

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดลำพูน จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน ส่วนมากมีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปวส/อนุปริญญา อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาภาคเหนือ นักท่องเที่ยวภาคเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดเลย นักท่องเที่ยวในภาคกลางที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวในภาคใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวมาจากจังหวัดกระบี่ และจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เดินทางมาท่องเที่ยวจากจังหวัดระยอง ต้องการไปเยี่ยมชมโบราณสถาน (วัด) เหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เคยมาเที่ยวจังหวัดลำพูน 2 ครั้ง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดลำพูน เครื่องบินลงเชียงใหม่และใช้รถเพื่อน มีเพื่อนร่วมเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดลำพูนโดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3 ลำดับแรกคือ บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ดอยชะม้อ รองลงมา สะพานท่าชมพู และวัดพระธาตุคอกขี้เือง

สำหรับเหตุผลที่เดินทาง มาเที่ยวจังหวัดลำพูนมากที่สุด ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลของท้องถิ่นที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน การหา แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นว่ามีน่าเชื่อถือ คือ อินเทอร์เน็ต หา ข้อมูลในการเดินทางมาเที่ยวคือ ร้านอาหาร เดินทางมากับบริษัทท่องเที่ยว/แพ็คเกจของสายการบิน/แพ็คเกจของโรงแรม

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ในระดับมากที่สุด ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ด้าน ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ด้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนด้านโรงแรมที่พัก และด้านร้านอาหาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่ง ดึงดูดมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีป้ายบอกเล่าประวัติ เรื่องราวของแหล่ง ท่องเที่ยว รองลงมา มีร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกบริการ และการคมนาคมสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านโรงแรมที่พัก มีความ พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือการลดราคาที่พัก รองลงมาสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ และสามารถหาห้องพัก/ที่พัก ได้ง่าย สะดวกเมื่อต้องการ

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านร้านอาหาร มีความพึง พพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือร้านอาหารมีให้เลือกหลายประเภท หลายแห่ง รองลงมาราคา อาหารและเครื่องดื่มเหมาะสมกับบริการและรสชาติที่ได้รับ การคมนาคมสะดวก เข้าถึงได้ง่าย และการบริการ ความสุภาพ เป็นกันเองของพนักงานในร้านอาหาร

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านร้านจำหน่ายสินค้าและ ของที่ระลึกมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือพนักงานขายบริการดี สุภาพ เป็นกันเอง รองลงมา มีการลดราคาอย่างเหมาะสม และสภาพของร้านๆ มีความสะอาด ปลอดภัย

This independent study aimed at investigating Thai tourist satisfaction towards tourist destinations in Lamphun province. Research samplings were specified to 400 Thai tourists traveling to Lamphun. Questionnaires were used as the research tool to collect data; then all data derived were analyzed by descriptive statistics, consisting of frequency, percentage, and means.

Based upon the findings, numbers of respondents were found equally in according to gender. Most of them were 31-40 years old, with married status and vocational/diploma educational background and worked in business type of occupation/ran individual business. They mostly earned incomes at less than 10,000 baht and resided in the northern region. Hereafter were shown the provinces where these tourists were mostly from: Chiang Mai for the North, Loei for the Northeast, Bangkok for the Centre, Krabi for the South, and Rayong for the East. They mentioned that they needed to visit Lamphun to see archeological sites (temples) with the reason of relaxing themselves amidst new atmosphere. They had visited to Lamphun for 2 times. In this time, they flew to Chiang Mai International Airport; then, drove their friend's car to Lamphun. In this trip, they were accompanied by their friends.

In the over all view, the respondents satisfied with the tourist destinations in Lamphun at moderate level. Averagely, the top three satisfactions were given to the Holy Well at Doi Kamor, Tha Chomphu Bridge, and Phrathat Doi Wiang.

Regarding the reason of travelling to Lamphun, they referred the most to their need to to learn about its cultures, path of life, arts, historical sites, and local festivals that they had

never recognized. The advance search of Lamphun information was done via websites/Internet. They also believed that the most reliable source of tourist information was from the Internet. The information that they mostly browsed for was the restaurants information. They mostly travelled to Lamphun with tour agents/airline packages/hotel packages.

According to the satisfaction towards Lamphun tourist industrial factors, the respondents averagely satisfied with the following factors at high level: tourist spots and attraction, product and souvenir shops, and tour agents or tourism service businesses. However, they satisfied at moderate level with the factors namely accommodation and restaurant.

The top three satisfactions towards tourist spots and attraction factor were given to the informative sign boards telling about the history of each place, the availability of restaurants and souvenir shops, and the convenient transportation to access each tourist places.

The top three satisfactions towards accommodation factor were given to the discount of accommodation rate, the convenient and sufficient parking lots, and the ease to find accommodation as needed.

The top three satisfactions towards restaurant factor were given to the various types of restaurants to be selected, the reasonable price of food and beverage comparing to the acquired service and its taste, the ease of transportation to access to the restaurant, and the polite and friendly services as provided by restaurant staff.

The top three satisfactions towards product and souvenir shops factor were given to the polite and friendly services from the sale persons, the proper discount, and the cleanliness and security of the shops.