

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย

Factors Affecting Tourism Decisions in Northern Thailand

วงศ์ปัญญา นวนแก้ว,¹ ปรัชญา นวนแก้ว,^{2*} ณัฐวุฒิ พรหมเทียน,³ ณัฏพล ปานงาม⁴ และวันชัย เหมืองหม้อ⁵

Wongpanya Nuankaew,¹ Pratya Nuankaew,² Nattawuth Promthian,³ Nutchapon Panngam⁴

and Wanchai Maungmo⁵

อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม¹

อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา^{2,*}

นิสิตสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา^{3,4,5}

Lecturer, Faculty of Information Technology Rajabhat Maha Sarakham University¹

Lecturer, School of Information and Communication Technology, University of Phayao^{2,*}

Student, School of Information and Communication Technology, University of Phayao^{3,4,5}

E-Mail: wongpanya.nu@rmu.ac.th,¹ pratya.nu@up.ac.th,^{2*} 590201853@up.ac.th,³ 59020163@up.ac.th⁴

and 59020354@up.ac.th,⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย และ 3) เพื่อสรุปทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจร ในภาคเหนือของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 354 คน ในสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 6 สถานที่ ประกอบด้วย วัดพระธาตุช่อแฮ อุทยานแห่งชาติพะเยาเมืองฝั่ คุ่มเจ้าหลวง เมืองแพร่ กว๊านพะเยา วัดศรีโคมคำ และไร่ ภูกลองฮิลล์ เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำชี้แจง เพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์ของการเก็บรวบรวมข้อมูล และการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจร และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวม โดยผลการวิเคราะห์แสดงค่าความถี่ (Frequency) อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (Standard Deviation)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 20 – 29 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่าง 1-5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย/ครั้ง/คน) ประมาณ 501-1,000 บาท และทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.17$) ในปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสงบ รื่นรมย์ ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม คุ่มค่า สถานที่ท่องเที่ยวมีสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และการบริการให้คำแนะนำหรือข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ

คำสำคัญ: การตัดสินใจท่องเที่ยว, ปัจจัยต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว, ทัศนคติต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

Abstract

The purpose of this research is 1) to study the factors affecting sightseeing tourism in northern Thailand. 2) to study the attitude factors affecting sightseeing tourism. In the north of Thailand. And 3) to conclude the attitude factors affecting tourism is tourism. In the deep North of Thailand. The samples used in this research is the tourists were 354 who has traveled in the famous places. The 6 places in 2 provinces in the north. Consist of Wat Prathat Cho Hae, Phae Muang Phi Forest Park, Khum Chao Luang Muang Phrae, Phayao Lake, Wat Si Khom Kham and Phuklong Hill. Tools used in this research is the questionnaire (Questionnaires). Which approved by experts. To get accurate data accurate and reliable. Consists of 4 including parts 1 explanation to explain the purpose of the collection data. And the data would be used to benefit? Part 2 information private to gather basic information about respondents. Part 3 attitude factors affecting decision making tourism excursions. In the North of the country, Thailand and Part 4 suggestions which is a question open for the respondent to comment. Tools used in the data analysis. By using the statistical software for use in the analysis of data collected by the outcome of the analysis shows the frequency (Frequency) rate for the. Percent (Percentage) mean (Mean) and standard deviation of the data (Standard Deviation).

The study found that Thai tourists to sightseeing tourism in northern Thailand, mostly female, with the average 20 - 29 years. Private business careers. The traveling mostly traveling with friends. The trip travel between 1-5 people. Travel costs (average / time / person), about 501-1 000 baht and Attitudes towards the factors affecting sightseeing tourism in northern Thailand. Comparisons of their attacks. What the factors affecting travel were agreed ($\bar{X} = 4.1711$). Tourist factors are beautiful. Followed by the famous sights. Tourist attractions are calm, pleasant, relax the mind, tourist safety. Travel costs, reasonable rewarding attractions have comfortable traveling Tourist attraction is clean. Tourist attractions have been advertising proper. Tourist information and services or advice, respectively.

Keywords: Tourism Decisions, Factors Affecting Tourism, Attitude towards tourism decisions

บทนำ

การท่องเที่ยวคือ อุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก จากรายงานการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2555 ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นมูลค่าถึง 983,928.36 ล้านบาท ส่งผลให้รัฐบาล หน่วยงานราชการและประชาชน รวมถึงภาคธุรกิจและภาคบริการเป็นจำนวนมากได้รับประโยชน์ [1] อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา สภาพเศรษฐกิจโลกมีการชะลอตัว อัตราการบริโภคสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกมีแนวโน้มลดลง ทำให้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยเป็นอันมาก เนื่องจากประเทศไทยพึ่งพากับการส่งออกสินค้าเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นหลัก [1] ดังนั้นเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้น ประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจึงให้ความสำคัญและความสนใจต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบและไม่ต้อง

ก่อให้เกิดการนำเข้าของวัตถุดิบจากต่างประเทศ และยังสามารถสร้างรายได้ทดแทนการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ลดการขาดดุลทางการค้าให้กับประเทศได้เป็นอย่างดี [1]

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศมากมาย และเป็นตลาดที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ หลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ภาคเหนือเป็นภาคหนึ่งที่มีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย ซึ่งทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเช่นกัน อีกทั้งมีความหลากหลายของพื้นที่ก็จะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของแต่ละพื้นที่ สถานที่เหล่านั้นจะเป็นตัวดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ

ในการศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือ เพื่อที่จะนำผลของการศึกษาพฤติกรรมมาใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงทัศนาจร ในภาคเหนือให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวสามารถนำมาบริหารจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตรงกับความต้องการแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนวางแผนการทางด้านการให้บริการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคเหนือ อีกทั้งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจภายในประเทศเพิ่มมากยิ่งขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบจะสามารถทำให้เพิ่มขีดความสามารถการท่องเที่ยวในภาคเหนืออย่างยั่งยืน

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย
- 1.2 เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย
- 1.3 เพื่อสรุปทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจรในภาคเหนือของประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ การรายงานถึงลักษณะทางจิตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หรือรายงานการประเมินจิตพฤติกรรมของตนเองเกี่ยวข้องกับมูลเหตุจูงใจ ลักษณะการท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย วันที่มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย จำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยและฤดูกาลท่องเที่ยว [2] นักทัศนาจร (Excursionists) คือ ผู้ที่เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศเพียงวันเดียว หรือน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และมีได้พักค้างคืน รวมทั้งผู้โดยสารพาหนะทางเรือ เช่น เรือสำราญ [3] ปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ และอื่น ๆ [4]

ในขณะที่ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) แรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงาน ความต้องการการพักผ่อนหรือผ่อนคลาย และความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และ 2) ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัว และ 3) ความรู้ทางการตลาด ส่วนปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ภูมิอากาศ ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ ความสวยงามของภูมิประเทศ ชายหาด เหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และกิจกรรมสันทนาการ 2) ความสะดวกสบายและการเข้าถึง ได้แก่ ระบบการ

คมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และ 3) ภาพลักษณ์ด้านการตลาด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ [8-9]

จรัสนันท์ ลิทธิเจริญ [5] ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ มีอายุ 21- 40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ไม่น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลัก จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่า 3 วัน และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ญาติ พี่น้อง และบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางร่วมกับบุคคลในครอบครัว และการเดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป

ศรินทร์พย คาวาโนเบะ [6] ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมือง จังหวัดน่าน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณสถานโบราณวัตถุ และความน่าสนใจในเรื่องเอกลักษณ์ วัฒนธรรมและประเพณี ระยะเวลาการเดินทางมาพักค้างคืน นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาเช้า – เย็นกลับ สถานที่เลือกพัก คือ โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 3,001 – 7,000 บาท เลือกใช้บริการร้านอาหารระหว่างทำกิจกรรมไหว้พระระหว่างการท่องเที่ยว มีการเลือกซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกประเภทผ้าไหมมือ ผลสรุปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมา ลาปะ [7] ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกชมธรรมชาติที่วัดศน์ เหตุผลที่มาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อมาพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตัวเอง การท่องเที่ยวธรรมชาติส่วนใหญ่เลือกมาที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การท่องเที่ยววัฒนธรรมส่วนใหญ่เลือกมาที่อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี ความถี่ในการท่องเที่ยว มากกว่า 6 ครั้ง/ปี ช่วงเวลาในการมาเที่ยวส่วนใหญ่ ไปเช้า-เย็นกลับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักที่โรงแรม/รีสอร์ท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่ำกว่า 10,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามตอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย

2. กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยในเชิงทัศนคติที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในภาคเหนือของประเทศไทย จำนวน 354 คน ได้ทำการเก็บข้อมูลที่จังหวัดแพร่ ได้แก่ สถานที่ วัดพระธาตุดอยแช่พระอารามหลวง พิพิธภัณฑ์เมืองแพร่ คุ้มเจ้าหลวง และวนอุทยานแพะเมืองผี และจังหวัดพะเยา ได้แก่ สถานที่ กว๊านพะเยา วัดศรีโคมคำ และไร่ภูกลองฮิลล์

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 การกำหนดปัญหาการวิจัย: ผู้วิจัยกำหนดปัญหาการวิจัยจากการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการกำหนดปัญหาจากสภาพปัญหาที่มาจากแหล่งท่องเที่ยว

3.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย: ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากปัญหาการวิจัยที่ต้องการศึกษาปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และต้องการทราบถึงความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.3 การกำหนดขอบเขตของการวิจัย: ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 354 ชุด ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเชิงทัศนคติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 354 คน และได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 2 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดแพร่ แบ่งสถานที่แจกแบบสอบถามออกเป็น 3 จุด คือ วัดพระธาตุช่อแฮพระอารามหลวง พิพิธภัณฑ์เมืองแพร่ คุ่มเจ้าหลวง และวนอุทยานแพะเมืองผี จังหวัดพะเยา แบ่งสถานที่แจกแบบสอบถามออกเป็น 3 จุด คือ กว๊านพะเยา วัดศรีโคมคำ และไร่ภูกลองฮิลล์

3.4 การทบทวนวรรณกรรม: ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง โดยมีการศึกษาจากงานวิจัยภายในประเทศไทย รวมถึงศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศประกอบกัน

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล: ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับงาน เป้าหมายและขอบเขตการวิจัย เลือกใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีข้อเด่น ได้แก่ สะดวกต่อการให้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถนำไปวิเคราะห์ทางสถิติพื้นฐาน และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางวิทยาการข้อมูล (Data Science) ในอนาคตได้

3.6 การประมวลผลและการวิเคราะห์ผล: ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เข้าใจข้อมูลและสามารถตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ (Frequency) อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติท่องเที่ยวเชิงทัศนคติ ในภาคเหนือของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม จำนวน 354 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 354 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	161	45.48
2. หญิง	193	54.52
โดยรวม	354	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 54.52 เพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 45.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 20 ปี	47	13.28%
2. 20-29 ปี	174	49.15%
3. 30-39 ปี	51	14.41%
4. 40-49 ปี	49	13.84%
5. 50-49 ปี	23	6.50%
6. มากกว่า 60 ปี	10	2.82%
โดยรวม	354	100

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.15 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.41 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.84 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.28 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	46	12.99
2. พนักงานองค์กร/เอกชน	40	11.30
3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	70	19.77
4. คนงาน/ลูกจ้าง	22	6.21
5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	2.82
6. นักเรียน/นักศึกษา	152	42.94
7. เกษตร	14	3.95
โดยรวม	354	100

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 42.94 รองลงมา คือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.77 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.99 มีอาชีพพนักงานองค์กร/เอกชน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 มีอาชีพคนงาน/ลูกจ้าง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.21 มีอาชีพเกษตร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.95 มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. มาคนเดียว	34	9.60
2. แฟน/คนรัก	85	24.01
3. ครอบครัว	109	30.79
4. เพื่อน	110	31.07
5. เพื่อนร่วมงาน	16	4.52
โดยรวม	354	100

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางโดยมากับเพื่อน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 31.07 รองลงมา คือ มากับครอบครัว จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 30.79 มากับแฟน/คนรัก จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 24.01 มากคนเดียว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 และมากับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. 1-5 คน	237	66.95
2. 6-10 คน	88	24.86
3. 11-15 คน	17	4.80
4. มากกว่า 15 คน	12	3.39
โดยรวม	354	100

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 1-5 คน จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 66.95 รองลงมา คือ มีระหว่าง 6-10 คน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 มีระหว่าง 11-15 คน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 และมีมากกว่า 15 คน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว(เฉลี่ย/ครั้ง/คน)

ลักษณะการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 500 บาท	88	24.86
2. 501-1,000 บาท	92	25.99
3. 1,001-1,500 บาท	71	20.06
4. 1,501-2,000 บาท	57	16.10
5. 2,001 บาทขึ้นไป	46	12.99
โดยรวม	354	100

จากตารางที่ 6 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 501-1,000 บาท จำนวน 92 คิดเป็นร้อยละ 25.99 รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,001-1,500 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.06 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 1,501-2,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 2,001 บาทขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.99 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจร ในภาคเหนือของประเทศไทย แสดงผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนาจร ในภาคเหนือของประเทศไทย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	4.39	0.64	มากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.40	0.62	มากที่สุด
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสงบ รื่นรมย์ ผ่อนคลายจิตใจ	4.38	0.66	มากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.09	0.69	มาก
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	4.07	0.71	มาก
6. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.14	0.66	มาก
7. สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม	4.00	0.73	มาก
8. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม คุ่มค่า	4.09	0.75	มาก
9. การบริการให้คำแนะนำหรือข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว	3.99	0.75	มาก
โดยรวม	4.17	0.05	มาก

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนอารในภาคเหนือของประเทศไทย พบว่าปัจจัยมีผลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วย มาก ($\bar{X} = 4.17$) ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยที่มีระดับเห็นด้วยมากที่สุดมี 3 ปัจจัยด้วยกัน โดยได้รับคะแนนสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.39$) สถานที่ท่องเที่ยวมีความสงบ รื่นรมย์ ผ่อนคลายจิตใจ ($\bar{X} = 4.38$) ตามลำดับ ส่วนที่เหลือน้อยอยู่ในระดับเห็นด้วยมี 6 ปัจจัย โดยได้รับคะแนนสูงสุดของระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาเป็น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม คุ่มค่า ($\bar{X} = 4.09$) สถานที่ท่องเที่ยวมีสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.09$) สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด ($\bar{X} = 4.07$) สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.00$) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ การบริการให้คำแนะนำหรือข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.96$)

3. ผลการสรุปทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนอาร

ผลการสรุปทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนอารในภาคเหนือของ ประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.17$) ในปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง สถานที่ท่องเที่ยวมีความสงบ รื่นรมย์ ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เหมาะสม คุ่มค่า สถานที่ท่องเที่ยวมีสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และการบริการให้คำแนะนำหรือข้อมูลสถานที่ ท่องเที่ยวตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 20 – 29 ปี สอดคล้องกับ ศรีนทิพย์ ควาโนเบะ [6] วิจัยเรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 26 -30 ปี และยังมีบางส่วนสอดคล้องกับแนวคิดของวีรชัย คำธร และรัฐศแก้ว ศรีสด [2] เนื่องจากมีลักษณะการท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ จำนวนวันที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย วันที่มา ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งโดยเฉลี่ย จำนวนครั้งที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย และฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งเป็น ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกสถานที่ ททัศนคติ และความชื่นชอบในการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนอาร ในภาคเหนือของ ประเทศไทย พบว่าปัจจัยของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง และสถานที่ท่องเที่ยว

มีความสงบ รื่นรมย์ ผ่อนคลายจิตใจ ซึ่งเป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดหรือเป็นปัจจัยหลักที่อาจจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ [5] กล่าวคือ สิ่งที่จะกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่ง ๆ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศรีนทิพย์ คาวาโนเบะ [6] ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในด้านทัศนียภาพและความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรและภาครัฐควรให้การสนับสนุนส่งเสริมทางการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ ปรับปรุงซ่อมแซม บำรุง ดูแลสถานที่ เพิ่มป้ายนำทางต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความทันสมัย สวยงาม สะอาดเรียบร้อย เมื่อสถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวก็เกิดความรู้สึกประทับใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจอยากที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต และจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับผู้คนที่รู้จักโดยวิธีการแนะนำ บอกต่อให้เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ดังกล่าว
2. ภาคเอกชนควรมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อที่จะเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเกิดการกระตุ้นการใช้จ่ายเงิน การท่องเที่ยวให้มากขึ้น จะทำให้เกิดผลดีต่อองค์กรและจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
3. แนะนำให้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่ในภาคเหนือ และสถานที่ที่แตกต่างในการเก็บข้อมูลที่มากกว่านี้ เพื่อที่จะเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่อื่น ๆ ในภาคเหนือ เนื่องจากมุมมองความคิดเห็นและทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคเหนือแต่ละสถานที่มีความแตกต่างกัน นอกจากนั้นแนะนำให้มีการเก็บข้อมูลปัจจัยที่มากกว่านี้ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจจะยังไม่ครอบคลุมในทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- [2] วีรชัย คำธรร และฐิตะแก้ว ศรีสด (2556). การวิเคราะห์และพัฒนากำหนดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อพยากรณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคกลาง (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- [3] นิศา ชัยกุล. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] วรณา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [5] จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- [6] ศรีนทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- [7] ปริมา ลาปะ. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 4(1), 30-45.