

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ – ปุย ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2551 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยวิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการบรรยายข้อมูล สถิติเชิงอนุมานการทดสอบหาความสัมพันธ์โดยการทดสอบจะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคส์แควร์ (Chi-Square) และแบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 – 22 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 2) ผลการศึกษาสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมากับครอบครัว ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน นิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทตามธรรมชาติ ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาล และใช้บ้านพักเป็นที่พักแรม 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำจากบุคคลที่เคยไป/บุคคลในครอบครัว / เพื่อน อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (Internet) หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสารท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โทรทัศน์/วิทยุ อันดับสุดท้าย บริษัททัวร์/มัคคุเทศก์นำเที่ยว 4) ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) พบว่า ความสัมพันธ์ของกระบวนการให้บริการด้านร้านอาหาร เช่น ความเพียงพอของร้านอาหารกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวด้านหนังสือพิมพ์ / นิตยสาร /วารสาร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันมากที่สุด และความสัมพันธ์ระหว่างความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติกับกระบวนการให้บริการด้านการให้บริการของร้านขายสินค้าของที่ระลึก หรือสินค้าพื้นเมือง มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน น้อยที่สุด

This research aims at studying the behavior and satisfaction of tourists who have been visited The National Park in Chiang Mai province such as Doi Intanon/ Doi Suthep - Pui National Park during November to December 2008. An instrument for data collection was questionnaire collected from an accidental Sampling/Data Analyzing has made from software application. The descriptive statistics have shown as Mean and Percentage. Standard Deviation has been used for data description and Inference Statistics. Chi-Square and Pearson Correlation has been used for correlation test.

1. The conclusion has found that most tourists were women aged between 15-22 years old /single and they has graduated with bachelor degree. Most of them were students or collegians. Their average incomes were under 10000 Baht per month and they stayed in Bangkok.

2. Most of them came with family by their own car and their objective was to relax by visiting natural zone. They always came on holiday by festival and stayed at resort.

3. The study found the high degree of their satisfaction. When considering on each topic, the study has found that they had received information about the tourist destinations from family and friend as first rank and second rank is from internet/ newspaper/magazine/ Thailand Authority of Tourism Journal/ TV/ Radio. The third rank is from tour agency / tourist guide.

4. The correlation test of tourist satisfaction by Pearson Correlation has found the maximum relation of food service such as availability of food shop and tourism information perception at the same direction. On the other hand, The relation between the richness of natural resources and services provided at the souvenir shops has show at the minimum relations at the same directions.