือ เพื่อเป็นกระบวนการกลั่นกรองต่อไป ส่วนการเลือกผลิตภัณฑ์จะอยู่ในข้อจำกัดตามรายได้ และความสามารถของครอบครัว

Model พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Howard – sheth จะประกอบไปด้วยสิ่งที่ใส่เข้าไป การรับรู้ การเรียนรู้ และสิ่งที่ออกมา สิ่งทีใส่เข้าไปจะประกอบไปด้วยลักษณะที่เป็นสำคัญ ซึ่งได้แก่ ประกอบด้วยลักษณะที่เป็นสัญลักษณ์ ซึ่งได้แก่ คุณภาพ ราคา ความแตกต่าง การบริการ และการมีสินค้าอย่างเพียงพอกับความต้องการ ประกอบด้วยลักษณะที่เป็นสังคม ซึ่งได้แก่ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง และชั้นทางสังคม ลักษณะทั้ง 3 ประการนี้ เป็นการรวมปัจจัยทางธุรกิจและสภาพแวดล้อมไว้ในตัว เมื่อผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่ใส่เข้าไปนี้แล้วจะก่อให้เกิดการกระตุ้นอย่างสมบูรณ์ ซึ่งการกระตุ้นอย่างสมบูรณ์นี้ จะนำไปสู่การค้นหาจากภายนอก เพื่อต้องการจะได้สารสนเทศมากขึ้น และนำไปสู่ความลำเอียงในการรับรู้ซึ่งจะมีทัศนคติ ความเชื่อมั่น การค้นหาและแรงจูงใจเป็นตัวกำหนด ซึ่งบางส่วนก็ได้ถูกเก็บไว้ในความทรงจำของผู้บริโภค ในทางตรงกันข้ามสารสนเทศจะเป็นตัวเปลี่ยนแรงจูงใจ เกณฑ์ในการเลือก ความตั้งใจ และความเข้าใจในตราสินค้าได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะมีผลต่อความเชื่อมั่น ความตั้งใจ และการซื้อ เมื่อมีการตัดสินใจซื้อแล้ว สารสนเทศเหล่านี้จะกลายเป็นข้อมูลย้อนกลับในหลายๆ ทาง ซึ่งอาจจะเป็นความพอใจที่มีต่อความเข้าใจในตราสินค้า ข้อมูลย้อนกลับมีผลต่อทัศนคติโดยตรง และมีผลทางอ้อมต่อความตั้งใจ ความเข้าใจในตราสินค้าและความสนใจ (สมจิตร ล้วนจำเริญ. 2541: 19 – 24)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ. 2546: 196) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือเลือกที่จะไปท่องเที่ยวในที่แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้น ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว (Buyer's purchase decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S – R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้น

ภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผล หรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุม และต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่า เป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่า เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ ด้านฟลัก – ถอน เงินสดอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการซื้อ

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยว

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งรายละเอียดในแต่ละลักษณะจะกล่าวถึงในหัวข้อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจ เมื่อเทียบกับพฤติกรรมภายหลังการไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ การเกิดความพอใจหรือไม่ ส่งผลต่อแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวและการแนะนำให้ผู้ที่ยังไม่รู้จักร ไปท่องเที่ยวในสถานที่ ที่ตนเคยไปมาแล้ว

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) อย่างการเลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า ผู้บริโภคมีทางเลือก คือ นมสดกล่อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมปัง เป็นต้น หากเป็นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือก ไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติประเภทใด เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice) ตัวอย่าง ถ้าผู้บริโภคเลือกนมกล่อง จะเลือกยี่ห้อใด เช่น โฟร์โมสต์ มะลิ เป็นต้น หากเป็นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือกไปท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทะเล นักท่องเที่ยวจะเลือกกว่าจะไปจังหวัดใดที่มีทะเล เช่น ชลบุรี หรือภูเก็ต

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือกจาก ห้างสรรพสินค้าใด หรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด หากเป็นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือกพักแรม โรงแรมหรือรีสอร์ท ระดับกี่ดาว เลือกร้านอาหาร แหล่งซื้อของที่ระลึกหรือซื้อปิ้งย่างใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือก เวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อนมสดกล่อง หากเป็นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือกเวลา ในช่วงใดไปท่องเที่ยว เช่น ช่วงวันหยุดต่อเนื่องระยะยาวของช่วงวันปีใหม่ วันสงกรานต์ หรือ ตรุษจีน

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคจะเลือก ว่า จะซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือหนึ่งโหล หากเป็นการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเลือก ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวตัวเครื่องบินพร้อมโรงแรม ที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นโปรโมชั่นของเอื้องหลวงของ สายการบินไทย ระยะเวลา 3 วัน 2 คืน หรือจะแยกซื้อตัวและโรงแรม 2 วัน 1 คืน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถนำมาใช้ในการประเมินพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์เดินทางไปท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต สิ่งนี้นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสมาส่งผลไปในทิศทางที่ดีหรือไม่ดี ในแง่ความรู้สึกนึกคิดซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมไปในทิศทางเดียวกับความรู้สึกหรือทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดนี้ หรือไม่อย่างไร ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ใช้งานวิจัยนี้ เป็นข้อมูลจะทราบถึงพฤติกรรม และแนวโน้มของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยไปท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดนี้ ในอดีตที่ผ่านมา และที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ เช่น จำนวนครั้งที่เคยไปท่องเที่ยวมาแล้ว แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว รวมถึงการบอกต่อผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เพื่อการวางแผน บริหารจัดการ พัฒนา และปรับปรุงการท่องเที่ยว 2 จังหวัดนี้ได้ เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

อภินันท์ จันตะนี (2550 : 75) ได้ให้ "แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ" หมายถึง ความพึงพอใจที่ถูกค้าหรือผู้ให้บริการได้รับสินค้าหรือบริการตามที่มุ่งหมายหรือตั้งใจไว้ ถ้าเมื่อได้รับสินค้าหรือบริการแล้วจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าหากได้รับสินค้าที่ดีมีคุณภาพและมาตรฐานยิ่งขึ้นหรือได้รับบริการที่ดีหรือรวดเร็วยิ่งขึ้นก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น แต่ถ้าได้รับสินค้าที่ด้อยคุณภาพ/มาตรฐานหรือได้รับบริการที่ล่าช้า/ผิดพลาดฯ ซึ่งจะทำให้ความพึงพอใจลดลง เป็นต้น

ความพึงพอใจ ในความหมายของ วูลแมน (นฤมล บำรุงวงศ์ไทย. 2551: 14; อ้างอิงจาก Wolman. 1973: 384) หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดหมายตามความต้องการหรือแรงจูงใจ

ความพึงพอใจ ของ กู๊ด (นฤมล บำรุงวงศ์ไทย. 2551: 14 ; อ้างอิงจาก Good. 1973: 320) หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่

วรูม (Vroom. 1964: 99) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ คือทัศนคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น สามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้ ล้วนหมายถึง ผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจ และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพของความไม่พอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. 2546: 90) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะเป็นไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความ พึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer expectation) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ หรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ความคาดหวังเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาด และจากข้อมูลคู่แข่ง เป็นต้น ถ้านักการตลาดนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกินความเป็นจริงจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความหวังในผลิตภัณฑ์นั้นสูงเกินจริง และเมื่อผู้บริโภคพบว่าการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ดังนั้นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บริษัทประสบความสำเร็จก็คือ การเสนอผลิตภัณฑ์ตามผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ (การทำงานของผลิตภัณฑ์) ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ซื้อโดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า (Total Customer Satisfaction) ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายาม สร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) ทั้งคุณค่าเพิ่มที่เกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) ตลอดจนยึดหลักการการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าที่เกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ซึ่งคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธี ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and suggestion system) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้จะจัดเตรียมกล่องรับความคิดเห็นจากลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction surveys) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มีกบปัญหาว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทน เป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้มากคือ การวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า เทคนิคต่างๆ ที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า มีดังนี้ 1) การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง 2) การถามว่าลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่ อย่างไร 3) การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาลูกค้า (Problem analysis) 4) เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่า เป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product performance rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ 5) เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

(Repurchase intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย (Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง รวมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost customer analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์ หรือ สัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ. 2546: 90 – 93)

เทคนิค/แนวทางการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ของ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2546) เทคนิคการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (บทความการตลาด Marketeer. ฉบับที่ 45) การวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีหลักการนั้น กระบวนการทำงานจากประสบการณ์ของ วิทวัส รุ่งเรืองผล มีดังนี้

1. กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าต้องการประเมินไปเพื่อประโยชน์อะไร เช่น หากต้องการเพียงเพื่อทราบความพึงพอใจในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจในประเด็นใดประเด็นหนึ่งโดยเฉพาะ ก็ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการวางกรอบการวัดอย่างต่อเนื่อง สามารถทำเป็นวิจัยเพื่อเก็บข้อมูลได้เลย แต่ถ้ามีแผนงานที่จะพัฒนาเป็นดัชนีความพึงพอใจ (Customer Satisfaction Index) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าในแต่ละปี หรือเปรียบเทียบระหว่างหน่วยงาน ระหว่างกลุ่มผลิตภัณฑ์ ระหว่างสาขาหรือระหว่างบริษัทที่ทำอยู่ในประเทศไทยกับที่อยู่ประเทศอื่นๆ รวมทั้งการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง แนวทางการวัดความพึงพอใจก็จะเริ่มซับซ้อนขึ้น ในขั้นตอนการวางกรอบและเกณฑ์การวัด เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบกันได้อย่างเป็นธรรม

ตัวอย่างเช่น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ดูแลท่าอากาศยาน ทั้งใน กรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาคหลายท่า ถ้าจะเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน ดอนเมืองกับท่าอากาศยานเชียงใหม่ ซึ่งมีพื้นที่การให้บริการ ธรรมชาติของลูกค้าและองค์ประกอบของการให้บริการต่างกัน ถ้าแต่ละท่ากำหนดเกณฑ์ และกรอบการประเมินของตนเองขึ้นมา ก็จะมีปัญหาในการนำมาเปรียบเทียบกัน แต่ถ้านำเกณฑ์และปัจจัยที่ประเมินท่าอากาศยานดอนเมืองไปใช้กับท่าอากาศยานเชียงใหม่ โดยไม่ปรับเลยก็จะมีปัญหาเพราะลักษณะขอบข่ายการให้บริการ มีความแตกต่างกัน นี่ขนาดเป็นธุรกิจเดียวกัน แต่ต่างสาขายังยุ่งพอดู ลองนึกถึงตอนที่รัฐบาลพยายามเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าการเคหะแห่งชาติ หรือการรถไฟแห่งประเทศไทย กับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งอยู่ต่างธุรกิจกัน ลูกค้าคนละกลุ่มกัน ราคาค่าบริการก็มีความแตกต่างกันมาก งานก็จะยากขึ้นไปอีก

2. กำหนดปัจจัยที่จะใช้วัดความพึงพอใจ โดยกำหนดว่า จะใช้ปัจจัยใดบ้างมาเป็นตัวชี้วัดคะแนนความพึงพอใจโดยรวมและควรให้น้ำหนักแต่ละปัจจัยเท่าไร เช่น ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้า การบินไทย ปัจจัยที่ใช้วัดก็แยกเป็น 3 กลุ่มหลักๆ คือ การบริการก่อนขึ้นเครื่อง ระหว่าง

อยู่บนเครื่องและหลังลงจากเครื่อง ในด้านการบริการก่อนขึ้นเครื่องก็ยังแยกปัจจัยย่อยออกเป็นความสะดวกในการสำรองที่นั่ง/ซื้อตั๋ว บริการของพนักงานเคาน์เตอร์ เป็นต้น

การได้มาซึ่งปัจจัยที่จะใช้เป็นตัววัด เป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยความร่วมมือระดมความเห็นจากหลายฝ่าย และควรทำการทดสอบปัจจัยเหล่านี้ก่อนนำมาทำการประเมินจริง เพื่อให้แน่ใจว่า ปัจจัยที่กำหนดไม่ซ้ำซ้อนกันเกินไปหรือขาดปัจจัยสำคัญบางตัวไป รวมถึงควรทำการประเมินความสำคัญของปัจจัยแต่ละตัวเพื่อนำมาใช้ถ่วงน้ำหนักในการวัดความพึงพอใจรวมด้วย เช่น ในธุรกิจสายการบิน ปัจจัยด้านความตรงต่อเวลาจะมีน้ำหนัก ความสำคัญมากกว่าอุปกรณ์เพื่อความบันเทิงบนเครื่องบิน

3. กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวัด ปกติแล้วเท่าที่ผมทำการศึกษาอยู่ตามกรอบของบริษัท หรือช่วยกำหนดให้กระทรวงการคลัง จะใช้ Likert Scale ด้วยการให้คะแนนความพึงพอใจแต่ละปัจจัยจาก 1 ถึง 5 โดย 5 คือพอใจมากที่สุด 4 คือพอใจมาก 3 คือพอใจปานกลาง 2 คือพอใจน้อย และ 1 คือพอใจน้อยที่สุด ขณะที่บางบริษัท อาจให้ลูกค้าให้คะแนนโดยใช้ Scale จาก 1 ถึง 3 หรือให้คะแนนจาก 1 ถึง 10 หรือเป็นเปอร์เซ็นต์ความพึงพอใจจากคะแนนเต็ม 100

การเลือกใช้เกณฑ์ในลักษณะใดก็ตามก็ยังคงนำมาสู่ปัญหาที่แตกต่างกัน เช่น การใช้ Scale 1 ถึง 3 หรือ 1 ถึง 5 จะพบว่า โดยนิสัยคนไทยเวลาประเมินอะไรก็ตามจะไม่ค่อยให้คะแนนสูงสุดหรือต่ำสุด แต่จะให้กลางๆ เช่น Scale 1 ถึง 3 ถ้าลูกค้าเกิน 70% ให้คะแนนอยู่ในช่วง 2 ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย ก็จะไม่แตกต่างกันมาก แต่ถ้าให้คะแนนด้วยเกณฑ์ 1 ถึง 10 หรือ 1 ถึง 100% เวลามาหาค่าเฉลี่ยจะพบปัญหาว่าหากมีลูกค้า 2-3% ที่ประเมินกดคะแนนลงมาที่ 1 ที่ 2 จากคะแนนเต็ม 10 หรือให้คะแนน ศูนย์เต็ม 100 ขณะที่ลูกค้าคนอื่นๆ ให้ที่ 7-8 หรือราว 70-80 % ช่วงคะแนนที่ห่างกันมาก พอมาหาค่าเฉลี่ยจะดึงค่าคะแนนรวมให้ตกมาอย่างมากทั้งๆ ที่เห็นเป็นความเห็นของลูกค้าในสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ที่น้อยมาก

โดยส่วนตัวผมชอบการใช้ Scale 1 ถึง 5 เนื่องจากช่วงห่างของคะแนน 5 ระดับก็เพียงพอที่จะแสดงค่าความพึงพอใจที่ต่างกันของลูกค้าได้ แต่ก็ไม่กว้างมากจนความเห็นที่ผิดแปลกในลักษณะที่ให้คะแนนสูงหรือต่ำเกินไปจะมีผลต่อค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. กำหนดวิธีการวัดความพึงพอใจ ในขั้นนี้ ก็คือ ขั้นตอนของการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ต้องกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างในเชิงสถิติ เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้าที่สุ่มมาทำการวัดความพึงพอใจ รวมถึงการกำหนดขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวัดว่า ควรมีจำนวนเท่าไร โดยอาศัยเทคนิคการวิจัย ที่ผมคงจะไม่ลงรายละเอียดเพราะจะกลายเป็นเรื่องเทคนิคการวิจัยไป ซึ่งผู้อ่านที่สนใจสามารถหาอ่านจากหนังสือวิจัยตลาดทั่วไปได้

จากประสบการณ์ที่เคยทำการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าให้องค์กรใหญ่ๆ เขาจะกำหนดวัตถุประสงค์ ปัจจัยที่ใช้วัดและเกณฑ์ที่จะวัดมา ส่วนรายละเอียดวิธีการวัด ซึ่งเป็นเรื่องทางเทคนิคการวิจัย จะให้นักวิจัยทำแผนเสนอเข้ามา เมื่อทางองค์กรยอมรับในวิธีการก็จะทำการศึกษาและทำรายงานสรุปความพึงพอใจของลูกค้าให้แก่หน่วยงานนั้นๆ

ปัจจุบันนี้มีหลายบริษัทและรัฐวิสาหกิจ เริ่มทำการวัดความพึงพอใจของลูกค้า อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อนำค่าความพึงพอใจมาเป็นหนึ่งในเครื่องชี้วัดประสิทธิผลในการทำงานของบริษัท ในลักษณะที่เป็น KPI สำคัญตัวหนึ่งและบางองค์กรนำเอาค่าความพึงพอใจของลูกค้ามาใช้ประกอบการพิจารณาโบนัส สำหรับพนักงานในแผนกต่างๆ ขององค์กร โดยพยายามปลูกฝังแนวคิดในการมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า แก่พนักงานทุกฝ่าย วันนี้การรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการเพื่อให้ลูกค้าคงความพอใจยังไม่พอ เพราะสิ่งที่ลูกค้าพอใจวันนี้ จะกลายเป็นมาตรฐานขั้นต่ำ ทั้งสำหรับลูกค้าในการคาดหวังสิ่งที่จะได้รับจากบริษัท ขณะที่คู่แข่งอาจใช้มาตรฐานของเราเป็นฐานขั้นต่ำในการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อเสนอสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าพอใจมากกว่า ณ จุดที่ความภักดีในตราหือของลูกค้ามีจำกัด ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นเครื่องตัดสินอนาคตขององค์กร ใครทำได้ดีกว่า คนนั้นมีโอกาสอยู่รอดในตลาด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง เพื่อการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตว่าได้รับความประทับใจ คำนวณค่ากับความพยายาม การเสียค่าใช้จ่าย และเวลา ในการเดินทางไปท่องเที่ยว 2 จังหวัดนี้ อีกทั้งสิ่งที่ได้รับรู้จากประสบการณ์จริงที่ได้เข้าไปสัมผัสแล้ว เมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความรู้สึกพึงพอใจอย่างไร

4. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยว

มันัส สุวรรณ และ คณะ (2548: 131 – 132) การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการให้ได้รับความพอใจอย่างทั่วถึง ในการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยวนิยมใช้เกณฑ์การแบ่งอยู่ 3 หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ

1. การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์เชิงภูมิศาสตร์ เป็นการแบ่งกลุ่มตลาดท่องเที่ยวตามปัจจัยหรือตัวแปร ทางภูมิศาสตร์ เช่น การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามเขตของประเทศ ก็จะได้ตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ และตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศ หรือการแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามเขตปกครอง จะได้ตลาดท่องเที่ยวภาคเหนือ ตลาดท่องเที่ยวภาคใต้ ตลาดท่องเที่ยวภาคกลาง ตลาดท่องเที่ยวภาคอีสาน ตลาดท่องเที่ยวเขตเมือง หรือตลาดท่องเที่ยวเขตชนบท เป็นต้น หรืออาจแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามเขตภูมิอากาศ ซึ่งจะได้ตลาดท่องเที่ยวเขตร้อน ตลาดท่องเที่ยวเขตอบอุ่น

และตลาดท่องเที่ยวเขตหนาว เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่อาศัยในท้องถิ่นภูมิศาสตร์แตกต่างกัน ย่อมมีความต้องการทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน นับเป็นหลักเกณฑ์แบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นวิธีการแบ่งส่วนตลาดที่ง่ายที่สุด เพียงหาข้อมูลว่า นักท่องเที่ยวเหล่านี้อาศัยอยู่ในเขตภูมิศาสตร์ใด และเข้าสู่ตลาดท่องเที่ยวได้อย่างไรข้อดีของการแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์นี้คือนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตภูมิศาสตร์เดียวกันยังมีความต้องการในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากมีความแตกต่างกันในด้านอื่นๆ เช่น มีรายได้ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกัน เป็นต้น จึงต้องอาศัยวิธีการแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบอื่นเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่สมบูรณ์ขึ้น

2. การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์เชิงประชากรศาสตร์ เป็นการแบ่งกลุ่มตลาดท่องเที่ยวตามปัจจัยหรือตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพทางครอบครัว ขนาดของครอบครัว เชื้อชาติ และศาสนา เป็นต้น เกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบนี้เป็นที่นิยมใช้กันมากที่สุด เนื่องจากทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของปัจจัยทางประชากร และช่วยให้เห็นกลุ่มตลาดท่องเที่ยวที่มีผลสัมพันธ์กับลักษณะความต้องการท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มอย่างชัดเจน การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ เชิงประชากรศาสตร์ มักคำนึงถึงอายุและรายได้เป็นดัชนีวัดความโน้มเอียงในการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล โดยให้เหตุผลว่า คนที่อายุอยู่ในวัยทำงานและมีรายได้สูงจะมีโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าคนที่อยู่ในวัยเด็ก หรือวัยเกษียณและผู้มีรายได้น้อย อย่างไรก็ตามแต่ทุกครอบครัวที่มีอายุและรายได้ใกล้เคียงกัน จะมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จึงต้องอาศัยการแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวแบบอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่สมบูรณ์ขึ้น

3. การแบ่งส่วนตลาดท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์เชิงจิตวิทยา เป็นการแบ่งกลุ่มตลาดท่องเที่ยวตามปัจจัยหรือตัวแปรทางจิตวิทยา ได้แก่ ชั้นในสังคม วิธีการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ โอกาสท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยว ประเภทขนส่งที่ใช้ในการท่องเที่ยว อัตราความถี่ในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ และระยะเวลาในการท่องเที่ยว เป็นต้น เกณฑ์การแบ่งตลาดท่องเที่ยวนี้เป็นเกณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่ แต่ได้รับการยอมรับกันอย่างรวดเร็ว เนื่องจากนักการตลาดท่องเที่ยวต้องการรู้ลึกซึ้งถึงสภาพจิตใจ โดยเฉพาะสิ่งที่มีอิทธิพลทางความคิดของนักท่องเที่ยวต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยว มาใช้ในการกำหนดลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เพื่อที่จะได้ทราบถึงว่า ในแต่ละส่วนแบ่งของตลาดข้างต้นที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติ ความพึงพอใจ รวมทั้งพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แตกต่างกัน หรือไม่

5. แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว

ทิพวรรณ พุ่มมณี (ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2544: 45 – 46) ให้ความหมายของคำว่า ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เป็นประโยชน์ และมีคุณค่าต่อการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูด หรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์และสืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว โดยทั่วไป อาจแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ (Natural) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
2. ประเภทวัฒนธรรม (Cultural) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ ตั้งแต่ อดีตที่สืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง วัตถุสิ่งของ รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรมต่าง ๆ

ทรัพยากรท่องเที่ยวอาจแยกตามลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ (Natural) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ แหล่งน้ำจืด ห้วย หนอง คลอง และบึง
2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา (Historical Archaeological and Religions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ ศาสนสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน
3. ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม (Art Culture and traditional) เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของพิธี งานประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก และผลไม้

6. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

ทวีศักดิ์ ทิพยมิ่งษ์ (2544: 18-19) การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่ องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งบกพร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

มิตเดลตัน (สายฝน ถึงหมื่นไฉ. 2548: 14; อ้างอิงจาก Middleton. 1988: 80) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของสินค้าการท่องเที่ยวว่ามีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 องค์ประกอบ คือ

1. สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว (Destination Attractions) เช่น สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมและสังคม

2. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการในสถานที่ท่องเที่ยว (Destination Facilities and service) ได้แก่ ความพร้อมทางด้านที่พัก ความพร้อมทางด้านภัตตาคาร บาร์และคาเฟ่ ความพร้อมทางด้านการคมนาคมขนส่ง สถานที่เล่นกีฬา และสันทนาการ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการอื่นๆ

3. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) อันได้แก่ สาธารณูปโภค หรือโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) พาหนะในการเดินทาง การบริการนักท่องเที่ยว และกฎระเบียบของรัฐบาล

4. ภาพพจน์ของสถานที่ท่องเที่ยว (Images of the Destination) เป็นภาพพจน์และความคาดหวังที่อยู่ในใจของผู้บริโภค ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

5. ราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย (Price to the Consumer) เป็นผลรวมด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าที่พัก และการเลือกระดับการบริการ ซึ่งทำให้สินค้ามีความแตกต่างกัน

ซึ่งข้อความข้างต้นใกล้เคียงกับ หลักการด้านปัจจัยหรือโครงสร้างฐานของการท่องเที่ยวของ ทิพวรรณ พุ่มมณี (ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2544: 99 – 101) ที่ว่า โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หรือสาธารณูปการ ปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้บริการแก่ประชากรในประเทศ และถือเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศใดก็ตาม จะใช้บริการ

สาธารณูปโภคในประเทศนั้นด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในมาตรฐานทัดเทียมอารยะประเทศ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อประชากรในพื้นที่ ยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่

1. เส้นทางคมนาคม เส้นทางคมนาคมเป็นส่วนสำคัญของการขนส่งนักท่องเที่ยว นำพานักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ปัจจุบันเส้นทางคมนาคมทางอากาศ มีความสำคัญสำหรับการเดินทางระหว่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จะต้องพัฒนาท่าอากาศยานให้มีมาตรฐานความปลอดภัย เพิ่มจำนวนและกระจายให้ทั่วทุกภูมิภาค และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ส่วนเส้นทางคมนาคมทางบก โดยเฉพาะถนนมีความสำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ หรือ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว จะต้องมียานขนส่งสำหรับเป็นจุดรับส่งผู้โดยสาร มีบริการรถโดยสาร ถนนจะต้องได้มาตรฐานมีความปลอดภัย ไม่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย มีสัญญาณจราจรที่ชัดเจน ทิศทางรถ ในระหว่างเส้นทางถนนต้องมีป้ายบอกเส้นทาง ระยะทาง ป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว จุดแวะพัก รวมทั้งมีบริการปั้มน้ำมัน ร้านอาหาร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทาง

2. ไฟฟ้า ไฟฟ้าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับแสงสว่าง และพลังงานสำหรับเครื่องใช้ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว และเมืองท่องเที่ยวใหญ่ๆ จะมีความต้องการใช้ไฟฟ้าในปริมาณสูง สำหรับสถานที่พักแรมและสถานบันเทิงเริงรมย์

3. น้ำประปา น้ำประปาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการอุปโภค และบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะโรงแรมจะเป็นสถานที่ ที่ใช้น้ำปริมาณสูง การอุปโภค และการซักล้างทำความสะอาดในระบบโรงแรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักแรมประเภทรีสอร์ต รวมทั้งสนามกอล์ฟ จะใช้น้ำในการบำรุงรักษาต้นไม้และหญ้าในปริมาณที่สูงด้วย

4. การสื่อสาร ผู้เดินทางไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจ เมื่อเดินทางไปแห่งใด มักจะต้องการใช้บริการสื่อสาร อาจติดต่อกลับไปที่บ้านหรือที่อื่นๆ ด้วยกิจธุระบางประการ ในระหว่างการเดินทางจึงจำเป็นต้องมีระบบสื่อสารโทรคมนาคม สำหรับให้บริการทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ติดต่อธุรกิจ

5. การสุขาภิบาล เป็นการจัดการในเรื่องของระบบระบายน้ำ การกำจัดน้ำทิ้ง ขยะมูลฝอย การรักษาความสะอาด และการจัดระเบียบอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อภาพพจน์ของสิ่งแวดล้อมภายในเมืองหรือพื้นที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวย่อมต้องการพบเห็นสิ่งสวยงาม สะอาดเป็นระเบียบ ดูเจริญตาพาให้รื่นรมย์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ

6. การสาธารณสุข เป็นการบริการด้านสุขภาพอนามัย โดยมี สถานอนามัย คลินิก โรงพยาบาล สำหรับให้บริการอย่างทั่วถึง ทั้งในเมืองและส่วนภูมิภาค นักท่องเที่ยวอาจต้องใช้บริการในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ หรือมีอาการที่เกิดขึ้นเจ็บป่วยในระหว่างการเดินทาง

7. การรักษาความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวใดไม่มีความปลอดภัย สถานการณ์จะไม่มั่นคง ก็ยากที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เพราะนอกเหนือจากความงดงามของทรัพยากรท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง นักท่องเที่ยวต้องการความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน โดยทั่วไปต้องมีสถานีดำรวจกระจายทั่วพื้นที่ และควรมีดำรวจท่องเที่ยวไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งดูแลความปลอดภัย การล่อลวง และการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว และปัจจัย หรือ โครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำมาเป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในด้านของทรัพยากรท่องเที่ยว ประกอบด้วย การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ (ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) และการอนุรักษ์วัฒนธรรม เช่น งานประเพณี ศิลปะ โบราณสถาน การบริหารจัดการในเรื่องถนนหนทาง ความสะอาด ความปลอดภัย รวมถึงค่าใช้จ่ายซึ่งจะเกี่ยวข้องกับราคาสินค้าและบริการ ราคาที่พัก และราคาอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อต้องทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แล้วมีความคิดเห็นอย่างไร ต่อสิ่งเหล่านี้ ซึ่งจะส่งผลกับพฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว 2 จังหวัดนี้ ทั้งที่เกิดขึ้นผ่านมาแล้ว และจะเกิดขึ้นในอนาคต

7. ข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่

เชียงใหม่ นพบุรี ศรีนครพิงค์ หรือเวียงพิงค์ ของพ่อขุนเม็งรายมหาราชในอดีต หรือ เชียงใหม่ในวันนี้เป็นเมืองที่ รวบรวมศิลปกรรม โบราณวัตถุ ตลอดจนวัฒนธรรมดั้งเดิม ของล้านนา ไทยเอาไว้ ส่วนสภาพทางภูมิศาสตร์นั้น พื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นป่าละเมาะและภูเขา เนื้อที่ ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร มีที่ราบอยู่ตอนกลาง ตามสองฟากฝั่งแม่น้ำปิง

ประวัติความเป็นมา :

เชียงใหม่ มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ในตำนานแรกๆ ที่กล่าวถึงเชียงใหม่ อย่างตำนานว่าด้วย พระธาตุในล้านนา กล่าวถึง ลัวะ ว่าเป็นชนพื้นเมืองมาก่อน ตำนานมูลศาสนา ชินกาลมาลีปกรณ์ และจามเทวีวงศ์ กล่าวเปรียบเทียบลัวะ ว่าเป็นคนเกิด ในรอยเท้าสัตว์ ด้วยเหตุที่ ลัวะ ถือเอารูปสัตว์ เป็นสัญลักษณ์ ตำนานรุ่นหลังอย่างตำนานสุวรรณคำแดง หรือ ตำนานเสออินทขิล เล่าว่า ลัวะ เป็น ผู้สร้าง เวียงเจ็ดลิน เวียงสวนดอก และเวียงนพบุรี หรือ เชียงใหม่ ลัวะ จึงน่าจะเป็นชนกลุ่มแรก ที่ สร้างเมือง แต่ก่อนหน้านั้น ก็คงมีมนุษย์อาศัยอยู่ที่นั่นก่อนแล้ว แต่ยังไม่เป็นเมืองเต็มรูปแบบ ในขณะเดียวกัน ที่ลำพูน ก็มีเมืองชื่อหริภุญไชย ตามตำนานการสร้างเมืองเล่าว่า พระนางจามเทวีวงศ์ ธิตากษัตริย์

เมืองละโว้ เสด็จขึ้นมานครองหริภุญไชยใน พ.ศ. 1310 – 1311 ครั้งนั้น พระนางได้พาบริวาร ข้าราชการบริพาร ที่เชี่ยวชาญในศิลปวิทยาการต่างๆ ขึ้นมาด้วย หริภุญไชย จึงได้รับเอาพุทธศาสนาและศิลปวัฒนธรรม ละโว้ มาใช้ในการพัฒนาจนเจริญขึ้นเป็นแคว้นใหญ่ จวบจนประมาณปี พ.ศ. 1839 พญามังราย ผู้สืบเชื้อสายมาจากปู่เจ้าลาวจก หรือ ลวจักราช เป็นกษัตริย์แห่งราชวงศ์ลาว ครองเมืองเงินยาง ซึ่งได้แผ่อำนาจครอบคลุมลุ่มแม่น้ำกก และได้สร้างเวียงเชียงราย ขึ้นเป็นกองบัญชาการ ชองสู่มไพร่พล เพื่อยึดครองหริภุญไชย เนื่องจากหริภุญไชย เป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญ และเป็นชุมทางการค้า พญามังราย ได้เข้ายึดครองหริภุญไชย แล้วประทับอยู่เพียง 2 ปี ก็ทรงย้ายไปสร้างเวียงกุมกาม ใน พ.ศ. 1837 ก่อนจะย้ายมาสร้าง เวียงเชียงใหม่ ใน พ.ศ. 1839 โดยได้ร่วมกับพระสหายคือ พญางำเมือง และ พ่อขุนรามคำแหง สถาปนา "นพบุรีศรีนครพิงค์เชียงใหม่" ขึ้น พญามังราย ได้พัฒนาเมือง เชียงใหม่ ทั้งการก่อสร้างวัดวาอาราม มีการตรากฎหมายที่เรียกว่า "มังรายศาสตร์" รวมถึง รับเอา พุทธศาสนานิกายลังกาวงศ์ เข้ามาเผยแผ่ ในอาณาจักร ซึ่งทำให้พระภิกษุ ในล้านนา สนใจศึกษา พระพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก สมัยพระเจ้าติโลกราช กษัตริย์องค์ที่ 9 อาณาจักรล้านนา ได้ขยาย ออกไปอีกอย่างกว้างขวาง พร้อมกับได้ผูกสัมพันธ์ไมตรีกับสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถแห่งกรุงศรีอยุธยา ซึ่งในสมัยของพระเจ้าติโลกราชนี้เอง ที่ได้มีการส่งคายนาวะไตรปิฎก ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย อาณาจักรล้านนาเริ่มเสื่อมลงไปปลายสมัยพญาเมืองแก้ว เนื่องจากทำสงครามกับเชียงตุง พ่ายแพ้ เสียชีวิตไพร่พลเป็นอันมาก ประกอบกับเกิดอุทกภัย กระทบถึงความมั่นคงของอาณาจักร เมืองในการปกครอง เริ่มตีตัวออกห่าง พ.ศ. 2101 ในสมัยมหาเทวีจิริประภา กษัตริย์องค์ที่ 15 พม่าได้ยก กองทัพมาตีเชียงใหม่ เพียง 3 วันก็เสียเมือง และกลายเป็นเมืองขึ้นของพม่ายาวนานถึง 216 ปี ต่อมาในปี พ.ศ. 2317 พญาเจ้าบ้าน และพระเจ้ากาวิละ ได้ร่วมกันต่อต้านพม่า และอัญเชิญสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรี ยกทัพมาขับไล่พม่าพ่ายแพ้ไป ต่อมาในสมัยสมเด็จพระพุทธยอดฟ้า จุฬาโลก ได้ทรงแต่งตั้งพระเจ้ากาวิละ ขึ้นครองเมือง ในฐานะเมืองประเทศราช พระเจ้ากาวิละ ได้ฟื้นฟูเชียงใหม่ จนมีอาณาเขตกว้างขวาง การค้าขายรุ่งเรือง ขณะเดียวกันก็ได้จัดส่งบรรณาการ ส่งของและอื่นๆ ให้แก่กรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งยังมีอำนาจในการแต่งตั้งตำแหน่งเจ้าเมือง และขุนนาง ระดับสูง ล่วงมาถึงสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่ออิทธิพลตะวันตกแผ่เข้ามาในเมืองไทย มีการปฏิรูปการปกครอง โดยผนวกดินแดนล้านนาเข้ามาเป็นมณฑลพายัพ แต่ก็ยังเป็นเมืองประเทศราชในอาณัติราชอาณาจักร สยาม ตรงกับรัชสมัยของเจ้าอินทวิชยานนท์ และรัชกาลที่ 5 ได้ทรงขอเจ้าดารารัศมี ธิดาของเจ้าอินทวิชยานนท์ ไปเป็นชายา ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสองอาณาจักรใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น เมื่อมีการสร้าง ทางรถไฟขึ้นในเวลาต่อมา ส่งผลให้เมืองเชียงใหม่ ขยายตัวยิ่งขึ้น และใกล้ชิดกรุงเทพฯ มากขึ้น ในปี พ.ศ. 2475 เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครอง มณฑลเทศาภิบาลถูกยกเลิก เชียงใหม่มีฐานะเป็น จังหวัดหนึ่ง หลังจากนั้นเชียงใหม่พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ จนมีความสำคัญรองจากกรุงเทพฯ เท่านั้น

อาณาเขต :

ทิศเหนือ : ติดกับรัฐเชียงตุงของประเทศพม่า

ทิศใต้ : ติดกับจังหวัดลำพูน และ จังหวัดตาก

ทิศตะวันออก : ติดกับ จังหวัดลำปาง จังหวัดเชียงราย และ จังหวัดลำพูน

ทิศตะวันตก : ติดกับจังหวัดแม่ฮ่องสอน

จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งการปกครองออกเป็น 22 อำเภอและ 2 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอหางดง อำเภอแม่แตง อำเภอสารภี อำเภอสันกำแพง อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอเชียงดาว อำเภอสันทราย อำเภอฝาง อำเภอฮอด อำเภออมก๋อย อำเภอพร้าว อำเภอแมริม อำเภอสะเมิง อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอสันป่าตอง อำเภอแม่สาย อำเภอดอยเต่า อำเภอเวียงแหง อำเภอไชยปราการ อำเภอแม่วาง กิ่งอำเภอแม่ออน และกิ่งอำเภอดอยหล่อ
(ที่มา : <http://www.relaxzy.com/province/chiangmai/>)

ข้อมูลการเดินทาง

รถยนต์

จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านอยุธยา อ่างทอง นครสวรรค์ หลังจากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 117 ไปยังพิษณุโลก ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 11 ผ่านลำปาง ลำพูน ถึงเชียงใหม่ ระยะทางประมาณ 695 กิโลเมตร อีกทางหนึ่งคือ จากนครสวรรค์ ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 ผ่านกำแพงเพชร ตาก และลำปาง ถึงเชียงใหม่ ระยะทางประมาณ 696 กิโลเมตร

รถไฟ

มีรถด่วน และรถเร็ว ออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ทุกวัน สอบถามรายละเอียดได้ที่หน่วยบริการเดินทางการรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. 0-2223 7010, 0-2223-7020, 1690 สถานีรถไฟเชียงใหม่ โทร. 0-5324-2094 และ www.railway.co.th นอกจากนี้ ขบวนรถไฟ Orient-Express มีบริการเส้นทาง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ เป็นครั้งคราว สามารถสอบถามรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ บริษัท ซีทัวร์ จำกัด โทร. 0-2216-5783 หรือที่ www.orient-express.com

รถโดยสารประจำทาง

มีรถประจำทางปรับอากาศ สายกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ (หมอชิต 2) ถนนกำแพงเพชร 2 ทุกวันๆ ละหลายเที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 10 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดได้ที่ บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. 0-2936-2852-66 และที่เชียงใหม่ โทร. 0-5324 -1449, 0-5324-2664 หรือดูใน www.transport.co.th บริษัทอื่นที่มีบริการเดินรถ กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ ได้แก่ ทันจิตต์ทัวร์ โทร. 0-2936-3210, นครชัยแอร์ โทร. 0-2936-3901, 0-2936-3355, นิ่ววิริยะยานยนต์ทัวร์

โทร. 0-2936-2207, สมบัติทัวร์ โทร. 0-2936-3355, สหชาญทัวร์ โทร. 0-2936-2762, สยามเฟิสท์ทัวร์ โทร. 0-2954-3601-7

เครื่องบิน

- การบินไทย บริการเที่ยวบินประจำ ระหว่างกรุงเทพฯ – เชียงใหม่ ทุกวัน ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง สำรองที่นั่ง โทร. 0-2280-0060, 0-2628-2000, 0-2356-1111 สอบถามรายละเอียด โทร. 1566 สำนักงานเชียงใหม่ โทร. 0-5321-0043-4 และ www.thaiairways.com
- สายการบิน บางกอกแอร์เวย์ บริการเที่ยวบิน กรุงเทพฯ-สุโขทัย-เชียงใหม่ โทร. 0-2265-5555, 0-2265-5678 และ www.bangkokair.com
- สายการบินวันทูโก มีบริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ ทุกวันสอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 1126 หรือ www.fly12go.com
- สายการบินนกแอร์ เปิดบริการเที่ยวบินกรุงเทพฯ – เชียงใหม่ และ เชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน ทุกวัน และ กรุงเทพฯ – เลย – อุดรธานี – เชียงใหม่ ทุกวันศุกร์ และวันอาทิตย์ รายละเอียดสอบถามศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทร. 1318 หรือ WWW.nokair.com
- สายการบิน ไทยแอร์เอเชีย มีบริการเที่ยวบินระหว่าง กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ สอบถามรายละเอียด โทร. 0-2515-9999 หรือ www.airasia.com
- สายการบิน เอส จี เอ มี บริการเที่ยวบิน เชียงใหม่ – เชียงราย เชียงใหม่ – ปาย และ เชียงใหม่ - แพร่ โทร. 0-2664-6099 เว็บไซต์ www.sga.co.th
(ที่มา : <http://thai.tourismthailand.org>)

สถานที่ท่องเที่ยว จังหวัด เชียงใหม่

อำเภอเมือง (ในตัวเมือง)

ชุมชนวัดเกต เป็นชุมชนโบราณที่ตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำปิงด้านตะวันออก เกิดจากชนหลายเชื้อชาติ ไม่ว่าจะเป็นชาวจีน ชาวฝรั่ง และชาวพื้นเมือง สามารถดูได้จากรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่ยังหลงเหลือมาจนถึงในปัจจุบันนี้ มีวัดเกตการามอยู่ศูนย์กลางระหว่างชุมชน การก่อสร้างอาคารบ้านเรือน เริ่มขึ้นอย่างจริงจังช่วงหลัง พ.ศ. 2339 หรือหลังการสถาปนาเมืองเชียงใหม่เป็นประเทศราชของกรุงรัตนโกสินทร์นี้เอง ก่อนหน้าที่รถไฟจะมาถึงเชียงใหม่ที่นี้เป็นชุมชนที่เป็นท่าน้ำสำคัญของการเดินทางเรือระหว่างกรุงรัตนโกสินทร์ (กรุงเทพฯ) มายังเมืองเชียงใหม่ และเมืองอื่นๆ ที่อยู่ทางใต้ลงไป ย่านวัดเกตจึงเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ตามความจำเป็นทางเศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่ในยุคนั้น สถานที่ที่รวบรวมหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของชุมชนนี้อยู่ที่ พิพิธภัณฑ์วัดเกต ตั้งอยู่ที่วัดเกตการาม สิ่งของที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ คือ สมบัติเดิมของวัด เช่น ซ่อฟ้า ใบระกา ซึ่ง

เป็นไม้แกะสลักจากโบสถ์เดิม ถ้วยชามฝาคีบ ภาชนะต่างๆ เป็นต้น พิพิธภัณฑ์เปิดทุกวัน เวลา 08.00 – 16.00 น.

วัดเจติยหลวงวรวิหาร ถนนพระปกเกล้า วัดนี้ตั้งอยู่ใจกลางเมืองเชียงใหม่ พอดี ประดิษฐานเจดีย์ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ สร้างขึ้นในรัชกาลพระเจ้าแสนเมืองมหาราช ธิราช องค์ที่ 7 แห่งราชวงศ์มังราย (พ.ศ. 1913 – 1954) ต่อมาพระยาติโลกราชโปรดให้ช่างขยายเจดีย์ให้สูง และกว้างกว่าเดิม แล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2024 และอัญเชิญพระแก้วมรกตมาประดิษฐานระหว่าง พ.ศ. 2011 – 2091 นานถึง 80 ปี ต่อมาในสมัยพระนางจિระประภา ได้เกิดแผ่นดินไหวเมื่อ พ.ศ. 2088 ทำให้ยอดเจดีย์หักโค่นลง ปัจจุบันเจดีย์มีความสูงคงเหลือ 40.8 เมตร ฐานกว้าง ด้านละ 60 เมตร วิหารหลวงของวัดนี้ เจ้าคุณอุปาสีคุณปรมาจารย์ (สิริจันทะเถระ) และเจ้าแก้วนรรัฐเป็นผู้สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2471 หน้าประตูทางเข้าวิหาร มีบันไดนาคเลื้อยงดงามยิ่ง ใช้หางเกี่ยวกระหวัดขึ้นไปเป็นซุ้มประตูวิหารนาคคู่นี้ เป็นฝีมือเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่เดิม ได้ชื่อว่า เป็นนาคที่ สวยที่สุดของภาคเหนือ และในวัดเจติยหลวงนี้ ยังมี เสาอินทขิล หรือเสาหลักเมือง สร้างขึ้นเมื่อครั้งพ่อขุนเม็งรายมหาราช สร้างเมือง **เชียงใหม่** เมื่อ พ.ศ. 1839 ประดิษฐานอยู่ในวิหารจตุรมุขทรงไทยหลังเล็กๆ เสาอินทขิลนี้ สร้างด้วยไม้ซุงต้นใหญ่ ฝังอยู่ใต้ดิน ทุกปีในวันแรม 12 ค่ำ เดือน 8 (เหนือ) หรือประมาณเดือนพฤษภาคมจะมีงานเรียกว่า เข้าอินทขิล เป็นการฉลองหลักเมือง

วัดแสนฝาง ถนนท่าแพ ซึ่งในสมัยก่อนเป็นย่านการค้าของพ่อค้าชาวพม่า เป็นวัดเก่าแก่วัดหนึ่งที่มีศิลปการก่อสร้างแบบพม่า โดยเฉพาะเจดีย์ที่มีการตกแต่งลวดลายปูนปั้น วิจิตรงดงาม นอกจากนี้ ยังมีกุฏิเจ้าอาวาส ซึ่งสร้างมานานกว่า 100 ปี เป็นจุดที่น่าสนใจอีกด้วย ตามประวัติเล่าว่า พระเจ้าอินทวิชยานนท์ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ องค์ที่ 7 ให้หรือที่ประทับของ พระเจ้ากาวิโรรสสุริวงค์ (เจ้าชีวิตอ้าว) เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ องค์ที่ 6 มาสร้างเมื่อ พ.ศ. 2420 ครั้นสร้างเสร็จแล้วจึงโปรดให้มีการฉลองใน พ.ศ. 2421

เวียงกุมกาม เป็นเมืองโบราณที่พญามังราย (พ่อขุนเม็งราย) ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1829 มีคูเวียงอยู่ 4 ด้าน เพื่อไขแม่น้ำปิงให้ขังไว้ในคูเมือง จากการสำรวจพบว่า มีโบราณสถานที่ปรากฏอยู่ในเวียงกุมกามและใกล้เคียง 20 แห่ง ทั้งที่เป็นซากโบราณสถาน และ เป็นวัดที่มีพระสงฆ์จำวัดอยู่ โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่ วัดเจติยเหลี่ยม วัดช้างค้ำ วัดน้อย วัดปู่เปี้ย วัดกู่ขาว วัดอีก้าง วัดหัวหนอง และวัดปู่ซัง ปัจจุบันเวียงกุมกาม อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของ เมืองเชียงใหม่ ประมาณกิโลเมตรที่ 3 – 4 ถนนซูเปอร์ไฮเวย์ (เชียงใหม่ – ลำพูน) ในเขตตำบลท่าวังตาล อำเภอสารภี และอยู่ใกล้ฝั่งแม่น้ำปิงด้านทิศตะวันออก การเดินทาง เข้าทางดู่ยามหนองหอย และ ตรงมาจนทะเลแยกเกาะกลางปากล้วยตรงต่อไปจนถึง ดู่ยามเจติยเหลี่ยม วัดเจติยเหลี่ยม หรือ เจติยคู่คำ ถนนสายเกาะกลางบริเวณเวียงกุมกาม สร้างขึ้นในรัชสมัยของพญามังราย เมื่อ พ.ศ. 1831 กล่าวคือ

หลังจากที่พระองค์ได้ยกทัพมาตีเมืองลำพูนแล้ว ทรงมอบเมืองลำพูนให้อำมาตย์คนสนิทชื่อ อ้ายฟ้า ครองเมืองแทน ส่วนพระองค์ก็ยกทัพไปสร้างเมืองใหม่ ทางทิศ ตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ได้ 2 ปี จึงยกทัพไปสร้างเมืองใหม่อยู่ใกล้ฝั่งแม่น้ำปิง เมื่อ พ.ศ. 1829 ให้ชื่อเมืองนี้ว่าเวียงกุมกาม จนถึง พ.ศ. 1830 พระองค์ทรงให้ช่างไปถ่ายแบบพระเจดีย์มาจากวัดจามเทวีลำพูน เพื่อนำมาสร้างให้เป็นที่ยึดเกาะ แก่คนทั้งหลาย โดยสร้างเจดีย์องค์นี้ มีฐานกว้าง 8 วา 1 ศอก สูง 22 วา มีพระพุทธรูปบรรจุอยู่ในซุ้ม ทั้ง 4 ด้าน ด้านละ 15 องค์ รวม 60 องค์ หลังจาก นั้นมาเป็นเวลาหลายร้อยปี วัดนี้ได้ถูกทอดทิ้งให้ รกร้าง จนถึงพ.ศ. 2451 มีคหบดีชาวพม่าคนหนึ่งได้มาเห็นเข้า เกิดความเลื่อมใส ได้บูรณะขึ้นใหม่ โดยให้ช่างชาวพม่าเป็นผู้ดำเนินการ จึงมีศิลปะแบบพม่าเข้ามาแทนที่ศิลปะแบบดั้งเดิม คงมีแต่โครงสร้าง ที่ยังเป็นรูป เดิมอยู่เท่านั้น

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงใหม่ ถนนซูเปอร์ไฮเวย์ สายเชียงใหม่ – ลำปาง ใกล้ๆ กับวัดเจ็ดยอด รวบรวมสิ่งของที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของภาคเหนือไว้ เช่น พระพุทธรูป สกุลช่างสมัยล้านนาต่างๆ และพระพุทธรูปสมัยเชียงแสน เครื่องไม้แกะสลัก เครื่องถ้วยภาคเหนือ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของชาวล้านนาและชาวเขาเผ่าต่างๆ ภาพถ่ายประวัติศาสตร์ของเชียงใหม่ พิพิธภัณฑ์เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 09.00 – 16.00 น. หยุดช่วงวันสงกรานต์ และวันปีใหม่ ค่าเข้าชม คนไทย 10 บาท ชาวต่างประเทศ 30 บาท นักเรียน นักศึกษาฟรี

พิพิธภัณฑ์แมลงโลกและสิ่งมีชีวิตจรรยธรรมชาติ รวบรวมแมลงชนิดต่างๆ จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ตัวงู กวาง ผีเสื้อ ตั๊กแตน นอกจากแมลงแล้ว ยังมีซากพืช และสัตว์ดึกดำบรรพ์ต่างๆ และหินสะสมสวยงามประเภทต่างๆ ไว้ด้วย แต่สิ่งที่ทำให้ พิพิธภัณฑ์นี้ มีความเป็นพิเศษขึ้นมาอีก คือ เป็นแหล่งรวมยุง ในประเทศไทยสี่ร้อยกว่าชนิด ที่ใช้เวลาสี่สิบกว่าปี ในการรวบรวม เพื่อ งานวิจัยทางการแพทย์ ที่ตั้ง 72 ถนนนิมมานเหมินท์ ซอย 13 (ศิริมิ่งคลาจารย์ ซอย 3) ตำบลสุเทพ

วัดสวนดอก หรือ วัดบุปผาราม ถนนสุเทพ พญาเกือกนาทรงสร้างขึ้น เมื่อ พ.ศ. 1914 (ศักราชนี้ถือตามหนังสือชินกาลมาลีปกรณ์ของพระรัตนปัญญาเกตุ) เพื่อให้เป็นที่จำพรรษา ของพระมหาเถระสุนน ผู้ประดิษฐานพระพุทธรูปศาสนาธิลังกาวงศ์ในล้านนา วัดนี้ แต่เดิมเป็น พระราชอุทยานของกษัตริย์ล้านนาไทยสมัยแรกเริ่ม มีสถาปัตยกรรมสำคัญ คือ เจดีย์ประธานเป็นเจดีย์ ทรงกลม ครอบบรรจุอัฐิเจ้าตระกูล ณ เชียงใหม่ และวิหารโถง นอกจากนี้ยังเป็นที่ประดิษฐานพระเจ้าเก้าตื้อ ซึ่งพญาเมืองแก้วโปรดให้หล่อขึ้นเป็นพระพุทธรูปสำริดขนาดใหญ่ ศิลปะล้านนามสมกับศิลปะสุโขทัย

เส้นทางสายตะวันตก เส้นทางเชียงใหม่-ดอยสุเทพ ทางหลวงหมายเลข 1004

สวนรุกขชาติห้วยแก้ว เป็นที่รวบรวมพันธุ์ไม้นานาชนิดไว้ศึกษา เป็นสถานที่ ร่มรื่น เหมาะสำหรับเป็นที่พักผ่อน และยังมีสวนสุขภาพสำหรับออกกำลังกาย ตั้งอยู่ถัดจากมหาวิทยาลัย

เชียงใหม่ ทางขึ้นดอยสุเทพ

สวนสัตว์เชียงใหม่ ถนนห้วยแก้ว ห่างจากตัวเมืองประมาณ 5 กิโลเมตร ใกล้กับสวนรุกขชาติ เป็นสวนสัตว์ขนาดใหญ่ มีสัตว์มากมาย หลายชนิด ทั้งที่มีอยู่ในเมืองไทย และ นำมาจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก มีหมีแพนด้า หูตสันถวไมตรี เชื่อมความสัมพันธ์ไทย – จีน อุทยานสัตว์น้ำ 700 ปี ศรีนครพิงค์ สวนนกเพนกวิน และสวนนกฟีนซ์ ซึ่งเป็นนกขนาดเล็ก มีสีสันสวยงาม จนได้รับการขนานนามว่าเป็น อัญมณีบินได้ มีสวนอาหาร เต็นท์ แคมป์ไว้บริการ เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 8.00 – 18.00 น. เปิดขายบัตรถึงเวลา 17.00 น. นอกจากนั้นยังมี ทิวชมสัตว์ป่า ยามค่ำคืน Twilight Zoo โดยรถยนต์นำชมพฤติกรรมสัตว์ต่างๆ ที่ออกหากินยามกลางคืน พร้อมวิทยากรบรรยายให้ความรู้ ตั้งแต่เวลา 18.30 – 21.00 น.

อนุสาวรีย์ครูบาศรัววิชัย ตั้งอยู่ตรงทางขึ้นดอยสุเทพ ก่อนถึงน้ำตกห้วยแก้ว ครูบาศรัววิชัยเป็นนักบุญแห่งล้านนาไทย ผู้เป็นที่เคารพ ศรัทธาของชาวเชียงใหม่ และประชาชน โดยทั่วไป ผู้ที่จะขึ้นไปดอยสุเทพ มักจะเวียนมัสการอนุสาวรีย์ครูบาศรัววิชัย เพื่อความเป็นสิริมงคล ครูบาศรัววิชัย เป็นผู้ริเริ่มชักชวนให้ประชาชนชาวเหนือร่วมแรงร่วมใจกันสร้างถนนจากเชิงดอย ขึ้นไปสู่ วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพ โดยเริ่มลงมือ เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2477 และแล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2478 รวมระยะทาง 10 กิโลเมตร

วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร เดินทางตามถนนห้วยแก้วผ่านอนุสาวรีย์ครูบาศรัววิชัย ไปตามทางคดเคี้ยวขึ้นเขา ระหว่างทางจะมองเห็นตัวเมืองเชียงใหม่อยู่เบื้องล่าง ระยะทางจากเชิงดอยถึงวัดประมาณ 11 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณครึ่งชั่วโมง วัดพระธาตุดอยสุเทพนี้ เป็นปูชนียสถานคู่เมืองเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวซึ่งเดินทางมาที่จังหวัดนี้ จะต้องขึ้นไปนมัสการพระบรมธาตุกันทุกคน หากใครไม่ได้ขึ้นไปนมัสการแล้ว ถือเสมือนว่ายังไม่ถึงเชียงใหม่ มีงานประเพณีสงกรานต์ในวันเพ็ญ วิสาขบูชา ทุกปี นักท่องเที่ยวสามารถเดินขึ้นบันไดนาคไป 300 ขั้น เพื่อไปยังวัดหรือใช้บริการรถกระเช้าขึ้น-ลง ดอยสุเทพได้ ระหว่างเวลา 05.30 – 19.30 น. นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนตัว สามารถเดินทางมาที่วัด โดยรถสองแถวประจำทาง จากบริเวณหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ด้านถนนห้วยแก้ว ซึ่งบริการระหว่างเวลาประมาณ 05.00 – 17.00 น.

อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย มีพื้นที่ประมาณ 262.50 ตารางกิโลเมตร หรือ 163,162.50 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอแมริม อำเภอหางดง และอำเภอเมือง

พระตำหนักภูพิงค์ราชนิเวศน์ จากวัดพระธาตุดอยสุเทพไปยังพระตำหนักฯ ระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร เป็นพระตำหนักประทับ แปรพระราชฐานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ สร้างเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2505 ตั้งอยู่บนดอยบวกห้า โดยปกติแล้วจะเปิดให้ประชาชนเข้าชมทุกวัน ทั้งนี้จะต้องเป็นช่วงเวลาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มิได้เสด็จแปรพระราชฐานไปประทับ ซึ่งปกติจะปิดในช่วงเวลาตั้งแต่ประมาณกลางเดือนธันวาคม – ต้นเดือนกุมภาพันธ์

เชียงใหม่ไนท์ ซาฟารี ตั้งอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ - ปุย ตำบลแม่เหียะ และตำบลสุเทพ อำเภอเมืองและตำบลหนองควาย อำเภอหางดง พื้นที่ทั้งหมดประมาณ 819 ไร่ ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 10 กิโลเมตร เป็นสวนสัตว์กลางแจ้งที่มีความสมบูรณ์พร้อมมีบริการรถรับ-ส่ง เพื่อขึ้นชมสัตว์ป่าในบรรยากาศต่างๆ เช่น พุ่มหญ้า savanna ชมช้าง ยีราฟ ม้าลาย ด้วยรถลากเปิดโล่ง หรือ ระทึกใจในการนั่งรถชมสัตว์ดุร้ายอย่างใกล้ชิด เช่น สิงโต หมีควาย เสือ ไฮยีนา และจระเข้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังจัดเส้นทางเดินชมสัตว์ป่า ในบรรยากาศสวยงามริมฝั่งทะเลสาบ แวดล้อมด้วยต้นไม้พันธุ์ สัตว์พบเห็น ได้แก่ หมีขอ สมเสร็จ บราซิล อีโปแคระ แมวดาว หมูน้ำ และนกฟลามิงโก เป็นต้น การเดินทางจากตัวเมืองเชียงใหม่ไปตามถนนห้วยแก้ว เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 121 ทางไปอำเภอหางดง ประมาณ 10 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาอีกประมาณ 2 กิโลเมตร เปิดบริการ เวลา 10.00 – 24.00 น.

สวนเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549 แหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตร และแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ชมสถาปัตยกรรมล้านนาอันวิจิตรงดงามของหอคำหลวง ซึ่งเป็นสถานที่จัดแสดงนิทรรศการ 6 ทศวรรษ กษัตริย์นักพัฒนา นอกจากนั้นท่านจะได้ชมพันธุ์ไม้นานาพรรณบนพื้นที่ 470 ไร่ ท่ามกลางอ้อมกอดแห่งขุนเขาของจังหวัดเชียงใหม่ สวนเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549 เปิดให้เข้าชมอย่างเป็นทางการ เข้าชมได้เต็มพื้นที่ 470 ไร่ เปิดให้บริการวันอังคาร-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 9.00 – 18.00 น. โดยไม่เสียค่าเข้าชมสวนสวนเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549 ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ตำบลแม่เหียะ อำเภอเมืองเชียงใหม่ และตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ทั้งหมด 417 ไร่ ห่างจากใจกลางเมืองเชียงใหม่ ประมาณ 12 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยรถยนต์จากตัวเมืองเชียงใหม่ ไปตามทางหลวงหมายเลข 1004 (ถนนห้วยแก้ว) เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข 121 (ถนนคันคลองชลประทาน) ไปทางอำเภอหางดง ระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวขวาเข้าถนนราชพฤกษ์ไปประมาณ 1 กิโลเมตร หรือเดินทางโดยรถยนต์จากตัว

เส้นทางสายตะวันตกเฉียงใต้ เส้นทางเชียงใหม่-ฮอด ทางหลวงหมายเลข 108

อุทยานแห่งชาติออบขาน มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 484 ตารางกิโลเมตร หรือ 302,500 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สะเมิง หางดง แม่วาว และสันป่าตอง ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาหินปูนและหินอัคนี ประกอบด้วยป่าประเภทต่างๆ ได้แก่

ดิบเขา สนเขา ดิบแล้ง เบญจพรรณ และเต็งรัง เป็นต้นกำเนิดน้ำแม่วาง น้ำแม่วิน และน้ำแม่ขาน และที่นี่เป็นแหล่งที่พบเอื้องมณีไตรรงค์แห่งเดียวในประเทศไทย ซึ่งจะบานในช่วงเดือนมกราคมสถานที่ที่น่าสนใจในอุทยานฯ ได้แก่ ออบขาน ห้วยหญ้าไซ ห้วยโป่งผาลาย น้ำตกขุนป้วย น้ำตกแม่เตียน ถ้ำดอยโตน น้ำพุร้อนแม่โต น้ำตกมรกต น้ำตกแม่มุด น้ำตกขุนวิน น้ำตกแม่วาง และถ้ำตึกแตน และมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ

วัดพระธาตุดอยน้อย ตำบลดอยหล่อ อำเภอจอมทอง ตามทางหลวงหมายเลข 108 ระหว่างกิโลเมตรที่ 43 – 44 หากมาจากเชียงใหม่ จะอยู่ฝั่งซ้ายมือ ตามประวัติว่าสร้างโดยพระนางจามเทวี เมื่อ พ.ศ. 1201 โบราณสถานและโบราณวัตถุที่พบ ได้แก่ พระบรมธาตุโขงพระ (กรุพระ) โบสถ์ วิหาร และพระพุทธรูปหินอ่อนแกะสลัก ทั้งองค์เล็กองค์ใหญ่มากมาย บริเวณวัดตั้งอยู่บนภูเขาดินดำน้ำปิง มองเห็นทิวทัศน์ โดยรอบทุกทิศ มีบันไดนาคนขึ้นไป 241 ขั้น

เส้นทางหางดง-สะเมิง-แมริม ทางหลวงหมายเลข 1269

โครงการหลวงห้วยผักไผ่ (ทุ่งเริง) บ้านแม่ฮะ ตำบลบ้านปาง อำเภอหางดง สามารถเดินทางจากเชียงใหม่ได้สองทาง คือ ตามทางสายเชียงใหม่-แมริม-สะเมิง-หางดง ระยะทาง 32 กิโลเมตร และเส้นทางสายเชียงใหม่-หางดง-สะเมิง ระยะทาง 43 กิโลเมตร พันธุ์ไม้ที่ปลูก คือ กุหลาบหนูที่จะปลูกกันทั้งปี และยังมีผักยอดชาโยเต้ ลูกผักแว่น มะเขือม่วงก้านเขียว ถั่วแขก และมะระขาว เป็นต้น

วัดต้นแก้ว (วัดอินทราวาส) บ้านต้นแก้ว ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง เป็นวัดเก่าแก่ที่มีลักษณะงดงามมาก สิ่งที่น่าสนใจ คือ ศาลาจัตุรมุขซึ่งพบเพียงหลังเดียว ในภาคเหนือ นอกจากนี้ ศิลปกรรมล้านนาดั้งเดิมภายในวัดนี้ยังจัดว่า เป็นต้นแบบที่สมบูรณ์ และมีคุณค่ามาก สมาคมสถาปนิกสยาม ประกาศให้เป็นอาคารอนุรักษ์ดีเด่น เมื่อ พ.ศ. 2532

เส้นทางจอมทอง-ดอยอินทนนท์-แม่แจ่ม ทางหลวงหมายเลข 1009

ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) หมู่ที่ 10 ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง เป็นที่ตั้งของศูนย์วิจัย เกษตรหลวงเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในวงล้อมของแนวเทือกเขาอินทนนท์เหมาะสำหรับผู้ต้องการศึกษาธรรมชาติ หรือท่องเที่ยวเชิงการเกษตร มีพันธุ์ไม้เมืองหนาวนานาชนิดที่พร้อมใจกันออกดอกบานสะพรั่งยามหน้าหนาว ออกผลเต็มต้นให้เด็ดชิมในฤดูร้อน และยังมีนกในเทือกเขาอินทนนท์นานาชนิดให้ศึกษา รวมทั้งมีทิวทัศน์ที่เขียวชอุ่มโอบล้อมโดยรอบด้วยไม้ใหญ่เปลี่ยนสีสลับตามฤดูกาล

สถานียทดลองเกษตรที่สูงแม่จอนหลวง บ้านม้งขุนแม่วาง หมู่ที่ 6 ตำบลแม่นาจร อำเภอแม่แจ่ม พืชพันธุ์ที่นำมาวิจัยที่นี่ต่างมีฤดูกาลติดดอก และพักตัวผลัดเปลี่ยนกันตลอดทั้งปี ไม่ว่าวันหยุดพักผ่อนจะเป็นเดือนไหน เมื่อมาที่นี่เป็นไม่เสียเที่ยว เพราะถึงจะพลาดชม

ความงามของดอกซากุระ นักท่องเที่ยวก็จะได้ชมสตรีวอร์เบอร์รี่ปลอดสารพิษสดจากไร่แทน หรือถ้ามาไม่ทันช่วงท้อติดผล ก็จะได้เห็นความงามของดอกสาลีสีขาว และไม้ดอกเมืองหนาวนานาพันธุ์พร้อมกับนั่งจิบชาทอดอารมณ์ ชมวิวนบยดคอย ยิ่งบนดอยสูงอย่างที่แม่จอนหลวงนี้ มีการปรับแต่งพื้นที่แบบขั้นบันได ช่วยขยายมุมมองทัศนียภาพโดยรอบได้กว้างยิ่งขึ้น สำหรับผู้ที่ นิยมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หากได้มาเยือนที่นี่คงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะซึมซับความรู้ในงานวิชาการ และความงามทางธรรมชาติ กลับบ้านไปพร้อมกัน

วัดพระธาตุศรีจอมทองวรวิหาร จากตัวเมืองเชียงใหม่มุ่งหน้าไปตามถนนสายเชียงใหม่ – ฮอด 58 กิโลเมตร เป็นวัดสำคัญคู่เมืองจอมทอง และเป็นทีเคารพสักการะของชาวเหนือโดยทั่วไป ประเพณีเด่นของวัดคือ “การแห่ไม้ค้ำโพธิ์” ซึ่งเป็นประเพณีของชาวล้านนาที่ถือว่าการเอาไม้มาค้ำโพธิ์เป็นการสืบทอดพระพุทธศาสนา

อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ แต่เดิมดอยอินทนนท์มีชื่อว่า “ดอยหลวง” หรือ “ดอยอ่างกา” ดอยหลวง หมายถึงภูเขาที่มีขนาดใหญ่ ส่วนที่เรียกว่าดอยอ่างกานั้น มีเรื่องเล่าว่า ห่างจากดอยอินทนนท์ไปทางทิศตะวันตก 300 เมตร มีหนองน้ำอยู่แห่งหนึ่ง ลักษณะเหมือนอ่างน้ำ แต่ก่อนนี้มีฝูงกาไปเล่นน้ำกันมากมาย จึงเรียกว่า อ่างกา ต่อมาจึงรวมเรียกว่า ดอยอ่างกา

น้ำตกแม่กลาง เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ชั้นเดียว สูงประมาณ 100 เมตร ต้นน้ำอยู่บนดอยอินทนนท์ มีน้ำไหลตลอดปี มีความสวยงามตามธรรมชาติ การเดินทางจากทางแยกเข้าทางหลวง 1009 ไปอีก 8 กิโลเมตร แยกซ้าย 500 เมตร เป็นทางลาดยางตลอด

น้ำตกวชิรธาร เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ เดิมชื่อ “ตาดชั่งโยง” น้ำจะดิ่งจากผาด้านบนตกลงสู่แอ่งน้ำเบื้องล่าง ในช่วงที่มีน้ำมาก ละอองน้ำจะสาดกระเซ็นไปทั่วบริเวณรู้สึกได้ถึง ความเย็นและชุ่มชื้น และสะพานไม้ที่ทอดยาว เข้าไปหาหน้าผานั้นจะเปียกชื้น อยู่ตลอดเวลา แต่หากเดินเข้าไปจนสุดจะได้สัมผัสกับความงามของน้ำตกมากที่สุด

พระมหาธาตุุนภเมทนีดล และพระมหาธาตุุนภพลภูมิสิริ ตรงหลัก กิโลเมตรที่ 41.5 ทางด้านซ้ายมือ สร้างขึ้นโดยกองทัพอากาศ ร่วมกับพลกนิกรชาวไทย โดยพระมหาธาตุุนภเมทนีดล สร้างถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในวโรกาส ทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ เมื่อ พ.ศ. 2530 และพระมหาธาตุุนภพลภูมิสิริ สร้างถวาย สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในวโรกาสทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 5 รอบ เมื่อพ.ศ. 2535 พระมหาธาตุ ทั้ง 2 องค์นี้ มีรูปทรงคล้ายคลึงกัน คือ ฐานเป็นรูป 12 เหลี่ยม มีระเบียงแก้วโดยรอบเป็น 2 ระดับ ยอดปลีขององค์เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุและพระพุทธรูปบูชา รอบบริเวณ สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของดอยอินทนนท์ได้ อย่างสวยงาม

เส้นทางศึกษาธรรมชาติบนดอยอินทนนท์

ก๊วแม่ปาน ทางเข้าอยู่กิโลเมตรที่ 42 ด้านซ้ายมือ ระยะทางเดิน 3 กิโลเมตร เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการสัมผัสธรรมชาติแท้จริง ระหว่างทางเดินจะพบป่าดิบเขา (Hill Evergreen) ก่อนผ่านเข้าสู่ทุ่งหญ้า ซึ่งเคยเป็นพื้นที่ป่าถูกทำลาย เพื่อเป็นการศึกษาลักษณะการเกิดผลกระทบ ต่อเนื่องบริเวณรอยต่อระหว่างพื้นที่ป่าสมบูรณ์กับพื้นที่ถูกทำลาย หลังจากนั้นทางเดินจะเลาะริมผา มีไผ่หมอกปลิวผ่านตลอดเวลาคงจะพบดอกกุหลาบพันปี หรือ Rhododendron (ไม้พุ่มหรือไม้ต้นขนาดเล็ก ขึ้นตามป่าในระดับสูง มีพันธุ์ดอกสีขาวและสีแดง เวลาออกดอกช่วงแรกมีลักษณะเหมือนปลีกล้วย ก่อนที่จะบานเต็มต้นในช่วงเดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์ พบมากในแถบเทือกเขาหิมาลัย และเป็นไม้ประจำชาติของเนปาลด้วย) มองลงไปยังเบื้องล่างจะพบทัศนียภาพที่งดงาม ของอำเภอแม่แจ่ม

อ่างกาหลวง เส้นทางนี้สำรวจวางแผน และออกแบบเส้นทางเดิน โดย คุณไมเคิล แมคมิลแลน วอลซ์ เส้นทางนี้มีระยะทาง 1,800 เมตร พื้นที่นี้เป็นหนองน้ำซับในหุบเขา จุดเด่นที่น่าสนใจ คือ ป่าดิบเขาในระดับสูง ลักษณะของพรรณไม้เขตอบอุ่นผสมกับเขตร้อนที่พบเฉพาะ ในระดับสูง การสะสมของอินทรีย์วัตถุในป่าดิบเขา ลักษณะอากาศเฉพาะถิ่น

อำเภอแม่แจ่ม

หมู่บ้านทอผ้าขึ้นดินจก อยู่ห่างจากตัว อำเภอแม่แจ่ม ไปประมาณ 3 กิโลเมตร ชาวบ้านที่ตำบลนี้นิยมทอผ้าขึ้นดินจกกันมาก ซึ่งทำกันถึง 150 ครอบครัว และแต่ละบ้าน จะมีเครื่องทออยู่ใต้ถุนบ้าน ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองชนิดนี้เป็นที่นิยมอย่างสูง เพราะมีความสวยงาม และลวดลายที่ออกมามีเอกลักษณ์เฉพาะ

วัดป่าแดด ตำบลท่าผา สิ่งที่น่าสนใจ คือ ภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในวิหาร ที่ค่อนข้างสมบูรณ์ วาดโดยช่างแต้มชาวไทยใหญ่ เป็นเรื่องพุทธประวัติ และชาดกต่างๆ วิหารหลังนี้ สร้างขึ้น พร้อมกับการสร้างวัด เมื่อ ประมาณ พ.ศ. 2400

อุทยานแห่งชาติออบหลวง ออบหลวงเป็นสถานที่ น่าเที่ยว ที่ธรรมชาติ สร้างสรรค์ความสวยงาม และน่ากลัวไว้ในจุดเดียวกัน กล่าวคือ เบื้องล่างเป็นแม่น้ำที่ไหลคดเคี้ยว ผ่านช่องเขาขาดตรงออบหลวง ช่องเขานี้ มีลักษณะเป็นหน้าผาสูงชันและแคบมาก บิบบางน้ำไหล ดังนั้น แม่น้ำตรงนี้จึงเชี่ยวจัด เสียงน้ำกระทบหน้าผาดังสนั่น รอบๆ บริเวณงดงามไปด้วยหมู่ไม้ไม้ใหญ่ ร่มรื่นอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีสะพานเชื่อมช่องเขาขาดสำหรับนักท่องเที่ยวยืนชมความงาม ของทัศนียภาพออบหลวง และภายในบริเวณอุทยานฯ มีแหล่งโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ด้วย

สถานีทดลองปลูกพรรณไม้บ่อแก้ว (สวนสนบ่อแก้ว) อยู่บนเส้นทางสาย ฮอด - แม่สะเรียง กิโลเมตรที่ 36 สถานีฯ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสำรวจวัตถุดิบ เพื่อทำเยื่อกระดาษ เป็นแปลงทดลองปลูกพืชจำพวกสน และยูคาลิปตัส ในเนื้อที่ทั้งหมด 2,072 ไร่ อากาศของที่นี่ชื้น

และเย็นตลอดปี งามด้วยทิวสนที่ปลูกอย่างเป็นระเบียบงามตาจึงทำให้บริเวณสถานี กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมแห่งหนึ่ง

อุทยานแห่งชาติแม่อิง มีพื้นที่ประมาณ 990 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ อำเภอฮอด และ อำเภอแม่แจ่ม ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาสลับซับซ้อน โดยมีดอยกิ่วแม่ปาน เป็นยอดเขาสูงสุด มีความสูง 1,715 เมตรจากระดับน้ำทะเล เทือกดอยเหล่านี้ปกคลุมด้วยป่าดิบเขา ป่าดิบแล้ง ป่าสนเขา ป่าเบญจพรรณ และป่าเต็งรัง เป็นแหล่งต้นน้ำของ ลำน้ำแม่แจ่ม และลำน้ำแม่อิง สำหรับสัตว์ป่ายังคงพบเลี้ยงผา เก้ง หมูป่า หนูป่า รวมทั้งนกนานาชนิด

ดอยม่อนจอง ขึ้นอยู่กับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอมก๋อย ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ และ อำเภอสามเงา จังหวัดตาก สิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวดอยม่อนจอง ก็คือ กว้างผาหรือม้าเทวดาซึ่งมีถิ่นอาศัยอยู่ที่นี่ และทิวทัศน์ที่สวยงามของทิวเขา และ ถ้ามาในเดือนธันวาคมถึงมกราคมจะได้พบดอกกุหลาบพันปีที่กำลังบาน ว่ากันว่าต้นนี้เป็นต้นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นกหายากที่พบที่นี่ ได้แก่ เหยี่ยวนกเขาทองขาว นกอินทรีแถบปีกดำ นกอินทรีเล็ก นกเป็ดน้ำทองขาว นกมุ่นรกคอดแดง นกเดินดงคอดำ เป็นต้น

เส้นทางสายเหนือ เส้นทางเชียงใหม่-ฝาง ทางหลวงหมายเลข 107

พิพิธภัณฑ

- พิพิธภัณฑชาวนา
- พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแห่งประเทศไทย
- พิพิธภัณฑพระตำหนักดารารัณย์
- บ้านควายไทย

เขื่อนแม่งัดสมบูรณ์ชล อยู่ในความรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติศรีลานนา เป็นเขื่อนที่กรมชลประทานสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2520 เสร็จในพ.ศ. 2528 ตั้งอยู่ที่หลักกิโลเมตร ที่ 41 บนทางหลวงหมายเลข 107 สายเชียงใหม่ - ฝาง เลี้ยวขวาไปอีกประมาณ 11 กิโลเมตร อยู่ในเขตอำเภอแม่แตง มีที่พักและร้านอาหารบนเรือนแพไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว

สถานีวิจัยเกษตรที่สูงป่าเกี๊ยะดอยเชียงดาว เป็นหน่วยงานของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อยู่ในทำเลที่มองเห็นเทือกดอยหลวงเชียงดาวได้อย่างชัดเจน และสวยงาม มีนกหลายชนิดที่เห็นอยู่ตลอด เช่น นกเขียวก้านทองสีส้ม นกตี๊ดใหญ่ นกไต่ไม้ หน้าผากกำมะหยี่ นกกระทองแถมขาว และ อีกหลายชนิด

ถ้ำเชียงดาว อยู่ในเขตอำเภอเชียงดาว การเดินทางจากเชียงใหม่ไปยังอำเภอเชียงดาว ระยะทาง 72 กิโลเมตร แล้วเลี้ยวซ้ายตรงทางแยกเข้าไปจนถึงถ้ำอีก 5 กิโลเมตร เป็นถนนลาดยางจนถึงบริเวณถ้ำ มีบริเวณจอดรถกว้างขวางทางเข้าถ้ำเป็นบันไดมีหลังคามุงสังกะสี หน้าถ้ำ

มีธารน้ำไหลผ่านเต็มไปด้วยปลาหลายชนิด นักท่องเที่ยวสามารถให้อาหารปลาได้ หากต้องการชมบริเวณถ้ำ ติดต่อคนนำทางได้บริเวณหน้าถ้ำ

ดอยเชียงดาว อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดอยเชียงดาว อำเภอเชียงดาว ยอดสูงสุดของดอยเชียงดาว เรียกว่า ดอยหลวงเชียงดาว (เพี้ยนมาจากคำที่ชาวบ้านในละแวกนั้นเปรียบเทียบดอยนี้ว่าสูง "เพียงดาว") มีลักษณะเป็นภูเขาหินปูนรูปกรวยคว่ำสูง 2,195 เมตรจากระดับน้ำทะเล นับเป็นยอดดอยที่สูงอันดับ 3 ของประเทศรองจากดอยอินทนนท์ และผ้าห่มปก จากบนยอดดอยซึ่งเป็นที่ราบแคบๆ สามารถมองเห็นทัศนียภาพอันงดงามรอบด้าน คือ ทะเลหมอกด้านอำเภอเชียงดาว ดอยสามพี่น้อง เพื่อดอยเชียงดาว ตลอดจนถึงยอดดอยอินทนนท์ อันไกลลิบ ฟ้าอากาศเย็น ลมแรง การเข้าไปใช้พื้นที่ต้องทำหนังสือขออนุญาตถึงผู้อำนวยการส่วนอนุรักษ์สัตว์ป่า กรมป่าไม้ อย่างน้อย 15 วัน ก่อนการเดินทาง

อุทยานแห่งชาติเชียงดาว ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเชียงดาว อำเภอเวียงแหง และอำเภอไชยปราการ พื้นที่ทั้งหมด 1,155 ตารางกิโลเมตร จึงเป็นแหล่งต้นน้ำลำธารที่สำคัญของแม่น้ำปิง สถานที่ที่น่าสนใจในอุทยานฯ น้ำตกศรีสังวาลย์ ต้นกำเนิดแม่น้ำปิง บ่อน้ำร้อนโป่งอาง

โครงการหลวงห้วยลึก ตำบลปิงโค้ง อำเภอเชียงดาว ไปตามถนนสายเชียงใหม่ – ฝาง ประมาณกิโลเมตรที่ 95 เลี้ยวขวาเข้าไปประมาณ 200 เมตร โครงการนี้ดำเนินการจัดพื้นที่ทำกินให้แก่ชาวเขาเผ่าม้ง กะเหรี่ยง และคนเมืองในบริเวณพื้นที่ โดยทำการส่งเสริม วิจัย และเพาะพันธุ์ ให้แก่เกษตรกร ผลิตผล

ดอยอ่างขาง บนทางหลวงหมายเลข 107 สายเชียงใหม่ – ฝาง ประมาณกิโลเมตรที่ 137 จะมีทางแยกซ้ายมือเข้าบ้านยางที่ตลาดแม่ข่า เข้าไปอีกประมาณ 25 กิโลเมตร เป็นทางลาดยาง สูงและคดเคี้ยว ต้องใช้รถสภาพดีและมีกำลังสูง คนขับชำนาญ หรือจะหาเช่ารถสองแถวได้ที่ตลาดแม่ข่า อากาศบนดอยหนาวเย็นตลอดปี โดยเฉพาะในช่วงเดือนธันวาคม – มกราคม อากาศเย็นจนน้ำค้างกลายเป็นน้ำค้างแข็ง นักท่องเที่ยวจึงควรเตรียมเครื่องกันหนาวมาให้พร้อม เช่น หมวก ถุงมือ ถุงเท้า เสื้อกันหนาว สถานที่ที่น่าสนใจบนดอยมีหลายแห่ง ได้แก่ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สวนบอนไซ หมู่บ้านคุ้ม จุดชมวิวกว๊าน เป็นต้น

อุทยานแห่งชาติแม่ฝาง มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 524 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับซับซ้อนของทิวเขาผีปันน้ำ มีความสูงตั้งแต่ 400 – 2,285 เมตร จากระดับน้ำทะเล มีดอยสำคัญได้แก่ ดอยผ้าห่มปก

วัดท่าตอน เป็นวัดที่ตั้งอยู่บนเนินเขาต่อเนื่องกันหลายลูก มีเนื้อที่กว่า 400 ไร่ อยู่ติดริมแม่น้ำกก เป็นวัดเก่าแก่ และเป็นสถานับการศึกษาสำหรับพระภิกษุ สามเณร และเยาวชน เป็นศูนย์บำบัดยาเสพติด และสงเคราะห์ชาวเขา และเนื่องในวโรกาส พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ภูมิพลอดุลยเดช ทรงครองราชย์เป็นปีที่ 50 ทางวัดได้ริเริ่มโครงการก่อสร้างเจดีย์แก้ว เสด็จพระเกียรติไว้บนยอดเขา เป็นวัดที่มีทิวทัศน์งดงามด้านบนมีจุดชมวิวซึ่งจะมองเห็นชุมชน ท้อง และแม่น้ำากไหลคดเคี้ยวอยู่เบื้องล่าง

สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ตั้งอยู่ในพื้นที่จำนวน 3,500 ไร่ ทางเข้าอยู่ด้านซ้ายมือบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 12 สายแม่ริม – สะเมิง จัดทำเป็นสวนพฤกษศาสตร์ที่สมบูรณ์แบบที่สุดในประเทศไทย และมีมาตรฐานระดับนานาชาติ เป็นแหล่งรวบรวมพรรณไม้ชนิดต่างๆ โดยเฉพาะไม้ประจำถิ่นและไม้ที่กำลังจะสูญพันธุ์ เพื่อจัดปลูกขยายพันธุ์ และศึกษาวิจัย

เส้นทางแม่มาลัย-ปาย ทางหลวงหมายเลข 1095

โปงเต็อดป่าแป๋ ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง ห่างจากเชียงใหม่ประมาณ 40 กิโลเมตร เป็นน้ำร้อนที่พุ่งขึ้นมาจากพื้นดินในอดีตน้ำพุ แห่งนี้สูงถึง 5 เมตร ปัจจุบันสูงเพียง 1 เมตร รอบๆ บริเวณซึ่งเป็นป่าที่บะอบอวลไปด้วยกลิ่นกำมะถัน บริเวณโดยรอบสะอาดและจัดนิทรรศการได้น่าสนใจ

อุทยานแห่งชาติห้วยน้ำดัง ตั้งอยู่บนเทือกเขาถนนธงชัย มีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ และ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน รวมเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 179.5 ตารางกิโลเมตร หรือ 112,187.5 ไร่ ลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขา และภูเขาสูงสลับซับซ้อน ภูเขาที่สูงที่สุด คือ ดอยช้าง เป็นป่าต้นน้ำลำธาร มีลำห้วยน้อยใหญ่มากมาย ฤดูหนาวอากาศเย็น ลมแรง มีฝนตกชุกในเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม ฤดูร้อนอากาศเย็นสบาย อุณหภูมิสูงสุดประมาณ 34 องศาเซลเซียส สถานที่ที่มีผู้นิยมมาท่องเที่ยว ได้แก่ จุดชมวิวบริเวณห้วยน้ำดัง

สายตะวันออกเฉียงเหนือ เส้นทางเชียงใหม่-พร้าวทางหลวงหมายเลข 1001

อุทยานแห่งชาติศรีลานนา จัดเป็นป่าต้นน้ำลำธารชั้นหนึ่ง ประกอบด้วยสัตว์ป่า และสภาพป่าธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อที่ป่าแม่จัน ป่าแม่แตง และป่าเชียงดาว ในท้องที่อำเภอพร้าว อำเภอแม่แตง และอำเภอเชียงดาว รวมเนื้อที่ 652,000 ไร่ ลักษณะเป็นป่าดิบเขา ภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูงสลับซับซ้อนทอดตัวเป็นแนวเหนือใต้ เป็นแหล่งกำเนิดต้นน้ำลำธาร ไหลสู่มแม่น้ำปิง

น้ำตกบัวตอง และน้ำพุเจดีย์ (น้ำพุเย็น น้ำตกเย็น) ตั้งอยู่บริเวณแยก กิโลเมตรที่ 42 สายเชียงใหม่-พร้าว ตำบลห่อพระ อำเภอแม่แตง เป็นน้ำแร่ซึ่งมีแคลเซียมคาร์บอเนตพุ่งขึ้นมา จากพื้นดิน แล้วไหลเป็นลำธาร และน้ำตกขนาดเล็ก มีพื้นดินที่ได้ลำธารแข็งสีขาวเป็นประกาย เพราะมีแคลเซียมคาร์บอเนตเคลือบอยู่ ดูแปลกตา

วัดดอยแม่ป๋ิง หมู่ที่ 5 ตำบลแม่ป๋ิง อำเภอพร้าว ไปตามถนนสายเชียงใหม่ – แม่ใจ – พพร้าว ทางหลวงหมายเลข 1001 กม.ที่ 76 วัดดอยแม่ป๋ิง เป็นวัดที่หลวงปู่แหวน สุจิณฺโณ

เคยจำพรรษา ตั้งแต่ พ.ศ. 2505 จนถึงมรณภาพใน พ.ศ. 2528 ภายในวัดมีสิ่งที่น่าสนใจ คือ วิหารไม้ กุฏิหลวงปู่แหวน กุฏิไม้ที่เรียกว่า “โรงย่างกิลส” หรือ “โรงไฟ” และวิหารที่ประดิษฐานรูปเหมือน หลวงปู่แหวนท่าองค์จริง

เส้นทางสายตะวันออก เส้นทางเชียงใหม่-ดอยสะเก็ด ทางหลวงหมายเลข 118

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ได้มีพระราชดำริ ให้จัดตั้งศูนย์การพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2525 เพื่อศึกษาด้านการพัฒนา ป่าไม้ และด้านการเกษตรที่เหมาะสมกับบริเวณต้นน้ำลำธารของภาคเหนือ ในศูนย์แห่งนี้ ประกอบด้วย งานศึกษาและพัฒนาแหล่งน้ำ ปศุสัตว์และโคนม ประมง งานปลูกหญ้าแฝก และการดำเนินงานหมู่บ้าน รอบบริเวณศูนย์ห้วยฮ่องไคร้ นับเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และศึกษาเกี่ยวกับนิเวศวิทยาได้เป็นอย่างดี

เส้นทางเชียงใหม่-สันกำแพง ทางหลวงหมายเลข 1006

สันกำแพง สันกำแพงเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่ มีชื่อเสียงในด้านการทอผ้าไหม และผ้าฝ้าย อยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ ไปทางทิศตะวันออก 13 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือนเชียงใหม่ มักจะไปเที่ยวที่อำเภอสันกำแพง เพราะผ้าไหม และผ้าฝ้าย ซึ่งทอมาจากอำเภอนี้ มีคุณภาพดี ราคาถูก เหมาะสำหรับเป็นของที่ระลึก

กาดดารา เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรมโอเรียนเต็ล ดาราเทวี ถนนเชียงใหม่ – สันกำแพง บนพื้นที่กว่า 2 ไร่ พื้นที่การค้ากว่า 1,500 ตารางเมตร อาคารร้านค้าก่อสร้างแบบล้านนา ล้านช้าง ลีบสองปันนา และมณฑลพายัพ เรียงขนานไปตามแนวถนน มีพื้นที่โล่งเพื่อจัดกิจกรรมกลางแจ้ง มีร้านค้าชื่อดังที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นหลายร้าน จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม ผ้าพื้นเมือง เครื่องประดับตกแต่ง สินค้าแบบโบราณ สตูดิโอถ่ายภาพแบบล้านนา และร้านอาหาร เบเกอรี่ ทุกร้าน เดินต่อกันได้ จัดมุมพักผ่อนเป็นซุ้มไม้ บ่อน้ำเล็กๆ บรรยากาศมีชีวิตชีวาแบบล้านนาไทยผสมกลมกลืนกับธรรมชาติ

อุทยานแห่งชาติแม่ตะไคร้ ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน มีพื้นที่ทั้งหมด 354.7 ตารางกิโลเมตร สภาพพื้นที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อนสูง 400 – 2,030 เมตรจากระดับน้ำทะเล มีสภาพป่าหลายประเภท ได้แก่ ป่าเต็งรัง ป่าเบญจพรรณ ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง ป่าดิบเขา และป่าสนเขา เป็นป่าต้นน้ำของห้วยแม่ตะไคร้ ห้วยแม่ฮอน ห้วยแม่ทา และห้วยแม่กวง ซึ่งเป็นลำน้ำสาขาของแม่น้ำปิง ในพื้นที่ยังคงอุดมสมบูรณ์ด้วยสัตว์ป่าน้อยใหญ่ ตั้งแต่ชนิดนกต่าง ๆ ไปจนถึง เก้ง กวาง ชะนี หมู

กิจกรรมที่น่าสนใจ

- ชี้อ้าง ศูนย์ฝึกช้างเชียงใหม่ ปางช้างโปงลาง
- ล่องแพ-ล่องแก่ง ล่องแพลำน้ำแม่แตง ล่องแก่งลำน้ำแม่แตง ล่องแพน้ำแม่แจ่ม ล่องแก่งลำน้ำแม่แจ่ม ล่องแพแม่น้ำกก
- ล่องเรือชมทัศนียภาพแม่น้ำปิง
- จักรยานเสือภูเขา เป็นกิจกรรมที่ทำได้ทั้งในเมือง และนอกเมืองได้ทั้งความสุนทรีย์ภาพ และสุขภาพที่แข็งแรง เส้นทางมีหลายแห่งให้เลือก เช่น รอบคูเมือง ดอยสุเทพ – ขุนช่างเขิน – ห้วยตึงเฒ่า ห้วยน้ำดัง ห้วยน้ำรู แม่แตง เป็นต้น

การแสดงทางศิลปวัฒนธรรม และชนโคก

- ละครหุ่นเชียงใหม่ โดยคณะละครหุ่นฮอบบี้ฮัท (Hobby Hut Puppet Troupe) มีดนตรีชะล้อย ซอ ซึ่งประกอบการขับซอเป็นดนตรีประกอบ เรื่องที่แสดงหลักมีอยู่ 3 เรื่อง ได้แก่ สังข์ทอง เขียนลี ปีสางน้ำเต้า และ กิณรี ยุงคำ มีการพากย์สดด้วยภาษาพื้นเมือง
- ศูนย์ศิลปะการแสดงกาดสวนแก้ว มีกิจกรรม และการแสดงละครทั้งของไทย และต่างประเทศ
- ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ ตั้งอยู่บนถนนวัวลาย สายเชียงใหม่ – หางดง เป็นที่รวมศิลปะ และวัฒนธรรมของล้านนา

เทศกาลงานประเพณี

- งานร่มบ่อสร้าง จัดขึ้นประมาณเดือนมกราคมของทุกปี ที่บริเวณศูนย์หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง
- งานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับจัดขึ้นเดือนกุมภาพันธ์ ในงานจัดให้มีการประกวดสวนหย่อมพันธุ์ไม้ดอกไม้ประดับ
- งานประเพณีสงกรานต์ จังหวัดเชียงใหม่ได้จัดงานประเพณีสงกรานต์ขึ้นเป็นประจำทุกปี ในระหว่างวันที่ 13 – 15 เมษายน โดยในวันที่ 13 จะเป็นวันมหาสงกรานต์ มีขบวนแห่พระพุทธรูป และขบวนแห่นางสงกรานต์
- งานประเพณียี่เป็ง จัดขึ้นในช่วงวันลอยกระทงของทุกปี เป็นงานประเพณีที่น่าสนใจของจังหวัดเชียงใหม่ จะมีการปล่อยโคมลอยเพื่อเป็นการบูชาพระธาตุจุฬามณีบนสวรรค์
- ประเพณีเข้าอินทิล ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน ชาวเชียงใหม่จะร่วมกันประกอบพิธีบูชาอินทิล ซึ่งเป็นเสาหลักเมือง
- ประเพณีตานหลวงพระเจ้า เป็นประเพณีการนำพินมาเผาเพื่อให้พระพุทธรูปได้ฝังไฟ จัดในเดือน 4 เหนือ (ประมาณเดือนมกราคม) จัดที่วัดยางหลวงหรือวัดป่าแดด อำเภอแม่แจ่ม

เท่านั้น

- จุลกฐิน หลังจากผ่านเทศกาลออกพรรษาแล้วยังมีกฐินที่เรียกว่า จุลกฐิน หรือที่คนโบราณเรียกว่า “กฐินเล่น”

แหล่งผลิตและจำหน่ายงานหัตถกรรมของเมืองเชียงใหม่

หมู่บ้านทำเครื่องเงิน อยู่บริเวณถนนวัวลาย ตำบลหายยา อำเภอเมือง ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเครื่องเงินลวดลายประณีตบรรจง เช่น หีบบุหรี ช้อนล้อม ถาดผลไม้ เขียนหมาก ฯลฯ

เครื่องจักสาน หมู่บ้านร้อยจันท์ ตำบล หนองควาย อำเภอหางดง เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการสานฟาลายอ่า หมู่บ้านดอนแก้ว ตำบลดอนแก้ว อำเภอสารภี เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการสานคุ หมู่บ้านป่าบงตำบล ป่าบง อำเภอสารภี จากทางหลวงหมายเลข 11 ไปตามทางเส้นสารภี เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการจักสาน ชาวบ้านผลิตเครื่องจักสานจากไม้หลาม มากัน ตั้งแต่บรรพบุรุษ เครื่องจักสานที่สาน เช่น โคมไฟ ตะกร้า แขก (เครื่องมือหาลาปลา)

เครื่องปั้นดินเผา หมู่บ้านที่ทำเครื่องปั้นดินเผา หมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาเหมืองทุ่ง หมู่บ้านกวนหารแก้ว โรงงานไทยศิลาดล

ไม้แกะสลัก

- หมู่บ้านถวายเป็นประจําทุกปี ซึ่งจะเริ่มเสาร์สุดท้ายของเดือนมกราคม ผลิตภัณท์เลียนแบบของเก่าเพื่อจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง อำเภอหางดง จะจัดงานศิลปะ หัตถกรรม ไม้แกะสลักบ้านถวายเป็นประจําทุกปี

- หมู่บ้านบ่อสร้าง ตำบลต้นเปา อำเภอสันกำแพง เป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการทำร่ม พัด ไม้แกะสลัก

หมู่บ้านทอผ้าขึ้นดินจกแม่แจ่ม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอแม่แจ่ม เดินทางโดยใช้ถนนสายจอมทอง-อินทนนท์ ประมาณกิโลเมตรที่ 38 มีทางแยกซ้ายเข้าอำเภอแม่แจ่ม ตำบลที่มีชาวบ้านทอผ้ามากที่สุด คือ ตำบลท่าผา ห่างจากตัวอำเภอ 3 กิโลเมตร

ร่มบ่อสร้าง เป็นสินค้าพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมชาวเขา

ไนท์บาซาร์ ตั้งอยู่สองฝั่งถนนช้างคลาน เป็นแหล่งรวมร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิด ทั้งเครื่องเงิน เครื่องเงิน ไม้แกะสลัก ผลิตภัณฑ์กระดาษสา ผ้าไหม ผ้าฝ้าย อาหารพื้นเมือง ฯลฯ

ตลาดวโรรส หรือกาตหลวง เป็นตลาดใหญ่ที่จำหน่ายอาหารพื้นเมืองจำพวก แหนม หมูยอ ไข่อั่ว น้ำพริกหนุ่ม ฯลฯ เปิดตั้งแต่เช้าถึงเย็น ด้านหลังตลาดฝั่งแม่น้ำปิง คือ ตลาด ดอกไม้ยามค่ำคืนจะมีดอกไม้ใหม่ๆ มาลงมาก(ที่มา : <http://www.oard1.org/ratchaphruek/> และ http://www.ekohchang.com/Chiangmai_Thai/attractions.htm)

ถนนคนเดินเชียงใหม่ ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ถนนคนเดินจัดขึ้นในวัน เสาร์ ที่ถนนวัวลาย และวันอาทิตย์ที่ถนนท่าแพ ถนนคนเดินวัวลาย อยู่ที่ถนนวัวลาย ใกล้กับประตู เมืองเชียงใหม่ เปิดเฉพาะวันเสาร์ เวลาประมาณ 17.00 – 22.00 น. พ่อค้าแม่ค้าเป็นคนพื้นเมืองที่ อาศัยอยู่ในบริเวณถนนวัวลายเป็นส่วนใหญ่ จึงมีขนาดเล็กกว่าถนนคนเดินท่าแพ เป็นที่ตั้งของหมู่บ้าน ทำเครื่องเงิน ซึ่งทั้งผลิตและจำหน่ายสินค้าจำพวกเครื่องเงิน นอกจากนี้ยังมีสินค้าพื้นเมืองมากมาย ให้เลือกสรร ถนนคนเดินท่าแพอยู่บริเวณประตู เมืองท่าแพต่อไปยังถนนราชดำเนิน เปิดเฉพาะวัน อาทิตย์ เวลาประมาณ 17.00 – 22.00 น. เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ มีสินค้าให้เลือกสรร มากมายหลากหลายประเภท ทั้งสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น สินค้าพื้นเมือง จำพวกเครื่องประดับตกแต่ง เสื้อผ้า ของที่ระลึก กระเป๋า ผ้าพันคอ โคมไฟ ฯลฯ หรือจะเป็นสินค้าแฟชั่นก็มีให้เห็นอยู่โดยทั่วไป รวมทั้งของกิน เช่น ขนมจีนน้ำเงี้ยว/น้ำยา ของทานเล่น โรตีส ฯลฯ หากมาเยือนในช่วงอากาศหนาวๆ เดินเที่ยวกลางคืน ถนนคนเดินเชียงใหม่ก็เพลิดเพลินไปอีกแบบหนึ่ง ซึ่งที่นี่เป็นถนนคนเดินที่ใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่ และได้รับความนิยมอย่างมาก จากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ กาดด่อนกอง วันเสาร์ช่วงเช้า ณ ชุมชนสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม เลือกชมและเลือกซื้อสินค้า พื้นเมือง อาหารพื้นเมือง เลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ไม้ดอกไม้ประดับ ชมสาธิตวิธีการเลี้ยงนกกระทา และการแสดงทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยเยาวชนท้องถิ่น โดยกลุ่มเกษตรกร เช่น ปลูกผัก กลุ่ม หัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น กลองโบราณและการล่องเรือชมวิถีชีวิตริมแม่น้ำปิง ถนนคนเดินสายหัตถกรรม สันกำแพง เลือกชม เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมของกินของฝาก ของที่ระลึก และรับชมการแสดงดนตรี โบราณของสันกำแพง ทุกวันเสาร์เวลา 15.00 – 22.00 น. (ที่มา : <http://www.chiang-mai-resort.net/51>)

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดภูเก็ต

ไข่มุกอันดามัน สวรรค์เมืองใต้ หาดทรายสีทอง สองวีรสตรี บารมีหลวงพ่อแช่ม

ภูเก็ต เป็นเกาะใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีฐานะเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ ตั้งอยู่ ทางชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย ในน่านน้ำทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย มีพื้นที่ประมาณ 543 ตารางกิโลเมตร ความยาวสุดของเกาะภูเก็ตวัดจากทิศเหนือถึงทิศใต้ประมาณ 47.8 กิโลเมตร และส่วนกว้างที่สุด วัดจากทิศตะวันออกถึงทิศตะวันตกประมาณ 21.3 กิโลเมตร มีภูมิอากาศแบบ ฝนเมืองร้อนมีลมพัดผ่านตลอดเวลา อากาศอบอุ่นและชุ่มชื้นตลอดปี มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนและฤดูฝน ฤดูร้อนเริ่มเดือนพฤษภาคม – ปลายเดือนตุลาคม ฤดูร้อนเริ่มประมาณเดือนพฤศจิกายน – เดือน เมษายน

อุณหภูมิโดยเฉลี่ยสูงสุดประมาณ 33 องศาเซลเซียส ต่ำสุด 23 องศาเซลเซียส ช่วงที่อากาศดีที่สุด อยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน – เมษายน ไม่มีฝน ท้องฟ้าแจ่มใส อุณหภูมิประมาณ 31 องศาเซลเซียส ประชากรของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นคนไทย นอกนั้น มีชาวมลายู แขกซิกข์ ปาทานกลิงค์กูชา ชาวเล และชาวต่างชาติอื่นๆ ภาษาที่ใช้ในภูเก็ตมี 2 ภาษา คือ ภาษาไทย ซึ่งใช้ในราชการเป็น ภาษากลาง และภาษาท้องถิ่น ซึ่งเป็นภาษาปากซึ่งได้มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง อาชีพของพลเมือง ในด้านการเกษตร ส่วนใหญ่ทำสวนยางพารา สวนมะพร้าว สวนผลไม้ ในด้านอุตสาหกรรม มีการทำเหมืองแร่ดีบุก แร่พลูม การถลุงแร่ดีบุก การทำยางแผ่นรมควัน และการทำปลาป่น ปลากระป๋อง เป็นต้น และขณะนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างมาก มีการสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ ที่ได้มาตรฐาน และมีบริษัทนำเที่ยวเกิดขึ้นหลายแห่ง

ประวัติความเป็นมา :

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พื้นที่บริเวณเกาะภูเก็ต ได้มีการเรียกขานกันมาหลายชื่อ ได้แก่ แหลมตะโกลา มณีคราม จังซีลอน ภูเก็ต (ซึ่งหมายถึงภูเขาแก้ว) จนกลายเป็นคำว่า “ภูเก็ต” เป็นเมืองที่มีมานาน ตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย โดยตัวเมืองอยู่ที่กลาง ซึ่งเป็นเมืองเล็กๆ เมืองกลาง เดิมมีขุนนางไทยคอยดูแลรักษาผลประโยชน์ เพราะฝรั่งชาติฮอลันดามารับซื้อสินค้าจำพวกแร่ ต่อมาถึงรัชกาลที่ 1 พระเจ้ากรุงอังวะยกกองทัพเข้ามาบูรณหัวเมืองฝ่ายตะวันตกแถบชายทะเล ของไทย ในปี พ.ศ. 2328 โดยแบ่งกองทัพยกไปตีเมืองกระ ระนอง ชุมพร ไชยา ตลอดจนไปถึงเมือง นครศรีธรรมราช ขณะนั้นกองทัพกรุงเทพฯ ยังติดพันการศึกที่กาญจนบุรียกมาช่วยไม่ทัน พม่าส่งแม่ทัพ ชื่อยี่หวุ่น ยกทัพเรือมาตีได้ตะกั่วทุ่ง ตะกั่วป่า แล้วเลยไปตั้งค่ายล้อมเมืองกลางไว้ ขณะนั้นพระยา กลาง ถึงแก่กรรม ยังไม่ได้ตั้งเจ้าเมืองใหม่ ภริยาเจ้าเมืองกลาง ชื่อจัน กับน้องสาวชื่อมุข จึงคิดอ่าน กับกรรมการทั้งปวงตั้งค่ายใหญ่ขึ้น 2 ค่าย ป้องกันรักษาเมืองเป็นสามารภ พม่าล้อมเมืองอยู่เดือนเศษ เมื่อหมดเสบียงก็เลิกทัพกลับไป ต่อมาพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก โปรดเกล้าฯ พระราชทาน เครื่องยศ ให้วีรสตรีทั้งสอง เป็นท้าวเทพกษัตรีและท้าวศรีสุนทร เป็นที่น่าภาคภูมิใจแก่ชาวเมืองตลอดมา เกาะกลาง หรือ เมืองกลาง ได้เปลี่ยนชื่อเป็น เกาะภูเก็ต หรือเมืองภูเก็ต ในสมัยพระบาทสมเด็จพระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ภูเก็ต ได้ชื่อว่า เป็นไข่มุกแห่งอันดามัน เมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ในด้านความสวยงามของทิวทัศน์ และหาดทราย น้ำทะเลสีฟ้าใส พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก ทางการท่องเที่ยวครบครัน เป็นเกาะใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีฐานะเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ ตั้งอยู่ ทางชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทยในน่านน้ำทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย มีพื้นที่ประมาณ 543 ตารางกิโลเมตร ความยาวสุดของเกาะภูเก็ตวัดจากทิศเหนือถึงทิศใต้ประมาณ 48.7 กิโลเมตร และส่วนกว้างที่สุดวัดจากทิศตะวันออก ถึงทิศตะวันตกประมาณ 21.3 กิโลเมตร ภูเก็ตแบ่งออกเป็น 3 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอกลาง และอำเภอกะทู้

อาณาเขต :

ทิศเหนือ : จดช่องปากพระ จังหวัดพังงา เชื่อมโดยสะพานสารสิน และ สะพานเทพกระษัตรี

ทิศใต้ : จดทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย

ทิศตะวันออก : จดทะเลเขตจังหวัดพังงา

ทิศตะวันตก : จดทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย

จังหวัดภูเก็ต แบ่งการปกครองออกเป็น 3 อำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอถลาง และอำเภอกะทู้ (ที่มา : <http://www.relaxzy.com/province/phuket/>)

ข้อมูลการเดินทางของ จังหวัดภูเก็ต

การเดินทางจากภูเก็ตไปจังหวัดใกล้เคียง จากภูเก็ต มีบริการรถโดยสารธรรมดาจากสถานีขนส่ง ถนนพังงา ไปจังหวัดกระบี่ นครศรีธรรมราช พังงา ระนอง สุราษฎร์ธานี ตรัง สตูล หาดใหญ่ และเกาะสมุย รายละเอียดติดต่อ สถานีขนส่งภูเก็ต โทร. 0-7621-1480, 0-7621-1977 นอกจากนั้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีเที่ยวบินจากภูเก็ตไปจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ตรัง และ หาดใหญ่ และบริษัท บางกอกแอร์เวย์ มีเที่ยวบินระหว่างภูเก็ต – สมุย ให้บริการอีกด้วย และมีเรือโดยสาร จากภูเก็ต ไป หมู่เกาะพีพี หรือ เรือนำเที่ยวไปเข้าเียนกลับ ระหว่างภูเก็ต กับ หมู่เกาะพีพี หรือ หมู่เกาะสิมิลัน ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

รถยนต์

จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางสายธนบุรี – ปากท่อ (ทางหลวงหมายเลข 35) แล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี อำเภอตะกั่วป่า อำเภอท้ายเหมือง บ้านโคกกลอย จังหวัดพังงา ข้ามสะพานสารสิน เข้าจังหวัดภูเก็ต หรืออีกเส้นทางหนึ่งจากชุมพร ไประนอง พังงา ภูเก็ต รวมระยะทางจากกรุงเทพฯ 862 กิโลเมตร

รถไฟ

ไม่มีบริการรถไฟจากกรุงเทพฯ ไปภูเก็ตโดยตรง หากต้องการเดินทางโดยรถไฟ ต้องไปลงที่สถานีรถไฟสุราษฎร์ธานี (อยู่ที่อำเภอพุนพิน) แล้วต่อรถประจำทางเข้าจังหวัดภูเก็ต ใช้เวลาประมาณ 4 ชั่วโมง สอบถามรายละเอียดได้ที่ การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. 1690, 0-2223-7010, 0-2223-7020, 0-2220-4334 หรือ www.railway.co.th

รถโดยสารประจำทาง

บริษัท ขนส่ง จำกัด มีรถโดยสารทั้งรถธรรมดา และรถปรับอากาศ ออกจาก สถานีขนส่งสายใต้ ไปภูเก็ตทุกวัน สอบถามรายละเอียด โทร. 0-2894-6122 จอห์น บขส. โทร. 0-2422-4444 หรือ www.transport.co.th บริษัทเอกชน ติดต่อ บริษัท ภูเก็ต เซ็นทรัล ทัวร์ กรุงเทพฯ โทร. 0-2434-3233 ภูเก็ต โทร. 0-7621-3615, 0-7621-4335 และบริษัท ภูเก็ต

ท่องเที่ยว กรุงเทพฯ โทร. 0-2435-5018, 0-2435-5034 ภูเก็ต โทร. 0-7622-2107-9 สถานี
ขนส่งภูเก็ต โทร. 0-7621-1480

เครื่องบิน

มีบริการเที่ยวบินระหว่าง กรุงเทพฯ – ภูเก็ต ทุกวัน สอบถามตารางบิน และ
ข้อมูลเพิ่มเติมที่สายการบินต่างๆ ดังนี้

1. การบินไทย โทร. 1566, 0-2280-0060, 0-2628-2000 สำนักงานภูเก็ต
โทร. 0-7621-1195, 0-7621-2499, 0-7621-2946 หรือ www.thaiairways.com
2. บางกอกแอร์เวย์ส โทร. 0-2265-5555 หรือ www.bangkokair.com
3. ไทยแอร์เอเชีย โทร. 0-2515-9999 หรือ www.airasia.com
4. วันทูโก โทร. 1126 หรือ www.fly12go.com
5. นกแอร์ โทร. 1318 หรือ www.nokair.co.th

บริษัท เดสติเนชั่นแอร์ มีบริการเครื่องบินน้ำ ระหว่าง ภูเก็ต – กระบี่ เกาะพีพี
และเกาะลันตา หรือนำเที่ยวทางอากาศทะเลอันดามัน ติดต่อ บริษัท เดสติเนชั่นแอร์ โทร. 0-2261-5323
หรือ www.destinationair.com (ที่มา : <http://thai.tourismthailand.org>)

สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

อำเภอเมือง

เขารัง เป็นเนินเขาเตี้ยๆ รถยนต์สามารถขึ้นไปจนถึงยอดเขา เทศบาลจัดเป็น
สวนสุขภาพและสวนสาธารณะไว้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และชมทิวทัศน์ของเมืองภูเก็ต จากยอดเขา
จะแลเห็นตัวเมืองภูเก็ต ทะเลกว้าง รวมทั้งทิวทัศน์ของเกาะทั้งใกล้และไกล บนเขามีร้านอาหารบรรยากาศดี
ให้นั่งรับประทานอาหารด้วย

สะพานหิน สถานที่พักผ่อนหย่อนใจภายในตัวเมือง อยู่สุดถนนภูเก็ต ซึ่ง
ยื่นลงไปในทะเลเล็กน้อย เป็นที่ตั้งของอนุสาวรีย์หลัก 60 ปี สร้างเมื่อ พ.ศ. 2521 เพื่อเป็นที่ระลึกแก่
กัปตันเอ็ดเวิร์ด ฮอร์ส ไมล์ ชาวออสเตรเลีย ผู้นำเรือขุดแร่ลำแรกมาใช้ขุดแร่ดีบุก ในประเทศไทย
เมื่อ พ.ศ. 2452 นอกจากนี้เป็นที่ตั้งของศูนย์กีฬาสะพานหินอีกด้วย

ตึกโบราณ ในตัวเมืองภูเก็ตส่วนมากเป็นตึกสมัยเก่า มีลักษณะทาง
สถาปัตยกรรมแบบยุโรป สร้างขึ้นเกือบร้อยปีมาแล้ว เมื่อครั้งกิจการเหมืองแร่เริ่มเจริญใหม่ๆ อาทิ
อาคารปัจจุบันที่ทำการศาลากลางจังหวัด ศาลจังหวัด ธนาคารนครหลวงไทย นอกจากนี้ ยังมีอาคาร
บางส่วน ที่ได้รับอิทธิพลทางด้านสถาปัตยกรรมแบบจีนมาผสมผสาน เรียกว่า สถาปัตยกรรมแบบ
“ชิโน-โปรตุเกส” (Chino-Portuguese) คือ อาคารจะมีส่วนลึกมากกว่าส่วนกว้างและไม่สูงนัก สามารถ
หาชมได้บริเวณ ถนนกลาง ถนนดีบุก ถนนพังงา ถนนเยาวราช และ ถนนกระบี่

สวนผีเสื้อและดอกไม้ภูเก็ท อยู่ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตร เดินทางไปตามถนนเยาวราช แล้วเลี้ยวซ้ายที่สามแยกหมู่บ้านสามกองไปเล็กน้อย เป็นสถานที่รวบรวม และอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตในเขตร้อน จำพวก ผีเสื้อ แมลง ปลา และปะการัง โดยจัดสภาพแวดล้อมให้เหมือนกับธรรมชาติ เปิดให้เข้าชมทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00 – 17.00 น. ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 50 บาท เด็ก 20 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 200 บาท เด็ก 100 บาท

หมู่บ้านไทยและสวนกล้วยไม้ภูเก็ท อยู่ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตร บนถนนเทพหัสดิ์ ภายในมีการแสดงศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน การแสดงของช้าง การสาธิตการทำเหมืองแร่แบบดั้งเดิม และสวนกล้วยไม้ เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 09.00 – 21.00 น. การแสดงรอบเช้า เริ่มเวลา 11.00 น. รอบเย็น เวลา 17.30 น. รอบละประมาณ 1 ชั่วโมง ค่าเข้าชม ผู้ใหญ่ 50 บาท เด็ก 25 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 400 บาท เด็ก 200 บาท

เกาะสิเหร่ อยู่ห่างจากตัวเมือง 4 กิโลเมตร ไปตามถนนศรีสุทัศน์ มีเนื้อที่ประมาณ 20 ตารางกิโลเมตร เป็นเกาะขนาดเล็กอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะภูเก็ต คลองทำจันคั่นระหว่างเกาะทั้งสอง โดยมีสะพานเชื่อมติดต่อกันโดยสะดวก บนยอดเขาเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์ ชายหาดไม่เหมาะสำหรับการเล่นน้ำ เนื่องจากพื้นทรายมีโคลนปน บริเวณแหลมตึกแก เป็นที่ตั้งของ หมู่บ้านชาวเล หรือชาวน้ำ หรือชาวไทยใหม่ ที่มาตั้งถิ่นฐานอาศัยอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ตามเกาะใน มหาสมุทรอินเดีย

สวนสัตว์ภูเก็ท อยู่ระหว่างเส้นทางจากตัวเมืองไปอ่าวฉลอง แล้วเลี้ยวซ้ายที่ซอยป่าหลาย ถนนเจ้าฟ้า ในสวนสัตว์ มีสัตว์นานาชนิด อาทิ เสือ นกชนิดต่างๆ กวาง ม้าลาย ชูฐ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการแสดงช้างและจระเข้ สวนสัตว์เปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 08.30 – 18.00 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทย ผู้ใหญ่ 80 บาท เด็ก 30 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 500 บาท เด็ก 300 บาท

วัดฉลอง หรือ วัดไชยธาราราม อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 8 กิโลเมตร ออกจากตัวเมืองไปตามทางหลวงหมายเลข 4021 ผ่านสามแยกบริเวณสนามกีฬาสุรกุล เลี้ยวซ้ายไปทางห้าแยกฉลอง วัดฉลองจะอยู่ทางซ้ายมือก่อนถึงห้าแยกฉลองประมาณ 4 กิโลเมตร เป็นวัดที่มีชื่อเสียงของภูเก็ต มีรูปหล่อของหลวงพ่อบุญ และหลวงพ่อดำ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวภูเก็ต

หาดราไวย์ อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 17 กิโลเมตร เส้นทาง จากห้าแยกฉลองไปสู่หาดราไวย์ ตามทางหลวงหมายเลข 4024 เป็นเส้นทางที่สวยงามที่สุดสายหนึ่งของภูเก็ต หาดราไวย์ เป็นหาดทรายขาวสวยงามเล่นน้ำได้ เพราะชายฝั่งตื้น คลื่นลมไม่แรง มีที่พัก และร้านอาหารทะเลบริการริมหาด และมีชาวเลอาศัยอยู่

แหลมพรหมเทพ เป็นจุดชมวิวยอดนิยมของภูเก็ต อยู่ห่างจากหาดราไวย์ ประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นแหลมที่อยู่ตอนใต้สุดของเกาะภูเก็ต ชาวบ้านเรียกว่าแหลมเจ้า จากระดับน้ำผามีแนวต้นตาลลาดลงสู่ปลายแหลมที่เป็นโขดหิน สามารถเดินไปจนถึงปลายแหลมได้ มองเห็นน้ำทะเลสีเขียวมรกต และสามารถเห็นเกาะแก้วอยู่ด้านหน้าแหลม ทางขวาจะเห็นแนวหาดทรายของหาดในหาน แหลมพรหมเทพ นับเป็นสถานที่ชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงามมากแห่งหนึ่ง นอกจากนี้ ยังมี “ประภาคารกาญจนาภิเษก แหลมพรหมเทพ” สร้างขึ้นในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี มีขนาดความกว้างที่ฐาน 9 เมตร สูง 50 ฟุต และแสงไฟจากโคมไฟจะมองเห็นไกลถึง 39 กิโลเมตร ภายในประภาคารมีการแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับการสร้างประภาคาร การรักษาวลามาตรฐาน การคำนวณ และแสดงเวลาดวงอาทิตย์ขึ้นและตก จากบนยอดของประภาคารยังเป็นจุดชมวิว

เกาะแก้ว อยู่ห่างจากหาดราไวย์ ประมาณ 3 กิโลเมตร นั่งเรือจากหาดราไวย์ ประมาณ 30 นาที มีหาดทราย และธรรมชาติได้น้ำ สวยงามมาก บนเกาะมีรอยพระพุทธรูปบาทจำลองประดิษฐานอยู่ด้วย

พิพิธภัณฑสถานเปลือกหอยภูเก็ต ตั้งอยู่ใกล้กับหาดราไวย์ เป็นแหล่งรวบรวมเปลือกหอยหลากสีสันและลวดลายจากทั่วทุกมุมโลก มีฟอสซิล เปลือกหอย อายุหลายร้อยล้านปี เปลือกหอยยักษ์น้ำหนักกว่า 250 กิโลกรัม ไข่มุกสีทองหนัก 140 กะรัต เปิดบริการให้เข้าชมทุกวัน เวลา 8.00 – 18.00 น. ค่าเข้าชมสำหรับชาวไทย ผู้ใหญ่ 100 บาท เด็ก 50 บาท ชาวต่างประเทศ ผู้ใหญ่ 200 บาท เด็ก 100 บาท

หาดกะตะ อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 17 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางถนนเจ้าฟ้าถึงห้าแยกฉลอง เลี้ยวขวาไปตามถนนหมายเลข 4028 หาดกะตะแบ่งออกเป็น 2 หาด คือ หาดกะตะใหญ่ กับหาดกะตะน้อย เป็นหาดที่เหมาะสมสำหรับการเล่นน้ำ และใช้เป็นที่ฝึกดำน้ำ เนื่องจากมีแนวปะการังติดต่อกันไปจนถึงเกาะปู ซึ่งอยู่ด้านหน้าหาดกะตะ บริเวณชายหาดมีบ้านพัก บริษัทนำเที่ยว ร้านค้า แหล่งบันเทิง ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวด้วย

หาดกะรน อยู่ห่างจากหาดกะตะไปทางเหนือ มีเพียงเนินเขาเดียว คั่นอยู่เท่านั้น แต่ถ้าจะไปที่กลางหาดกะรนและหมู่บ้านกะรน มีถนนแยกจากหาดกะตะไปอีกประมาณ 3 กิโลเมตร อ่าวกะรนใหญ่กว่าอ่าวกะตะ มีชายหาดยาวเหยียด เนินทรายหาดเป็นเนินทราย สูงๆ ต่ำๆ มีสนทะเลต้นใหญ่ๆ และต้นตาลขึ้นเรียงรายอยู่โดยทั่วไป หาดทรายที่อ่าวกะรนขาวสะอาด และละเอียดมาก

ไดโนปาร์ค มินิกอล์ฟ ตั้งอยู่ข้างโรงแรมมารีน่า คอทเทจ หาดกะรน เป็น มินิกอล์ฟ ขนาด 18 หลุม ในบรรยากาศโลกล้านปี ซึ่งมีไดโนเสาร์และภูเขาไฟระเบิด ด้วยเทคนิค

แสง สี เสียง นำตื่นเต้น เปิดบริการทุกวัน เวลา 10.00 – 24.00 น. อัตราค่าเข้าชมบริเวณ 60 บาท
อัตราค่าเล่นกอล์ฟ ผู้ใหญ่ 240 บาท เด็ก 180 บาท

จุดชมวิว จากหาดในหานไปหาดกะตะน้อย ตามเส้นทางถนนรอบเกาะ
จุดชมวิวจะอยู่ระหว่าง 2 หาดนี้ จากจุดนี้สามารถมองเห็น ทิวทัศน์ของเวียงอ่าวถึง 3 อ่าว คือ อ่าวกะตะน้อย
อ่าวกะตะ และอ่าวกะรน ซึ่งเป็นทัศนียภาพที่สวยงามมาก

ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต ตั้งอยู่ในสถาบันราชภัฏภูเก็ต ถนน
เทพกษัตรี เป็นสถานที่จัดแสดงเรื่องราวประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมของภูเก็ต เกี่ยวกับบ้านเรือน
วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ข้าวของเครื่องใช้ เมืองถลางยุคโบราณ นอกจากนั้นยังมีห้องสมุดที่เก็บรวบรวม
หนังสือเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมอีกด้วย เปิดให้เข้าชมฟรีทุกวัน ยกเว้นวันหยุด
นักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 8.30 – 16.30 น. สำหรับหน่วยงานที่มาเป็นหมู่คณะต้องการเจ้าหน้าที่นำชม
ให้ทำหนังสือ ถึง หอวัฒนธรรมภูเก็ต สถาบันราชภัฏภูเก็ต เลขที่ 21 ถนนเทพกษัตรี ตำบลรัษฎา
อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ตั้งอยู่ที่ปลายแหลมพันวา มีพันธุ์ปลาน้ำจืด และ
น้ำเค็มกว่า 100 ชนิด และปลาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมทั้งปลาที่หาดูยาก

อำเภอกะทู้

ศูนย์อนุรักษ์มรดกท้องถิ่นกะทู้ ตั้งอยู่ในโรงเรียนบ้านกะทู้ ห่างจากตัวเมือง
7 กิโลเมตร ไปตามถนนวิจิตรสงคราม ถึงสามแยกวัดเกิดโฮ่ เลี้ยวขวาตรงไปยังชุมชนกะทู้ เป็นที่เก็บ
รวบรวมสินแร่ต่างๆ หินกาบเพชร หุ่นจำลอง การทำเหมืองแร่ใน สมัยโบราณ อุปกรณ์การทำเหมืองแร่
และเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เปิดให้ชมฟรี ตามเวลาราชการ

หาดป่าตอง ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 15 กิโลเมตร ตามเส้นทาง
ถนนวิจิตรสงคราม หรือ ทางหลวงหมายเลข 4020 ไป 9 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายเข้าสู่ทางหลวงหมายเลข
4029 ไปอีก 6 กิโลเมตร เป็นอ่าวที่มีความโค้งมาก หาดทรายงดงามเป็นแนวยาว 9 กิโลเมตร น้ำทะเล
ใสสะอาด เหมาะแก่การเล่นน้ำ บริเวณหาดมีที่พัก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์การค้า แหล่งบันเทิง มีบริการ
นักท่องเที่ยวอย่างครบครัน

หาดกมลา อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 26 กิโลเมตร จากอนุสาวรีย์ท้าวเทพกษัตรี
ท้าวศรีสุนทร เลี้ยวซ้ายผ่านหาดสุรินทร์ แหลมสิงห์ ก็จะถึงหาดกมลาเป็นแนวหาดทรายยาวประมาณ
2 กิโลเมตร เป็นหาดที่สงบเงียบ มีสถานที่พักผ่อนนักท่องเที่ยว

(ที่มา : http://www.ekohchang.com/Phuket_Thai/attractions.htm. บริษัท สยามมีดี บิสซิเนส ทราเวล
จำกัด)

ภูเก็ตแฟนตาซี ตั้งอยู่บริเวณหาดกมลา เป็นแหล่งบันเทิงยามราตรี ที่มีการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมไทย ด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ภายในบริเวณมีร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และหัตถกรรมไทยต่างๆ ห้องเกมส์แต่ละอาคาร จะได้รับการออกแบบเป็นอาคารทรงไทยประยุกต์ ลักษณะต่างๆ โดยดึงเอาจุดเด่นของแต่ละภาคมาใช้ และตกแต่งโดยใช้แสงสีต่างๆ ดุตระการตา สิ่งที่ไม่ควรพลาดชมคือ การแสดงจินตมายา ในวังไอยรา เป็นการนำเอกลักษณ์ของไทยทั้งด้านวรรณคดี วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม มาผสมผสาน และนำเสนอผ่านตัวเอก คือ เจ้าชายกมลา และช้างคู่บารมี ไอยรา โดยใช้เทคนิคพิเศษเข้ามาช่วย คำนการแสดงด้วยบัลเล่ต์กลางเวหา มายากลนำ เสนอโดยนักแสดงที่แสดงเป็นอินจันแผ่นดินสยามคู่แรกของโลก เปิดให้บริการเวลา 17.30 – 23.30 น. การแสดงเริ่มเวลา 21.00 น. (งดการแสดงวันพฤหัสบดี) ภูเก็ตแฟนตาซีเป็นการแสดงในช่วงค่ำคืนที่มีความสวยงาม และอลังการด้วยระบบสุดยอดเยี่ยมเทคโนโลยี การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทยประยุกต์ที่ผสมผสานเทคโนโลยีการแสดงระดับโลกจนกลายเป็นเอกลักษณ์สุดยอดเยี่ยมการแสดงเพียงหนึ่งเดียวในโลก สัมผัสประสบการณ์อันน่าตื่นเต้นตะลึงกับเทคนิคอลลู่ชั้น พร้อมกับนักแสดงนับ 100 ชีวิต พร้อมช้างอีก 30 เชือก และสัตว์อื่นๆ นานาชนิด

(ที่มา: http://www.phuketthailand-travel.com/tour-phuket_fantasea_th.htm)

อำเภอกลาง

อนุสาวรีย์วีรสตรี อนุสาวรีย์ท้าวเทพกษัตรีและท้าวศรีสุนทร ตั้งอยู่ที่สี่แยกท่าเรือ ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 12 กิโลเมตร เป็นอนุสาวรีย์ ที่ชาวภูเก็ตร่วมกันสร้างขึ้น เมื่อปี 2509 เพื่อเชิดชูเกียรติวีรสตรีผู้กล้าหาญแห่งเมืองถลาง

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ถลาง ตัวอาคารได้รับการออกแบบให้มีรูปทรงเป็นบ้านท้องถิ่นของชาวภูเก็ต มี 2 หลัง อาคารหลังแรกจัดแสดง เรื่องก่อนประวัติศาสตร์ชายฝั่งทะเลตะวันตก สมัยแรกเริ่มประวัติศาสตร์ เมื่ออารยธรรมอินเดียเผยแพร่เข้ามา ประวัติและวิธีการทำเหมืองแร่ ดีบุก และสวนยางพารา ศิลปะพื้นบ้าน และชาติพันธุ์วิทยาของกลุ่มชนที่อาศัยอยู่บริเวณคาบสมุทรมลายู สำหรับอาคารหลังที่สองจัดแสดงฉาก และเรื่องราวของศึกถลาง ชีวิตความเป็นอยู่และประเพณีที่น่าสนใจของชาวจีนในภูเก็ต และเรื่องราวความเป็นมาและถิ่นอาศัยของชาวเลในภูเก็ต เปิดให้เข้าชมทุกวัน ยกเว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่เวลา 09.00 – 16.30 น. ค่าเข้าชมคนไทย 10 บาท ชาวต่างประเทศ 30 บาท

วัดพระทอง (วัดพระผุด) วัดนี้มีพระพุทธรูปผุดขึ้นจากพื้นดินเพียงครึ่งองค์ เมื่อคราวศึกพระเจ้าปะดุง ยกพลมาตีเมืองถลาง พ.ศ. 2328 ทหารพม่าพยายามขุดพระผุด เพื่อนำกลับไปพม่า แต่ขุดลงไปคราวใดก็มีฝูงแตนไล่ต่อยจนต้องละความพยายาม ต่อมาชาวบ้านได้นำทองมาหุ้มพระพุทธรูปที่ผุดจากพื้นดินเพียงครึ่งองค์ ดังปรากฏอยู่จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังเป็นที่ตั้ง

ของ “พิพิธภัณฑสถานวัดพระทอง” เป็นที่เก็บรวบรวมโบราณวัตถุข้าวของเครื่องใช้ของชาวภูเก็ต เช่น “จิ้งช้อย” เลื้อกันฝนชาวเหมืองแร่ดีบุก รองเท้าดินตุกของสตรีเชื้อสายจีนที่ต้องมัดเท้าให้เล็ก ตามค่านิยมของสังคมสมัยนั้น พิพิธภัณฑสถานเปิดให้เข้าชมฟรีทุกวัน เวลา 07.00 – 17.00 น.

วัดพระนางสร้าง เป็นวัดที่เก่าแก่ และเป็นแหล่งประวัติศาสตร์เมืองกลางที่สำคัญแห่งหนึ่ง เพราะเคยเป็นค่ายสู้รบกับพม่า เมื่อปี พ.ศ. 2328 นอกจากนี้ ภายในอุโบสถเก่ายังเป็นประดิษฐานพระพุทธรูปดีบุกที่เก่าแก่ 3 องค์ เรียกว่า “พระในพุง” หรือ “พระสามกษัตริย์” ซึ่งอยู่ในพระอุทรของพระพุทธรูปหล่อองค์ใหญ่อีกชั้นหนึ่ง

สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว ได้รับการจัดตั้งเป็นอุทยานสัตว์ป่า เมื่อเดือนกรกฎาคม 2512 มีเนื้อที่ 13,925 ไร่ เป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ สามารถพบสัตว์ป่าหลายชนิด อาทิ หมูป่า ลิง หมี กระเจง และมีพันธุ์ไม้หายากคือ “ปาล์มหลังขาว” ที่นี่เป็นแหล่งแรกที่พบ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้ น้ำตกโดนไทร น้ำตกบางแป

หาดสุรินทร์ เป็นหาดที่อยู่ริมเชิงเขา บริเวณเหนือหาดมีต้นสนทะเลต้นใหญ่ๆ เรียงรายอยู่ และบริเวณเหนือหาดด้านขวามือ เป็นสนามกอล์ฟ หาดสุรินทร์ไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำ เพราะมีลักษณะลาดชัน และในฤดูมรสุมจะมีคลื่นลมจัดมาก

อุทยานแห่งชาติสิรินาถ (หาดในยาง) ได้รับการประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2524 ครอบคลุมเนื้อที่ 56,250 ไร่ เป็นหาดทรายที่มีความยาวต่อเนื่องกันถึง 13 กิโลเมตร โดยเริ่มจาก หาดในทอน หาดในยาง หาดไม้ขาว หาดทรายแก้ว อุทยานแห่งชาติสิรินาถ มีที่พักบริการนักท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเกาะต่างๆ รอบภูเก็ตและในทะเลอันดามัน ภูเก็ตมีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวทางทะเลบริการอย่างมากมาย ทำให้เมืองภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในน่านน้ำทะเลอันดามัน ไม่ว่าจะเป็นการดำน้ำดูปะการัง เล่นน้ำตามแนวหาดทราย การตกปลา ชมธรรมชาติป่าเขา และชายหาดบนเกาะ ภูเก็ตมีเกาะบริวารทั้งหมด 39 เกาะ ส่วนใหญ่อยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะภูเก็ต เกาะที่น่าสนใจ ได้แก่ เกาะราชาใหญ่ เกาะราชาน้อย เกาะไม้ท่อน เกาะเฮ เกาะโหลน เกาะตะกั่วใหญ่ เกาะรังใหญ่ เกาะมะพร้าว เกาะนาคานาคาน้อย เกาะไข่นอก เกาะบอน เกาะยาวใหญ่

เทศกาลและงานประเพณี

งานท้าวเทพกษัตรี-ท้าวศรีสุนทร ตรงกับวันที่ 13 มีนาคม ของทุกปี มีการจัดงานเฉลิมฉลอง มีกิจกรรมต่างๆ มากมาย เพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ที่สองวีรสตรีสามารถปกป้องเมืองกลาง ให้อพยพหนีจากข้าศึกพม่าและศัตรูในวีรกรรมของท่าน

งานประเพณีปล่อยเต่า ตรงกับวันที่ 13 เมษายน หรือวันสงกรานต์ของทุกปี กรมประมงได้กำหนดให้เป็นวันประมงแห่งชาติ มีประเพณีปล่อยลูกเต่าลงทะเลโดยจะจัดงานในบริเวณหาดต่างๆ ในภูเก็ต

งานประเพณีลอยเรือชาวเล จะมีพิธีในกลางเดือน 6 และ 11 ของทุกปี โดยกลุ่มชาวเลที่หาดราไวย์ และ บ้านสะพาน จะมีพิธีลอยเรือในวันขึ้น 13 ค่ำ และกลุ่มชาวเลที่แหลมหลา (ทางตอนเหนือของเกาะภูเก็ต) จะมีพิธีลอยเรือในวันขึ้น 15 ค่ำ ซึ่งถือเป็นพิธีสะเดาะเคราะห์ของชาวเล คล้ายกับพิธีลอยกระทงของไทย มีการสร้างเรือจากไม้ระกำ ตัดผมตัดเล็บ และทำตุ๊กตาไม้แทนคนใส่ลงไปในเรือ แล้วนำไปลอย เพื่อนำเอาความทุกข์โศกเคราะห์ร้ายต่างๆ ออกไปกับทะเล แล้วมีการร่ายรำรอบเรือ หรือที่เรียกว่า “รำรองเง็ง” นั่นเอง

งานผ้อต๋อ เป็นงานประเพณีของชาวภูเก็ตที่มีเชื้อสายจีน จะมีพิธีในช่วงเดือน 7 ของจีน หรือเดือน 9 ของไทย โดยมีพิธีเซ่นไหว้บรรพบุรุษ และวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ด้วยเครื่องบวงสรวงเป็นขนมชนิดหนึ่ง ทำด้วยแป้งเป็นรูปเต่าขนาดใหญ่บ้างเล็กบ้างทาสีแดง ซึ่งคนจีนเชื่อว่า เต่าเป็นสัตว์ที่มีอายุยืน ดังนั้น การไหว้เต่า จึงเป็นการต่ออายุให้ตนเอง และถือเป็นกุศลที่ยิ่งใหญ่

เทศกาลกินผัก กำหนดจัดในวันขึ้น 1 – 9 ค่ำ เดือน 9 ของจีน จะอยู่ในช่วงเดือนกันยายน – ตุลาคม ของทุกปี ระหว่างถือศีลกินผัก ชาวบ้านจะไปรับอาหารจากศาลเจ้า มีพิธีกรรมตามความเชื่อ เช่น ลุยไฟ ไต่บันไดมิด ฯลฯ มีการแห่เจ้าไปตามถนนต่างๆ โดยชาวบ้านสองฝั่งถนนจะจุดประทัดเสียงอึกทักไปตลอดสาย ประเพณีกินเจนี้ถือว่า เป็นการอุทิศความดีให้กับพระ และเทวดาฟ้าดิน เพื่อให้พระคุ้มครองชาวภูเก็ตและเกาะภูเก็ตตลอดไป

เทศกาลเปิดฤดูกาลท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ตรงกับวันที่ 1 พฤศจิกายน โดยเริ่มจัดงานครั้งแรกเมื่อปี 2528 ณ หาดป่าตอง เพื่อต้อนรับฤดูกาลท่องเที่ยวที่เวียนมาถึงอีกครั้ง และเป็นการส่งเสริมความสามัคคีระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจสาขาต่างๆ หน่วยงานราชการ และประชาชนในงานมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ พิธีตักบาตรในตอนเช้า การแข่งขันกีฬาทางน้ำ การประกวดสาวงามจากนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ เป็นต้น

งานแข่งขันเรือใบชิงถ้วยพระราชทาน เริ่มมีขึ้นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2530 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวโรกาสที่ทรงเจริญพระชนมายุครบ 5 รอบ และหลังจากนั้นจึงถือกำหนดจัดงานขึ้น ในช่วงวันเฉลิมพระชนมพรรษา ซึ่งตรงกับวันที่ 5 ธันวาคม ของทุกปี โดยมีเรือใบจากนานาชาติทั่วโลก เข้าร่วมการแข่งขันบริเวณหาดในหาน เพื่อชิงถ้วยพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ

ลาquanน้ำภูเก็ตไตรกีฬา เป็นการแข่งขันกีฬา 3 ประเภทต่อเนื่องกัน คือ ว่ายน้ำ ขี่จักรยาน และ วิ่ง บริเวณ ลาquanน้ำภูเก็ต หาดบางเทา มีผู้เข้าแข่งขันจากทั่วโลก การแข่งขันจะจัดขึ้น

ในช่วงปลายปีของทุกปี (ที่มา: http://www.ekohchang.com/Phuket_Thai/attractions.htm. บริษัท สยามมีดี บิสซิเนส ทราเวล จำกัด)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของชาวกทมุกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

เสริมสกุล เสรีจิกจ (2547) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวไทย จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือ เป็นแบบสอบถาม ถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสรุป ได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาตรี ขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับด้านปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้าน บริการนักท่องเที่ยว และด้านสินค้าของที่ระลึก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับ การศึกษา และอาชีพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสินค้า ของที่ระลึก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ขวัญจิต โชติช่วง (2549) ศึกษาวิจัยเรื่องความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มี ผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 18 – 20 ปี กำลังศึกษา อยู่ชั้นปีที่ 1 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ภูมิลำเนาภาคกลาง จำนวนครั้งที่เคยไป ภาคเหนือและภาคใต้ รวมกันประมาณ 1 – 5 ครั้ง ทัศนคติต่อ การท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ อยู่ระดับเดียวกัน คือ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติอยู่ในระดับดี ด้านสภาพแวดล้อม มนุษย์สร้างขึ้นเกี่ยวกับการจัดการบริการเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง แนวโน้มที่จะกลับมา ท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ อีก รวมถึงการชักชวนครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ให้ไปท่องเที่ยว ภาคเหนือ และภาคใต้ อยู่ในระดับแน่นอนมาก มีแนวโน้มจะไปเที่ยวภาคเหนือในครั้งต่อไปโดยเฉลี่ย 1.89 ปี มีแนวโน้มจะไปเที่ยวภาคใต้ในครั้งต่อไปโดยเฉลี่ย 1.95 ปี นักศึกษามีทัศนคติการท่องเที่ยวด้าน สภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติต่อภาคเหนือแตกต่างจากภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญ ทาง สถิติที่ระดับ 0.01 นักศึกษามีทัศนคติการท่องเที่ยวด้านนี้ต่อภาคเหนือดีกว่าภาคใต้ เนื่องจาก ค่าเฉลี่ยสูงกว่า นักศึกษามีทัศนคติการท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมมนุษย์สร้างขึ้นเกี่ยวกับการจัด

การบริการเพื่อการท่องเที่ยว ต่อภาคเหนือแตกต่างจากภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักศึกษามีทัศนคติการท่องเที่ยวด้านนี้ต่อภาคเหนือดีกว่าภาคใต้ เนื่องจากค่าเฉลี่ยสูงกว่า

นฤมล บำรุงวงศ์ไทย (2551) ศึกษาความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ Trekkingthai.com ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 210 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ทดสอบแบบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย ของเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC for windows version 13 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ต่อการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ Trekkingthai.com ด้านทีมงานในระดับพอใจมาก และด้านโปรแกรมทัวร์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการตอบรับในระดับพอใจ นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมความถี่ในการเข้าชมเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ Trekkingthai.com ด้านส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านโปรแกรมทัวร์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านทีมงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการตอบรับ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ Trekkingthai.com ด้านกระบวนการตอบรับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับต่ำในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านโปรแกรมทัวร์ ด้านราคา ด้านช่องทางการบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านทีมงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมทางด้านประเภทโปรแกรมทัวร์ที่ไปกับ Trekkingthai.com บ่อยที่สุดต่างก็มีแนวโน้มการใช้บริการไม่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ศศิธร สามารถ (2545) ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 332 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ตัวแปรอิสระมี 2 กลุ่มใช้ การทดสอบค่าที และตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชนรับจ้าง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว สถานที่พักแรมคือ โรงแรม ใช้เวลาช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทกิจกรรมที่ชอบ คือ การดำน้ำ / ชมปะการัง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากที่สุดคือ 4,001 – 5,000 บาท และสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดคือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวน 1 ครั้งในระยะเวลา 3 ปี ใช้เวลาอยู่ในจังหวัดกระบี่ประมาณ 3 – 5 วัน และส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจว่า ในอนาคตจะมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อีกแน่นอน ผลการทดสอบความแตกต่าง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกันและนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน พฤติกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุง และความตั้งใจในการมาเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน พฤติกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ พาหนะในการเดินทางและสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงแตกต่างกันมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ภาวิณี หมูศิริเลิศ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ทดสอบแบบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วยค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม โดยใช้โปรแกรม Statistical Package for Social Sciences หรือ SPSS ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจ/งานที่ทำ ด้านกายภาพและสรีระศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม จิตวิทยา การศึกษาบุคคล ด้านสังคมสัมพันธภาพระหว่างบุคคล จริยธรรม ด้านความบันเทิง ความเพลิดเพลิน การฆ่าเวลา และด้านศาสนา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความปลอดภัย ด้านโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัด ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ในด้านธุรกิจ/งานที่ทำ ด้านกายภาพและสรีระศาสตร์ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในด้านสังคมสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรมศาสตร์ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาในการไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านด้านสินค้าที่ระลึกของจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านค่าใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีประสบการณ์เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง ของ ไมเออร์ และคณะ ที่ว่า ทัศนคติการตอบสนองว่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆ เช่น สิ่งของ คน สถานที่ การกระทำ ความคิด หรือ สถานการณ์ โดยแสดงออกในรูปของความเชื่อ ความรู้สึก หรือพฤติกรรม การอ้างอิงแนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ ของ Kotler ที่ว่า ความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบ ระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ใ้กับเรื่องความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อีกทั้งในเรื่องของพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ได้ใช้แนวคิดของ ก่อเกียรติ และ วินัส เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนว่า จะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ อะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) และสมมุติว่าถ้าจะซื้อจะซื้อสินค้าที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) อย่างไร (How) ซื้อบ่อยแค่ไหน (How Often) และซื้อจากใคร (Who) จึงจะเหมาะสม และสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ตนมากที่สุด รวมถึงเรื่องของแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ในเรื่องโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาดของการท่องเที่ยวของ มนัส สุวรรณ และ คณะ ตามหลักเกณฑ์เชิงประชากรศาสตร์ เป็นการแบ่งกลุ่มตลาดท่องเที่ยวตามปัจจัยหรือตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพทางครอบครัว ขนาดของครอบครัว เชื้อชาติ และศาสนา และ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวและองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ของ ทิพวรรณ พุ่มมณี ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎี ดังกล่าวข้างต้น มาเป็นแนวทางในการสร้าง

แบบสอบถามและกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ให้เหมาะสมกับการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ทักษะคติ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตข้างต้น ผู้วิจัยเชื่อว่า มีความเชื่อมโยงกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นงานวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบ ทักษะคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จะเป็นการประเมินเพื่อให้ทราบถึง ทักษะคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ให้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งผลการศึกษานี้จะสามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวของ 2 จังหวัดนี้ เพื่อให้ตรงกับความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่จะเข้าไปท่องเที่ยวในทุกๆ ครั้ง ที่ได้ไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ครึ่งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 94% และ ที่ระดับความคาดเคลื่อน 6 % เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยใช้สูตรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 26) ได้จำนวนตัวอย่าง 245 ราย สุ่มแบบสอบถามเพื่อไม่สมบูรณ์ 5 ราย โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 250 ราย ตามสูตรดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน)
	Z	แทน	ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษาทำการสุ่ม ($p = 1 - q$) เมื่อไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม (p) ได้ใช้ค่า p ที่ทำให้ pq มีค่าสูงสุด คือ .5
	e	แทน	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 94 % และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 6 % ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$\text{กรณี } e = 6 \% (Z = 1.88, e = .06)$$

$$n = \frac{(1.88)^2 (.5)(.5)}{(.06)^2}$$

$$n = 245 \text{ คน}$$

เพราะฉะนั้น จึงได้จำนวนตัวอย่าง 245 ราย สํารองแบบสอบถามเผื่อไม่สมบูรณ์ 5 ราย
โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 250 ราย

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างจะดำเนินวิธีการ ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เนื่องจาก
ทราบเขตการปกครองกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันที่แน่นอนว่ามี 50 เขต โดยแบ่งเขตตามการบริหารงาน
เป็น 6 กลุ่มโซน ดังนี้

โซนรัตนโกสินทร์ จำนวน 9 เขต	โซนบูรพา จำนวน 9 เขต	โซนศรีนครินทร์ จำนวน 8 เขต	โซนเจ้าพระยา จำนวน 9 เขต	โซนกรุงธนเหนือ จำนวน 8 เขต	โซนกรุงธนใต้ จำนวน 7 เขต
เขตบางซื่อ	เขตดอนเมือง	เขตมีนบุรี	เขตดินแดง	เขตบางขุนเทียน	เขตบางพลัด
เขตดุสิต	เขตบางเขน	เขตหนองจอก	เขตห้วยขวาง	เขตบางบอน	เขตตลิ่งชัน
เขตปทุมวัน	เขตหลักสี่	เขตลาดกระบัง	เขตวัฒนา	เขตจอมทอง	เขตบางกอกน้อย
เขตราชเทวี	เขตบึงกุ่ม	เขตสะพานสูง	เขตคลองเตย	เขตทุ่งครุ	เขตทวีวัฒนา
เขตปทุมวัน	เขตสายไหม	เขตคลองสามวา	เขตบางนา	เขตราษฎร์บูรณะ	เขตบางกอกใหญ่
เขตพระนคร	เขตจตุจักร	เขตคันนายาว	เขตพระโขนง	เขตธนบุรี	เขตภาษีเจริญ
เขตบางรัก	เขตลาดพร้าว	เขตประเวศ	เขตบางคอแหลม	เขตคลองสาน	เขตหนองแขม
เขตสัมพันธวงศ์	เขตวังทองหลาง	เขตสวนหลวง	เขตสาทร	เขตบางแค	
เขตป้อมปราบ ศัตรูพ่าย	เขตบางกะปิ		เขตยานนาวา		

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือก 20 % จากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต ได้จำนวนเขตที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล 10 เขต คือ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตดินแดง เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา และ เขตคลองเตย

2. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เคยไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต 10 เขตๆ ละ 25 ตัวอย่าง เท่าๆ กัน

$$\begin{aligned}
 \text{ขนาดของตัวอย่างในแต่ละเขต} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนเขตการปกครองที่ถูกเลือก}} \\
 &= 250 / 10 \\
 &= 25
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครองที่ถูกเลือก คือ ใน 10 เขตการปกครอง แต่ละเขตจะมีขนาดตัวอย่างดังต่อไปนี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ

เขตการสำรวจ	จำนวน (คน)
1. เขตพระนคร	25
2. เขตดุสิต	25
3. เขตปทุมวัน	25
4. เขตบางรัก	25
5. เขตห้วยขวาง	25
6. เขตดินแดง	25
7. เขตจตุจักร	25
8. เขตลาดพร้าว	25
9. เขตวัฒนา	25
10. เขตคลองเตย	25
รวม	250

3. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเก็บตัวอย่างในแหล่งชุมชน แต่ละเขตๆ ละ 25 ตัวอย่าง ได้แก่ สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา หน่วยงานราชการและเอกชน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง

4. วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวนอย่างอย่าง 1 ครั้ง ที่ยินดีตอบคำถาม

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แหล่งข้อมูล 2 ส่วน ด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยได้จากศึกษาค้นคว้าจาก ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เอกสารอ้างอิง บทความ ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เป็นผู้ตอบคำถาม ซึ่งแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงข้อมูลที่ต้องศึกษา แบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อที่ 1 2 3 5 และ 6 ส่วนในข้อที่ 4 เป็นคำถามลักษณะปลายปิดและปลายเปิด รวมเป็น 6 ข้อ ในแต่ละข้อระดับวัดข้อมูล ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. ชาย
2. หญิง

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

(แหล่งที่มา : e -TAT Tourism Journal & Quot ฉบับที่ 2/2549)

1. ต่ำกว่า 25 ปี
2. 25 – 34 ปี
3. 35 – 44 ปี
4. 45 – 54 ปี
5. 55 ปี ขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Ordinal Scale)

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 4 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. พนักงานบริษัทเอกชน
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
4. อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

(ปรับมาใช้ร่วมกันจาก 2 แหล่งที่มา : รายงานเครื่องชี้วัดภาวะเศรษฐกิจไทยที่สำคัญ พ.ศ. 2551 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และตารางแสดงอัตราค่าจ้างขั้นต่ำใหม่ ประกาศตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2551 ของกระทรวงแรงงาน)

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001 – 20,000 บาท
3. 20,001 – 30,000 บาท
4. 30,001 – 40,000 บาท
5. 40,001 – 50,000 บาท
6. 50,001 บาทขึ้นไป

ข้อที่ 6. สถานภาพครอบครัว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. โสด
2. สมรส/อยู่ด้วยกัน
3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวน 10 ข้อ ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับ 5	หมายถึง	มีทัศนคติในระดับดีมาก
ระดับ 4	หมายถึง	มีทัศนคติในระดับดี
ระดับ 3	หมายถึง	มีทัศนคติในระดับปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	มีทัศนคติในระดับไม่ดี
ระดับ 1	หมายถึง	มีทัศนคติในระดับไม่ดีย่างมาก

โดยเกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันดับ ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชบัญชา, 2544: 29) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันดับ} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ความกว้างของอันดับ} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.8$$

ซึ่งเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในงานวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบ ทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังรายละเอียดด้านล่างนี้

ค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ	ระดับของทัศนคติ
4.21 – 5.00	มีทัศนคติในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	มีทัศนคติในระดับดี
2.61 – 3.40	มีทัศนคติในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	มีทัศนคติในระดับไม่ดี
1.00 – 1.80	มีทัศนคติในระดับไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และใช้เกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนน ที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 29) ได้ค่าคะแนน เหมือนคำถาม ส่วนที่ 3 ดังนี้

ระดับ	ค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ	ระดับของความพึงพอใจ			
		ความคุ้มค่า ข้อที่ 1 และ 2	ความประทับใจ เมื่อเทียบกับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	ด้านความคาดหวัง	ผลรวม ความพึงพอใจ
5	4.21 – 5.00	คุ้มค่าอย่างมาก	มาก	สูงกว่าความคาดหวังอย่างมาก	พึงพอใจอย่างมาก
4	3.41 – 4.20	คุ้มค่า	ค่อนข้างมาก	สูงกว่าความคาดหวัง	พึงพอใจ
3	2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ	เท่ากับความคาดหวัง	เฉยๆ
2	1.81 – 2.60	ไม่คุ้มค่า	ค่อนข้างน้อย	ต่ำกว่าความคาดหวัง	ไม่พึงพอใจ
1	1.00 – 1.80	ไม่คุ้มค่าเลย	น้อย	ต่ำกว่าความคาดหวังมาก	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตลักษณะเป็น คำถามปลายเปิดให้กรอกตัวเลขจำนวน 1 ข้อ คือ ข้อที่ 1 อีกทั้งยังมีลักษณะคำถามปลายเปิดให้ กรอกข้อมูล และคำถามปลายปิดมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ในข้อเดียวกัน

จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อที่ 2 3 5 และ 6 และเป็นลักษณะคำถามปลายปิดทั้งหมด จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 4 และ 7 ซึ่งคำถามในข้อที่ 2 ถึง 7 ให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ โดยในแต่ละข้อระดับวัดข้อมูล ดังนี้

ข้อที่ 1 จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยว

ข้อที่ 2 ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้ท่านมาท่องเที่ยว

ข้อที่ 3 ท่านเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวมากที่สุด

ข้อที่ 4 ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด

ข้อที่ 5 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว

ข้อที่ 6 ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด

ข้อที่ 7 โดยมากท่านเดินทางไปท่องเที่ยว อย่างไร

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลักษณะคำถาม แบบ Semantic Differential Scale จำนวน 2 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และใช้เกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค ผู้วิจัยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544: 29) ได้ค่าคะแนน เหมือนคำถาม ส่วนที่ 2 – 3 ดังนี้

ระดับ	ค่าเฉลี่ยแต่ละระดับ	ระดับของแนวโน้มพฤติกรรม	
		แนวโน้มจะกลับไปท่องเที่ยว	แนวโน้มที่จะชักชวนผู้ที่รู้จัก
5	4.21 – 5.00	ไปอย่างแน่นอน	แนะนำอย่างแน่นอน
4	3.41 – 4.20	ไปแน่นอน	แนะนำแน่นอน
3	2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ	ไม่แน่ใจ
2	1.81 – 2.60	ไม่ไปแน่นอน	ไม่แนะนำแน่นอน
1	1.00 – 1.80	ไม่ไปอย่างแน่นอน	ไม่แนะนำอย่างแน่นอน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารอ้างอิง บทความ ตำราทางวิชาการ และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบ ทักษะคิด พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. กำหนดรายละเอียดโครงสร้างของแบบสอบถาม ตามประเด็นสำคัญของความมุ่งหมาย และขอบเขตการศึกษา
3. นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจ แก้ไขแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ
4. นำแบบสอบถามขึ้นไปให้คณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจแก้สำนวนภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหา
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่อกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ก่อนนำทดลอง (Try out) จำนวน 40 ชุด
7. ปรับปรุงแบบสอบถามแล้วนำเสนอคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์อีกครั้งเพื่อให้ได้เครื่องมือที่สมบูรณ์สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา (Validity) จากนั้นนำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปทดลองใช้
2. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง 40 คน เพื่อไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Coefficient) ของครอนบัคแอลฟา (กัลยา วานิชย์บัญชา) และปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการวิจัย ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้จะแสดงถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) จากแบบสอบถาม

แบบสอบถามแต่ละส่วน	ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)	
	จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัดภูเก็ต
ส่วนที่ 2 ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยว	.7924	.7122
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	.8265	.8484
ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว	.7131	.7510
ผลรวมการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งหมด	.8709	.7909

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จากการศึกษาจากเอกสารอ้างอิง บทความ ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยเตรียมเครื่องในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม รวมถึงการสอนวิธีการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยต้องสอบถามกลุ่มตัวอย่างก่อนเก็บข้อมูลว่า เคยมีประสบการณ์ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตหรือไม่ หากกลุ่มตัวอย่าง เคยไปจึงแจกแบบสอบถาม พร้อมทั้งการสัมภาษณ์ หรือการชี้แจงข้อสงสัยแก่ผู้ตอบแบบสอบถามด้วย
3. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามได้แล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาดำเนินการ ดังนี้

4.1 การจัดกระทำข้อมูล

4.1.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมดโดยแยกส่วนที่ไม่สมบูรณ์ออก

4.1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์ และถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสตามกำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อนำมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social

Sciences หรือ SPSS) ด้วยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

4.1.3 การนำข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถามมาหาค่าความถี่ของคำตอบเกี่ยวข้องแบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 4 เกี่ยวกับการติดกรรมการท่องเที่ยว ข้อที่ 2 ถึงข้อที่ 7 นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เสนอผลเป็นร้อยละ (Percentage) ส่วนแบบสอบถามส่วนที่ 2, 3, 4 (เฉพาะข้อที่ 1) และ 5 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เสนอผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการจัดหมวดหมู่และเพื่อทราบลักษณะพื้นฐานทั่วไปของประชากร โดยทำการวิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีทางสถิติ t-test สำหรับตัวแปร ที่แบ่งเป็นสองกลุ่ม และ F-test สำหรับตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ 0.05 สำหรับสถิติสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 65)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	X	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum X)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (แอลฟา-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 49)

$$\alpha = \frac{\overline{k \text{ covariance} / \text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\overline{\text{covariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม
	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม ทั้งฉบับ โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) หรือสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้

3.1 ค่า t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (ตัวแปร) 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ด้านเพศ) ที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 173)

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad ; \quad df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} - \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

โดยมีชั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of Variance) หรือ (One Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (ตัวแปร) มากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 135) ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติ F-test โดยกำหนดให้ ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ)

ตาราง แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

แหล่งของการแปรปรวน	ผลรวมกำลังสอง SS	df	ค่าประมาณของความแปรปรวน MS	F
ระหว่างกลุ่ม	SS_b	$k - 1$	MS_b	MS_b / MS_w
ภายในกลุ่ม	SS_w	$N - k$	MS_w	
ทั้งหมด	SS_t	$n - 1$		

$$F = F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่ $k-1$ แทน Degree of Freedom สำหรับการผันแปรระหว่างกลุ่ม df_b

$n-k$ แทน Degree of Freedom สำหรับการผันแปรระหว่างกลุ่ม df_w

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F- distribution

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

SS_b แทน ผลบวกกำลังสองระหว่างกลุ่ม

SS_w แทน ผลบวกกำลังสองภายในกลุ่ม

K แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

df_b แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

df_w แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown – Forsythe (B) ใช้ในกรณีที่ความแปรปรวนแตกต่างกัน (Hartung. 2001: 300) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW'}$$

$$\text{โดยค่า } MSW = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe

MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSW' แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown forsythe

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ แอลฟา = 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% จะใช้วิธี Fisher's Least – Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดูว่า คู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน

โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 258)

$$\text{เมื่อ } n_i \neq n_j \quad \text{LSD} = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

$$\text{ถ้า } n_i = n_j \quad \text{LSD} = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดยที่ $df_w = n-k$

LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean square error (MS_w)

k แทน จำนวนกลุ่มของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

α แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

n_i แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ j

สูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Kappel. 1982: 153 – 155) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ $\bar{d}_D$ แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test

q_D แทน ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test

$MS_{S/A}$ แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

s แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	n	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มด้วย ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย
6. ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.01 – 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.4 ค่า Paired t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 118)

$$t = \frac{\bar{d} - \bar{d}_0}{SD/\sqrt{n}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t
	$\bar{d}$	แทน	ค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
	$\bar{d}_0$	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่คาดหวัง
	SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ t - test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of Variance) หรือ (One Way ANOVA) อธิบายค่าความแตกต่าง ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบาย ค่าความสัมพันธ์ระหว่างทักษะติดต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบาย ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบาย ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์โดยค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Paired t-test เพื่ออธิบายการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์โดยค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Paired t-test เพื่ออธิบายการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์โดยค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Paired t-test เพื่ออธิบายการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 8 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์โดยค่าสถิติที่ใช้ทดสอบ คือ Paired t-test เพื่ออธิบายการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและสื่อความหมาย ได้ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of squares)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอ และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามความมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพครอบครัว โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และ ค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ด้านลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	97	38.8
- หญิง	153	61.2
รวม	250	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 25 ปี	54	21.6
- 25 – 34 ปี	101	40.4
- 35 – 44 ปี	40	16.0
- 45 – 54 ปี	36	14.4
- 55 ปี ขึ้นไป	19	7.6
รวม	250	100.0
3. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	16.4
- ปริญญาตรี	177	70.8
- สูงกว่าปริญญาตรี	32	12.8
รวม	250	100.0
4. อาชีพ		
- พนักงานบริษัทเอกชน	98	39.2
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	30.0
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	30	12.0
- อาชีพอื่นๆ เช่น นิสิต/นักศึกษา/นักเรียน/ลูกจ้างรัฐ/ Auditor	47	18.8
รวม	250	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	42	16.8
- 10,001 - 20,000 บาท	105	42.0
- 20,001 - 30,000 บาท	51	20.4
- 30,001 - 40,000 บาท	24	9.6
- 40,001 - 50,000 บาท	10	4.0
- 50,001 บาท ขึ้นไป	18	7.2
รวม	250	100.0
6. สถานภาพครอบครัว		
- โสด	161	64.4
- สมรส / อยู่ด้วยกัน	78	31.2
- หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	11	4.4
รวม	250	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 250 คน พบว่า

เพศ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 และเพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

อายุ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ

21.6 อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และ อายุ 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เป็นผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น นิสิต / นักศึกษา / นักเรียน / ลูกจ้างรัฐ / Auditor จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเจ้าของธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และมีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

สถานภาพครอบครัว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีสถานภาพโสด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาเป็นผู้มีสถานภาพครอบครัว สมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และเป็นผู้มีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้านอายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพครอบครัว มีความแตกต่างทางด้านจำนวน (ความถี่) ของข้อมูลอยู่มาก และมีจำนวนร้อยละน้อยกว่า 10 ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน (ความถี่) ใหม่ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละด้านลักษณะบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยจัดกลุ่มใหม่

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
- ต่ำกว่า 25 ปี	54	21.6
- 25 – 34 ปี	101	40.4
- 35 – 44 ปี	40	16.0
- 45 ปี ขึ้นไป	55	22.0
รวม	250	100.0
2. รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	42	16.8
- 10,001 - 20,000 บาท	105	42.0
- 20,001 - 30,000 บาท	51	20.4
- 30,001 ขึ้นไป	52	20.8
รวม	250	100.0
3. สถานภาพครอบครัว		
- โสด	161	64.4
- สมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	89	35.6
รวม	250	100.0

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลในการแบ่งชั้นความถี่ใหม่ เป็น ดังนี้

อายุ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ อายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ

22.0 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และ มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

สถานภาพครอบครัว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีสถานภาพโสด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 และผู้มีสถานภาพครอบครัว สมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี และ ข้อ ศิลปะ โบราณสถาน 2) ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ข้อถนนหนทางในจังหวัด ข้อการรักษาความสะอาด ในจังหวัด และข้อความปลอดภัยในจังหวัด 3) ด้านค่าใช้จ่าย ข้อราคาค่าที่พัก ข้อราคาสินค้า และบริการ รวมทั้ง ข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ในจังหวัด
เชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต						
1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว						
1.1 การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ						
1.1.1 ทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขาป่าไม้)	3.78	.773	ดี	3.47	.772	ดี
1.1.2 ทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล)	3.69	.829	ดี	3.87	.752	ดี
1.2 การอนุรักษ์วัฒนธรรม						
1.2.1 เทศกาล งานประเพณี	4.28	.747	ดีมาก	3.55	.850	ดี
1.2.2 ด้าน ศิลปะโบราณสถาน	4.24	.721	ดีมาก	3.38	.813	ปานกลาง
รวม	4.00	.577	ดี	3.57	.559	ดี
2. องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว						
2.1 ถนนหนทางในจังหวัด	3.70	.751	ดี	3.58	.702	ดี
2.2 การรักษาความสะอาด ในจังหวัด	3.57	.758	ดี	3.44	.781	ดี
2.3 ความปลอดภัยในจังหวัด	3.48	.761	ดี	3.32	.781	ปานกลาง
รวม	3.58	.589	ดี	3.45	.592	ดี

ตาราง 3 (ต่อ)

ทัศนคติ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
3. ค่าใช้จ่าย						
3.1 ราคาค่าที่พัก	2.90	.890	ปานกลาง	2.16	.912	ไม่ดี
3.2 ราคาสินค้าและบริการ	3.00	.883	ปานกลาง	2.25	.881	ไม่ดี
3.3 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.02	.831	ปานกลาง	2.35	.899	ไม่ดี
รวม	2.97	.765	ปานกลาง	2.25	.791	ไม่ดี

จากตาราง 3 พบว่า **ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่** ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และ ข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.69 ตามลำดับ รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี และข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ 4.24 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในข้อถนนหนทาง ข้อการรักษาความสะอาด และข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70, 3.57 และ 3.48 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายของจังหวัดเชียงใหม่ ในข้อราคาที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90, 3.00 และ 3.02 ตามลำดับ

จากตาราง 3 พบว่า **ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต** ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และ ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และ ข้อทรัพยากรเกี่ยวกับ น้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) รวมทั้ง การอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี อยู่ใน ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47, 3.87 และ 3.55 ตามลำดับ ส่วนการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ในข้อถนนหนทาง และข้อการรักษาความสะอาด อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ 3.44 ส่วนข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายของจังหวัดภูเก็ต ในข้อ ราคาที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ รวมทั้ง ข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 , 2.25 และ 2.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผล ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ใน จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.72	.691	คุ้มค่า	3.53	.792	คุ้มค่า
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความ พยายาม	3.66	.699	คุ้มค่า	3.50	.808	คุ้มค่า
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อ เปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.78	.761	ประทับใจ ค่อนข้างมาก	3.61	.815	ประทับใจ ค่อนข้างมาก
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความ คาดหวัง	3.56	.705	สูงกว่าความ คาดหวัง	3.46	.739	สูงกว่าความ คาดหวัง
รวม	3.68	.573	พึงพอใจ	3.52	.664	พึงพอใจ

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับ พึงพอใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และความพึงพอใจ โดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับพึงพอใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง ที่ได้ไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.50 ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ที่ได้ไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนก เป็นด้านๆ ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตภายใน 5 ปีที่ผ่านมา ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยว การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวมากที่สุด ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยว เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยว ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างไร โดยแจกแจงแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่				จังหวัดภูเก็ต			
	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	0	30	2.84	3.137	0	30	1.96	2.77

จากตาราง 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ย ประมาณ 3 ครั้ง ค่าน้อยสุด เท่ากับ 0 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา และ ค่าสูงสุด เท่ากับ 30 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สูงสุด 30 ครั้ง ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา

ส่วนด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตภายใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ย ประมาณ 2 ครั้ง ค่าน้อยสุด เท่ากับ 0 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ผู้ที่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา ค่าสูงสุด เท่ากับ 30 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตสูงสุด 30 ครั้ง ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้ท่านมาท่องเที่ยว				
1.1 ธรรมชาติของคนในจังหวัด	29	11.6	8	3.2
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม (เชียงใหม่) ทะเลสวย (ภูเก็ต)	125	50.0	124	49.6
1.3 วัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีประจำ จังหวัด	70	28.0	11	4.4
1.4 กิจกรรมของจังหวัด เช่น ล่องแพ ล่องแก่ง ขี่ช้าง(เชียงใหม่) ดำน้ำ ทิวเกาะ(ภูเก็ต)	19	7.6	103	41.2
1.5 อื่นๆ เช่น อาหาร อากาศเย็น มีบ้านพักเอง บ้านแพน (เชียงใหม่) ไปพบเพื่อน (ภูเก็ต) และทำงานเสร็จแล้วเที่ยว 2 จังหวัด	7	2.8	4	1.6
รวม	250	100	250	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ท่านมักจะเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวมากที่สุด				
2.1 ใกล้แหล่งธรรมชาติ	143	57.2	168	67.2
2.2 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม	11	4.4	3	1.2
2.3 ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง	40	16.0	18	7.2
2.4 ใกล้สถานบันเทิง	4	1.6	15	6.0
2.5 ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน				17.2
สาธารณูปโภคและการสื่อสาร	49	19.6	43	
2.6 อื่นๆ เช่น ราคาถูก/รับได้ เดินทางสะดวก ที่พักสวย บ้านเพื่อน/คนรู้จัก				
(เชียงใหม่) ใกล้ทะเล ดิทริมหาด(ภูเก็ต)	3	1.2	3	1.2
รวม	250	100	250	100
3. ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยว				
3.1 ช่วงวันหยุดต่อเนื่อง	164	65.6	140	56.0
3.2 ช่วงลาพักร้อน	47	18.8	63	25.2
3.3 ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์	14	5.6	22	8.8
3.4 ช่วงวันธรรมดา	25	10.0	25	10.0
รวม	250	100	250	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว				
4.1 ต้องการผ่อนคลายความเครียด	73	29.2	75	30.0
4.2 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่	35	14.0	32	12.8
4.3 ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน	81	32.4	76	30.4
4.4 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	56	22.4	63	25.2
4.5 อื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจและคลายเครียด				
(ทั้ง 2 จังหวัด) ทำงาน ทำบุญ และผู้หญิง				
(เชียงใหม่)	5	2.0	4	1.6
รวม	250	100	250	100
5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด				
5.1 ครอบครัว	140	56.0	126	50.4
5.2 เพื่อน	76	30.4	84	33.6
5.3 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ	8	3.2	10	4.0
5.4 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น				
โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว	19	7.6	24	9.6
5.5 อื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงานและพักผ่อน				
ส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ	7	2.8	6	2.4
รวม	250	100	250	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. โดยมากท่านเดินทางไปท่องเที่ยว อย่างไร				
6.1 ขับรถไปท่องเที่ยว	130	52.0	117	46.8
6.2 เ้ารถรับจ้างเหมาคัน	19	7.6	21	8.4
6.3 ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน	74	29.6	72	28.8
6.4 ไปกับบริษัททัวร์	27	10.8	40	16.0
รวม	250	100	250	100

จากตาราง 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน จำแนกเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรม เทศกาลงานประเพณีประจำจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ด้านอัธยาศัยไมตรีของคนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ด้านกิจกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ล่องแพ ล่องแก่ง ขี่ช้าง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และด้านอื่นๆ เช่น อาหาร อากาศเย็น มีบ้านพัก บ้านแพน และ ทำงานเสร็จแล้วเที่ยว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักบริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติ มากที่สุด ในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสาธารณูปโภคและการสื่อสาร

จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 เลือกใกล้แหล่งช้อปปิ้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ใกล้สถานบันเทิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และเลือกพักบริเวณอื่นๆ เช่น ภาคาถูก/รับได้ เดินทางสะดวก ที่พักสวย บ้านเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง มากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลสำคัญที่สุด ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และเหตุผลสำคัญอื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจ และคลายเครียด ทำงาน ทำบุญ และผู้หญิงจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ครอบครัว เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และผู้มีอิทธิพลอื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงานและพักผ่อนส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไร นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยการขับรถไปท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 เดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และเช่ารถรับจ้างเหมาคัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

จากตาราง 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน จำแนกเป็นพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทะเลสะอาด เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมของจังหวัด ภูเก็ต เช่น ดำน้ำ เทียวเกาะ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ด้านวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี ประจำจังหวัดภูเก็ต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ด้านอัธยาศัยไมตรีของคนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และ ด้านอื่นๆ เช่น ไปหาเพื่อน เพื่อน และ ทำงานเสร็จแล้วเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกที่พัก บริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติมากที่สุด ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 168 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณูปโภคและการสื่อสาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 เลือกใกล้แหล่งช้อปปิ้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 เลือกใกล้ สถานบันเทิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.2 และเลือกพักบริเวณอื่นๆ เช่น ใกล้ทะเล ติดริมหาด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด ในช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลสำคัญที่สุด ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และเหตุผลสำคัญอื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจและคลายเครียด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ครอบครัว เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และผู้มีอิทธิพลอื่นๆ เช่น เงิน ความสะดวกและพักผ่อนส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างไร นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยการขับรถไปท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 เดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และเช่ารถรับจ้างเหมาคัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปราบกฎผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	แนวโน้ม พฤติกรรม	$\bar{X}$	S.D.	แนวโน้ม พฤติกรรม
แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต						
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว ไปอย่างแน่นอน____ไม่ไปอย่างแน่นอน	4.02	.857	ไปแน่นอน	3.77	.923	ไปแน่นอน
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว แนะนำอย่างแน่นอน____ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	4.04	.793	แนะนำ แน่นอน	3.85	.869	แนะนำ แน่นอน

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชียงใหม่ ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับไปแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ส่วนนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับไปแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลในด้าน เพศ สถานภาพครอบครัว สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ Independent t-test หากค่า Sig. ของ Levene's test for Equality of Variances สูงกว่า 0.05 ใช้ค่า Equal Variances assumed หากค่า Sig. ของ Levene's test for Equality of Variances ต่ำกว่า 0.05 ใช้ค่า Equal Variances not assumed

การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ One-way ANOVA (One-Way Analysis of Variance)

โดยการหาค่า Levene's test for Homogeneity of Variances ก่อน หากค่า Sig. ของ Levene's test น้อยกว่า 0.05 จะใช้สถิติ Brown – Forsythe (B) และถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงนำไปทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 หากค่า Sig. ของ Levene's test มากกว่า 0.05 สามารถ ใช้ค่าสถิติ F-test หากผลการทดสอบพบว่า มี ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงนำไปทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ LSD

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ

เพศที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของ นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของ นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มี ค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไป ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.624 และ 0.426 ตามลำดับ ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 8 แสดงการเปรียบเทียบเพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่กลับจะไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่			ชาย	3.94	.911	-1.203	248	.230
Equal Variances assumed	.241	.624	หญิง	4.07	.820			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่			ชาย	4.02	.878	-.244	248	.808
Equal Variances assumed	.637	.426	หญิง	4.05	.738			

จากตาราง 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.230 และ 0.808 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่กลับจะไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.739 และ 0.141 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงการเปรียบเทียบ อายุ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.420	.739	ระหว่างกลุ่ม	3.989	3	1.330	1.828	.143
			ภายในกลุ่ม	178.911	246	.727		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	1.837	.141	ระหว่างกลุ่ม	6.988	3	2.329	3.828*	.010
			ภายในกลุ่ม	149.688	246	.608		
			รวม	156.676	249			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.143 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนอายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่าค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้

ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.010 ซึ่งค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปี ขึ้นไป
		4.04	4.19	4.05	3.75
ต่ำกว่า 25 ปี	4.04		-.15 (.252)	-.01 (.937)	.29 (.052)
25 – 34 ปี	4.19			.14 (.344)	.44** (.001)
35 – 44 ปี	4.05				.30 (.061)
45 ปีขึ้นไป	3.75				

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับ นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จกให้ไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.732 และ 0.447 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.313	.732	ระหว่างกลุ่ม	3.499	2	1.749	2.408	.092
			ภายในกลุ่ม	179.401	247	.726		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	.809	.447	ระหว่างกลุ่ม	2.109	2	1.054	1.685	.188
			ภายในกลุ่ม	154.567	247	.626		
			รวม	156.676	249			

จากตาราง 11 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance :
One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่าค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และ
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.092 และ 0.188 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า
มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับ
การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่
รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ

อาชีพ ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.848 และ 0.165 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบ อาชีพ มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	of Variances							
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.268	.848	ระหว่างกลุ่ม	2.669	3	.890	1.214	.305
			ภายในกลุ่ม	180.231	246	.733		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	1.710	.165	ระหว่างกลุ่ม	3.178	3	1.059	1.698	.168
			ภายในกลุ่ม	153.498	246	.624		
			รวม	156.676	249			

จากตาราง 12 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

อาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.305 และ 0.168 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.676 และ 0.676 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	of Variances							
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.510	.676	ระหว่างกลุ่ม	1.506	3	.502	.681	.565
			ภายในกลุ่ม	181.394	246	.737		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.510	.676	ระหว่างกลุ่ม	.381	3	.127	.200	.897
			ภายในกลุ่ม	156.295	246	.635		
			รวม	156.676	249			

จากตาราง 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance :
One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่ามีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.565 และ 0.897 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า
มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า รายได้
ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำ
ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้าน แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.387 และ 0.320 ตามลำดับ ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตารางต่อไป

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพครอบครัว มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		สถานภาพ ครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of							
	Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป								
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่			โสด	4.08	.798	1.511	248	.132
Equal Variances assumed	.750	.387	สมรส /อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.91	.949			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ								
ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว			โสด	4.08	.724	1.201	248	.231
จังหวัดเชียงใหม่			สมรส /อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.96	.903			
Equal Variances assumed	.991	.320						

จากตาราง 14 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.132 และ 0.231 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ

เพศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ .082 ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances assumed ส่วนด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ .028 ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances not assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบเพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่กลับจะไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต			ชาย	3.71	1.02	-.827	248	.409
Equal Variances assumed	3.050	.082	หญิง	3.81	.856			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต			ชาย	3.87	1.01	.245	166.57	.807
Equal Variances not assumed	4.877*	.028	หญิง	3.84	.773			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ได้ ดังนี้

เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.409 และ 0.807 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.316 และ 0.358 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบ อายุ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	1.185	.316	ระหว่างกลุ่ม	6.966	3	2.322	2.786*	.041
			ภายในกลุ่ม	205.038	246	.833		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	1.082	.358	ระหว่างกลุ่ม	7.044	3	2.348	3.188*	.024
			ภายในกลุ่ม	181.180	246	.737		
			รวม	188.224	249			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.041 และ 0.024 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจำแนกตาม อายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.94	3.86	3.70	3.49
ต่ำกว่า 25 ปี	3.94		.08 (.590)	.24 (.201)	.45* (.010)
25 – 34 ปี	3.86			.16 (.345)	.37* (.016)
35 – 44 ปี	3.70				.21 (.271)
45 ปีขึ้นไป	3.49				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปี ขึ้นไป
		3.94	3.99	3.72	3.58
ต่ำกว่า 25 ปี	3.94		-.05 (.753)	.22 (.221)	0.36* (.028)
25 – 34 ปี	3.99			.27 (.100)	0.41** (.005)
35 – 44 ปี	3.72				.14 (.423)
45 ปีขึ้นไป	3.58				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.437 และ 0.104 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	.832	.437	ระหว่างกลุ่ม	5.491	2	2.745	3.284*	.039
			ภายในกลุ่ม	206.513	247	.836		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	2.286	.104	ระหว่างกลุ่ม	2.231	2	1.116	1.482	.229
			ภายในกลุ่ม	185.993	247	.753		
			รวม	188.224	249			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตได้ ดังนี้

ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.229 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.039

ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.59	3.75	4.13
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.59		-.16 (.296)	- 0.54* (.013)
ปริญญาตรี	3.75			- 0.38* (.034)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.13			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับ นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต น้อยกว่านักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54

นักท่องเที่ยวย ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับนักท่องเที่ยวย ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวย ที่มีระดับการศึกษา

ปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตน้อยกว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ

อาชีพ ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.059 และ 0.096 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบ อาชีพ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของ นักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Variances							
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	2.515	.059	ระหว่างกลุ่ม	2.977	3	.992	1.168	.323
			ภายในกลุ่ม	209.027	246	.850		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	2.137	.096	ระหว่างกลุ่ม	4.983	3	1.661	2.230	.085
			ภายในกลุ่ม	183.241	246	.745		
			รวม	188.224	249			

จากตาราง 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

อาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.323 และ 0.085 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.675 และ 0.616 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Variances							
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	.511	.675	ระหว่างกลุ่ม	4.680	3	1.560	1.851	.138
			ภายในกลุ่ม	207.324	246	.843		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	.599	.616	ระหว่างกลุ่ม	3.380	3	1.127	1.499	.215
			ภายในกลุ่ม	184.844	246	.751		
			รวม	188.224	249			

จากตาราง 22 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวและด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวได้ ดังนี้

รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวและด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.138 และ 0.215 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sampling t-test) ให้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.041 ดังนั้น จึงใช้ค่า Equal Variances not assumed ส่วน ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 0.084 ดังนั้น จึงใช้ค่า Equal Variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพครอบครัว มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		สถานภาพ ครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of							
	Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต			โสด	3.95	.850	4.095**	163.104	.000
Equal Variances not Assumed	4.226*	.041	สมรส /อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.45	.965			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต			โสด	3.97	.825	3.006**	248	.003
Equal Variances assumed	3.013	.084	สมรส /อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.63	.909			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.000 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้ม ที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่า นักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่มี ความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้วิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตและด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะกลับไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	.295**	.000	ต่ำ	.245**	.000	ต่ำ
2. ทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	.229**	.000	ต่ำ	.276**	.000	ต่ำ
3. ด้านค่าใช้จ่าย	.252**	.000	ต่ำ	.057	.366	ไม่สัมพันธ์

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.295 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

2. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์

ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.229 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.252 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.245 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.276 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่ายพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.366 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ทศนคติต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ทศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	.459**	.000	ปานกลาง	.326**	.000	ต่ำ
2. ทศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	.261**	.000	ต่ำ	.276**	.000	ต่ำ
3. ด้านค่าใช้จ่าย	.163**	.010	ต่ำมาก	.008	.905	ไม่สัมพันธ์

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.459 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้าน

ทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.261 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.163 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อยมาก

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.326 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.276 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.905 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.356**	.000	ต่ำ	.429**	.000	ปานกลาง
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	.353**	.000	ต่ำ	.471**	.000	ปานกลาง
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.382**	.000	ต่ำ	.425**	.000	ปานกลาง
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	.294**	.000	ต่ำ	.489**	.000	ปานกลาง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.356 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.353 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.382 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.294 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.489 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.392**	.000	ต่ำ	.449**	.000	ปานกลาง
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	.333**	.000	ต่ำ	.440**	.000	ปานกลาง
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.352**	.000	ต่ำ	.431**	.000	ปานกลาง
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	.359**	.000	ต่ำ	.458**	.000	ปานกลาง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.392 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.333 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.352 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.359 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

จากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.449 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพิ่มมากขึ้นปานกลาง

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.440 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพิ่มมากขึ้นปานกลาง

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.431 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับ

เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.458 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	.225**	.000	ต่ำ	.200**	.001	ต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.225 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด

ภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.200 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	ระดับ			ระดับ		
	r	Sig.	ความสัมพันธ์	r	Sig.	ความสัมพันธ์
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	.219**	.001	ต่ำ	.239**	.000	ต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.219 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น

จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.239 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

สมมติฐานข้อที่ 5 ทักษะการต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ทักษะการต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ทักษะการต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยการใช้การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว	ความทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร						
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	4.00	.577	3.57	.559	12.585**	249	.000
2. ทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐาน ของการท่องเที่ยว	3.58	.589	3.45	.592	3.879**	249	.000
3. ด้านค่าใช้จ่าย	2.97	.765	2.25	.791	13.229**	249	.000
รวม	3.52	.457	3.09	.452	14.808**	249	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่าย โดยใช้การทดสอบ ค่าสถิติ Paired t-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่า จังหวัดภูเก็ต

สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทัศนคติต่อทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทศนคติต่อองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทศนคติต่อด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยการใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร						
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.72	.691	3.53	.792	3.639**	249	.000
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	3.66	.699	3.50	.808	3.430**	249	.001
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.78	.761	3.61	.815	3.447**	249	.001
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	3.56	.705	3.46	.739	2.199*	249	.029
ความพึงพอใจรวม	3.68	.573	3.52	.664	3.879**	249	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจ ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านความสัมพันธ์กับการใช้เวลาและความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสัมพันธ์กับการใช้เวลาและความพยายาม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านความสัมพันธ์กับการใช้เวลา และความพยายามต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

**สมมติฐานข้อที่ 7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน**

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยการใช้การ
เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบ
สมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05
ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว				t	df	Sig.
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	2.84	3.137	1.96	2.771	3.988**	249	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี
ที่ผ่านมา โดยใช้ การทดสอบ ค่าสถิติ Paired t-test สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยว
ภายใน 5 ปี ที่ผ่านมานั้น พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี

ที่ผ่านมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา มีจำนวนครั้งการไปท่องเที่ยว มากกว่าจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 8 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว	แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว				t	df	Sig.
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว	4.02	.857	3.77	.923	4.709**	249	.000
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว	4.04	.793	3.85	.869	4.111**	249	.000
รวมแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว	4.03	.745	3.85	.869	3.580**	249	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว โดยใช้การทดสอบ ค่าสถิติ Paired t-test

สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวฯ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรวม มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

1. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แนวโน้มพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวฯ มีแนวโน้มพฤติกรรมจะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าจังหวัดภูเก็ต

2. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวฯ มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

ตาราง 34 แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพ ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพ มหานคร แตกต่างกัน		
1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One - Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One - Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพ ครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
2.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One - Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One - Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
2.3 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพ มหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	t – test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	t – test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์ กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร		
3.1 ทศนคติต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และ ภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์ กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว		
จังหวัดภูเก็ต		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว		
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวใน		
เขตกรุงเทพมหานคร		
4.1 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และ		
ภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว		
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต		
กรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว		
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัด		
เชียงใหม่		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป		
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป		
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านแนวโน้มจะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
เชียงใหม่ - ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
6. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
7. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
8. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
9. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและสื่อความหมาย ได้ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of squares)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอ และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามความมุ่งหมาย ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่ง การนำเสนอออกเป็น 6 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพครอบครัว โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และ ค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ด้านลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	97	38.8
- หญิง	153	61.2
รวม	250	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 25 ปี	54	21.6
- 25 – 34 ปี	101	40.4
- 35 – 44 ปี	40	16.0
- 45 – 54 ปี	36	14.4
- 55 ปี ขึ้นไป	19	7.6
รวม	250	100.0
3. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	16.4
- ปริญญาตรี	177	70.8
- สูงกว่าปริญญาตรี	32	12.8
รวม	250	100.0
4. อาชีพ		
- พนักงานบริษัทเอกชน	98	39.2
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	30.0
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	30	12.0
- อาชีพอื่นๆ เช่น นิสิต/นักศึกษา/นักเรียน/ลูกจ้างรัฐ/ Auditor	47	18.8
รวม	250	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	42	16.8
- 10,001 - 20,000 บาท	105	42.0
- 20,001 - 30,000 บาท	51	20.4
- 30,001 - 40,000 บาท	24	9.6
- 40,001 - 50,000 บาท	10	4.0
- 50,001 บาท ขึ้นไป	18	7.2
รวม	250	100.0
6. สถานภาพครอบครัว		
- โสด	161	64.4
- สมรส / อยู่ด้วยกัน	78	31.2
- หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	11	4.4
รวม	250	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 250 คน พบว่า

เพศ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 และเพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

อายุ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ

21.6 อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และ อายุ 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เป็นผู้ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น นิสิต / นักศึกษา / นักเรียน / ลูกจ้างรัฐ / Auditor จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเจ้าของธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และมีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

สถานภาพครอบครัว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีสถานภาพโสด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาเป็นผู้มีสถานภาพครอบครัว สมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และเป็นผู้มีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้านอายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพครอบครัว มีความแตกต่างทางด้านจำนวน (ความถี่) ของข้อมูลอยู่มาก และมีจำนวนร้อยละน้อยกว่า 10 ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลด้านดังกล่าวมาแบ่งชั้นจำนวน (ความถี่) ใหม่ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละด้านลักษณะบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยจัดกลุ่มใหม่

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อายุ		
- ต่ำกว่า 25 ปี	54	21.6
- 25 – 34 ปี	101	40.4
- 35 – 44 ปี	40	16.0
- 45 ปี ขึ้นไป	55	22.0
รวม	250	100.0
2. รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	42	16.8
- 10,001 - 20,000 บาท	105	42.0
- 20,001 - 30,000 บาท	51	20.4
- 30,001 ขึ้นไป	52	20.8
รวม	250	100.0
3. สถานภาพครอบครัว		
- โสด	161	64.4
- สมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	89	35.6
รวม	250	100.0

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลในการแบ่งชั้นความถี่ใหม่ เป็น ดังนี้

อายุ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ อายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ

22.0 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และ มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

สถานภาพครอบครัว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีสถานภาพโสด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 และผู้มีสถานภาพครอบครัว สมรส / อยู่ด้วยกัน / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับทัศนคติทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี และ ข้อ ศิลปะ โบราณสถาน 2) ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ข้อถนนหนทางในจังหวัด ข้อการรักษาความสะอาด ในจังหวัด และข้อความปลอดภัยในจังหวัด 3) ด้านค่าใช้จ่าย ข้อราคาค่าที่พัก ข้อราคาสินค้า และบริการ รวมทั้ง ข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ในจังหวัด
เชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต						
1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว						
1.1 การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ						
1.1.1 ทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขาป่าไม้)	3.78	.773	ดี	3.47	.772	ดี
1.1.2 ทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล)	3.69	.829	ดี	3.87	.752	ดี
1.2 การอนุรักษ์วัฒนธรรม						
1.2.1 เทศกาล งานประเพณี	4.28	.747	ดีมาก	3.55	.850	ดี
1.2.2 ด้าน ศิลปะโบราณสถาน	4.24	.721	ดีมาก	3.38	.813	ปานกลาง
รวม	4.00	.577	ดี	3.57	.559	ดี
2. องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว						
2.1 ถนนหนทางในจังหวัด	3.70	.751	ดี	3.58	.702	ดี
2.2 การรักษาความสะอาด ในจังหวัด	3.57	.758	ดี	3.44	.781	ดี
2.3 ความปลอดภัยในจังหวัด	3.48	.761	ดี	3.32	.781	ปานกลาง
รวม	3.58	.589	ดี	3.45	.592	ดี

ตาราง 3 (ต่อ)

ทัศนคติ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ
3. ค่าใช้จ่าย						
3.1 ราคาค่าที่พัก	2.90	.890	ปานกลาง	2.16	.912	ไม่ดี
3.2 ราคาสินค้าและบริการ	3.00	.883	ปานกลาง	2.25	.881	ไม่ดี
3.3 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.02	.831	ปานกลาง	2.35	.899	ไม่ดี
รวม	2.97	.765	ปานกลาง	2.25	.791	ไม่ดี

จากตาราง 3 พบว่า **ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่** ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และ ข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.69 ตามลำดับ รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี และข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ 4.24 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในข้อถนนหนทาง ข้อการรักษาความสะอาด และข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70, 3.57 และ 3.48 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายของจังหวัดเชียงใหม่ ในข้อราคาที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90, 3.00 และ 3.02 ตามลำดับ

จากตาราง 3 พบว่า **ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต** ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และ ด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และ ข้อทรัพยากรเกี่ยวกับ น้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) รวมทั้ง การอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี อยู่ใน ระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47, 3.87 และ 3.55 ตามลำดับ ส่วนการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ในข้อถนนหนทาง และข้อการรักษาความสะอาด อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ 3.44 ส่วนข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายของจังหวัดภูเก็ต ในข้อ ราคาที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ รวมทั้ง ข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 , 2.25 และ 2.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผล ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ใน จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
			ความพึงพอใจ			ความพึงพอใจ
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.72	.691	คุ้มค่า	3.53	.792	คุ้มค่า
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	3.66	.699	คุ้มค่า	3.50	.808	คุ้มค่า
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.78	.761	ประทับใจ ค่อนข้างมาก	3.61	.815	ประทับใจ ค่อนข้างมาก
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	3.56	.705	สูงกว่าความ คาดหวัง	3.46	.739	สูงกว่าความ คาดหวัง
รวม	3.68	.573	พึงพอใจ	3.52	.664	พึงพอใจ

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับ พึงพอใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และความพึงพอใจ โดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับพึงพอใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง ที่ได้ไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.50 ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ที่ได้ไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนก เป็นด้านๆ ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตภายใน 5 ปีที่ผ่านมา ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยว การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวมากที่สุด ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยว เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยว ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างไร โดยแจกแจงแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่				จังหวัดภูเก็ต			
	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	0	30	2.84	3.137	0	30	1.96	2.77

จากตาราง 5 พบว่า ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ย ประมาณ 3 ครั้ง ค่าน้อยสุด เท่ากับ 0 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา และ ค่าสูงสุด เท่ากับ 30 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สูงสุด 30 ครั้ง ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา

ส่วนด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตภายใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ย ประมาณ 2 ครั้ง ค่าน้อยสุด เท่ากับ 0 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ผู้ที่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา ค่าสูงสุด เท่ากับ 30 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตสูงสุด 30 ครั้ง ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้ท่านมาท่องเที่ยว				
1.1 อธิยาศัยไมตรีของคนในจังหวัด	29	11.6	8	3.2
1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม (เชียงใหม่) ทะเลสวย (ภูเก็ต)	125	50.0	124	49.6
1.3 วัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีประจำ จังหวัด	70	28.0	11	4.4
1.4 กิจกรรมของจังหวัด เช่น ล่องแพ ล่องแก่ง ขี่ช้าง(เชียงใหม่) ดำน้ำ ทิวเกาะ(ภูเก็ต)	19	7.6	103	41.2
1.5 อื่นๆ เช่น อาหาร อากาศเย็น มีบ้านพักเอง บ้านแพน (เชียงใหม่) ไปพบเพื่อน (ภูเก็ต) และทำงานเสร็จแล้วเที่ยว 2 จังหวัด	7	2.8	4	1.6
รวม	250	100	250	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ท่านมักจะเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวมากที่สุด				
2.1 ใกล้แหล่งธรรมชาติ	143	57.2	168	67.2
2.2 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม	11	4.4	3	1.2
2.3 ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง	40	16.0	18	7.2
2.4 ใกล้สถานบันเทิง	4	1.6	15	6.0
2.5 ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน				17.2
สาธารณูปโภคและการสื่อสาร	49	19.6	43	
2.6 อื่นๆ เช่น ราคาถูก/รับได้ เดินทางสะดวก ที่พักสวย บ้านเพื่อน/คนรู้จัก				
(เชียงใหม่) ใกล้ทะเล ดิทริมหาด(ภูเก็ต)	3	1.2	3	1.2
รวม	250	100	250	100
3. ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยว				
3.1 ช่วงวันหยุดต่อเนื่อง	164	65.6	140	56.0
3.2 ช่วงลาพักร้อน	47	18.8	63	25.2
3.3 ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์	14	5.6	22	8.8
3.4 ช่วงวันธรรมดา	25	10.0	25	10.0
รวม	250	100	250	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว				
4.1 ต้องการผ่อนคลายความเครียด	73	29.2	75	30.0
4.2 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่	35	14.0	32	12.8
4.3 ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน	81	32.4	76	30.4
4.4 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	56	22.4	63	25.2
4.5 อื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจและคลายเครียด				
(ทั้ง 2 จังหวัด) ทำงาน ทำบุญ และผู้หญิง				
(เชียงใหม่)	5	2.0	4	1.6
รวม	250	100	250	100
5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวของท่านมากที่สุด				
5.1 ครอบครัว	140	56.0	126	50.4
5.2 เพื่อน	76	30.4	84	33.6
5.3 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ	8	3.2	10	4.0
5.4 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น				
โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว	19	7.6	24	9.6
5.5 อื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงานและพักผ่อน				
ส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ	7	2.8	6	2.4
รวม	250	100	250	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. โดยมากท่านเดินทางไปท่องเที่ยว อย่างไร				
6.1 ขับรถไปท่องเที่ยว	130	52.0	117	46.8
6.2 เ้ารถรับจ้างเหมาคัน	19	7.6	21	8.4
6.3 ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน	74	29.6	72	28.8
6.4 ไปกับบริษัททัวร์	27	10.8	40	16.0
รวม	250	100	250	100

จากตาราง 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน จำแนกเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรม เทศกาลงานประเพณีประจำจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ด้านอัธยาศัยไมตรีของคนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ด้านกิจกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ล่องแพ ล่องแก่ง ขี่ช้าง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และด้านอื่นๆ เช่น อาหาร อากาศเย็น มีบ้านพัก บ้านแพน และ ทำงานเสร็จแล้วเที่ยว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกที่พักบริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติ มากที่สุด ในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสาธารณูปโภคและการสื่อสาร

จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 เลือกใกล้แหล่งช้อปปิ้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ใกล้สถานบันเทิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และเลือกพักบริเวณอื่นๆ เช่น ภาคาถูกรับได้ เดินทางสะดวก ที่พักสวย บ้านเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง มากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลสำคัญที่สุด ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และเหตุผลสำคัญอื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจ และคลายเครียด ทำงาน ทำบุญ และผู้หญิงจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ครอบครัว เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และผู้มีอิทธิพลอื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงานและพักผ่อนส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไร นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยการขับรถไปท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 เดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และเช่ารถรับจ้างเหมาคัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

จากตาราง 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน จำแนกเป็นพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทะเลสะอาด เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมของจังหวัด ภูเก็ต เช่น ดำน้ำ เทียวเกาะ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ด้านวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณี ประจำจังหวัดภูเก็ต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ด้านอสังหาริมทรัพย์ของคนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และ ด้านอื่นๆ เช่น ไปหาเพื่อน เพื่อน และ ทำงานเสร็จแล้วเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกที่พัก บริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติมากที่สุด ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 168 คน คิดเป็น ร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณูปโภคและการสื่อสาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 เลือกใกล้แหล่งช้อปปิ้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 เลือกใกล้ สถานบันเทิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.2 และเลือกพักบริเวณอื่นๆ เช่น ใกล้ทะเล ติดริมหาด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด ในช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลสำคัญที่สุด ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และเหตุผลสำคัญอื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจและคลายเครียด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่า ครอบครัว เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และผู้มีอิทธิพลอื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงานและพักผ่อนส่วนตัว ตัวเอง ถูกค้าเชิญ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างไร นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยการขับรถไปท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 เดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และเช่ารถรับจ้างเหมาคัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยนำเสนอค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปราบกฎผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติ	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	$\bar{X}$	S.D.	แนวโน้ม พฤติกรรม	$\bar{X}$	S.D.	แนวโน้ม พฤติกรรม
แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต						
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว ไปอย่างแน่นอน____ไม่ไปอย่างแน่นอน	4.02	.857	ไปแน่นอน	3.77	.923	ไปแน่นอน
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว แนะนำอย่างแน่นอน____ไม่แนะนำอย่างแน่นอน	4.04	.793	แนะนำ แน่นอน	3.85	.869	แนะนำ แน่นอน

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชียงใหม่ ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับไปแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ส่วนนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับไปแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลในด้าน เพศ สถานภาพครอบครัว สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ Independent t-test หากค่า Sig. ของ Levene's test for Equality of Variances สูงกว่า 0.05 ใช้ค่า Equal Variances assumed หากค่า Sig. ของ Levene's test for Equality of Variances ต่ำกว่า 0.05 ใช้ค่า Equal Variances not assumed

การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติ One-way ANOVA (One-Way Analysis of Variance)

โดยการหาค่า Levene's test for Homogeneity of Variances ก่อน หากค่า Sig. ของ Levene's test น้อยกว่า 0.05 จะใช้สถิติ Brown – Forsythe (B) และถ้ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงนำไปทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 หากค่า Sig. ของ Levene's test มากกว่า 0.05 สามารถ ใช้ค่าสถิติ F-test หากผลการทดสอบพบว่า มี ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 จึงนำไปทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ LSD

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ

เพศที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของ นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของ นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มี ค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไป ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.624 และ 0.426 ตามลำดับ ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 8 แสดงการเปรียบเทียบเพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of							
	Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่กลับจะไป								
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่			ชาย	3.94	.911	-1.203	248	.230
Equal Variances assumed	.241	.624	หญิง	4.07	.820			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่								
รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวจังหวัด			ชาย	4.02	.878	-.244	248	.808
เชียงใหม่ Equal Variances			หญิง	4.05	.738			
assumed	.637	.426						

จากตาราง 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.230 และ 0.808 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่กลับจะไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.739 และ 0.141 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงการเปรียบเทียบ อายุ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.420	.739	ระหว่างกลุ่ม	3.989	3	1.330	1.828	.143
			ภายในกลุ่ม	178.911	246	.727		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	1.837	.141	ระหว่างกลุ่ม	6.988	3	2.329	3.828*	.010
			ภายในกลุ่ม	149.688	246	.608		
			รวม	156.676	249			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.143 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนอายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่าค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้

ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.010 ซึ่งค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปี ขึ้นไป
		4.04	4.19	4.05	3.75
ต่ำกว่า 25 ปี	4.04		-.15 (.252)	-.01 (.937)	.29 (.052)
25 – 34 ปี	4.19			.14 (.344)	.44** (.001)
35 – 44 ปี	4.05				.30 (.061)
45 ปีขึ้นไป	3.75				

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับ นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.44 ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.732 และ 0.447 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงการเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.313	.732	ระหว่างกลุ่ม	3.499	2	1.749	2.408	.092
			ภายในกลุ่ม	179.401	247	.726		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	.809	.447	ระหว่างกลุ่ม	2.109	2	1.054	1.685	.188
			ภายในกลุ่ม	154.567	247	.626		
			รวม	156.676	249			

จากตาราง 11 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance :
One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่าค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และ
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.092 และ 0.188 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า
มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับ
การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่
รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ

อาชีพ ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการทำงานเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะ กลับไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.848 และ 0.165 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงการเปรียบเทียบ อาชีพ มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.268	.848	ระหว่างกลุ่ม	2.669	3	.890	1.214	.305
			ภายในกลุ่ม	180.231	246	.733		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	1.710	.165	ระหว่างกลุ่ม	3.178	3	1.059	1.698	.168
			ภายในกลุ่ม	153.498	246	.624		
			รวม	156.676	249			

จากตาราง 12 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

อาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.305 และ 0.168 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.676 และ 0.676 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	.510	.676	ระหว่างกลุ่ม	1.506	3	.502	.681	.565
			ภายในกลุ่ม	181.394	246	.737		
			รวม	182.900	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	.510	.676	ระหว่างกลุ่ม	.381	3	.127	.200	.897
			ภายในกลุ่ม	156.295	246	.635		
			รวม	156.676	249			

จากตาราง 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance :
One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบ พบว่ามีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.565 และ 0.897 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า
มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า รายได้
ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำ
ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้าน แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเท่ากับ 0.387 และ 0.320 ตามลำดับ ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพครอบครัว มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		สถานภาพ ครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of							
	Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป								
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่			โสด	4.08	.798	1.511	248	.132
Equal Variances assumed	.750	.387	สมรส /อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.91	.949			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ								
ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว			โสด	4.08	.724	1.201	248	.231
จังหวัดเชียงใหม่			สมรส /อยู่ด้วยกัน/ หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	3.96	.903			
Equal Variances assumed	.991	.320						

จากตาราง 14 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.132 และ 0.231 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ

เพศของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sampling t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ .082 ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances assumed ส่วนด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ .028 ดังนั้นจึงใช้ค่า Equal Variances not assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการเปรียบเทียบเพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of							
	Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่กลับจะไป								
ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต			ชาย	3.71	1.02	-.827	248	.409
Equal Variances assumed	3.050	.082	หญิง	3.81	.856			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่								
รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวจังหวัด			ชาย	3.87	1.01	.245	166.57	.807
ภูเก็ต Equal Variances not			หญิง	3.84	.773			
assumed	4.877*	.028						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ได้ ดังนี้

เพศ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.409 และ 0.807 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อายุ

อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.316 และ 0.358 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการเปรียบเทียบ อายุ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene Statistic	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	1.185	.316	ระหว่างกลุ่ม	6.966	3	2.322	2.786*	.041
			ภายในกลุ่ม	205.038	246	.833		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	1.082	.358	ระหว่างกลุ่ม	7.044	3	2.348	3.188*	.024
			ภายในกลุ่ม	181.180	246	.737		
			รวม	188.224	249			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ดังนี้

อายุ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.041 และ 0.024 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตจำแนกตาม อายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปีขึ้นไป
		3.94	3.86	3.70	3.49
ต่ำกว่า 25 ปี	3.94		.08 (.590)	.24 (.201)	.45* (.010)
25 – 34 ปี	3.86			.16 (.345)	.37* (.016)
35 – 44 ปี	3.70				.21 (.271)
45 ปีขึ้นไป	3.49				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45

นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 ปี ขึ้นไป
		3.94	3.99	3.72	3.58
ต่ำกว่า 25 ปี	3.94		-.05 (.753)	.22 (.221)	0.36* (.028)
25 – 34 ปี	3.99			.27 (.100)	0.41** (.005)
35 – 44 ปี	3.72				.14 (.423)
45 ปีขึ้นไป	3.58				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25 – 34 ปี กับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.41

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.437 และ 0.104 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการเปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Homogeneity of Variances		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	.832	.437	ระหว่างกลุ่ม	5.491	2	2.745	3.284*	.039
			ภายในกลุ่ม	206.513	247	.836		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	2.286	.104	ระหว่างกลุ่ม	2.231	2	1.116	1.482	.229
			ภายในกลุ่ม	185.993	247	.753		
			รวม	188.224	249			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตได้ ดังนี้

ระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance :
One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้
ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.229 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ
สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนระดับการศึกษา มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance :
One Way ANOVA) หรือ F-test พบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.039

ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.59	3.75	4.13
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.59		-.16 (.296)	- 0.54* (.013)
ปริญญาตรี	3.75			- 0.38* (.034)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.13			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการหาค่าความแตกต่าง ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี กับ นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับ นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต น้อยกว่านักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54

นักท่องเที่ยวย ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับนักท่องเที่ยวย ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวย ที่มีระดับการศึกษา

ปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตน้อยกว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ

อาชีพ ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.059 และ 0.096 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบ อาชีพ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของ นักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Variances							
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	2.515	.059	ระหว่างกลุ่ม	2.977	3	.992	1.168	.323
			ภายในกลุ่ม	209.027	246	.850		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	2.137	.096	ระหว่างกลุ่ม	4.983	3	1.661	2.230	.085
			ภายในกลุ่ม	183.241	246	.745		
			รวม	188.224	249			

จากตาราง 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

อาชีพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.323 และ 0.085 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ (One way analysis of variance: One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least significant difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Levene's test พบว่า มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.675 และ 0.616 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One Way ANOVA หรือ F-test ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 22 แสดงการเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Homogeneity of		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	Variances							
	Levene	Sig.						
	Statistic							
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	.511	.675	ระหว่างกลุ่ม	4.680	3	1.560	1.851	.138
			ภายในกลุ่ม	207.324	246	.843		
			รวม	212.004	249			
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	.599	.616	ระหว่างกลุ่ม	3.380	3	1.127	1.499	.215
			ภายในกลุ่ม	184.844	246	.751		
			รวม	188.224	249			

จากตาราง 22 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวและด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวได้ ดังนี้

รายได้ต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) หรือ F-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวและด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.138 และ 0.215 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันได้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ t-test โดยใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent sampling t-test) ให้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า Levene's test for Equality of Variances มีค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีค่าเท่ากับ 0.041 ดังนั้น จึงใช้ค่า Equal Variances not assumed ส่วน ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 0.084 ดังนั้น จึงใช้ค่า Equal Variances assumed สำหรับค่า t-test for Equality of means ซึ่งสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงการเปรียบเทียบสถานภาพครอบครัว มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ศึกษา	Levene's test		สถานภาพ ครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
	for Equality of							
	Variances							
	F	Sig.						
1. แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต			โสด	3.95	.850	4.095**	163.104	.000
Equal Variances not	4.226*	.041	สมรส /อยู่ด้วยกัน/	3.45	.965			
Assumed			หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่					
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต			โสด	3.97	.825	3.006**	248	.003
Equal Variances assumed	3.013	.084	สมรส /อยู่ด้วยกัน/	3.63	.909			
			หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ได้ ดังนี้

สถานภาพครอบครัว มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว เท่ากับ 0.000 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต และด้านแนวโน้ม ที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่า นักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่มี ความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตและด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะกลับไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	.295**	.000	ต่ำ	.245**	.000	ต่ำ
2. ทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	.229**	.000	ต่ำ	.276**	.000	ต่ำ
3. ด้านค่าใช้จ่าย	.252**	.000	ต่ำ	.057	.366	ไม่สัมพันธ์

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.295 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

2. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์

ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.229 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.252 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.245 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.276 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่ายพบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.366 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ทศนคติต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. ทศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	.459**	.000	ปานกลาง	.326**	.000	ต่ำ
2. ทศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	.261**	.000	ต่ำ	.276**	.000	ต่ำ
3. ด้านค่าใช้จ่าย	.163**	.010	ต่ำมาก	.008	.905	ไม่สัมพันธ์

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.459 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้าน

ทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้นจะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.261 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายพบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.163 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่ายดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อยมาก

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.326 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.276 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวดีขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.905 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.356**	.000	ต่ำ	.429**	.000	ปานกลาง
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	.353**	.000	ต่ำ	.471**	.000	ปานกลาง
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.382**	.000	ต่ำ	.425**	.000	ปานกลาง
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	.294**	.000	ต่ำ	.489**	.000	ปานกลาง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.356 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.353 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.382 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.294 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.489 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.392**	.000	ต่ำ	.449**	.000	ปานกลาง
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	.333**	.000	ต่ำ	.440**	.000	ปานกลาง
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	.352**	.000	ต่ำ	.431**	.000	ปานกลาง
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	.359**	.000	ต่ำ	.458**	.000	ปานกลาง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการ

ท้องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.392 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.333 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.352 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักรให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.359 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

จากตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.449 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพิ่มมากขึ้นปานกลาง

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.440 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพิ่มมากขึ้นปานกลาง

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.431 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับ

เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.458 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	.225**	.000	ต่ำ	.200**	.001	ต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.225 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นเล็กน้อย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด

ภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.200 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว					
	จังหวัดเชียงใหม่			จังหวัดภูเก็ต		
			ระดับ			ระดับ
	r	Sig.	ความสัมพันธ์	r	Sig.	ความสัมพันธ์
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	.219**	.001	ต่ำ	.239**	.000	ต่ำ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ เพียร์สัน (Pearson Product moment correlation coefficient) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_a) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.219 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น

จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.239 กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมที่ดีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี มากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เพิ่มมากขึ้นเล็กน้อย

สมมติฐานข้อที่ 5 ทักษะการต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ทักษะการต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ทักษะการต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว	ความทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร						
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. ทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	4.00	.577	3.57	.559	12.585**	249	.000
2. ทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐาน ของการท่องเที่ยว	3.58	.589	3.45	.592	3.879**	249	.000
3. ด้านค่าใช้จ่าย	2.97	.765	2.25	.791	13.229**	249	.000
รวม	3.52	.457	3.09	.452	14.808**	249	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่าย โดยใช้การทดสอบ ค่าสถิติ Paired t-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่า จังหวัดภูเก็ต

สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทัศนคติต่อทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทศนคติต่อองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทศนคติต่อด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยการใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 31 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร						
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต		t	df	Sig.
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.72	.691	3.53	.792	3.639**	249	.000
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความ พยายาม	3.66	.699	3.50	.808	3.430**	249	.001
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อ เปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.78	.761	3.61	.815	3.447**	249	.001
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความ คาดหวัง	3.56	.705	3.46	.739	2.199*	249	.029
ความพึงพอใจรวม	3.68	.573	3.52	.664	3.879**	249	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง โดยใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจ ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านความสัมพันธ์กับการใช้เวลาและความพยายาม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสัมพันธ์กับการใช้เวลาและความพยายาม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านความสัมพันธ์กับการใช้เวลา และความพยายามต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดย นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวัง พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

**สมมติฐานข้อที่ 7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน**

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต
กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยการใช้การ
เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบ
สมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05
ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 32 แสดงการเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว
ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	พฤติกรรมการท่องเที่ยว				t	df	Sig.
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	2.84	3.137	1.96	2.771	3.988**	249	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี
ที่ผ่านมา โดยใช้ การทดสอบ ค่าสถิติ Paired t-test สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยว
ภายใน 5 ปี ที่ผ่านมานั้น พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต
ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปี

ที่ผ่านมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปี ที่ผ่านมา มีจำนวนครั้งการไปท่องเที่ยว มากกว่าจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานข้อที่ 8 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 : แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าสถิติ Paired t-test โดยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน และการทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว	แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว				t	df	Sig.
	จังหวัดเชียงใหม่		จังหวัดภูเก็ต				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
1. แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว	4.02	.857	3.77	.923	4.709**	249	.000
2. แนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไป ท่องเที่ยว	4.04	.793	3.85	.869	4.111**	249	.000
รวมแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว	4.03	.745	3.85	.869	3.580**	249	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว โดยใช้การทดสอบ ค่าสถิติ Paired t-test

สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้

แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยรวม พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวฯ มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยรวม มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

สามารถวิเคราะห์ผลเป็นรายข้อได้ ดังต่อไปนี้

1. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แนวโน้มพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวฯ มีแนวโน้มพฤติกรรมจะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าจังหวัดภูเก็ต

2. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวฯ มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต

ตาราง 34 แสดงสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพ ครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพ มหานคร แตกต่างกัน		
1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	One - Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	One - Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.6 สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว ใน เขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพ ครอบครัว ที่แตกต่าง มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
2.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	t – test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One - Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One - Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
2.3 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพ มหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	One – Way ANOVA	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2.6 สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	t – test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต	t – test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์ กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร		
3.1 ทศนคติต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์ กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว		
จังหวัดภูเก็ต		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Pearson correlation	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว		
การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวใน		
เขตกรุงเทพมหานคร		
4.1 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และ		
ภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว		
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต		
กรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว		
จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัด		
เชียงใหม่		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป		
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป		
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
4.2 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไป ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไป ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5 . พฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร		
5.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
ด้านแนวโน้มจะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
เชียงใหม่ - ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
5.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต		
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Pearson correlation	สอดคล้องกับสมมติฐาน
6. ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ค่าใช้จ่าย	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
7. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
8. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
9. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
- ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต	Paired t-test	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษา การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ใช้เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ และเอกชน ทราบถึง ข้อดี ข้อด้อย เปรียบเทียบกัน ตามแนวความคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เพื่อจะดำเนินงานด้านบริหารและจัดการ ภายในจังหวัดเชียงใหม่ และ ภูเก็ต และนำไปเป็นแนวทางที่จะแก้ไขข้อด้อยและเสริมสร้างจุดเด่นของการท่องเที่ยวของจังหวัด ให้ นักท่องเที่ยว ได้รับความพึงพอใจ ในการท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้ไป
2. ใช้เป็นแนวทางแก่นักธุรกิจและนักลงทุน ที่จะพัฒนาพื้นที่ต่างๆ ในภูมิภาคจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต รวมถึงจังหวัดอื่นๆ จะนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการลงทุน ด้านอสังหาริมทรัพย์ เพื่อการพัฒนา ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยว ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วยด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และ ค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร
5. ทักษะคิดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
6. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
7. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
8. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดขอบเขตการวิจัย เพื่อทำการศึกษการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตอย่างน้อย 1 ครั้ง ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนด

ระดับความเชื่อมั่น 94 % และ ที่ระดับความคาดเคลื่อน 6 % เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยใช้สูตรขนาดของตัวอย่าง (กัลยา วาณิชยัทธนา. 2545: 26) ได้จำนวนตัวอย่าง 245 ราย เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 5 ราย โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 250 ราย

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง จะดำเนินการวิธีการ ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เนื่องจากทราบเขตการปกครองกรุงเทพมหานครในปัจจุบันที่แน่นอนว่ามี 50 เขต โดยแบ่งเขตตามการบริหารงาน เป็น 6 กลุ่มโซน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการเลือก 20 % จากเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต ได้จำนวนเขตที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล 10 เขต คือ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตห้วยขวาง เขตดินแดง เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา และ เขตคลองเตย
2. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวที่เคยไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต 10 เขตๆ ละ 25 ตัวอย่าง เท่าๆ กัน
3. วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บตัวอย่างในแหล่งชุมชน แต่ละเขตที่สุ่มได้เขตละ 25 ตัวอย่าง ได้แก่ สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา หน่วยงานราชการและเอกชน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว ทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง
4. วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และโดยแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวนอย่างอย่าง 1 ครั้ง ที่ยินดีตอบคำถาม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แหล่งข้อมูล 2 ส่วน ด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยได้จากศึกษาค้นคว้า จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องเอกสารอ้างอิง บทความ ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เป็นผู้ตอบคำถาม ซึ่งแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงข้อมูลที่ต้องศึกษา แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) จำนวน 5 ข้อ คือ ข้อที่ 1, 2, 3, 5, และ 6 ส่วนในข้อที่ 4 เป็นคำถามลักษณะปลายเปิดและปลายปิด รวมเป็น 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวน 10 ข้อ ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูล ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic Differential Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และใช้ เกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดให้กรอกตัวเลขจำนวน 1 ข้อ คือ ข้อที่ 1 และมีลักษณะคำถามปลายเปิดให้กรอกข้อมูล และคำถามปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ในข้อเดียวกัน จำนวน 4 ข้อ คือ ข้อที่ 2, 3, 5, 6 รวมทั้ง ยังมีคำถามลักษณะปลายปิดทั้งหมด จำนวน 2 ข้อ คือ ข้อ 4, 7 ซึ่งคำถามในข้อ 2 ถึง 7 ให้เลือกตอบเพียง 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นลักษณะคำถาม แบบ Semantic Differential Scale จำนวน 2 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ และใช้ เกณฑ์ในการประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จากการศึกษาจากเอกสารอ้างอิง บทความ ตำราวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยเตรียมเครื่องในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม รวมถึงการสอนวิธีการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยต้องสอบถามกลุ่มตัวอย่างก่อนเก็บข้อมูลว่า เคยมีประสบการณ์ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตหรือไม่ หากกลุ่มตัวอย่างเคยไปจึงแจกแบบสอบถาม พร้อมทั้งการสัมภาษณ์หรือการชี้แจงข้อสงสัยแก่ผู้ตอบแบบสอบถามด้วย
3. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามได้แล้ว ผู้วิจัย ได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาดำเนินการ ดังนี้

1. การจัดกระทำข้อมูล

1.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมดโดยแยกส่วนที่ไม่สมบูรณ์ออก

1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสตามกำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อนำมาประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social Sciences หรือ SPSS) ด้วยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

1.3 การนำข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถาม มาหาค่าความถี่ของคำตอบเกี่ยวกับแบบสอบถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 4 เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ข้อที่ 2 ถึงข้อที่ 7 นำมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์กำหนดไว้ เสนอผลเป็นร้อยละ (Percentage) ส่วนแบบสอบถามส่วนที่ 2, 3, 4 (เฉพาะข้อที่ 1) และ 5 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ ที่กำหนดไว้ เสนอผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จัดเป็นหมวดหมู่และเพื่อทราบลักษณะพื้นฐานทั่วไปของประชากรได้ทำการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.2 ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

2.2.1 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีทางสถิติ t – test สำหรับตัวแปร ที่แบ่งเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ เพศ และสถานภาพครอบครัว

2.2.2 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีทางสถิติ (One-way Analysis of variance : F- test) สำหรับตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ 0.05

2.2.3 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีทางสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจ

ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2.4 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบบไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Paired t-test เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการวิจัยค้นคว้า สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง พบว่า

เพศ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ในการไปท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 และเพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

อายุ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุ 45 – 54 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.4 และ อายุ 55 ปี ขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไป ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับ การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมาเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา/ลูกจ้างรัฐ/Auditor จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเจ้าของธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และมีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

สถานภาพครอบครัว นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีสถานภาพโสด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 รองลงมาเป็นผู้มีสถานภาพครอบครัว สมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และเป็นผู้มีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง/ แยกกันอยู่ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับ ทักษะทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านองค์ประกอบพื้นฐาน อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ) อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.69 ตามลำดับ รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี และข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ 4.24 ตามลำดับ

2. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐาน ของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในข้อถนนหนทาง ข้อการรักษาความสะอาด และข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 , 3.57 และ 3.48 ตามลำดับ

3. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายของจังหวัดเชียงใหม่ ข้อราคาค่าที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 , 3.00 และ 3.02 ตามลำดับ

ทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับไม่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และ ข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) รวมทั้ง การอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 , 3.87 และ 3.55 ตามลำดับ ส่วนการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

2. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐาน ของการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในข้อถนนหนทาง และข้อการรักษาความสะอาด อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ 3.44 ส่วนข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

3. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายของจังหวัดภูเก็ต ในข้อราคาค่าที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ รวมทั้ง ข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับไม่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 , 2.25 และ 2.35 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับ พึงพอใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และมีความพึงพอใจ โดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับพึงพอใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า

1. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.66 ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาด

หวังที่ได้ไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

2. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ที่ได้ไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าที่คาดหวัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพ -
มหานคร ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง คำน้อยสุด เท่ากับ 0 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา และค่าสูงสุด เท่ากับ 30 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่สูงสุด 30 ครั้ง ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใด ที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ด้านวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีประจำจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ด้านอสังหาริมทรัพย์ของคนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ด้านกิจกรรมของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ล่องแพ ล่องแก่ง ขี่ช้าง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ ด้านอื่นๆ เช่น อาหาร อากาศเย็น มีบ้านพัก บ้านแพน และ ทำงานเสร็จแล้วเที่ยว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกที่พักบริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติมากที่สุด ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณูปโภคและการสื่อสาร

จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 เลือกใกล้แหล่งช้อปปิ้ง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ใกล้สถานบันเทิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และเลือกพักบริเวณอื่นๆ เช่น ราคาถูก/รับได้ เดินทางสะดวก ที่พักสวย บ้านเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง มากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลสำคัญที่สุด ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ เหตุผลสำคัญอื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจ และคลายเครียด ทำงาน ทำบุญ และผู้หญิงจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ครอบครัว เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และ ผู้ที่มีอิทธิพล อื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงาน และพักผ่อน ส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยการขับรถไปท่องเที่ยวมากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 เดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และเช่ารถรับจ้างเหมาคัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง คำน้อยสุด เท่ากับ 0 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ผู้ที่ไม่ได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา ค่าสูงสุด เท่ากับ 30 ครั้ง คือ นักท่องเที่ยวฯ ที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตสูงสุด 30 ครั้ง ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน จำแนกเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทะเลสะอาด เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมของจังหวัดภูเก็ต เช่น ดำน้ำ เทียวเกาะ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 ด้านวัฒนธรรมเทศกาลงานประเพณีประจำจังหวัดภูเก็ต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ด้านอสังหาริมทรัพย์ของคนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และ ด้านอื่นๆ เช่น ไปหาเพื่อน เพื่อน และทำงานเสร็จแล้วเที่ยว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกที่พักบริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติมากที่สุด ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสาธารณูปโภคและการสื่อสาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 เลือกใกล้แหล่งช้อปปิ้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 เลือกใกล้สถานบันเทิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และเลือกที่พักบริเวณอื่นๆ เช่น ใกล้ทะเล ติดริมหาด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุดในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ช่วงเวลาวันธรรมดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลสำคัญที่สุด ที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมา คือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และเหตุผลสำคัญอื่นๆ เช่น ติดต่อธุรกิจ และคลายเครียด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่า ครอบครัว เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ ผู้มีอิทธิพล อื่นๆ เช่น เงิน คณะทำงาน และพักผ่อน ส่วนตัว ตัวเอง ลูกค้าเชิญ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างไร นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยการขับรถไปท่องเที่ยว มากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 เดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และเช่ารถรับจ้างเหมาคัน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับไปแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และมีแนวโน้มพฤติกรรม ที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับไปแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัวที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ

เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงนำผล การวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว

จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ

อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมทางท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมทางเพศของเยาวชน จังหวัด เชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ

เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพศ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ไป เปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และ อายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และอายุ 25 – 34 ปี มี แนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.45 และ 0.37 ตามลำดับ

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงนำ ผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และ อายุ 25 – 34 ปี มีความแตกต่างเป็นรายคู่ กับนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี และอายุ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะ แนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36 และ 0.41 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีความแตกต่างเป็นรายคู่กับนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต น้อยกว่านักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.54 และ 0.38

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ

อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพครอบครัว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดย

นักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักรัก ให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตมากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรส /อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

สมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร

ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร **ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่**

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด ภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร **ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต**

1. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ทศนคติต่อการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริง เมื่อเทียบกับความคาดหวังกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไป
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปกับแนวโน้มพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายามกับแนวโน้มพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักรให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไป
ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่

รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลา และความพยายามกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านความประทับใจที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวเชียงใหม่และภูเก็ต

1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

1.2 พฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา กับแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2. พฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตกับแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวเชียงใหม่และภูเก็ต

2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักรู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จักรู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 5 ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1. ทักษะติดต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทักษะติดต่อทรัพยากรท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ทักษะติดต่อองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทักษะติดต่อองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ทักษะติดต่อการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีทักษะติดต่อการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่ ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการท่องเที่ยวมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจ ด้านความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านความประทับใจ ที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจด้านการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่า จังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ภายใน 5 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนครั้งการไปท่องเที่ยว มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 8 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1. แนวโน้มพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีแนวโน้มพฤติกรรมจะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยว มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษา การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง

ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยมีประสบการณ์ ในการไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 153 คน มีอายุเฉลี่ย 25 – 34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนมาก เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร สามารถ (2545) ในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างมีรายได้ต่อ เดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท มากที่สุด

2. ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า ทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว และด้านองค์ประกอบ พื้นฐานของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ส่วนทัศนคติด้านค่าใช้จ่าย จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับ ปานกลาง และจังหวัดภูเก็ต อยู่ในระดับไม่ดี ตามลำดับ

ผลการศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ในเรื่องการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากร บนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ) รวมทั้ง การอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณี และข้อศิลปะ โบราณสถาน ทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ข้อถนนหนทาง ข้อการรักษาความสะอาด และข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ภาวินี หมูศิริเลิศ (2552) ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก ในข้อท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ รองลงมา คือ ท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณี และท่องเที่ยวเพื่อศึกษาแหล่งมรดกทาง วัฒนธรรม ซึ่งผลงานวิจัยที่กล่าวถึงเรื่องธรรมชาติ เทศกาลประเพณี และแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม โดยมีความหมายเกี่ยวข้องกับทรัพยากรท่องเที่ยว ในเรื่องการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อทรัพยากร

บนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ) รวมทั้ง การอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาลงานประเพณี และข้อศิลปะ โบราณสถาน ตามแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว ของ ทิพวรรณ พุ่มมณี (2544: 45 – 46) การที่นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครมีทัศนคติในระดับดี ต่อทรัพยากรท่องเที่ยวดังกล่าวของจังหวัดเชียงใหม่ ย่อมส่งผลให้ นักท่องเที่ยวฯ เกิดแรงจูงใจที่จะมา ศึกษาธรรมชาติ ในระดับมาก และเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณี และศึกษาแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม เป็นระดับรองลงมา ส่วนทัศนคติด้านค่าใช้จ่าย เกี่ยวกับราคาค่าที่พัก ราคาสินค้า และบริการ รวมทั้ง ราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกับสำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า รายงานความเคลื่อนไหวดัชนีราคาผู้บริโภคของจังหวัดเชียงใหม่ เดือนกรกฎาคม 2550 โดยสรุปว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคเชียงใหม่กลางปี 50 ขยับตัวสูงขึ้น หมวดอาหาร และเครื่องดื่มเพิ่ม 0.2% หลังปัจจัยหลักมาจากการสูงขึ้นของดัชนีราคาผลไม้สดเพราะปริมาณผลผลิต เข้าสู่ตลาดน้อยลงส่วนเนื้อหมู-ไก่ ก็เช่นกัน ในขณะที่หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหาร หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง มีการปรับราคาสูงขึ้นจาก 8 บาท เป็น 10 บาท (ที่มา: <http://www.cmprice.com/forum/>) ดังนั้น เมื่อราคาอาหารและเครื่องดื่มสูงขึ้น ทำให้ค่าครองชีพของผู้ใช้แรงงานในจังหวัดสูงขึ้นด้วย ย่อมส่งผล กระทบให้ราคาค่าที่พัก ราคาสินค้าและบริการ อย่างอื่นๆ เพิ่มราคาตาม ซึ่งนักท่องเที่ยว มีความรู้สึก ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง แทนที่จะรู้สึกว่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อยู่ ในระดับราคาที่ถูกลง เพราะจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากจะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญแล้ว ยังเป็นแหล่ง ที่ผลิตสินค้าทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ด้วย

ผลการศึกษาทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ในเรื่อง การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ข้อ ทรัพยากรบนพื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้) และ ข้อทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล) รวมทั้ง การอนุรักษ์ วัฒนธรรม ข้อเทศกาลงานประเพณี และทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ข้อถนน หนทาง และข้อการรักษาความสะอาด อยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสริมสกุล เสริมกิจ (2547) ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในด้านทรัพยากรเที่ยว และปัจจัยพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ข้อถนนหนทาง มีความพึงพอใจระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี วรูม (Vroom. 1964: 99) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ คือทัศนคติ และความพึงพอใจ ใน สิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้ ส่วนทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อศิลปะ โบราณสถาน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้อง กับ หัวข้อข่าวทุบรั้วฮอลแลนด์ 105 ปี ทิ้ง! ทำทลายกฎหมายอนุรักษ์ รั้วศักดิ์สิทธิ์? สำหรับเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นเรื่องที่น่าเสียดายสำหรับชาวภูเก็ต เนื่องจากกำแพงดังกล่าวมีอายุถึง 105 ปี

สร้างขึ้นมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ล้นเกล้ารัชกาลที่ 5 เมื่อปี พ.ศ. 2447 และเป็นสิ่งที่คนภูเก็ตจะต้องอนุรักษ์ไว้ (ที่มา: <http://www.phuketdata.net>) ส่วนทัศนคติด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับหัวข้อข่าวการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด CCTV เพื่อติดตั้งในพื้นที่สำคัญของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 1 ระบบ จำนวน 48 จุด ในพื้นที่ตำบลฉลอง ป่าตอง และเขตอำเภอเมืองภูเก็ต ซึ่งการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดระบบ CCTV จัดทำขึ้นเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินให้แก่ประชาชน และ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดภูเก็ต (ที่มา : website phuket2 phuket.com และ <http://www.atphuket.com/news/data/0212.html>) ซึ่งการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด CCTV ของจังหวัดภูเก็ตในครั้งนี้ อาจจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวฯ มีทัศนคติในข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับดี ถึง ดีมาก รวมทั้งทัศนคติด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับข้อราคาค่าที่พัก ข้อราคาสินค้าและบริการ ข้อราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับไม่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการประกาศปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำให้ถูกจ้างทั่วประเทศ และจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มกราคม 2550 นี้ สำหรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่มีการประกาศปรับขึ้นในแต่ละจังหวัด มีดังนี้ 1) ให้กำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำเป็นเงินวันละ 191 บาท ในท้องที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดนครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และ สมุทรสาคร 2) ให้กำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำเป็นเงินวันละ 186 บาท ในท้องที่จังหวัดภูเก็ต (ที่มา: www.thaigov.go.th/mobile/more.asp?pageid=451&directory=1781&contents=423&pageno=81&no=481) จากประกาศจะเห็นได้ว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ของจังหวัดภูเก็ต ได้รับมากขึ้นเป็นอันดับสองรองจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดโดยรอบข้างต้น จากประกาศนี้ทำให้ทราบได้ว่า ค่าครองชีพในจังหวัดภูเก็ตใกล้เคียงเมืองเศรษฐกิจใหญ่ๆ อย่างกรุงเทพฯ ย่อมจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจ่ายค่าใช้จ่ายในการเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตให้สูงตามไปด้วย

3. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่าความพึงพอใจ โดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับ พึงพอใจ

นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านการท่องเที่ยวนี้ มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับคุ้มค่า ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม อยู่ในระดับคุ้มค่า ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป อยู่ในระดับประทับใจค่อนข้างมาก และการรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง ที่ได้ไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูงกว่าความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ

ความพึงพอใจ ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่น ๆ. 2546: 90) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler. 2003: 61) ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวังลูกค้า จะเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก ทำให้สรุปได้ว่า ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จะมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับราคาค่าที่พัก ราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งราคาอาหารและเครื่องดื่ม และนักท่องเที่ยว ที่เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต จะมีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเกี่ยวกับ ข้อ ศิลปะ โบราณสถาน และด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ข้อความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทัศนคติด้านค่าใช้จ่าย เกี่ยวกับราคาที่พัก ราคาสินค้าและบริการ รวมทั้งราคาอาหาร และเครื่องดื่ม อยู่ในระดับไม่ดี นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจโดยรวม ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต อยู่ในระดับพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับความน่าสนใจในการที่จะศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ของผู้วิจัย เพราะจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทางภาคเหนือ ส่วนภูเก็ตเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทางภาคใต้ และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดทางภาคเหนือ ส่วนจังหวัดภูเก็ตก็มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากที่สุดทางภาคใต้ ซึ่งสามารถดูได้จากเอกสารข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวการประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550 ของแต่ละจังหวัด ไตรมาสที่ 1 – 4 ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ดูในภาคผนวก เพราะ 2 จังหวัดนี้มีทรัพยากรท่องเที่ยว และองค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว น่าดึงดูดใจ โดดเด่น และหลากหลาย หรืออาจมีสิ่งที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ได้เข้าไปพบสถานที่บุคคล และได้รับประสบการณ์ที่สร้างความพึงพอใจสมดังที่คาดหวังเอาไว้ เกิดความประทับใจ ได้รับความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย ความพยายาม และเวลาที่ได้เสียไป

4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยวภายใน 5 ปีที่ผ่านมา ไปจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้ง ไปภูเก็ต โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ มนัส สุวรรณ และคณะ (2548: 131 – 132) ที่กล่าวว่า อัตราความถี่ในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่ชอบและระยะเวลาในการท่องเที่ยว เป็นเกณฑ์การแบ่งตลาดท่องเที่ยวนี้ เป็นเกณฑ์ที่ค่อนข้างใหม่ แต่ได้รับการยอมรับกันอย่างรวดเร็ว เนื่องจากนักการตลาดท่องเที่ยวต้องการรู้ลึกซึ้งถึงสภาพจิตใจ

โดยเฉพาะสิ่งที่มีอิทธิพลทางความคิดของนักท่องเที่ยวต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่า การที่นักท่องเที่ยว ได้เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ทำให้ทราบได้ว่า จังหวัดเชียงใหม่ มีทรัพยากรท่องเที่ยว องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลทางความคิดของนักท่องเที่ยว ในทางที่ดี สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ในเรื่องของทัศนคติโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ดีกว่าจังหวัดภูเก็ต

ผลการศึกษา ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใด ที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม และทะเลสะอาด เป็นปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด ที่ทำให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ปัจจัยรองลงมาที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คือ ด้านวัฒนธรรม เทศกาล งาน ประเพณีประจำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี หมูศิริเลิศ (2552) ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยว มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก ในข้อท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติ รองลงมา คือ ท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมงานเทศกาลประเพณี และท่องเที่ยวเพื่อศึกษาแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ส่วนปัจจัยรองลงมาที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คือ กิจกรรมของจังหวัดภูเก็ต เช่น ดำน้ำ เทียวเกาะ ซึ่งเป็นปัจจัยรองแต่มีสัดส่วนใกล้เคียงกับด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทะเลสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ปี 2550 และสรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552) ดูที่ภาคผนวก ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนตามเกาะ และหาดต่างๆ อาทิ เกาะไม้ท่อน หมู่เกาะราชาใหญ่ และ หาดป่าตอง

2. การเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มากที่สุด ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เลือกที่พักบริเวณ ใกล้แหล่งธรรมชาติมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับมิตเดลตัน (สายฝน ถึงหมื่นไวย. 2548: 14; อ้างอิงจาก Middleton.1988: 80) ที่กล่าว สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว (Destination Attractions) เช่น สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ รองลงมาคือ เลือกใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณูปโภคและการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับ ทวีศักดิ์ ทิพยมิ่งษ์ (2544: 18 – 19) ที่กล่าวว่า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น และสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์

ในด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมที่อยู่ในระดับพึงพอใจ อาจเป็นเพราะ ทั้ง 2 จังหวัด เป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงามและโดดเด่นแล้ว ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณูปโภคและการสื่อสารที่สมบูรณ์ เมืองใหญ่ และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ จึงทำให้นักท่องเที่ยวฯ สามารถเลือกที่พักที่ใกล้แหล่งธรรมชาติได้เป็นอันดับแรก และเลือกที่พักบริเวณใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณูปโภคและการสื่อสารเป็นอันดับรอง ลงมาได้

3. ช่วงเวลาใดที่มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ มักจะเดินทางไปท่องเที่ยว ช่วงเวลาวันหยุดต่อเนื่อง รองลงมาคือ ช่วงเวลาลาพักร้อน แต่ที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวฯ เดินทางไปท่องเที่ยวทั้ง 2 จังหวัดนี้ ในช่วงเวลาวันธรรมดามากกว่าช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบในแบบสอบถามที่ระบุว่า ไปทำงาน ไปติดต่อธุรกิจ เสร็จแล้วไปท่องเที่ยวด้วย จึงจำเป็นต้องไปในวันธรรมดา

4. เหตุผลสำคัญที่สุดที่เดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ คือ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน รองลงมา คือ ต้องการผ่อนคลายความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ปี 2550 และสรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552) ดูที่ภาคผนวก ที่กล่าวว่า ลักษณะการเดินทางของผู้เยี่ยมเยือนโดยรวมนิยมเดินทางเป็นคู่ ซึ่งหมายถึงครอบครัวได้

5. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มากที่สุด ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ปี 2550 และสรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552) ดูที่ภาคผนวก สำหรับลักษณะการเดินทางของผู้เยี่ยมเยือนโดยรวมนิยมเดินทางเป็นคู่ และเป็นกลุ่มเพื่อน

6. โดยมากเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อย่างไร ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมากมาท่องเที่ยวด้วยการขับรถไปท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ไปโดยใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ และเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของ ภาวินี หมูศิริเลิศ (2552) ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวฯ ส่วนใหญ่ใช้การเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้รถส่วนตัว ครึ่งล่าสุด มากที่สุด และสอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2550 และ สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552)ดูที่ภาคผนวก กล่าวคือ คนไทย

ส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อยู่ในระดับไปแน่นอน และมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อยู่ในระดับแนะนำแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เรื่องโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคนอื่นๆ. 2546: 196) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือเลือกที่จะไปท่องเที่ยวในที่แห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ซึ่งในที่นี้คือ สิ่งที่น่าสนใจได้เข้าพบ และสัมผัสกับสถานที่ เหตุการณ์ และบุคคล ใน 2 จังหวัดนี้ ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้น ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยว (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือนักท่องเที่ยว (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว (Buyer's purchase decision) ให้มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต และมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เพราะ 2 จังหวัดนี้ นอกจากจะมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงาม แล้ว ยังมีการจัดเทศกาลงานประเพณีที่น่าสนใจ เช่น ที่เชียงใหม่มีการจัดสงกรานต์และประเพณียี่เป็ง (วันลอยกระทง) และที่จังหวัดภูเก็ตมีการจัดเทศกาลกินเจที่ยิ่งใหญ่ ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่จะกลับไปท่องเที่ยว และแนะนำบอกต่อความประทับใจที่ได้ไปสัมผัสมาแก่ผู้ที่รู้จัก

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน พบว่า

เพศ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน สามารถวิเคราะห์ได้ว่า 2 จังหวัดนี้ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวอย่างมั่งคั่งเป็นที่ใฝ่ฝันของนักท่องเที่ยวทั้งหลายไม่ว่าจะเป็น เพศใด อาชีพอะไร หรือรายได้ต่อเดือน เท่าใด ขอให้ได้เข้าเป็นท่องเที่ยวครั้งหนึ่งในชีวิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร สามารถ (2545) ในการศึกษาความพึงพอใจ และ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี เพศ และ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโดยรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในส่วนของรายได้ต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยขวัญจิต โชติช่วง (2549) ศึกษาวิจัยเรื่องความสนใจ และทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม ในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ที่ได้รับต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของ นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้ม ที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว กล่าวคือ อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน เนื่องจาก จังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นธรรมชาติ มีอากาศเย็น อากาศดีของคนในพื้นที่ เป็นมิตรไมตรี ศิลปวัฒนธรรมของล้านนา รวมถึง ภาษา บ่งบอกถึงความสงบร่มเย็น ซึ่งนักท่องเที่ยว ที่มีสูงอายุก่อนเกษียณและวัยเกษียณแล้ว ที่มักจะชื่นชอบบรรยากาศเช่นนี้ จะเห็นได้จากชาวต่างประเทศ มักจะมาท่องเที่ยวพักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่เป็นแบบลองสเตย์ มีจำนวนมาก และจังหวัดเชียงใหม่ ก็เป็นที่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวของคนหนุ่มสาว วัยทำงานด้วย ในด้านประเพณีสงกรานต์ที่สนุกสนาน กิจกรรมที่ช้าง ล่องแพ ล่องแก่ง การเที่ยวบนดอยต่างๆ ที่น่าตื่นเต้น จึงทำให้อายุที่แตกต่างกัน ไม่เป็น อุปสรรคหรือไม่แตกต่าง ในการเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ แต่ด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวเชียงใหม่ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน จากผลการวิเคราะห์ทราบว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 25 – 34 ปี จะมีแนวโน้ม ที่จะแนะนำผู้รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่มากกว่าคนที่ อายุ 45 ปีขึ้นไป อาจเป็นเพราะ คนในวัยที่มีอายุ 25 – 34 ปี มีเพื่อนในวัยเดียวกันที่ยังชอบท่องเที่ยว หรืออาจยังมีผู้ที่ยังไม่เคยไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จึงอยากแนะนำให้เพื่อนไปท่องเที่ยว ซึ่ง สอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ ปี 2550 และสรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552) คู่มือ ภาคผนวก ได้กล่าวว่า ส่วนกลุ่มอายุของคนไทยที่เดินทางมากเป็นอันดับแรก คือ กลุ่มอายุ 15 – 24 ปี รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 25 – 34 ปี เมื่อนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุนี้นี้ เข้าไปท่องเที่ยวเป็นอันดับรอง เมื่อ พบความประทับใจในการท่องเที่ยว ย่อมมีศักยภาพจะแนะนำผู้อื่นให้ไปท่องเที่ยวได้มากกว่า เนื่องจาก ทำงานมานานแล้วรู้จักคนเป็นจำนวนมากขึ้นตามอายุงาน และคนที่รู้จัก ย่อมมีหน้าที่การงานที่ดี ถ้า แนะนำให้ไปท่องเที่ยวแล้ว ก็ย่อมมีความสามารถจะไปท่องเที่ยวได้ ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยว กลุ่ม อายุ 15 – 24 ปี ซึ่งยังอยู่ในวัยเรียน ที่ยังหาเงินเองไม่ได้ย่อมมีเพื่อนในวัยเดียวกัน หรือ อาจจะเพิ่ง

เริ่มต้นทำงาน เมื่อไปเที่ยวมาแล้วมีความประทับใจ แต่มีโอกาสในการที่จะแนะนำผู้อื่นได้น้อยกว่า เพราะมีผู้ที่ตนรู้จักน้อย หรืออาจจะอยู่ในกลุ่มของคนทำงานที่อายุสูงกว่า ซึ่งหลายคน ก็คงไปเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่มาแล้ว จึงไม่มีโอกาสที่จะแนะนำ ส่วน อายุ ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร สามารถ (2545) ในการศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน รวมทั้งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ได้ทราบว่าการที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 25 – 34 ปี มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยวภูเก็ต และมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 45 ปี ขึ้นไป เพราะนักท่องเที่ยว ที่อายุน้อย ย่อมมีโอกาสที่จะกลับไปท่องเที่ยวได้สูงกว่านักท่องเที่ยว ที่สูงอายุ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อาจมีประสบการณ์ไปเที่ยวมามากแล้ว

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว กล่าวคือ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่านักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต มากกว่าระดับการศึกษาอื่น เนื่องจากอาจจะมีความรู้ที่มั่นคงกว่า มีความพร้อมที่จะกลับไปท่องเที่ยวได้มากกว่า เพราะค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งค่าอาหารและเครื่องดื่ม ที่จังหวัดภูเก็ต มีราคาที่ค่อนข้างสูง ซึ่งอยู่ในระดับทัศนคติที่ไม่ดีของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งต่างจากจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะการศึกษาระดับใดก็สามารถที่จะไปท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา เนื่องจากค่าใช้จ่ายต่างๆ ในทัศนคติของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน เพราะไม่ว่า นักท่องเที่ยวจะมีระดับการศึกษาระดับใด เมื่อเกิดความพึงพอใจในการเข้าไปท่องเที่ยว ในสถานที่ใดก็ตาม ก็สามารถเป็นแรงกระตุ้นให้อยากที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว

สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ สถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่จัดงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และเจริญพระชนมายุครบ 80 พรรษา บนพื้นที่รวม 470 ไร่ จะมีการแสดงความหลากหลายของพืชพรรณไม้ต่างๆ กว่า 2,200 ชนิด จำนวนกว่า 2 ล้าน 5 แสนต้น ซึ่งนับว่าเป็นมหกรรมพืชสวนโลกเขตร้อนชื้นที่สมบูรณ์ที่สุดของโลก มีการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐอย่างกว้างขวางทำให้เกิดการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้าไปชมนับล้านคนในระยะเวลา 69 วัน ดังนั้น ไม่ว่านักท่องเที่ยวจะมีสถานภาพครอบครัวที่แตกต่าง ไม่ว่าจะโสด มีคู่อยู่ หรือไม่ได้อยู่ด้วยกันก็ตาม ย่อมมีความต้องการที่จะเข้าไปชื่นชมงานมหกรรมระดับโลก ซึ่งจัดขึ้นในประเทศไทยเป็นครั้งแรก และสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ที่จะกล่าวต่อไป และการที่สถานภาพครอบครัวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะเป็นอย่างไรก็ตาม เมื่อได้เข้าท่องเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่งแล้ว ได้รับประสบการณ์ที่ประทับใจเกิดความพึงพอใจแล้ว ย่อมเกิดแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะบอกต่อให้ผู้ที่ยังรู้จัก เข้าไปท่องเที่ยว เพื่อจะได้รับความประทับใจเหมือนตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 196) เกี่ยวกับโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ในเรื่อง สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่กล่าวไว้ว่า สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์สิ่งกระตุ้นถือว่า เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ ซึ่งในที่นี้สิ่งกระตุ้น คือ การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ หรือความประทับใจจากประสบการณ์ที่ได้เข้าไปท่องเที่ยว ทำให้เกิดความต้องการที่จะกลับไปท่องเที่ยว และแนะนำผู้ที่รู้จักให้เข้าไปท่องเที่ยว ส่วนสถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพโสด มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ตมากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และสอดคล้อง สภาพความเป็นจริงในสังคมปัจจุบัน ที่คนไทยแต่งงานช้ากว่าในอดีตทำให้มีคนโสดมากขึ้น นักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพโสด ไม่มีภาระที่ต้องใช้เวลา และเงินในการดูแลครอบครัว เมื่อได้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตแล้วมีความรู้สึกที่ดีต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่ไปพบเห็นเกิดความประทับใจ จึงส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิด และทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ที่กล่าวข้างต้น เกี่ยวกับเหตุจูงใจด้านอารมณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว และด้านค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทศนคติ ของ กอร์ดอน ออลล์พอร์ท (Gordon Allport) ให้คำนิยามไว้ว่า “ทศนคติเป็นภาวะความพร้อมที่จะตอบสนอง ต่อสิ่งกระตุ้น เป็นภาวะทางประสาทและสมอง ซึ่งถูกจัดเป็นระเบียบโดยก่อตัวขึ้นจากประสบการณ์ ทศนคติจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรม และความแปรเปลี่ยนในการตอบสนอง (Response) ของบุคคล ต่อสถานการณ์ (Situation) และต่อสิ่งต่างๆ (Objects) ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง”

ส่วนทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทศนคติของ กอร์ดอน ออลล์พอร์ท (Gordon Allport) ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ส่วนทศนคติด้านค่าใช้จ่าย ไม่สัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต นั้นหมายความว่า นักท่องเที่ยว ยังยอมรับกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นได้ และยังคงมีความพึงพอใจ ด้านความคุ้มค่า ความประทับใจ และความพึงพอใจในการเข้าไปท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต ตามที่ความคาดหวังไว้ จึงทำให้นักท่องเที่ยว ยังคงมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปเที่ยว และมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ ไปท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร ในด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กัน เพราะหากนักท่องเที่ยว ได้รับหรือไม่ได้รับความพึงใจ จากการเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ย่อมมีผลต่อการที่จะกลับไปหรือไม่กลับไปท่องเที่ยวและจะแนะนำผู้อื่นหรือไม่แนะนำ อย่างแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับอนันท์ จันตะนี (2550 : 75) ได้ให้”แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ” หมายถึง ความพึงพอใจที่ถูกคำหรือผู้ให้บริการได้รับสินค้าหรือบริการตามที่มุ่งหมายหรือตั้งใจไว้ ถ้าเมื่อได้รับสินค้าหรือบริการแล้วจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าหากได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานยิ่งขึ้นหรือได้รับ

บริการที่ดีหรือรวดเร็วยิ่งขึ้นก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น แต่ถ้าได้รับสินค้าที่ด้อยคุณภาพ/มาตรฐานหรือได้รับบริการที่ล่าช้า/ผิดพลาด ซึ่งจะทำให้ความพึงพอใจลดลง เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และด้านแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์กัน สามารถวิเคราะห์ได้ว่า การเข้าไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับแหล่งข้อมูลหรือประสบการณ์การท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ของ 2 จังหวัด ทำให้เกิดกระบวนการภายในของผู้บริโภคจะออกมา 3 ทางด้วยกันคือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การค้นหาและการไม่เลือกผลิตภัณฑ์ การค้นหาและการไม่เลือกผลิตภัณฑ์จะถูกเก็บไว้ที่ผู้บริโภค เพื่อจะเป็นตัวกระตุ้นต่อไปในอนาคต หรือเพื่อเป็นกระบวนการกลั่นกรองต่อไป จากข้อความดังกล่าวนี้ จะพิสูจน์ให้เห็นว่า จำนวนครั้งหรือความถี่ของพฤติกรรมการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว 2 จังหวัดนี้ของนักท่องเที่ยว เป็นตัวกระตุ้น หรือมีความสัมพันธ์กันระหว่างพฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว 2 จังหวัดนี้ กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยว มีพฤติกรรม เข้าไปท่องเที่ยว 2 จังหวัดนี้ เป็นจำนวนหลายครั้ง แสดงถึงความชื่นชอบที่ได้มาท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยว มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ได้อีก และมีแนวโน้มที่จะแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต แต่หากนักท่องเที่ยวมีความถี่ในการเข้าไปท่องเที่ยว ใน 2 จังหวัดนี้น้อยครั้ง โอกาสที่จะกลับไปอีกหรือจะแนะนำผู้ที่รู้จัก ก็จะน้อยตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Model พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Kotler เป็นการเน้นถึงทางเลือกของพฤติกรรม (Behavioral choice) สิ่งที่เราใส่เข้าไปนี้ถือว่าเป็นอิทธิพลในการซื้อ จึงส่งผลออกมาเป็นทางเลือกผลิตภัณฑ์ ทางเลือกตราสินค้า ทางเลือกร้านค้า ปริมาณที่จะซื้อ และความถี่ในการซื้อ และ Model พฤติกรรมผู้บริโภค ของ Andreasen ที่เน้นถึงตัวบุคคลเป็นศูนย์กลางที่คอยรับแหล่งข้อมูลที่มาจากบุคคลและที่ไม่ใช่มาจากบุคคล

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยว มีทัศนคติด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายดีกว่าจังหวัดภูเก็ต เนื่องจาก สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรม ยังคงดูแลรักษา และอนุรักษ์ไว้ได้ดี รวมถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว ยังพอที่จะรับได้ หากเทียบกับจังหวัดภูเก็ตดูเหมือนเป็นสถานที่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยียนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552) ดูที่ภาคผนวก ซึ่งแสดงตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด

ภูเก็ตน้อยกว่าชาวต่างประเทศประมาณเกือบ 50% และ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญจิต โชติช่วง (2549) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม ในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษามีทัศนคติ การท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติต่อภาคเหนือ แตกต่างจากภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักศึกษามีทัศนคติการท่องเที่ยวด้านนี้ต่อภาคเหนือดีกว่าภาคใต้

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความแตกต่างกันสามารถวิเคราะห์ได้ว่า จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความแตกต่างในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว การบริหารจัดการภายในจังหวัด ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว กิจกรรมของการท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณี รวมถึงวิถีชีวิตและค่าครองชีพ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ต่างกันได้ จากผลการวิเคราะห์จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวฯ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับ วูม (Vroom, 1964: 99) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจ และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพของความไม่พอใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความแตกต่างกัน สามารถวิเคราะห์ได้ว่า สิ่งที นักท่องเที่ยวฯ ได้เข้าไปสัมผัสแตกต่างกัน เช่น ถ้าไปจังหวัดเชียงใหม่ หากไปฤดูหนาวก็ได้สัมผัสกับอากาศเย็นที่บนยอดดอย ได้เห็นการปลูกพืชเมืองหนาว เช่น ลูกท้อ ลูกแพร์ สตอเบอร์รี่ และอื่นๆ ได้ไปขี่ช้าง ได้ไปล่องแก่ง ได้ชมงานประเพณีของล้านนา ซึ่งมีความแตกต่างกับการไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งนักท่องเที่ยวฯ จะได้ว่ายน้ำทะเล ดำน้ำ ดูปะการัง ลิ้มรสอาหารทะเลสดๆ และได้เข้าร่วมงานประเพณีกินเจ สิ่งที่ได้กล่าวมาแล้วส่งผลให้ พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวฯ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแผนกจิตวิทยาแห่งสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า “เป็นการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า ลักษณะการใช้และการยอมรับในสินค้าและบริการนั้น” ซึ่งถ้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแล้ว พฤติกรรมการใช้ และการยอมรับในสินค้า และบริการ สามารถแสดงออกมาในด้านจำนวนครั้ง ในการเข้าไปท่องเที่ยว ใน 2 จังหวัดนี้ ย่อมต้องแตกต่างกัน”

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความแตกต่างกัน สามารถวิเคราะห์ได้ว่า จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต มีความแตกต่างกันในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว คือ ภูเขา กับ ป่าไม้ และ เกาะกับทะเล เมื่อนักท่องเที่ยวฯ แต่ละคนได้เข้าไปท่องเที่ยวย่อมมีความชอบหรือไม่ชอบ ในสถานที่

ที่กล่าวมาแล้ว และได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลถึงแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยว ในการที่จะกลับไปหรือไม่กลับไปท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งอีก และการที่จะ แนะนำหรือไม่แนะนำ ผู้ที่ตนรู้จักให้ไปท่องเที่ยวใน 2 จังหวัดนี้ ย่อมมีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้อง กับ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ในเรื่องพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวความพอใจหรือไม่พอใจ เมื่อเทียบกับพฤติกรรมภายหลังการไปท่องเที่ยว ในสถานที่ต่างๆ การเกิดความพอใจหรือไม่ ส่งผลต่อแนวโน้มที่จะกลับไปท่องเที่ยว และการแนะนำ ให้ผู้ที่ตนรู้จัก ไปท่องเที่ยวในสถานที่ ที่ตนเคยไปมาแล้ว

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความปรารถนาที่จะเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในชีวิต การที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวสองจังหวัดนี้ จะดำเนินการเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว โดยการทำให้นักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวแล้วกลับมาท่องเที่ยวอีกหลายครั้ง หรือมีนักท่องเที่ยวรายใหม่ๆ เข้ามาเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ จำเป็นต้องมีการดำเนินการ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยเข้าไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ที่ เป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 34 ปี และ อายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นวัยชอบความสนุกสนาน และความท้าทาย ทางจังหวัดควรเพิ่มกิจกรรมที่มีความตื่นเต้น และผจญภัย ที่สามารถจะจัดขึ้นได้ ตามความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาตินั้นๆ และต้องคำนึงถึงความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งกิจกรรมประเภทนี้จะเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว

2. การทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีมากขึ้นต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

- 2.1 ควรดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ให้คงความเป็นธรรมชาติให้ดียิ่งขึ้น โดยการ ไม่ปล่อยให้คนเข้าไปบุกรุก และทำลายธรรมชาติที่สวยงาม เช่น การสร้างสิ่งปลูกสร้างยื่นเข้าไปใน แม่น้ำ ทะเล หรือสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ทำลายทัศนียภาพที่สวยงามของแหล่งธรรมชาติ ไม่ตัดไม้ทำลายป่า ต้องประชาสัมพันธ์ให้เรื่อนำท่องเที่ยวตามแม่น้ำ และทะเล ไม่ทิ้งของเสียลงใน แม่น้ำลำคลอง และ ทะเล รวมทั้งบอกกล่าวนักท่องเที่ยวอย่าทิ้งขยะในแหล่งธรรมชาติ ให้มีการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึก ให้ประชาชนในจังหวัด รักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา เพราะแหล่งธรรมชาติ ของจังหวัดสวยงาม และได้รับการดูแลรักษาอย่างดี จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นปัจจัย สำคัญอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลมาจากการวิจัย และจะส่งผลให้กับเศรษฐกิจ ของจังหวัดดีขึ้นประชาชนในจังหวัดจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น โดยการจัดกิจกรรมรักษาสีเขียวแวดล้อม ตาม แหล่งธรรมชาติ เช่น การเก็บขยะตามชายหาด ตามน้ำตก และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จัดเวียนกันไป

เมื่อนักท่องเที่ยวได้เห็น นอกจากจะเกิดความละอายไม่ทิ้งขยะ หรือสิ่งสกปรกที่แหล่งท่องเที่ยวแล้ว เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่จังหวัดด้วย และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นความตั้งใจการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวฯ มีทัศนคติในเรื่องการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ของจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อยู่ในระดับดี จะได้พัฒนาไปสู่ในระดับดีมากยิ่งขึ้นไป

2.2 หน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ยังคงต้องทุ่มเทและเอาใจใส่กับการจัดให้มีเทศกาล งานประเพณี อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นมรดกแก่คนรุ่นหลังได้ทราบถึงรากเหง้าของเผ่าไทย และควมมีอารยธรรมขั้นสูงของชาวไทย การจัดงานสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ประจำจังหวัดให้คงอยู่ตลอดไป โดยเข้าไปศึกษาว่ายังมีงานประเพณีโบราณใดบ้างที่ทางจังหวัดยังไม่เคยจัดให้นำมาจัดให้เป็นประจำทุกปี จะทำให้ในจังหวัดมีกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมเมื่อไรที่เข้าไปท่องเที่ยวก็จะได้พบกับการจัดงานสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ตลอดเวลา ยิ่งถ้ามีทุกเดือนหรือเดือนละหลายครั้งได้ยิ่งเป็นสิ่งที่ดี ไม่ใช่ว่านักท่องเที่ยวรู้จักแต่ประเพณีสงกรานต์ และยี่เป็ง ที่มีในจังหวัดเชียงใหม่ การทำงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวฯ มีทัศนคติ ในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณีของจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับดีมาก หากทางจังหวัดดำเนินการตามนี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวฯ คงมีทัศนคติในระดับดีมากเช่นนี้ตลอดไป ส่วนหน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต สามารถจะนำวิธีการดังกล่าวข้างต้นไปดำเนินการ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวฯ ที่มีทัศนคติในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อเทศกาล งานประเพณีของจังหวัดภูเก็ตจากผลการวิจัย อยู่ในระดับดี สามารถพัฒนาให้นักท่องเที่ยว มีทัศนคติในระดับดีมากขึ้น ได้อย่างแน่นอน

2.3 หน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และประชาชนควรมีความภาคภูมิใจ และตระหนักถึงคุณค่าในการอนุรักษ์ศิลปะ โบราณสถาน ของจังหวัดเชียงใหม่ และควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบถึงผลการวิจัยนี้ ที่พบว่านักท่องเที่ยวฯ มีทัศนคติใน เรื่องการอนุรักษ์ศิลปะ โบราณสถาน ระดับดีมาก จะทำให้ประชาชนเกิดพลังกายและพลังใจ ในการช่วยส่งเสริม และสนับสนุน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปะและโบราณสถาน ให้ดีมากขึ้นนี้ตลอดไป สำหรับจังหวัดภูเก็ต หน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวมีความจำเป็นอย่างมาก ในการที่จะรณรงค์ และบริหารจัดการ ในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรม ข้อศิลปะโบราณสถานของจังหวัด ในความรับผิดชอบของตนเองให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่า ทัศนคติของนักท่องเที่ยวฯ อยู่ในระดับปานกลาง หน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยว ควรให้ความสนใจเข้าไปดูแลศึกษาให้เห็นภาพจริงว่า ศิลปะและโบราณสถาน ตอนนี้อยู่ลักษณะและสภาพอย่างไร หรือจะทำการวิจัยสอบถามทัศนคติของนักท่องเที่ยว ณ สถานที่ของศิลปะและโบราณสถาน นั้นๆ ว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกอย่างไรต่อการอนุรักษ์ ศิลปะ

และโบราณสถาน ของเจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบดูแล จะทำให้ทราบถึงปัญหา และสามารถดำเนินงานที่จะแก้ไข บูรณะและพัฒนาในเรื่องของการอนุรักษ์ศิลปะ โบราณสถาน ไปในทิศทางที่ถูกต้อง ก่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น รวมถึงการรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปะ โบราณสถาน และวางแผนในสิ่งที่บรรพบุรุษได้สร้างขึ้นไว้ ให้คงสภาพที่ดีตลอดไป และเพื่อให้ทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่อยู่ในระดับปานกลาง เปลี่ยนเป็นระดับที่ดีและดีมาก ยิ่งขึ้น

2.4 องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ในข้อถกเถียงทาง ความสะอาด เป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจที่ได้เข้ามาท่องเที่ยว การจัดการแก้ไขต้นเหตุของปัญหาที่ก่อให้เกิด ความไม่สะอาดที่บนถนน บนพุดบาท และตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัด ที่จะส่งผลเสียกับการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดมลพิษทางสายตาแก่นักท่องเที่ยว โดยต้องมีการบริหารจัดการที่จริงจังด้านการรณรงค์หรือการใช้กฎหมายในการจับ และปรับผู้ที่ทิ้งสิ่งสกปรกหรือขยะ และดำเนินงานในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทัศนคติของนักท่องเที่ยว ในด้านนี้ ที่ผลการวิจัยพบว่าอยู่ในระดับดี ทั้งจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ให้อยู่ระดับที่ดีมากขึ้นไปในทัศนคติของนักท่องเที่ยว

2.5 การรักษาความปลอดภัยในจังหวัดเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีอาสาสมัคร เพื่อให้เป็นตำรวจบ้านหรือตำรวจท่องเที่ยว เพื่อเป็นกำลังให้แก่ทางราชการ ในการสอดส่องดูแลความปลอดภัยให้แก่ประชาชนในจังหวัด และนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อขอความปลอดภัย ของจังหวัดเชียงใหม่ที่อยู่ในระดับที่ดีอยู่แล้วจากผลการวิจัย ดีมากยิ่งขึ้น ส่วนทัศนคติต่อขอความปลอดภัย ของจังหวัดภูเก็ต ที่อยู่ในระดับปานกลาง จะสามารถพัฒนาให้เป็นระดับดีและดีมากขึ้นได้โดยง่าย

2.6 หน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรประสานงานกับโรงแรม ร้านอาหาร หรือหน่วยงานของรัฐและเอกชน ที่จะสามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต ที่ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว มีทัศนคติไม่ดีต่อด้านค่าใช้จ่าย ควรดำเนินการใช้กลยุทธ์ที่จะกล่าวต่อไปนี้ ในช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมาท่องเที่ยวบ่อย โดยการจัดแพ็คเกจทัวร์ จำนวนวันประมาณ 2 คืน 3 วัน หรือ 3 คืน 4 วัน เป็นราคาที่รวมค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหาร 3 มื้อ ค่าโรงแรมที่พัก ค่ารถพาน้ำเที่ยว และค่าบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดให้มีโปรแกรมการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวหลายโปรแกรม ให้นักท่องเที่ยวเลือก และทำการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบ โดยการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน ซึ่งไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ การกำหนดราคาค่าใช้จ่ายที่แน่นอนในการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวทราบจะเป็นผลทำให้นักท่องเที่ยว เกิดการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวได้ง่าย การระบุชื่อโรงแรม ชื่อร้านอาหาร ทำให้สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวระดับหนึ่งได้ว่า เมื่อเขาจ่ายค่าใช้จ่ายในราคาเท่านี้เขาจะได้รับการบริการระดับใด ซึ่งการจัดทำแพ็คเกจทัวร์นี้ จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการโรงแรม และร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้ยามที่ชาว

ต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยววันหยุดได้ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ให้ความสำคัญกับงบประมาณในการท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวได้ เป็นการสร้างความพึงพอใจอีกด้านหนึ่ง และทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับที่ดีขึ้นได้

2.7 ภาครัฐควรสนับสนุนให้ประชาชนท่องเที่ยวในประเทศ โดยให้มีการหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในกรณีที่มีใบเสร็จจากการใช้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือจากข้อเสนอแนะข้อที่ 2.6 เมื่อนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์นี้แล้ว สามารถนำใบเสร็จไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเต็มจำนวนได้ 2 เท่า จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวอีกวิธีหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลในการกระจายรายได้ทั้งระบบธุรกิจเพราะการท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ รวมทั้งเป็นการสร้างความพึงพอใจในด้านความคุ้มค่าแก่นักท่องเที่ยวด้วย ส่วนผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยว ที่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านค่าใช้จ่าย ปานกลาง สามารถนำข้อเสนอแนะในข้อ 2.6 และ 2.7 ไปใช้ให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติด้านค่าใช้จ่าย ให้สูงขึ้นเป็นระดับที่ดีมากได้

3. การสร้างความพึงพอใจเพื่อให้นักท่องเที่ยว เกิดความคุ้มค่า ความประทับใจ และให้การเข้ามาท่องเที่ยวเป็นตามความคาดหวัง หรือได้รับความพึงใจมากกว่าความคาดหวังที่ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต อยู่ในระดับพึงพอใจ ทางหน่วยงานที่ดูแลการท่องเที่ยวและประชาชนควรให้ความร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจอย่างมาก เพื่อส่งผลในด้านแนวโน้มพฤติกรรมให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยว และแนะนำผู้ที่รู้จักไปท่องเที่ยว อยู่ในระดับที่จะกลับไปท่องเที่ยว อย่างแน่นอนและจะแนะนำให้ผู้ที่รู้จักไปท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ตามข้อเสนอแนะ ด้านล่างนี้

3.1 การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยการจัดงานด้านผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผัก ผลไม้ ดอกไม้ งานศิลปหัตถกรรม อาหาร เลิศรส ของจังหวัด หรือจะมีกิจกรรมเที่ยวสวนชมฟาร์ม โดยให้เกษตรกรเข้าร่วมกิจกรรมเปิดสวนและฟาร์มต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มจากการขายผลผลิตโดยตรงกับผู้บริโภคแล้ว ยังทำให้เกษตรกรเกิดการพัฒนาจัดแต่งสวนและฟาร์มของตนเองให้น่าชื่นชมด้วย และยังทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรื่นรมย์ด้วย เป็นอาหารตา อาหารใจ และได้รับประทานผลไม้สดจากสวน ซึ่งการจัดกิจกรรมเช่นนี้ต้องจัดอย่างต่อเนื่องเป็นประจำตลอดทั้งปี โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ สามารถจัดได้เป็นฤดูกาล เช่น จัดเที่ยวสวนสตอเบอรี่ สวนส้มสายน้ำผึ้ง สวนลำไย สวนลิ้นจี่ สวนที่ปลูกพืชเมืองหนาว

3.2 การจัดให้มีการประชุมและประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กับภาคเอกชนที่อยู่ในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อเปิดรับความคิดเห็น และจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและเข้ามาท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพราะความร่วมมือร่วมใจระหว่าง

ภาครัฐและเอกชนจะทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัด สร้างความประทับใจ คำนึงกับเวลาและความพยายาม รวมถึง ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่สูงกว่าความคาดหวัง

4. ทางจังหวัดควรจัดให้มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พร้อมทั้งส่งเสริมความรักและผูกพันกับธรรมชาติ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติแล้ว อย่าทำให้ความเป็นธรรมชาติสูญเสียไป เช่น การส่งเสียงดัง การตั้งแคมป์ไฟ การทิ้งเศษอาหาร การทำให้เกิดแสงสี ควรเข้าไปเรียนรู้ความเกื้อกูลกันของต้นไม้ ดิน น้ำ แมลง สัตว์ป่า ที่ทำให้ธรรมชาติคงเป็นธรรมชาติที่ดั้งเดิม และสมบูรณ์ตลอดไป เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มักเลือกที่พักใกล้แหล่งธรรมชาติ โดยนักท่องเที่ยวสามารถนำความเชื่อโยงและเกื้อกูลของธรรมชาติ มาใช้ในชีวิตกับสังคมที่เป็นธรรมชาติของมนุษย์ได้ และทางจังหวัดควรจัดเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ที่ได้ศึกษาค้นพบขึ้นมาใหม่ ตามข้อเสนอแนะ ข้อ 2.2 ในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้เข้าไปร่วมงานได้เป็นจำนวนมากๆ เนื่องจาก ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยว มักจะเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งสองจังหวัดในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง และที่สำคัญทางจังหวัด ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความผูกพันในครอบครัว หรือให้ผลประโยชน์ในการไปท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวกันเป็นครอบครัว เช่น การไปรับประทานอาหาร ให้ส่วนลดสำหรับผู้เป็นลูก โดยการลดครึ่งราคา หากเป็นบุฟเฟต์ หรือลด 15% สำหรับอาหารตามสั่งให้กับสมาชิกของครอบครัว ที่เข้าไปรับประทานอาหาร ส่วนแหล่งท่องเที่ยวไม่คิดค่าเข้าชมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูก เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน และจะขับรถไปท่องเที่ยวเอง ทางหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรประสานงานกับกรมทางหลวงของจังหวัด เพื่อสำรวจเส้นทางว่าถนนสายไหนที่จะก่อให้เกิดอันตรายกับนักท่องเที่ยว ที่ใช้รถยนต์พาหนะ เช่น การที่มีหินกรวดทราย วัสดุใดตกอยู่บนถนน และถนนเป็นหลุมเป็นบ่อ หรือขรุขระ การทำป้ายบอกทางที่สะท้อนแสงและชัดเจน ควรมีป้ายบอกสถานที่ก่อนจุดทางแยกเลี้ยวเป็นระยะๆ และป้ายสุดท้ายควรบอกล่วงหน้าประมาณ 200 เมตร เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเตรียมตัวได้ทัน ในการจะขับตรงหรือจะเลี้ยวเข้าสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว จุดเลี้ยวโค้งที่อันตรายต้องมีป้ายแจ้งเตือนก่อนล่วงหน้าเป็นระยะๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวปลอดภัยในการขับรถด้วยความระมัดระวัง

5. จากข้อเสนอแนะข้างต้น จะทำให้นักท่องเที่ยว มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต ในระดับที่ดีมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีกับความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งสองจังหวัด ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับไปท่องเที่ยวและแนะนำผู้ที่รู้จักให้ไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประชาชนทั้งสองจังหวัดสามารถสร้างให้ทัศนคติของนักท่องเที่ยว

อยู่ในระดับดีมาก อย่างเป็นรูปธรรม ย่อมมีความสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะกลับมาท่องเที่ยวและแนะนำผู้รู้จักไปท่องเที่ยว ทั้งสองจังหวัด อยู่ในระดับที่จะกลับไปท่องเที่ยว อย่างแน่นอนและจะแนะนำให้ผู้รู้จักไปท่องเที่ยวอย่างแน่นอน เช่นเดียวกันด้วย ซึ่งจะทำให้การประกาศที่ว่า “การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ”(National Agenda) ของรัฐบาลเป็นความจริงขึ้นมาได้ เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ใช้ความพยายามทุกรูปแบบในการช่วยกันผลักดันให้อุตสาหกรรมเที่ยว ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศกลับฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2552 – 2555: คำนำ)

6. การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ควรทำให้เกิดความแตกต่างกัน เป็นสิ่งที่ดีที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์จากการที่เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัด ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยว เทศกาลงานประเพณี ศิลปะ โบราณสถาน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยว มีทัศนคติ ความพึงพอใจที่ได้รับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวของทั้งสองจังหวัด ที่แตกต่างกัน เป็นการสร้างประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย และความแปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถใช้ความแตกต่างในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่าย และความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ว่าจังหวัดของตนมีอะไรที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นที่นักท่องเที่ยวควรเข้ามาท่องเที่ยว และจะได้รับความคุ้มค่า ความประทับใจมากกว่าจังหวัดอื่น ซึ่งจะทำให้เกิดการแข่งขันกันในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวฯ มีทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทั้งหน่วยงานที่ดูแลด้านการท่องเที่ยวและประชาชนของจังหวัดจะช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อนุรักษ์วัฒนธรรม ในท้องถิ่นของตน รวมทั้งการบริหารจัดการด้านองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว การตรวจสอบราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวต้องเข้ามาใช้จ่ายว่าอยู่ในราคาที่เหมาะสมหรือไม่ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความรู้สึก และได้รับประสบการณ์ ที่มีความแตกต่างในการเข้าไปท่องเที่ยวทั้งสองจังหวัดนี้ จะทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษา เรื่องทัศนคติและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการดูแลรักษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ หรือจะเป็นอุทยานแห่งชาติในจังหวัดต่างๆ เพื่อได้ทราบถึงว่าขณะที่ทำศึกษานั้น นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในเรื่องสิ่งแวดล้อมของอุทยานแห่งชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ว่ามีสภาพเป็นอย่างไร รวมถึงประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ ที่รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

2. ควรทำการศึกษา เรื่องการเปรียบเทียบทัศนคติ ความสนใจ และพฤติกรรม การท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย เพื่อที่จะทราบว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจ และพฤติกรรม ในการเข้าไปท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับจังหวัดเชียงใหม่ เพราะปัจจุบันเมื่อเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สามารถจะเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน (พม่า ลาว จีน) ได้สะดวกมากขึ้น

3. ควรทำการศึกษา เรื่องความสนใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ เพื่อที่จะทราบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลแบบใดให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ลักษณะใด

4. ควรทำการศึกษา เรื่องความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวหรือองค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยวในทัศนะของนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานว่ามีเรื่องใดบ้าง เพื่อให้ผู้ที่อยู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว นำผลการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นไปตามความต้องการกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในวัยทำงานน่าจะมีกำลังซื้อสูงกว่ากลุ่มวัยอื่น

5. ควรทำการศึกษา เรื่องการรับรู้ข่าวสารของนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ เพื่อที่จะให้ทราบว่านักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดมากน้อยเพียงใด เพื่อประโยชน์ในการที่หน่วยงานที่ดำเนินงานด้านนี้จะได้ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวอย่างกว้างขวาง เพื่อจะได้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดของตนมากขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา; และ วินัส อัสวสิทธิถาวร. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์วังอักษร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- การุณ ฐานกรวงศ์. (2552). *การเปรียบเทียบทัศนคติ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ NBT และ THAI PBS ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ขวัญจิตร โชติช่วง. (2549). *ความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- คณะกรรมการอำนวยการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติว่าด้วยการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2552 – 2555). *แผนยุทธศาสตร์วิสัยทัศน์และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว*.
- คนกรุงเทพฯและปริมณฑล รายได้สูงสุด หนี้สินก็สูงสุด. (2550, 31 ตุลาคม). *ฐานเศรษฐกิจ*.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บจก. วี.พี. (1991).
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ณรงค์ มีนวล. (2547). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท; และคณะ. (2543). *หลักและวิธีการวิจัยตลาดเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วังอักษร.
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์. (2544). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย. 1 (1)

- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2544). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- นฤมล บำรุงวงศ์ไทย. (2551). *ความพึงพอใจ แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ Trekkingthai.com*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เบญจมาศ ประยูรวงศ์. (2549). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนดุสิต*. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522. (2522, 30 เมษายน). สืบค้นจาก http://www.ago.go.th/interest_law/sub/sub1/sub1_52.html
- ภาวิณี หมูศิริเลิศ. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ภิรมย์ เจริญผล. (2538). *ทัศนคติของคนไร้ที่พึ่งต่อการฝึกอาชีพในสถานสงเคราะห์ชายและหญิง ัญบุรี จังหวัดปทุมธานี*. ภาคนิพนธ์คณะพัฒนาลังคม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มนัส สุวรรณ; และ คณะ. (2548). *รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาแนวทางการบริหาร และจัดการท่องเที่ยว*.
- รัชนิกร ชลาชนเดชะ. (2543). *ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการ เทียวไป ซิมไปกับเครือโรงแรมอิมพีเรียล*. สารนิพนธ์ บธ.ม. วikipiเดีย, สารานุกรมเสรี.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546, พฤศจิกายน). *เทคนิคการวัดความพึงพอใจของลูกค้า Marketeer*. ฉบับที่ 45 สืบค้นเมื่อ 1 – 24 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www.marketeer.co.th/>
- ศศิธร สามารถ. (2545). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดกระบี่*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *เจตคติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิสิทธิ์วัฒนา.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส เพรส.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สายฝน ถึงหมื่นไวย. (2547). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชิงรายเขต 3. *สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชิงรายเขต 3*. สืบค้นจาก <http://www.cr3.go.th/thirdthai/supeng/page2.htm>.
- สุนทรี ศิลปสาคร. (2549). *การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมโทรทัศน์กับยูทูปไซต์เบิลทีวีในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เสริมสกุล เสรีกิจ. (2547). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต*. ปรินิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การตลาดเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: บริษัท วีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- อดุลย์ จตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- . (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Dell, Hawkins; Roger, J.; & Kenneth, A. Coney. (1998). *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*. 7th ed. Boston : McGraw-Hill, Co.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York: McGraw – Hill Book Inc.
- Hartung, J. & Cottrell, J.E. (2001). *Journal of Neurosurgical Anesthesiology*. New York.
- Kappel. (1982). *Design and Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. Millennium ed. New Jersey: Prentice – Halls.
- Schiffman, Leon G.; & Leslie Lazar Kanuk. (1994). *Customer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.
- Vroom, W.H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & John Wiley & Sons.
- Wolman, BB. (1973). *Dictionary of Behavior Science*. New York: Van Norstand

Reinhold.

แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

http://www.ago.go.th/interest_law/sub/sub1/sub1_52.html

<http://aphinant.aru.ac.th/>

<http://www.atphuket.com/news/ data/0212.html>

<http://www.boybdream.com/manager-news-content.php?newid=48430>

<http://www.chiang-mai-resort.net/51>

http://www.cmprice.com/forum/?content=detail&wb_type_id=18&topic_id=15795

<http://e-book.ram.edu/e-book/h/HO410/ho410.pdf>

http://www.ekohchang.com/Chiangmai_Thai/attractions.htm

http://www.ekohchang.com/Phuket_Thai/attractions.htm. ของ บจก. สยามมีดี บิสสิเนส ทราเวล

<http://hilight.kapook.com/view/32003>)

http://km.moi.go.th/E_Library/File_Books/EB0038.pdf

<http://www.manager.co.th/>

<http://www.marketeer.co.th/>

<http://mkpayap.payap.ac.th/course/mk210/f7.4.htm>

http://www.mol.go.th/statistic_01.html

http://www.novabizz.com/NovaAce/Self/Spiritual/Attitude_11.php

<http://www.oard1.org/ratchaphruek/>

http://www.phuketdata.net/main/index.php?option=com_content&task=view&id=289&Itemid=1

<http://www.websitephuket2phuket.com>

http://www.phuketthailand-travel.com/tour-phuket_fantasea_th.htm

<http://www.relaxzy.com>

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/indicator/indEco51.pdf>

<http://thai.tourismthailand.org>

http://www.tat.or.th/e-journal/article-05_2-49.html

<http://www.thaigov.go.th/mobile/more.asp?pageid=451&directory=1781&contents=423>

<http://www.thaigov.go.th/mobile/more.asp?pageid=451&directory=1781&contents=423&pageno=81&no=481>

<http://www.tourism.go.th/images/stories/mfiles/1.pdf>

<http://www.vcharkarn.com>.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นมาเพื่อศึกษา ทัศนคติ พฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
จังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ของนิสิตปริญญาโทภาคพิเศษ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) โดยนำข้อมูลการตอบแบบสอบถามมาวัดผล ให้ทราบว่า
นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นอย่างไร ต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต
อะไรเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยว คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างมาก
ในแนวทางการดำเนินกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวให้เจริญได้ยั่งยืน จึงขอขอบพระคุณมา
 ณ ล่วงหน้า แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเคยไปท่องเที่ยว ทั้ง
ในจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ตมาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต
นักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ลักษณะส่วนบุคคล

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 25 ปี

☐ 25 – 34 ปี

☐ 35 – 44 ปี

☐ 45 – 54 ปี

☐ 55 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
- ☐ เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 40,001 – 50,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 30,001 – 40,000 บาท

☐ 50,001 บาท ขึ้นไป

6. สถานภาพครอบครัว

- ☐ โสด
- ☐ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

โปรดเปรียบเทียบทัศนคติต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (ทัศนคติเชิงบวก คือ ระดับ 4 และ 5 ทัศนคติเชิงลบ คือ ระดับ 1 และ 2 ทัศนคติระดับปานกลาง คือ ระดับ 3)

ทัศนคติต่อการท่องเที่ยว	เชียงใหม่	ภูเก็ต
1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว		
1.1 การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ		
1.1.1 ทรัพยากรบน) พื้นดิน (ภูเขา ป่าไม้	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
1.1.2 ทรัพยากรเกี่ยวกับน้ำ (น้ำตก แม่น้ำ ทะเล)	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
1.2 การอนุรักษ์วัฒนธรรม		
1.2.1 เทศกาล งานประเพณี	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
1.2.2 ด้าน ศิลปะ โบราณสถาน	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
2. องค์ประกอบพื้นฐานของการท่องเที่ยว		
2.1 ถนนหนทางในจังหวัด	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
2.2 การรักษาความสะอาด ในจังหวัด	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
2.3 ความปลอดภัยในจังหวัด	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1	ดีมาก____:____:____:____ต้องปรับปรุง 5 4 3 2 1
3. ค่าใช้จ่าย		
3.1 ราคาค่าที่พัก	ถูก____:____:____:____แพง 5 4 3 2 1	ถูก____:____:____:____แพง 5 4 3 2 1
3.2 ราคาสินค้าและบริการ	ถูก____:____:____:____แพง 5 4 3 2 1	ถูก____:____:____:____แพง 5 4 3 2 1
3.3 ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	ถูก____:____:____:____แพง 5 4 3 2 1	ถูก____:____:____:____แพง 5 4 3 2 1

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และภูเก็ต

โปรดเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต โดยทำ

เครื่องหมาย ✓ ลงช่อง ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (เชิงบวก = ระดับ 4 และ 5
เชิงลบ = ระดับ 1 และ 2 เฉยๆ = ระดับ 3)

ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว	เชียงใหม่	ภูเก็ต
1. การท่องเที่ยวนี้มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	คุ้มค่าอย่างมาก ____:____:____:____: ไม่คุ้มค่าเลย 5 4 3 2 1	คุ้มค่าอย่างมาก ____:____:____:____: ไม่คุ้มค่าเลย 5 4 3 2 1
2. ความคุ้มค่ากับการใช้เวลาและความพยายาม	คุ้มค่าอย่าง มาก ____:____:____:____: ไม่คุ้มค่าเลย 5 4 3 2 1	คุ้มค่าอย่าง มาก ____:____:____:____: ไม่คุ้มค่าเลย 5 4 3 2 1
3. ความประทับใจที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	มาก ____:____:____:____: น้อย 5 4 3 2 1	มาก ____:____:____:____: น้อย 5 4 3 2 1
4. การรับรู้จริงเมื่อเทียบกับความคาดหวัง	สูงกว่าความคาดหวังอย่างมาก ____:____:____:____: ต่ำกว่ามาก 5 4 3 2 1	สูงกว่าความคาดหวังอย่างมาก ____:____:____:____: ต่ำกว่ามาก 5 4 3 2 1

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

โปรดกรอกข้อมูลและ ทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด 1 ข้อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เชียงใหม่	ภูเก็ต
1. จำนวนครั้งในการไปท่องเที่ยว	จำนวน ครั้งภายใน 5 ปีที่ผ่านมา	จำนวน ครั้งภายใน 5 ปีที่ผ่านมา
2. ปัจจัยการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดด้านใดที่ทำให้ท่านมาท่องเที่ยว (เลือกตอบเพียงจังหวัดละ 1 ข้อ)	☐ อธิปไตยไม่ตรีของคนในจังหวัด ☐ ทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ภูเขาสวยงาม ☐ วัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีประจำจังหวัด ☐ กิจกรรมของจังหวัด เช่น ล่องแพ ล่องแก่ง ชี่ช้าง ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ อธิปไตยไม่ตรีของคนในจังหวัด ☐ ทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น ทะเลสะอาด ☐ วัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีประจำจังหวัด ☐ กิจกรรมของจังหวัด เช่น ดำน้ำเที่ยวเกาะ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ
3. ท่านมักจะเลือกที่พักบริเวณไหนในการท่องเที่ยวมากที่สุด (เลือกตอบเพียงจังหวัดละ 1 ข้อ)	☐ ใกล้แหล่งธรรมชาติ ☐ ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม ☐ ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง ☐ ใกล้สถานบันเทิง ☐ ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและการสื่อสาร ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ ใกล้แหล่งธรรมชาติ ☐ ใกล้แหล่งศิลปวัฒนธรรม ☐ ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง ☐ ใกล้สถานบันเทิง ☐ ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคและการสื่อสาร ☐ อื่นๆ โปรดระบุ
4. ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยว (เลือกตอบเพียงจังหวัดละ 1 ข้อ)	☐ ช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ☐ ช่วงลาพักร้อน ☐ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ☐ ช่วงวันธรรมดา	☐ ช่วงวันหยุดต่อเนื่อง ☐ ช่วงลาพักร้อน ☐ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ☐ ช่วงวันธรรมดา
5. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยว (เลือกตอบเพียงจังหวัดละ 1 ข้อ)	☐ ต้องการผ่อนคลายความเครียด ☐ ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ☐ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน ☐ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ ต้องการผ่อนคลายความเครียด ☐ ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ☐ ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อน ☐ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	เชียงใหม่	ภูเก็ต
6. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เดินทางไปท่องเที่ยว เที่ยวของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียงจังหวัดละ 1 ข้อ)	☐ ครอบครัว ☐ เพื่อน ☐ การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ☐ การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ	☐ ครอบครัว ☐ เพื่อน ☐ การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ☐ การโฆษณาของภาคเอกชน เช่น โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ
7. โดยมากท่านเดินทางไปท่องเที่ยว อย่างไร (เลือกตอบเพียงจังหวัดละ 1 ข้อ)	☐ ขับรถไปท่องเที่ยว ☐ เช่ารถรับจ้างเหมาคัน ☐ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่ง สาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน ☐ ไปกับบริษัททัวร์	☐ ขับรถไปท่องเที่ยว ☐ เช่ารถรับจ้างเหมาคัน ☐ ไปท่องเที่ยวเองโดยใช้บริการขนส่ง สาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟ เครื่องบิน ☐ ไปกับบริษัททัวร์

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
และภูเก็ตของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

(เชิงบวก = ระดับ 4 และ 5 เชิงลบ = ระดับ 1 และ 2 เฉยๆ = ระดับ 3)

แนวโน้มพฤติกรรม ต่อการท่องเที่ยว	เชียงใหม่	ภูเก็ต
1.แนวโน้มที่จะกลับไป ท่องเที่ยว	ไปอย่างแน่นอน ____:____:____:____: ไม่ไปอย่างแน่นอน 5 4 3 2 1	ไปอย่างแน่นอน ____:____:____:____: ไม่ไปอย่างแน่นอน 5 4 3 2 1
2. แนวโน้มที่จะแนะนำ ผู้ที่รู้จัก ให้ไปท่องเที่ยว	แนะนำอย่างแน่นอน ____:____:____:____: ไม่แนะนำอย่างแน่นอน 5 4 3 2 1	แนะนำอย่างแน่นอน ____:____:____:____: ไม่แนะนำอย่างแน่นอน 5 4 3 2 1

😊 ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม 😊



ภาคผนวก ข

- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ
- หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

อาจารย์บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร

รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

ภาควิชาบริหารธุรกิจ

คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ที่ ศธ 0519.12/๑3๑3

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุโขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

1๗ สิงหาคม 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรวิรัตน์

เนื่องด้วย นางสาวกัญญา ธนสารคิลก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวกัญญา ธนสารคิลก และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2649-5067

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 081-3506-741



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศร 0519.12/๗3๗๒

วันที่ ๑๗ สิงหาคม 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวอภิญญา ธนสารคิลก นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การเปรียบเทียบทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย ขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิศร์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามการเปรียบเทียบ ทัศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต ของนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวอภิญญา ธนสารคิลก และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

การประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550
และข้อมูลสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวและสรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน ปี 2550
ของจังหวัดเชียงใหม่และภูเก็ต

การประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550 ของแต่ละจังหวัด ไตรมาสที่ 1
กรณี : บางจังหวัดข้อมูลไม่สมบูรณ์

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
1	เชียงใหม่	1,528,444	1,571,337	-2.73
2	ลำปาง	254,398	199,562	27.48
3	ลำพูน	100,722	139,838	-27.97
4	แม่ฮ่องสอน	176,553	111,138	58.86
5	เชียงราย	327,019	397,077	-17.64
6	แพร่	193,760	159,982	21.11
7	พะเยา	148,673	116,573	27.54
8	น่าน	85,896	136,376	-37.02
9	พิษณุโลก	n/a (578,198)	616,597	-
10	ตาก	353,960	235,036	50.60
11	เพชรบูรณ์	149,667	184,029	-18.67
12	สุโขทัย	247,827	204,744	21.04
13	อุดรดิตถ์	214,893	160,471	33.91
14	นครสวรรค์	233,273	233,397	-0.05
15	อุทัยธานี	60,031	59,394	1.07
16	กำแพงเพชร	76,686	86,953	-11.81
17	พิจิตร	79,100	45,134	75.26
18	นนทบุรี	195,850	269,428	-27.31
19	พระนครศรีอยุธยา	979,192	948,877	3.19
20	ปทุมธานี	104,964	291,816	-64.03
21	อ่างทอง	112,661	125,573	-10.28
22	สระบุรี	599,323	430,221	39.31
23	ลพบุรี	n/a (607,254)	599,220	-
24	สิงห์บุรี	119,948	83,507	43.64
25	ชัยนาท	89,312	60,925	46.59

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยียน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
26	ราชบุรี	295,262	277,324	6.47
27	สุพรรณบุรี	287,209	172,562	66.44
28	นครปฐม	529,650	415,300	27.53
29	กาญจนบุรี	843,929	971,832	-13.16
30	เพชรบุรี	634,245	709,478	-10.60
31	ประจวบคีรีขันธ์	588,430	470,126	25.16
32	สมุทรสงคราม	n/a (59,148)	11,346	-
33	สมุทรสาคร	87,200	113,931	-23.46
34	ฉะเชิงเทรา	252,319	374,552	-32.63
35	สมุทรปราการ	n/a (185,627)	382,926	-
36	นครนายก	204,550	377,185	-45.77
37	สระแก้ว	229,339	366,953	-37.50
38	ปราจีนบุรี	n/a (196,193)	215,442	-
39	ชลบุรี	1,478,402	2,065,561	-28.43
40	ระยอง	1,107,853	1,072,869	3.26
41	จันทบุรี	487,976	446,868	9.20
42	ตราด	322,084	320,872	0.38
43	อุดรธานี	315,883	510,213	-38.09
44	หนองบัวลำภู	n/a (47,766)	56,558	-
45	เลย	n/a (1979,694)	195,972	-
46	หนองคาย	129,755	295,689	-56.12
47	มุกดาหาร	135,307	337,234	-59.88
48	สกลนคร	268,862	215,126	24.98
49	นครพนม	n/a (145,468)	160,491	-
50	กาฬสินธุ์	108,332	85,533	26.66
51	ขอนแก่น	574,916	605,645	-5.07
52	มหาสารคาม	66,298	97,938	-32.31
53	ร้อยเอ็ด	105,869	172,859	-38.75
54	นครราชสีมา	1,260,580	855,028	47.43
55	ชัยภูมิ	317,571	241,704	31.39

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
56	บุรีรัมย์	190,315	213,389	-10.81
57	สุรินทร์	152,534	189,816	-19.64
58	อุบลราชธานี	n/a (315,808)	336,214	-
59	อำนาจเจริญ	38,428	41,215	-6.76
60	ศรีสะเกษ	168,373	208,557	-19.27
61	ยโสธร	72,187	88,733	-18.65
62	สุราษฎร์ธานี	837,542	672,074	24.62
63	ชุมพร	163,246	128,270	27.27
64	ระนอง	90,448	102,542	-11.79
65	นครศรีธรรมราช	314,038	419,964	-25.22
66	ตรัง	182,803	226,777	-19.39
67	พัทลุง	172,382	120,788	42.71
68	ภูเก็ต	1,036,111	1,204,810	-14.00
69	พังงา	127,434	431,018	-70.43
70	กระบี่	784,386	600,127	30.70
74	สงขลา	609,518	547,981	11.23
75	สตูล	290,669	247,810	17.30
76	กรุงเทพฯ	7,324,179	10,049,582	-27.12

หมายเหตุ

1. จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลาและจังหวัดปัตตานี ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง เพราะเป็นพื้นที่เสี่ยง
2. ผู้เยี่ยมเยือน เท่ากับ นักท่องเที่ยว รวมกับ นักทัศนาจร
3. ตัวเลขในวงเล็บเป็น ค่าเฉลี่ย 4 ปีย้อนหลัง ในช่วงเวลาเดียวกัน ตั้งแต่ปี 2547 – 2550

การประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550 ของแต่ละจังหวัด ไตรมาสที่ 2
กรณี : บางจังหวัดข้อมูลไม่สมบูรณ์

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย : คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
1	เชียงใหม่	897,613	810,810	10.71
2	ลำปาง	n/a (175,139)	184,952	-
3	ลำพูน	50,694	182,586	-72.24
4	แม่ฮ่องสอน	44,754	69,497	-35.60
5	เชียงราย	445,746	268,907	65.76
6	แพร่	182,789	174,124	4.98
7	พะเยา	125,042	57,828	116.23
8	น่าน	n/a (100,200)	85,180	-
9	พิษณุโลก	557,800	419,577	32.94
10	ตาก	359,470	231,544	55.25
11	เพชรบูรณ์	167,335	99,048	68.94
12	สุโขทัย	266,016	150,060	77.27
13	อุตรดิตถ์	n/a (117,759)	128,339	-
14	นครสวรรค์	n/a (182,951)	220,917	-
15	อุทัยธานี	133,798	82,124	62.92
16	กำแพงเพชร	n/a (88,537)	91,645	-
17	พิจิตร	n/a (47,072)	48,539	-
18	นนทบุรี	435,248	270,174	61.10
19	พระนครศรีอยุธยา	n/a (770,667)	912,213	-
20	ปทุมธานี	215,223	211,692	1.67
21	อ่างทอง	76,998	96,387	-20.12
22	สระบุรี	626,423	500,754	25.10
23	ลพบุรี	653,737	428,230	52.66
24	สิงห์บุรี	n/a (72,915)	87,302	-
25	ชัยนาท	n/a (53,829)	61,870	-

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
26	ราชบุรี	234,854	279,701	-16.03
27	สุพรรณบุรี	315,001	171,412	83.77
28	นครปฐม	n/a (326,084)	383,856	-
29	กาญจนบุรี	n/a (1,085,976)	1,078,275	-
30	เพชรบุรี	847,990	949,076	-10.65
31	ประจวบคีรีขันธ์	n/a (515,768)	567,577	-
32	สมุทรสงคราม	n/a (70,708)	91,134	-
33	สมุทรสาคร	59,035	87,065	-32.19
34	ฉะเชิงเทรา	345,135	452,226	-23.68
35	สมุทรปราการ	448,538	358,869	24.99
36	นครนายก	434,330	370,739	17.15
37	สระแก้ว	453,486	356,367	27.25
38	ปราจีนบุรี	243,651	206,341	18.08
39	ชลบุรี	1,470,457	2,025,624	-27.41
40	ระยอง	1,620,784	1,135,608	42.72
41	จันทบุรี	n/a (221,187)	297,568	-
42	ตราด	337,102	314,461	7.20
43	อุดรธานี	321,840	516,781	-37.72
44	หนองบัวลำภู	21,133	49,139	-56.99
45	เลย	190,920	191,282	-0.19
46	หนองคาย	n/a (276,530)	281,533	-
47	มุกดาหาร	336,599	233,880	43.92
48	สกลนคร	n/a (194,977)	198,319	-
49	นครพนม	n/a (146,977)	153,964	-
50	กาฬสินธุ์	100,057	87,345	14.55
51	ขอนแก่น	562,281	666,747	-15.67
52	มหาสารคาม	113,900	126,678	-10.09
53	ร้อยเอ็ด	n/a (151,182)	168,530	-
54	นครราชสีมา	1,031,683	1,240,946	-16.86
55	ชัยภูมิ	189,743	230,967	-17.85

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
56	บุรีรัมย์	344,329	242,558	41.96
57	สุรินทร์	139,373	194,256	-28.25
58	อุบลราชธานี	184,352	337,277	-45.34
59	อำนาจเจริญ	n/a (42,760)	43,871	-
60	ศรีสะเกษ	n/a (180,048)	180,103	-
61	ยโสธร	63,072	80,199	-21.36
62	สุราษฎร์ธานี	875,478	669,958	30.68
63	ชุมพร	n/a (120,328)	114,071	-
64	ระนอง	83,640	99,054	-15.56
65	นครศรีธรรมราช	n/a (366,251)	469,876	-
66	ตรัง	234,667	215,879	8.70
67	พัทลุง	n/a (112,958)	119,544	-
68	ภูเก็ต	1,865,575	1,240,064	50.44
69	พังงา	n/a (308,011)	317,792	-
70	กระบี่	n/a (384,687)	442,708	-
74	สงขลา	629,089	690,525	-8.90
75	สตูล	n/a (101,200)	151,138	-
76	กรุงเทพฯ	11,201,119	9,812,381	14.15

หมายเหตุ

1. จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลาและจังหวัดปัตตานี ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง เพราะเป็นพื้นที่เสี่ยง
2. ผู้เยี่ยมเยือน เท่ากับ นักท่องเที่ยว รวมทั้ง นักทัศนาจร
3. ตัวเลขในวงเล็บเป็น ค่าเฉลี่ย 4 ปีย้อนหลัง ในช่วงเวลาเดียวกัน ตั้งแต่ปี 2547 – 2550

การประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550 ของแต่ละจังหวัด ไตรมาสที่ 3
กรณี : บางจังหวัดข้อมูลไม่สมบูรณ์

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย : คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
1	เชียงใหม่	995,103	956,779	4.01
2	ลำปาง	224,013	115,507	93.94
3	ลำพูน	n/a (263,096)	133,719	-
4	แม่ฮ่องสอน	104,897	84,528	24.10
5	เชียงราย	391,872	296,682	32.08
6	แพร่	59,232	129,753	-54.35
7	พะเยา	86,949	115,985	-25.03
8	น่าน	94,314	74,585	26.45
9	พิษณุโลก	593,089	439,433	34.97
10	ตาก	n/a (164,459)	183,982	-
11	เพชรบูรณ์	n/a (129,403)	147,410	-
12	สุโขทัย	n/a (131,864)	153,355	-
13	อุตรดิตถ์	n/a (139,582)	162,152	-
14	นครสวรรค์	277,579	174,720	58.87
15	อุทัยธานี	74,703	67,045	11.42
16	กำแพงเพชร	97,514	93,969	3.77
17	พิจิตร	n/a (63,090)	67,663	-
18	นนทบุรี	180,839	249,242	-27.44
19	พระนครศรีอยุธยา	867,503	975,085	-11.03
20	ปทุมธานี	379,734	286,074	32.74
21	อ่างทอง	120,288	119,540	0.63
22	สระบุรี	465,524	638,480	-27.09
23	ลพบุรี	1,095,780	991,578	10.51
24	สิงห์บุรี	42,560	63,034	-32.48
25	ชัยนาท	n/a (43,473)	48,215	-

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยียน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
26	ราชบุรี	351,132	331,246	6.00
27	สุพรรณบุรี	206,238	337,343	-38.86
28	นครปฐม	545,409	634,300	-14.01
29	กาญจนบุรี	1,074,093	1,280,467	-16.12
30	เพชรบุรี	1,099,522	842,974	30.43
31	ประจวบคีรีขันธ์	389,359	643,263	-39.47
32	สมุทรสงคราม	185,162	138,704	33.49
33	สมุทรสาคร	99,135	133,332	-25.65
34	ฉะเชิงเทรา	n/a (398,386)	425,347	-
35	สมุทรปราการ	n/a (153,643)	294,566	-
36	นครนายก	n/a (369,743)	428,664	-
37	สระแก้ว	n/a (272,044)	289,878	-
38	ปราจีนบุรี	n/a (196,006)	227,329	-
39	ชลบุรี	1,851,751	1,619,596	14.33
40	ระยอง	921,669	771,729	19.43
41	จันทบุรี	n/a (163,200)	206,553	-
42	ตราด	n/a (660,763)	2,152,211	-
43	อุดรธานี	657,253	522,465	25.80
44	หนองบัวลำภู	50,917	65,370	-22.11
45	เลย	190,855	252,388	-24.38
46	หนองคาย	208,854	280,835	-25.63
47	มุกดาหาร	301,414	244,206	23.43
48	สกลนคร	n/a (198,553)	197,968	-
49	นครพนม	212,292	166,365	27.61
50	กาฬสินธุ์	n/a (112,788)	139,263	-
51	ขอนแก่น	639,787	615,910	3.88
52	มหาสารคาม	90,687	115,714	-21.63
53	ร้อยเอ็ด	256,521	165,629	54.88
54	นครราชสีมา	1,318,996	1,435,962	-8.15
55	ชัยภูมิ	n/a (402,932)	575,878	-

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
56	บุรีรัมย์	124,120	220,473	-43.70
57	สุรินทร์	282,696	176,611	60.07
58	อุบลราชธานี	285,834	392,214	-27.12
59	อำนาจเจริญ	21,350	46,171	-53.76
60	ศรีสะเกษ	n/a (156,554)	150,481	-
61	ยโสธร	42,533	70,865	-39.98
62	สุราษฎร์ธานี	n/a (156,554)	655,699	-
63	ชุมพร	n/a (100,795)	109,522	-
64	ระนอง	97,711	82,943	17.80
65	นครศรีธรรมราช	256,099	357,916	-28.45
66	ตรัง	n/a (155,602)	170,794	-
67	พัทลุง	n/a (119,782)	136,015	-
68	ภูเก็ต	774,652	1,054,284	-26.52
69	พังงา	149,663	174,831	-14.40
70	กระบี่	459,126	389,889	17.76
74	สงขลา	486,129	721,973	-32.67
75	สตูล	251,257	143,357	75.27
76	กรุงเทพฯ	10,534,400	7,988,461	31.87

หมายเหตุ

1. จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลาและจังหวัดปัตตานี ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง เพราะเป็นพื้นที่เสี่ยง
2. ผู้เยี่ยมเยือน เท่ากับ นักท่องเที่ยว รวมทั้ง นักทัศนาจร
3. ตัวเลขในวงเล็บเป็น ค่าเฉลี่ย 4 ปีย้อนหลัง ในช่วงเวลาเดียวกัน ตั้งแต่ปี 2547 – 2550

การประมาณการผู้เยี่ยมเยือนปี 2551 เปรียบเทียบกับปี 2550 ของแต่ละจังหวัด ไตรมาสที่ 4
กรณี : บางจังหวัดข้อมูลไม่สมบูรณ์

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย : คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
1	เชียงใหม่	1,892,192	2,017,941	-6.23
2	ลำปาง	n/a (205,269)	244,412	-
3	ลำพูน	n/a (263,096)	339,315	-
4	แม่ฮ่องสอน	250,716	149,517	67.68
5	เชียงราย	n/a (414,955)	473,769	-
6	แพร่	n/a (178,966)	205,180	-
7	พะเยา	n/a (176,686)	128,806	-
8	น่าน	n/a (119,259)	122,501	-
9	พิษณุโลก	532,330	595,841	-10.66
10	ตาก	n/a (226,122)	253,149	-
11	เพชรบูรณ์	n/a (164,585)	202,205	-
12	สุโขทัย	214,589	198,355	8.18
13	อุดรดิตถ์	155,304	154,100	0.78
14	นครสวรรค์	n/a (228,018)	279,484	-
15	อุทัยธานี	69,449	74,832	-7.19
16	กำแพงเพชร	129,668	111,261	16.54
17	พิจิตร	n/a (80,589)	77,321	-
18	นนทบุรี	161,784	291,033	-44.41
19	พระนครศรีอยุธยา	n/a (872,086)	948,442	-
20	ปทุมธานี	98,310	261,092	-62.35
21	อ่างทอง	n/a (81,312)	113,687	-
22	สระบุรี	723,117	1,003,705	-27.96
23	ลพบุรี	1,630,951	971,413	67.89
24	สิงห์บุรี	96,042	79,319	21.08
25	ชัยนาท	n/a (60,452)	72,105	-

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยียน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
26	ราชบุรี	n/a (233,973)	287,320	-
27	สุพรรณบุรี	340,683	555,588	-38.68
28	นครปฐม	437,631	691,711	-36.73
29	กาญจนบุรี	1,048,474	1,461,182	-28.24
30	เพชรบุรี	1,100,041	1,411,289	-22.05
31	ประจวบคีรีขันธ์	850,267	788,193	7.88
32	สมุทรสงคราม	n/a (116,016)	216,142	-
33	สมุทรสาคร	359,845	209,327	71.91
34	ฉะเชิงเทรา	n/a (440,441)	515,941	-
35	สมุทรปราการ	246,109	225,781	9.00
36	นครนายก	428,101	493,182	-13.20
37	สระแก้ว	n/a (254,239)	285,006	-
38	ปราจีนบุรี	n/a (200,519)	243,062	-
39	ชลบุรี	2,266,715	2,171,760	4.37
40	ระยอง	793,106	930,934	-14.81
41	จันทบุรี	n/a (175,676)	223,846	-
42	ตราด	283,990	288,991	-1.73
43	อุดรธานี	497,021	496,674	0.07
44	หนองบัวลำภู	112,616	72,006	56.40
45	เลย	n/a (237,439)	275,195	-
46	หนองคาย	291,037	408,892	-28.82
47	มุกดาหาร	n/a (248,773)	262,779	-
48	สกลนคร	n/a (211,872)	227,071	-
49	นครพนม	n/a (175,288)	190,450	-
50	กาฬสินธุ์	64,735	110,338	-41.33
51	ขอนแก่น	616,528	681,709	-9.56
52	มหาสารคาม	79,155	138,730	-42.94
53	ร้อยเอ็ด	177,560	216,358	-17.93
54	นครราชสีมา	1,179,129	1,486,428	-20.67
55	ชัยภูมิ	283,853	168,037	68.92

ลำดับ	จังหวัด	ผู้เยี่ยมเยือน		หน่วย :คน ร้อยละ
		ปี 2551	ปี 2550	$\Delta\%$
56	บุรีรัมย์	n/a (212,564)	213,140	-
57	สุรินทร์	n/a (196,165)	208,771	-
58	อุบลราชธานี	394,645	442,241	-10.76
59	อำนาจเจริญ	20,493	82,772	-75.24
60	ศรีสะเกษ	n/a (175,645)	192,396	-
61	ยโสธร	n/a (89,145)	102,300	-
62	สุราษฎร์ธานี	466,024	580,890	-19.77
63	ชุมพร	n/a (133,690)	126,934	-
64	ระนอง	97,639	136,009	-28.21
65	นครศรีธรรมราช	318,321	391,290	-18.65
66	ตรัง	251,566	240,188	4.74
67	พัทลุง	n/a (108,809)	124,973	-
68	ภูเก็ต	n/a (1,091,420)	1,006,495	-
69	พังงา	123,753	236,894	-47.76
70	กระบี่	867,757	693,383	25.15
71	สงขลา	618,431	685,291	-9.76
72	สตูล	227,615	200,528	13.51
73	กรุงเทพฯ	n/a (7,756,844)	8,103,122	-

หมายเหตุ

1. จังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลาและจังหวัดปัตตานี ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง เพราะเป็นพื้นที่เสี่ยง
2. ผู้เยี่ยมเยือน เท่ากับ นักท่องเที่ยว รวมทั้ง นักทัศนาจร
3. ตัวเลขในวงเล็บเป็น ค่าเฉลี่ย 4 ปีย้อนหลัง ในช่วงเวลาเดียวกัน ตั้งแต่ปี 2547 – 2550

**ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัด
เชียงใหม่ ปี 2550 และ สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม
2552)**

สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2550 พบว่า มีอัตราการเติบโตลดลง หากเทียบกับปี 2549 โดยลดลงร้อยละ 4.18 ปัจจัยสำคัญมาจากการปรับตัวสู่ภาวะปกติของตลาดนักท่องเที่ยว หลังงานมหกรรมพืชสวนโลก ประกอบกับปัญหาหมอกควันและฝุ่นละอองขนาดเล็กปกคลุมพื้นที่ภาคเหนือตอนบน จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว จากปัจจัยดังกล่าว ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตลดลง ร้อยละ 14.41 โดยลักษณะการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเดินทางมาคนเดียว โดยนิยมเดินทางด้วยเครื่องบิน รถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง ตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย แม้จำนวนการเดินทางจะยังคงเพิ่มขึ้น แต่อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยร้อยละ 1.75 ทั้งนี้คนไทยส่วนใหญ่เดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะหลักในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มอายุของคนไทยที่เดินทางมากเป็นอันดับแรก คือ กลุ่มอายุ 15 – 24 ปี รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 25 – 34 ปี และการเดินทางของนักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ยังคงเป็นการเดินทางภายในภูมิภาคเดียวกัน

สำหรับการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนัเฉลี่ย 3.13 วัน และจากจำนวนนักท่องเที่ยว คืนพัก และการใช้จ่าย แต่ละวันประมาณ 2,807.98 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 36,716.88 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 1,853.09 บาท ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนเป็น จำนวน 2,177.37 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่เท่ากับ 38,894.25 ล้านบาท โดยผู้เยี่ยมเยือนมีค่าใช้จ่ายระหว่างอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2,729.27 บาท

ส่วนด้านสถานการณ์การพักแรม พบว่า จำนวนห้องพักในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 20,816 ห้อง เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคิดเป็นร้อยละ 10.61 และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีเท่ากับ 42.02 ลดลงจากเดิมร้อยละ 5.86 ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนัเฉลี่ยในสถานพักแรมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็น 1.92 วัน

สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน ปี 2550 จังหวัดเชียงใหม่

รายการข้อมูล		ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน		3,601,727	1,755,140	5,356,867
	นักท่องเที่ยว	2,598,041	1,583,837	4,181,878
	นักทัศนอาจร	1,003,686	171,303	1,174,989
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง		3,601,727	1,755,140	5,356,867
ประเภทการเดินทาง	เครื่องบิน	695,557	775,464	1,471,021
	รถไฟ	626,840	228,734	855,574
	รถโดยสารประจำทาง	665,674	334,903	1,000,577
	รถส่วนตัวและรถนำเที่ยว	1,613,656	416,039	2,029,695
	อื่น ๆ (เรื่อนำเที่ยวหรือเรือข้ามฟาก)	-	-	-
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก		2,598,041	1,583,837	4,181,878
	โรงแรม	1,348,202	1,253,767	2,601,969
	เกสต์เฮาส์	33,530	98,598	132,128
	บังกะโล/รีสอร์ท	277,763	62,546	340,309
	บ้านญาติ/เพื่อน	836,357	141,971	978,328
	ที่พักในอุทยานฯ	20,947	8,766	29,713
	บ้านรับรองฯ	19,047	-	19,047
	อื่น ๆ (อพาร์เม้นท์ วัด เป็นต้น)	62,195	18,189	80,384
ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)		2.95	3.42	3.13
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)		2,399.66	3,239.56	2,729.27
	นักท่องเที่ยว	2,472.10	3,282.28	2,807.98
	นักทัศนอาจร	1,847.20	1,887.70	1,853.09
รายได้ (ล้านบาท)		20,777.66	18,116.59	38,894.25
	นักท่องเที่ยว	18,923.66	17,793.22	36,716.88
	นักทัศนอาจร	1,854.00	323.37	2,177.37
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)		2.56	1.46	2.20
	นักท่องเที่ยว	2.63	1.46	2.19
	นักทัศนอาจร	2.37	1.42	2.23

หมายเหตุ : ปี 2550 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัดและค่าใช้จ่ายบางหมวดที่การปรับค่าอื่นๆประกอบ เช่น ค่าที่พัก ปรับตามอัตราการแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่มปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราการเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

ข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ปี 2550 และ สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมเยือนปี 2550 (ข้อมูลล่าสุด ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2552)

สถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตในปี 2550 พบว่า มีการฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ภายหลังจากประสบวิกฤตการณ์สึนามิ เมื่อปลายปี 2547 โดยในปีนี้ ยังคงมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2549 ที่ร้อยละ 11.25 แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนคนไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.54 และชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.90 โดยจังหวัดภูเก็ต **ยังคงเป็นจังหวัดที่ครองสัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดในภาคใต้ ที่ร้อยละ 55.02 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เป็นอันดับที่ 3 ของภาคใต้ ที่ร้อยละ 21.45** โดยรายได้หลักมาจากชาวต่างชาติในสัดส่วนร้อยละ 86:14 อันเป็นผลมาจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ครบวงจร มีการเปิดเที่ยวบิน และการเพิ่มจำนวนเที่ยวบิน เช่น การเปิดเที่ยวบินเส้นทางฮ่องกง-ภูเก็ต ของสายการบินโอเรียนท์ไทย และ Hong Kong Express, การเปิดเที่ยวบินเส้นทางซิดนีย์-ภูเก็ตของสายการบิน JetStar การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของสายการบิน One-2-Go ที่ภูเก็ต, และการเปิดบริการเส้นทางกวางโจ-ภูเก็ตของสายการบินไชน่า เซาท์เทิร์น แอร์ไลน์ รวมไปถึง Event จำนวนมากที่ถูกจัดขึ้นเกือบตลอดทั้งปี เช่น งานตรุษจีน งาน The 2nd Annual Phuket International Blues Festival, Phuket International Marathon 2007 (มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 4,000 คน จาก ญี่ปุ่น เกาหลี ฮ่องกง ไต้หวัน สิงคโปร์ และชาวต่างชาติที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย) Johny Walker Golf Classic, และ Andaman Sea Rally 2007

สำหรับลักษณะการเดินทางของผู้เยี่ยมเยือนโดยรวมนิยมเดินทางเป็นคู่ และเป็นกลุ่มเพื่อน โดยผู้เยี่ยมเยือนคนไทย ส่วนใหญ่ยังคงเป็นการเดินทางมาของคนจากกรุงเทพฯ รองลงมาคือ จากภาคใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนตามเกาะ และหาดต่างๆ อาทิ เกาะไม้ท่อน หมู่เกาะราชาใหญ่ และหาดป่าตอง เป็นต้น ส่วนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ เป็นการเดินทางมาจากภูมิภาคยุโรปมากที่สุด รองลงมาคือ เอเชีย อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย เกาหลี และสวีเดนมีจำนวนมากที่สุดตามลำดับ สำหรับลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงอย่างชาวยุโรป จะนิยมไปพักโรงแรมประเภท Boutique

มากขึ้น ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียนิยมเดินทางมาฮันนีมูนหรือจัดงานแต่งงานที่ภูเก็ตมากขึ้น อาทิ ชาวเกาหลี

ในด้านระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวพักค้างประมาณ 4.71 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 4,210.25 บาท และมีรายได้ 93,594.83 ล้านบาท ส่วนนักท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 2,311.05 บาท และมีรายได้ 644.69 ล้านบาท เมื่อนำรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ตรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 94,239.52 ล้านบาท ที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21.45 และผู้เยี่ยมเยือนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในแต่ละวันประมาณ 4,186.70 บาท ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.32 โดยส่วนใหญ่ เป็นการใช้จ่ายค่าที่พัก อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด สำหรับสถานการณ์ด้านการพักรวม มีการขยายจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นเป็น 37,543 ห้อง โดยอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีอยู่ที่ 65.82 ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.13 โดยนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยในสถานพักรวมประมาณ 3.70 วัน

สรุปข้อมูลผู้เยี่ยมชมเยือน ปี 2550 จังหวัดภูเก็ต

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน	1,722,243	3,283,410	5,005,653
นักท่องเที่ยว	1,566,344	3,160,349	4,726,693
นักทัศนาจร	155,899	123,061	278,960
จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	1,722,243	3,283,410	5,005,653
ประเภทการเดินทาง เครื่องบิน	545,743	2,086,225	2,631,968
รถไฟ	-	-	-
รถโดยสารประจำทาง	423,527	501,642	925,169
รถส่วนตัวและรถนำเที่ยว	752,973	566,068	1,319,041
อื่น ๆ (เรื่อนำเที่ยวหรือเรือข้ามฟาก)	-	129,475	129,475
จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทที่พัก	1,566,344	3,160,349	4,726,693
โรงแรม	1,072,586	2,932,504	4,005,090
เกสต์เฮาส์			
บังกะโล/รีสอร์ท			
บ้านญาติ/เพื่อน	467,428	151,989	619,417
ที่พักในอุทยานฯ	-	-	-
บ้านรับรองฯ	-	-	-
อื่น ๆ (อพาร์เมนท์ วัด เป็นต้น)	26,330	75,856	102,186
ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (วัน)	2.96	5.57	4.71
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท)	2,835.45	4,551.50	4,186.70
นักท่องเที่ยว	2,858.54	4,565.74	4,210.25
นักทัศนาจร	2,150.43	2,514.52	2,311.05
รายได้ (ล้านบาท)	13,567.65	80,671.87	94,239.52
นักท่องเที่ยว	13,232.40	80,362.43	93,594.83
นักทัศนาจร	335.25	309.44	644.69
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี (ครั้ง)	2.30	1.86	2.01
นักท่องเที่ยว	2.28	1.83	1.98
นักทัศนาจร	2.50	2.70	2.59

หมายเหตุ : ปี 2550 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรายหมวดเป็นข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยว ณ จุดเดินทางออกของจังหวัดนี้ โดยไม่นับรวมค่าพาหนะเดินทางระหว่างจังหวัด และค่าใช้จ่ายบางหมวดที่การปรับค่าอื่นๆประกอบ เช่น ค่าที่พักปรับตามอัตราการแลกเปลี่ยน ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม ปรับตามค่าดัชนีผู้บริโภค ค่าบริการเดินทาง/ค่าพาหนะการเดินทางปรับตามอัตราการเปลี่ยนแปลงค่าบริการนำเที่ยว ราคาน้ำมัน เป็นต้น

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวอภิญญา ธนสารดีลก
วัน เดือน ปีเกิด	15 พฤศจิกายน พุทธศักราช 2507
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 90/44 ถนนประชาสงค์เคราะห์ แขวงห้วยขวาง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10310
สถานที่ทำงาน	บ้านเลขที่ 90/44 ถนนประชาสงค์เคราะห์ แขวงห้วยขวาง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10310
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ที่ปรึกษาอิสระ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528	บริหารธุรกิจบัณฑิต วิชาเอก การตลาด จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2552	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ