

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ จำนวน ร้อยละ และความถี่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากคนใกล้ชิด สถานที่พักแรมในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2 - 3 วัน และจะเดินทางมาทุกโอกาสตามความสะดวก จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในรอบระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา มากกว่า 3 ครั้ง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ชอบเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น บ้านร้อยอ้นพันอย่าง พืชสวนโลก สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ สวนสัตว์เชียงใหม่ เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ฟาร์มงู สวนผีเสื้อ เป็นต้น พาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนบุคคล มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งไม่เกิน 4,000 บาท สมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1 – 3 คน เดินทางมากับเพื่อน และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกรายการท่องเที่ยวเอง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ คือธรรมชาติ ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านราคา คือค่าใช้จ่ายรวม ค่าอาหาร และค่าขนานพาหนะ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือเดินทางได้หลายรูปแบบ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคม ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการจัดเทศกาลการท่องเที่ยว การจัดนิทรรศการด้านการท่องเที่ยวและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง

This study aimed to examine factors affecting Thai tourists' decision as well as their problems and obstacles in visiting Chiang Mai province. The samples were 400 Thai visitors traveling in Chiang Mai province. Statistical methods employed in data analysis were number, percentage and frequency.

According to the study, it was found that the majority of the respondents obtained a bachelor's degree as their highest education. Most of them were female, students, aged between 20-30 years and gained income less than 5,000 baht per month. Moreover, they mostly received information concerning tourist destinations from relatives or friends. Accommodations while they were traveling were largely their relatives or friends' houses. Most of them stayed in Chiang Mai for 2-3 days each time and they would travel upon their convenient time. For the past year, they had traveled to Chiang Mai province for more than 3 times. Furthermore, with regards to traveling pattern, it was found that they preferred a man-made tourism product development such as the "House of Hundreds and Thousands of Things" ("Ban Roi Un Pun Yang"), Royal Flora Ratchapruek, aquarium, Chiang Mai zoo, Chiang Mai Night Safari, snake farm and butterfly farm. Vehicles for traveling were personal cars. Expenses for each traveling were up to 4,000 baht. Their traveling group consisted of 1-3 members. The respondents traveled with their friends and made their own decisions for tour programs. In addition, factors underlying their decision to visit Chiang Mai province in terms of product were nature, famous tourist attractions and various types of tourist spots. Secondly, for a cost factor, expenses including food and traveling cost affected tourists' decision. Thirdly, in selling approaches, rapid and convenient communication as well as transportation affected the tourist visits. Fourthly, for a marketing promotion factor, tourism festivals, tourism expos and provincial tourism policy affected tourists' decision. Finally, the overall problems and obstacles concerning visiting to Chiang Mai province were averagely in a moderate level.