

การศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่
กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

A Study of Satisfaction Factors Influencing Repeat Visits to ChiangMai:

A Comparative Study between Thai and Foreign Tourists

ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล¹

อัศวิน แสงพิกุล²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแห่งความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2) เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามภาษาไทย และภาษาอังกฤษ มีค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น ครอนบัต (Cronbach) ได้เท่ากับ .876 โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Factor Analysis, t-test, และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลของการวิจัยพบว่า ปัจจัยองค์ประกอบแห่งความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มี 4 ปัจจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น 2) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง และ 4) ปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทางมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การกลับมาเยือนซ้ำ, นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

Abstract

The objectives of this study were 1) To analyse the satisfaction factors in visiting ChiangMai 2) To compare the satisfaction factors that affected in revisiting ChiangMai between Thai and foreigner tourists. The sample of this research were 400 Thai and foreigner tourists who visited

¹ นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ChiangMai by convenience selection by using questionnaire in both Thai and English version. The questionnaire had a Cronbach's alpha of 0.876. The data were analysed by using descriptive statistic, percentage, mean, S.D. and by using statistic, factor analysis, t-test and multiple regression.

The research results found that there were 4 factors of the visiting ChiangMai as follows, 1) Service and friendliness of local people 2) Tourist attraction 3) Security and conveniently of travelling 4) Lifestyle and culture. The results indicated that Thai tourists were mostly satisfied with service and friendliness of local people. However, the foreigner tourists were mostly satisfied with security and conveniently which were main reasons of revisiting ChiangMai.

Keywords: Satisfaction, Revisiting, Thai and foreigner tourists.

บทนำ

ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จัดเป็นภาคอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างมาก ประเทศไทยมีสัดส่วนรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประมาณ 20.6% สภาการเดินทางและท่องเที่ยวโลก (2559) จากการคาดการณ์ขององค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (ยูเอ็นดับเบิลยูทีโอ) คาดการณ์ว่าการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยว (Tourism Landscape) จะปรากฏขึ้นในปี 2563 โดยจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลกมากกว่า 1,600 ล้านคน มุ่งมายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 416 ล้านคน แต่จากสภาพการท่องเที่ยวที่ผ่านมา ประเทศไทยยังคงพบกับปัญหาในหลาย ๆ ด้าน ดังที่มีการวิเคราะห์จุดอ่อนในยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) มีประเด็นที่น่าสนใจว่า ประเทศไทยมีอุปสรรคการท่องเที่ยวอันเป็นในเชิงโครงสร้างหลายประการที่บั่นทอนการเติบโตของการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศ ในด้านการบริหารจัดการหลายประการ การจัดลำดับความสำคัญ ของแผนงานด้านการท่องเที่ยวยังไม่มี ความชัดเจน ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความชัดเจนในการดำเนินงาน

จังหวัดเชียงใหม่จัดเป็นเมืองท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย และได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวมากที่สุดอันดับที่ 2 ของโลก และอันดับที่ 1 ของเอเชียในปีพ.ศ. 2559 จากนิตยสารทราเวลแอนด์เลชเชอร์ อีกทั้งการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ประมาณ 8 หมื่นล้านบาทต่อปี แต่ถึงอย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเชียงใหม่ยังคงเผชิญปัญหาอีกหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ทางลบจากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของหนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ พบว่านักท่องเที่ยวประสบกับปัญหาการเอาเปรียบจากพ่อค้าแม่ค้ามีการขายสินค้าที่ราคาแพงเกินจริงแต่ไม่มีคุณภาพ ปัจจัยด้านการเดินทางที่ไม่สะดวกยากต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (เชียงใหม่นิวส์, 2560:ออนไลน์)

ด้วยที่มาและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่ายังขาดงานวิจัยที่ทำการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยงานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการรักษาฐานกลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมและเพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัด อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการบริการนำเที่ยวหน่วยงานภาครัฐ และยังมีประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งระดับประเทศและระดับภูมิภาค ในการนำมา

ปรับใช้พัฒนา กำหนดแผนในระดับเชิงนโยบาย เพื่อการรองรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับเอเซียต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแห่งความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาด้านปัจจัยความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ โดยใช้แนวคิดของ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2540) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะทางอารมณ์หรือความรู้สึกทางบวกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่คุณค่าได้รับจริงในระดับที่สอดคล้องกับสิ่งที่บุคคลคาดหวังเอาไว้ในสถานการณ์บริการ ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้และผู้รับบริการ และบ่งชี้ถึงความสำเร็จของงานบริการ ผนวกกับแนวคิดของ เมนาร์ด ดับบริล เซลลี (2518) ที่ได้กล่าวอธิบายถึงระบบความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึก แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่าระบบความพึงพอใจ การวัดระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสามารถแบ่งตามองค์ประกอบต่อความพึงพอใจได้หลายด้าน อาทิเช่น ความพึงพอใจต่อการบริการของเจ้าบ้านโดยสามารถแบ่งการวัดได้ทั้งระดับกายภาพและด้านจิตวิทยา ด้านกายภาพของเจ้าบ้าน คือ สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงาม ความสะอาด ด้านจิตวิทยา คือ ความพึงพอใจต่อการบริการต่าง ๆ ที่ส่งมอบให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นการบริการที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับตัวนักท่องเที่ยวเอง การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถสะท้อนถึงคุณภาพการท่องเที่ยวของพื้นที่ได้ดีเป็นอย่างยิ่ง

การกลับมาเที่ยวซ้ำ คือ สภาวะการรู้คิดที่สะท้อนให้เห็นถึงการวางแผนของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกภายในกรอบระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ Woodside & King (2001) และ cited in Hu (2003) การกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือไม่กลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อาจจะมีสาเหตุมาจากปัจจัยอื่นร่วมด้วย จากการศึกษาของ Weaver & Lawton (2002) (อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2548) กล่าวว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในประสบการณ์การท่องเที่ยวครั้งก่อน พบพร โอทกานนท์ (2555) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เกิดจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนบุคคล ที่ถูกกระตุ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ปัจจัยที่อิทธิพลคือการได้รับการเอาใจใส่ รองลงมาคือ ความรู้สึกด้านความปลอดภัย และ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ความสำคัญและประโยชน์ของการกลับมาเยือนซ้ำต่อการท่องเที่ยว การกลับมาเยือนซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำ เกิดจากความตั้งใจของบุคคล โดยจะมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์

และประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือบริการที่ตนได้รับ ถ่ายทอดเรื่องราวไปยังผู้อื่น ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นผลในเชิงเศรษฐกิจสร้างรายได้ให้กับประเทศชาติและสร้างรายได้ทางอ้อมยังท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโดยตรง เช่น การบริการนำเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก จนกระทั่งถึงเกิดการจ้างงานภายในพื้นที่ และส่งผลต่อการเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดท่องเที่ยวอีกด้วย การกลับมาเยือนซ้ำ สามารถกระตุ้นให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการปรับปรุง พัฒนา บริการ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตนเอง

จากแนวคิดดังกล่าว จึงนำมาเป็นกรอบแนวคิดของขอบเขตเนื้อหาการวิจัย และเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ความคาดเคลื่อน 0.05 ได้จำนวน 400 คน โดยแบ่งสัดส่วนที่เท่ากัน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 200 คน

2. ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ

ตัวแปรตาม คือ การกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

3. ขอบเขตเวลา

ระยะเวลาทำการวิจัย 2 เดือน คือ ระหว่างวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ.

2561

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งเป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสำรวจ (Survey research) โดยวิธีการสำรวจใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป

2. ขั้นตอนการวิจัย

ทำการศึกษาบทความ เอกสาร และทบทวนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและการกลับมาเที่ยวซ้ำ เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือวิจัย เครื่องมือในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสร้างแบบสอบถาม 2 ชุด ซึ่งมีเนื้อหา คำถามเหมือนกันทั้ง 2 ชุด แต่แบ่งแยกเป็นชุดแบบสอบถามภาษาไทยสำหรับเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย และชุดแบบสอบถามภาษาอังกฤษสำหรับเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเนื้อหาคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ประเด็นความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 3 แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำ แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรวัด แบบไล

เคิร์ท สเกล (Likert Scale) นำแบบสอบถามที่ได้รับการเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิไปปรับปรุงแก้ไข แล้ว จึงนำไปเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ วัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดเจดีย์หลวง สวนสัตว์เชียงใหม่ และถนนคนเดินท่าแพ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics) โดยการวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency Statics) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติอ้างอิง (Inferential Statics) ใช้กับการทดสอบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจ ปัจจัยแห่งความพึงพอใจ แนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำ และปัจจัยแห่งความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 200 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพโสด รองลงมาคือสถานภาพสมรส และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นนักศึกษา มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 60,000 บาท รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 60,001 – 120,000 บาท

2. การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแห่งความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเป็นตัวจัดกลุ่มความสำคัญของปัจจัยองค์ประกอบแห่งความพึงพอใจแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ได้องค์ประกอบ 4 ปัจจัย โดยค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) เท่ากับ 0.806 ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ที่ 0.5 ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อปัจจัยขึ้นตามองค์ประกอบที่มีอยู่ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น 2) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง และ 4) ปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยปัจจัยที่มีค่า Eigenvalue สูงที่สุด ซึ่งหมายถึงปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น (Eigenvalue 5.213) ประกอบด้วย ก) การบริการของพนักงาน(โรงแรม ร้านอาหาร) ข) ที่พักแรมมีมาตรฐาน ค) ความสะอาดได้มาตรฐานของร้านอาหาร ง) อธิปไตยและความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่ จ) ราคาสินค้าการบริการ (โรงแรม อาหารทัวร์ ช้อปปี้งการเดินทางโดยรถสาธารณะ) และ ฉ) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการช้อปปิ้ง ปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีความสำคัญในอันดับ 2 คือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว (Eigenvalue 1.678) ประกอบด้วย ก) สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนสถาน/วัด ข) สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถาน ค) ความสะอาดและความ

สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ ง) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยแห่งความพึงพอใจอันดับที่ 3 คือปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง (Eigenvalue 1.656) ประกอบด้วย ก) ความปลอดภัยในการเดินทางโดยรถสาธารณะ ข)ความเพียงพอต่อการให้บริการรถสาธารณะ และ ค) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินขณะเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยแห่งความพึงพอใจอันดับสุดท้าย คือปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม (Eigenvalue 1.421) ประกอบด้วย ก) วิธีการดำรงชีวิตของชาวเชียงใหม่ และ ข) เอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีท้องถิ่น

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้ $\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$ โดยที่ Y คือ การกลับมาเยือนซ้ำ X_1 คือ ด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น X_2 คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว X_3 คือ ด้านความปลอดภัยและการเดินทาง X_4 คือ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า $F = 7.823$ Sig. = 0.000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.546 + .358 X_1 - .032 X_2 + .034 X_3 - .250 X_4$$

(2.738)** (0.260) (0.423) (2.104)

* หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระสองตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และมีตัวแปรอิสระสองตัวสามารถอธิบายได้ว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05

จากค่า $b_1 = .358$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_2 = -.032$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านแหล่งท่องเที่ยว ลดลง จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ลดลงตามไปด้วย

จากค่า $b_3 = .034$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยและการเดินทาง เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและการเดินทาง เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_4 = -.250$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่ง

หมายความว่าหากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยแห่งความพึงพอใจใน ลดลง จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ลดลงตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพึงพอใจ ทั้ง 4 ด้าน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น มากที่สุดคือ (Beta= 0.224) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม (Beta= 0.177) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง (Beta = 0.032) และลำดับสุดท้ายปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว (Beta = 0.023) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้ $\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$ โดยที่ Y คือ การกลับมาเยือนซ้ำ X_1 คือ ด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น X_2 คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว X_3 คือ ด้านความปลอดภัยและการเดินทาง X_4 คือ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ผลการวิเคราะห์พบว่า $F = 31.935$ Sig. = 0.000 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = .595 + .321 X_1 - .074 X_2 + .589 X_3 - .056 X_4$$

(3.128)* (-0.955) (8.621)**(-0.927)

*หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระสองตัวสามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และมีตัวแปรอิสระสองตัวสามารถอธิบายได้ว่ามีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05

จากค่า $b_1 = .321$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_2 = -.074$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อด้านแหล่งท่องเที่ยว ลดลง จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ลดลงตามไปด้วย

จากค่า $b_3 = .589$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยและการเดินทาง เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อด้านความปลอดภัยและการเดินทาง เพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_4 = -.056$ ซึ่งมีค่าเป็นลบ อธิบายได้ว่า ปัจจัยแห่งความพึงพอใจในด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่มีอิทธิพลทางลบต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งหมายความว่าหากนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ลดลง จะส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ลดลงตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพึงพอใจ ทั้ง 4 ด้าน พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง มีความสำคัญมากที่สุด (Beta= .549) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น (Beta= .213)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ตารางสรุปผลการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ปัจจัยความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	Standardized Coefficients (Beta)	
	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ
ด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	0.224	0.213
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	0.023	-0.061
ด้านความปลอดภัยและการเดินทาง	0.032	0.549
ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม	0.177	-0.056

จากตารางสรุปผล ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Multiple Regression Analysis สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน ปัจจัยความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นมีอิทธิพลมากที่สุดต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทางมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น

ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการวิจัยสอดคล้องกับ แคทรียา ปันทะนะ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่” พบว่านักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง และผลการวิจัยสอดคล้องกับ นางสาวสวรรยา วัฒนศิริเสรีกุล (2554) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เปรียบเทียบลักษณะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยระหว่างกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก และกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ กลุ่มที่มาเที่ยวซ้ำให้คะแนนในด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก มากกว่ากลุ่มที่มาเที่ยวครั้งแรก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้งาน

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้น ภาคธุรกิจบริการควรตระหนัก

และให้สำคัญ โดยผู้บริหารจำเป็นต้องอบรมพนักงานให้มี service mind หน่วยงานภาครัฐควรเข้าไปจัดการดูแลการปลูกฝังการเป็นเจ้าของที่ดีให้แก่ชุมชน การจัดอบรมให้ความรู้แก่หัวหน้าชุมชน ถึงวิธีการปฏิบัติ การต้อนรับนักท่องเที่ยว เพื่อที่หัวหน้าชุมชนจะเป็นผู้นำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดให้แก่คนในชุมชน และจากผลการวิจัยยังพบอีกว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้น ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยว ที่ยังพบว่า มีเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่เพียงพอ ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว อาจทำได้โดยการจัดโครงการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีกำลังทดแทนจำนวนเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ขาดแคลน มีป้ายบอกหมายเลขฉุกเฉินที่ชัดเจน ภาคเอกชนและภาครัฐควรให้ความร่วมมือในการพัฒนา หาแนวทางร่วมกัน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่ในสายตานักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบโดยทำการเจาะจงสัญชาติ เพื่อที่จะได้ผลการวิเคราะห์ในเชิงลึก เฉพาะกลุ่ม และทำการศึกษาชุมชนและธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควบคู่ไปด้วยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาไปพร้อม ๆ กัน ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2560-2564. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 25, 2561 จาก <http://mots.go.th>
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย 2560-2564. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 25, 2561 จาก <http://tourism.go.th>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). เอกสารนำเสนอผลการศึกษาโครงสร้างทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2560. สืบค้นเมื่อ เมษายน 25, 2561, จาก <http://secretary.most.go.th>
- ขวัญหทัย สร้อยอินทร์. (2555). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเที่ยวช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- แคทรียา ปันทะนะ. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2540). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ: เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาบริการ เล่มที่ 1 หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เชียงใหม่ในมุมมองชาวจีน. (2560). เชียงใหม่นิวส์. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 15, 2560, จาก <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/610864>
- พบพร โอทการนนท์. (2555). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แบบพหุนัยระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ.(2553). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยในภาพรวม.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ (2559).แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ตามทัศนะของนักท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- เลิศพร ภาระสกุล.(2559). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว. ใน จุฑามาศ ตั้งจิตทวีชัย (บรรณาธิการ), พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3). (หน้า 157-178). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศรัณยา พัฒนะณรงค์เลิศ.(2551). ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สวรรณยา วัฒนศิริเสรีกุล.(2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวประเทศซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.