



## พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

### Tourism Behavior of Tourists in Chiang Mai

ศรัญญา สรรพมิตร<sup>1</sup> และสิวลฤทธิ์ สุนทรเสณี<sup>2</sup>

บัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Honey.excellent@gmail.com

กลุ่มวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Sultomsanee@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว 4) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเชียงใหม่ สามารถนำผลการศึกษาวិจัยไปกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว

จากการทำแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลสรุปข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ครั้งขึ้นไป ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่โดยรถยนต์ส่วนตัว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จากอินเทอร์เน็ต / Facebook แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจส่วนใหญ่พักผ่อนรับประทานอาหาร/กาแฟ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อผ่อนคลายพักผ่อน  
คำสำคัญ: พฤติกรรมท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

#### Abstract

The objective of the research on Tourist behavior in Chiangmai are i) to study the behavior of tourists towards tourism in Chiang Mai ii) to apply the information that has been applied to tourist destinations iii) to apply the information that has been used in public relations advertisements about tourist destinations iiiii) to allow tourism business operators in Chiang Mai able to use the results of the study to determine the strategy of the organization to increase market share and the competitiveness in tourism business. From the questionnaire, the sample group used in the research was 400 tourists visiting Chiang Mai. Use questionnaire as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. Summary of tourism behavior data of tourists, most of the tourists come to travel in Chiang Mai 3 times, most of the tourists travel by personal car, most tourist information from the internet / Facebook, most interested tourist was relaxing eating / coffee, the most purpose of traveling is to relax.

**Keywords:** Tourism Behavior, Satisfaction, Tourism in Chiang Mai



## 1. บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือของประเทศไทย เป็นเมืองที่มีขนาดใหญ่และมีความสำคัญทางด้านวัฒนธรรมมากที่สุดในภูมิภาคนี้ เชียงใหม่ตั้งอยู่บนหุบเขาริมแม่น้ำปิง ท่ามกลางภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย จึงส่งผลให้อุณหภูมิในฤดูหนาวลดลงต่ำมากเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศไทย ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ก่อให้เกิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่งดงามมากมาย ควบคู่ไปกับเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมพื้นเมืองที่หลากหลาย และประเพณีท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นถึงเสน่ห์ของภูมิภาคนี้ ไม่ว่าจะเป็นภาษาถิ่นหลากหลาย อาหารการกิน งานฝีมือ งานเทศกาล ตลอดจนสถาปัตยกรรมอันงดงาม จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นหนึ่งในเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย ที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ และเกิดการหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจมากถึง 67,393 ล้านบาทต่อปี (ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา 2562)

การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีหลายรูปแบบเช่น 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural and Traditional Tourism) บนพื้นฐาน ทางวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และประวัติศาสตร์อันยาวนาน 2) การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) ได้แก่ การท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้น การพักผ่อนหย่อนใจเนื่องจากเชียงใหม่เป็นสถานที่พักผ่อนที่ครบรูปแบบทั้งธรรมชาติและในรูปแบบเมือง 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ได้แก่การท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟู สุขภาพเป็นต้น 4) การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Education Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้บริการแก่นักเรียนนักศึกษาชาวต่างชาติที่ต้องเข้ามาศึกษายังสถาบันในจังหวัดเชียงใหม่ 5) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (MICE) โดยจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็น MICE City ข้อมูลจากสำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ระบุว่าจังหวัดเชียงใหม่มีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวน 9 กลุ่มผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย GOLF / Wedding Honeymoon/Health and Wellness / Ecotourism เป็นเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ศาสนา/อาหาร / OTOP / พื้นที่ชุมชนท้องถิ่นที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต/ กลุ่มสินค้าท่องเที่ยว Theme และกระแส(Trend) จังหวัดเชียงใหม่ไม่เพียงแต่เป็นสถานที่นิยมของชาวไทยเท่านั้นแต่ยังมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับระดับสากล เห็นได้จากการจัดอันดับเมืองท่องเที่ยวของนิตยสารด้านการท่องเที่ยวสำคัญของโลก กล่าวคือ ปี พ.ศ. 2553 นิตยสาร Travel & Leisure ประเทศสหรัฐอเมริกาได้จัดให้จังหวัด เชียงใหม่เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวอันดับ 2 ของโลก และเป็น 1 ใน 10 สุดยอดเมืองแห่งปี จากการจัดอันดับนิตยสาร Lonely Planet - ปี พ.ศ.2554 จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการจัดอันดับจาก Euromonitor International ให้เป็น 1 ใน 100 เมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเยือนจำนวนมากที่สุดของโลก (Top 100 Cities Destination) โดยเป็น 1 ใน 4 เมืองของประเทศไทยที่อยู่ในการจัดอันดับดังกล่าวนอกเหนือจากกรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต 9 ปี พ.ศ.2556 จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสารการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ นิตยสาร Travel & Leisure จัดอันดับให้เป็น Top Cities ของเอเชียลำดับที่ 3 รองจาก กรุงเทพฯ และโตเกียวและ Trip advisor จัดอันดับให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเป้าหมายการเดินทาง Top 25 Destinations ของเอเชียอันดับที่ 6และเป็น Top 10 Cities ของเอเชียจากนิตยสาร Conde Nest Traveler จากการเก็บข้อมูลการสืบค้นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนของเว็บไซต์ Trip Advisor's daodao.com ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม 2556 พบว่า จังหวัด เชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวจีนให้ความนิยมเป็นอันดับที่ 12 ปี พ.ศ. 2558 จังหวัดเชียงใหม่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวครั้งนี้ -



รางวัล Best Destination เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน THE BEST of THAILAND AWARDS VOTED BY CHINESE TOURISTS รางวัล Flower of the Year งานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับของจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับคัดเลือกจาก International Garden Tourism Network ของยุโรปให้รางวัล Flower Festival of The year โดยพิธีมอบรางวัลจัดขึ้นในการประชุมใหญ่ Flower And Garden Conference เมื่ออังคารที่ 17 มีนาคม 2558 ณ เมืองโตรอนโต ประเทศแคนาดา ปี พ.ศ. 2559 จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองนำท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก (World's Best Awards) ของนิตยสารทราเวลเอนด์ เลชเชอร์ (สหรัฐอเมริกา) มีทั้งหมด 25 อันดับ จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองนำท่องเที่ยวอันดับที่ 1 ของเอเชียและเป็นอันดับที่ 2 ของโลก ด้วยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นดังกล่าวของจังหวัดเชียงใหม่ ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญของการพัฒนาจังหวัดและประเทศไทย โดยรวมในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเชียงใหม่ จำนวน 9,286,307 คน โดยแยกเป็นชาวไทย จำนวน 6,451,283 คน (69.47%) ชาวต่างประเทศ 2,835,024 คน (30.53%) เพิ่มขึ้นจากปี 2557 จำนวน 620,805 คน (7.16%) โดยมีค่าเฉลี่ยการเติบโต ของจำนวนนักท่องเที่ยวรวม 5 ปี เท่ากับร้อยละ 13.72 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงใหม่ 5 อันดับแรกได้แก่นักท่องเที่ยวประเทศจีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ ตามลำดับ รายได้จากนักท่องเที่ยวปี 2558 นักท่องเที่ยวสร้างรายได้แก่จังหวัด 82,570.24 ล้านบาท

ในช่วงเดือนมีนาคม 2562 ซึ่งเป็นช่วงวิกฤตฝุ่นควัน

นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานเชียงใหม่ หดตัว 0.2% โดยนักท่องเที่ยวไทยชะลอตัวครั้งแรกในรอบ 8 ปี คิดเป็น 70% ของนักท่องเที่ยวในภาคเหนือ ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอตัว คิดเป็น 30% ของนักท่องเที่ยวในภาคเหนือ ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองในช่วงระหว่างวันที่ 1-15 เมษายน 2562 ชะลอลง จากปกติมีสัดส่วนราว 20-30% ลดลง 18% นอกจากนี้ ในช่วงเดือนมีนาคม ยังพบว่าร้านอาหารขนาดใหญ่ มีจำนวนลูกค้าใช้บริการลดลงถึง 30% (โดยเฉพาะคนไทย) ขณะที่ร้านขายปลีกสินค้าทั่วไปมียอดขายลดลง 10-15% (จากนักท่องเที่ยวคนไทย) เช่นเดียวกับการอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะร้านอาหารริมทาง (Street Food) ก็มียอดขายลดลงต่ำกว่าเป้าหมาย (จากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่หายไป)

เชียงใหม่จึงยังอยู่กับปัญหาหมอกควันทุกปี และกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ติดลบต่อการท่องเที่ยว เดือนที่ผ่านจากสถิติพบว่านักท่องเที่ยวลดลงเรื่อยๆ ในแต่ละเดือนมีเม็ดเงินจากการท่องเที่ยวหายไปเดือนละประมาณ 1000 ล้านบาท ประกอบกับปัญหาค่าเงินบาทแข็งค่าก็ยิ่งทำให้ต้นทุนในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวหลักสูงขึ้นจนปรับแผนการท่องเที่ยวจนทำให้การท่องเที่ยวซบเซา

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (The Objectives)

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างอัตราการกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- 3) เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น



4) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเชียงใหม่ทราบถึงข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว

### 3. การดำเนินการวิจัย

#### วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)

##### 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจำนวน 400 คน

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต รายงาน งานวิจัย และข้อมูลสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใน ลักษณะเดียวกับการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับผลกระทบของปัญหาที่เกิดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง แนวนโยบายภาครัฐและทัศนคติของผู้ประกอบการต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ สัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเชียงใหม่สามารถนำผลการศึกษามาใช้กำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และศักยภาพในการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยว โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะจง จำนวน 10 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ประเภท ประกอบด้วย

##### 1) แบบสำรวจ (Basic Survey)

##### 2) แบบสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Interview)

#### วิธีการวิเคราะห์

##### 1) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ในการประมวลผลข้อมูล

### 4. ผลการวิจัย

ผลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 คน พบว่า



ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	135	33.75
	หญิง	265	66.25
อายุ	ต่ำกว่า20ปี	24	6
	21-30	97	24.25
	31-40	132	33
	41-50	90	22.5
	51-60	38	9.5
	61ปีขึ้นไป	19	4.75
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	15	3.75
	ปวช.	33	8.25
	ปวส.	21	5.25
	มัธยมศึกษา	24	6
	ปริญญาตรี	295	73.75
	ปริญญาโท	10	2.5
	ปริญญาเอก	2	0.5
อาชีพ	รับราชการ	117	29.25
	พนักงานบริษัท	197	49.25
	เจ้าของธุรกิจ	21	5.25
	อาชีพอิสระ	30	7.5
	รับจ้างทั่วไป	11	2.75
	เกษตรกร	19	4.75
อื่นๆ	5	1.25	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า10,000บาท	24	6
	10,000-20,000	154	38.5
	20,001-30,000	171	42.75
	30,001-40,000	24	6
	40,000-50,001	6	1.5
	50,000บาทขึ้นไป	21	5.25

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.25 ระดับอายุส่วนใหญ่อายุ 31-40 ปี จำนวน 132 คน ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรีจำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 อาชีพส่วนใหญ่ พนักงานบริษัทจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.75



ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของ นักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
จำนวนครั้งที่เดินทางมา ท่องเที่ยว	ไม่เคย(ครั้งแรก)	35	8.75
	1-2ครั้ง	114	28.5
	3ครั้งขึ้นไป	251	62.75
ลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	252	63
	เครื่องบิน	53	13.25
	รถทัวร์	0	0
	รถไฟ	0	0
	รถตู้/รถเช่า	95	23.75
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	อินเทอร์เน็ต / Facebook	264	66
	วิทยุ/โทรทัศน์	54	13.5
	วารสาร/นิตยสาร	0	0
	ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว	0	0
	บริษัททัวร์	0	0
	เอกสาร/แผ่นพับ/โบรชัวร์	0	0
	หนังสือพิมพ์	0	0
	ญาติ/เพื่อน	82	20.5
แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ	ศึกษาธรรมชาติ/เดินป่า	5	1.25
	เที่ยวน้ำตก	25	6.25
	พักผ่อนรับประทานอาหาร/กาแฟ	78	19.5
	โบราณสถาน	10	2.5
	ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	24	6
	เทศกาล/ประเพณี	55	13.75
	ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/นวดสมุนไพร	3	0.75
	วิถีชีวิตชนบท/ชาวเขา	64	16
	ซื้อสินค้าพื้นเมือง	53	13.25
	ชมสัตว์ เลือ่/ช้าง/ลิง	21	5.25
	ท่องเที่ยวadventure โหนสลิง รถATV	62	15.5
วัตถุประสงค์ในการ เดินทาง	พักผ่อน/ท่องเที่ยว	248	62
	เยี่ยมญาติ/เพื่อน	11	2.75
	ทัศนศึกษา/หาความรู้	7	1.75
	ประชุม/สัมมนา	61	15.25





พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
	ธุรกิจ	21	5.25
	ราชการ	44	11
	อื่นๆ	8	2
ประเภทของที่พัก	โรงแรม	237	59.25
	รีสอร์ท	54	13.5
	โฮมสเตย์	62	15.5
	กางเต็นท์	12	3
	บ้านพักรับรอง	24	6
	เกสเฮาส์	0	0
	บ้านญาติ/เพื่อน	11	2.75
	อื่นๆ	0	0
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ต่อคน	ต่ำกว่า 1,000	24	6
	1,001-3,000	56	14
	3,001-5,000	218	54.5
	มากกว่า 5,000	102	25.5

ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 3 ครั้งขึ้นไป จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.75 ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จากอินเทอร์เน็ต / Facebook จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจส่วนใหญ่ พักผ่อนรับประทานอาหาร/กาแฟ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ส่วนใหญ่เพื่อ พักผ่อน/ท่องเที่ยว จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ประเภทของที่พักส่วนใหญ่จะพักโรงแรม จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ค่าใช้จ่ายในการมาเที่ยวครั้งนี้/คน ส่วนใหญ่ 3,001-5,000 บาท จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5

จากการรวบรวมข้อมูลผลสัมฤทธิ์ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัญหาฝุ่นควัน PM 2.5 และการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เกิดผลกระทบต่อการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวลดลง โดยผู้ประกอบการภาคธุรกิจได้รับผลกระทบของการลดลงของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 44.20 มากที่สุด (ร้อยละ 23.70) ปานกลาง (ร้อยละ 19.27) น้อย (ร้อยละ 7.16) และไม่ได้รับผลกระทบ ร้อยละ 5.67 สิ่งที่เกี่ยวข้องมากที่สุดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ผู้ประกอบการภาคธุรกิจเห็นว่า อันดับ 1 คือ รายได้ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการธุรกิจ (ค่าเช่า ค่าจ้างพนักงาน) (ร้อยละ 85.93) อันดับ 2 คือ พนักงานมีรายได้ลดลง (ร้อยละ 34.65) อันดับ 3 คือ สินค้าค้างสต็อก/หมดอายุ (ร้อยละ 19.01) และอันดับ 4 คือ ดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต้องจ่าย (ร้อยละ 7.65)



## 5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากโซเชียลทำให้การวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นไปได้โดยง่าย มีเป้าหมายที่ชัดเจน และการจัดทำงบประมาณในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็ประมาณการได้โดยง่าย

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นหนึ่งในเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ และเกิดการหมุนเวียนเงินตราในระบบเศรษฐกิจมากถึง 67,393 ล้านบาทต่อปี (ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา 2562) การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวจำนวนมาก

จากปัญหา PM2.5 และ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อตรงกันแรงงานภาคการท่องเที่ยว นำไปสู่เกิดการเลิกจ้างงานและส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจตามมาเป็นอย่างมาก ซึ่งภาครัฐจะต้องเข้ามามีบทบาทในการแก้ไขปัญหา โดยการกระตุ้นการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยว เพื่อจูงใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย และที่สำคัญจะต้องการสร้างเชื่อมั่นให้แก่การท่องเที่ยวในประเทศ ทั้งในด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและด้านสาธารณสุขเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้จังหวัดเชียงใหม่กลับมามีเศรษฐกิจที่ดีเช่นเดิม

### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ และแนวทางการพัฒนาต่อในอนาคตดังนี้

1) จากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวจะเป็นแหล่งที่ได้รับความนิยมทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัฒนธรรมประเพณี โบราณสถาน ไม่ค่อยเป็นที่นิยมมากนัก จึงมีความเห็นว่าการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ น่าจะมีแคมเปญในการจัดงานเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ จัดโปรโมชั่นสำหรับวัยเกษียณ นักเรียน นักศึกษา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

2) การกำหนดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นแบบแผนจะช่วยให้การท่องเที่ยวพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัด สถานที่พักผ่อน แผนพัฒนากิจกรรม การท่องเที่ยว และการบริการนักท่องเที่ยว แผนพัฒนาการตลาด เป็นต้น ซึ่งในกระบวนการวางแผน ควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในทุกๆ ขั้นตอน ตั้งแต่การมีส่วนร่วมคิด ร่วม วางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมแก้ไขปัญหาและร่วมรับผลประโยชน์ นอกจากนี้เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและพัฒนาการของคนในชุมชน ควรมีการติดตามและประเมินผลอย่างน้อยทุกๆ 3 เดือน และควรเร่งนำผลการประเมินมา ปรับปรุงแผน เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน





### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษากครั้งต่อไป

ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยกตัวอย่างเช่น ทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวที่มุ่งผลจูงใจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ ที่มีมาตรฐานระดับประเทศ เพื่อกระตุ้น เศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง

### เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *การท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก <https://www.tat.or.th/th>

สมาคมนักวิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1) (มกราคม – มิถุนายน 2562).

กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. (2560). *บรรยายสรุปจังหวัดเชียงใหม่*.

สืบค้นจาก <https://www.chiangmai.go.th/managing/public/D8/8D01Feb2017150134.pdf>

เมธา หริมเทพาธิป. (2562). *ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาส โลว์*. สืบค้นจาก

<https://www.gotoknow.org/posts/629839>

พระครูโสภณกวีวัฒน์ (ชนจรรย์ สุระมณี). (2550). *ตำนานเมืองเชียงใหม่ สายธาร อารยธรรม ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ ในล้านนา*. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง.

Tourismindustrydpu002 Wichuta. (2553, สิงหาคม). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก

[http://dpu002wichuta.blogspot.com/2010/08/blog-post\\_19.html](http://dpu002wichuta.blogspot.com/2010/08/blog-post_19.html)