

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของนักท่องเที่ยววัยรุ่นชาวไทย และสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ได้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของอำเภอปายในอนาคตได้ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปท่องเที่ยวที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 300 ราย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 1-6 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	130	43.33
หญิง	170	56.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.67 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.33

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 ปี	15	5.00
19 ปี	17	5.67
20 ปี	62	20.67
21 ปี	60	20.00
22 ปี	57	19.00
23 ปี	22	7.33
24 ปี	21	7.00
25 ปี	46	15.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.67 รองลงมาคือ อายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 และอายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	292	97.33
สมรส	8	2.67
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0	0.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 97.33 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 2.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	7	2.33
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	163	54.33
อนุปริญญา/ปวส.	34	11.33
ปริญญาตรี	77	25.67
สูงกว่าปริญญาตรี	19	6.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.33 รองลงมา คือ ระดับชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.67 และระดับชั้นอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 11.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	189	63.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	28	9.33
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	7.33
พนักงานบริษัทเอกชน	55	18.33
รับจ้างทั่วไป	6	2.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.33 และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	106	35.33
5,001-10,000 บาท	98	32.67
10,001-15,000 บาท	60	20.00
15,001-20,000 บาท	17	5.67
20,001-25,000 บาท	1	0.33
มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป	18	6.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.67 และ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 7-22 ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการ เดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	265	88.33
เทศกาลดนตรี เช่น งานดนตรีเมืองปาย	18	6.00
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	6	2.00
ประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม	4	1.33
ติดต่อธุรกิจ	1	0.33
สังสรรค์	6	2.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.33 รองลงมาคือ มางานเทศกาลดนตรี คิดเป็นร้อยละ 6.00 และมาเยี่ยมญาติ/เพื่อนกับการสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 2.00 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาคนเดียว	9	3.00
มากับเพื่อน	193	64.33
มากับแฟน	50	16.67
มากับครอบครัว	44	14.67
มากับบริษัทนำเที่ยว	0	0.00
มากับมหาวิทยาลัย	4	1.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
กับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.33 รองลงมาคือ เดินทางมากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และเดินทาง
มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการ
เดินทางท่องเที่ยว

ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เครื่องบิน	6	2.00
รถยนต์ส่วนตัว	168	56.00
รถจักรยานยนต์	44	14.67
รถโดยสารประจำทาง	54	18.00
เช่าเหมารถ	28	9.33
อื่นๆ	0	0.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์
ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ
รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทาง
มาท่องเที่ยว

จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาครั้งแรก	117	39.00
เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง	119	39.67
เคยมาแล้ว มากกว่า 3 ครั้ง	64	21.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาเที่ยวมาแล้ว 2-3 ครั้งมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 39.67 รองลงมาคือ มาเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 39.00 และเคยมาเที่ยวมาก
กว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 21.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว

ระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 วัน	34	11.33
2 วัน	130	43.33
3 วัน	102	34.00
มากกว่า 3 วัน	34	11.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาพำนักอยู่ที่ปลายทางจำนวน 2 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และพัก 1 วัน กับ พักมากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.33 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของที่พักร

รูปแบบของที่พักร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม	16	5.33
รีสอร์ท	129	43.00
เกสต์เฮาส์	65	21.67
กางเต็นท์	52	17.33
บ้านญาติ/เพื่อน	33	11.00
โรงเรียน	5	1.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบพักรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 21.67 และกางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ญาติ/เพื่อน แนะนำ	242	80.67
วารสาร/นิตยสาร	75	25.00
หนังสือแนะนำเที่ยว	90	30.00
ใบปลิว/โฆษณา/แผ่นพับ	29	9.67
อินเทอร์เน็ต	194	64.67
บริษัทนำเที่ยว	14	4.67
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	32	10.67
ติดต่อเอง/ไปหาข้อมูลจากสถานที่จริง	9	3.00

*หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามหาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.67 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 64.67 และหนังสือแนะนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน)	19	6.33
กรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน)	9	3.00
พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว)	272	90.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) คิดเป็นร้อยละ 90.67 รองลงมาคือ ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 6.33 และช่วงเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน) คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยว

กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ล่องแพยาง/แพไม้ไผ่	80	26.67
นั่งช้างชมธรรมชาติ	37	12.33
ปั่นจักรยานชมเมือง	125	41.67
นั่งเล่นและดื่มกาแฟร้านต่างๆ	221	73.67
แช่น้ำพุร้อน	64	21.33
เที่ยวน้ำตก	125	41.67
นมัสการวัดและพระธาตุ	110	36.67
หมู่บ้านจืนยูนาน	11	3.67
เดินดูสินค้าตามร้านต่างๆที่ถนนคนเดิน	13	4.33
ขับรถชมเมือง/ถ่ายภาพ	16	5.33
หาอาหารแปลกๆ อร่อยๆ ทาน	6	2.00

* หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบกิจกรรมการนั่งเล่นและดื่มกาแฟร้านต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.67 รองลงมาคือ ปั่นจักรยานชมเมือง กับ เที่ยวน้ำตก คิดเป็นร้อยละ 41.67 เท่ากัน และนมัสการวัดและพระธาตุ คิดเป็นร้อยละ 36.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบ/ประทับใจ

แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านชื่นชอบ/ประทับใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กองแลน (ป่าขี้เหล็ก)	86	28.67
น้ำตกหมอกแปง	56	18.67
โป่งน้ำร้อนท่าปาย	96	32.00
โป่งน้ำร้อนเมืองแปง	43	14.33
วัดน้ำฮู	100	33.33
เจดีย์พระธาตุแม่เย็น	51	17.00
หมู่บ้านกะเหรี่ยงแม่ปิง	38	12.67
หมู่บ้านจีนยูนาน	199	66.33
วัดกลาง	22	7.33
สะพานประวัติศาสตร์	202	67.33
ถนนคนเดิน	32	10.67
ร้านค้าแฟต่างๆ	25	8.33

* หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบ/ประทับใจสะพานประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 67.33 รองลงมาคือ หมู่บ้านจีนยูนาน คิดเป็นร้อยละ 66.33 และวัดน้ำฮู คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสที่จะได้กลับมาท่องเที่ยว

โอกาสที่จะได้กลับมาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับมาแน่นอน	165	55.00
ไม่แน่ใจ	128	42.67
ไม่กลับมา	7	2.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถ้ามีโอกาสจะกลับมาเที่ยวที่ป่าয়อีกแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 42.67 และไม่กลับมา คิดเป็นร้อยละ 2.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ในเรื่องค่าการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	131	43.67
501 – 800 บาท	80	26.67
801 – 1,100 บาท	41	13.67
1,101 -1,400 บาท	23	7.67
เกิน 1,400 บาท	25	8.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องการเดินทางไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.67 รองลงมาคือ 501 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.67 และ 801 – 1,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ในเรื่องค่าอาหาร/เครื่องดื่ม

ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหาร/เครื่องดื่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	53	17.67
501 – 800 บาท	59	19.67
801 – 1,100 บาท	104	34.67
1,101 -1,400 บาท	41	13.67
เกิน 1,400 บาท	43	14.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวน 801 – 1,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.67 รองลงมาคือ 501 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.67 และ ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ในเรื่องค่าที่พัก

ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	80	26.67
501 – 800 บาท	62	20.67
801 – 1,100 บาท	67	22.33
1,101 -1,400 บาท	50	16.67
เกิน 1,400 บาท	41	13.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องที่พัก ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือ 801 – 1,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.33 และ 501 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ในเรื่องค่าซื้อสินค้าท้องถิ่น

ค่าใช้จ่ายในเรื่องการซื้อสินค้าท้องถิ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	90	30.00
501 – 800 บาท	99	33.00
801 – 1,100 บาท	60	20.00
1,101 -1,400 บาท	30	10.00
เกิน 1,400 บาท	21	7.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องการซื้อสินค้าท้องถิ่น จำนวน 501 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ 801 – 1,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ในเรื่องค่ากิจกรรมท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่ากิจกรรมท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	71	23.67
501 – 800 บาท	73	24.33
801 – 1,100 บาท	80	26.67
1,101 -1,400 บาท	45	15.00
เกิน 1,400 บาท	31	10.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยว จำนวน 801 – 1,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือ 501 – 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.33 และ ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ได้ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 23-29

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	75 (25.00)	147 (49.00)	70 (23.30)	7 (2.30)	1 (0.30)	3.96 (มาก)	1
ความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยว	38 (12.70)	136 (45.30)	111 (37.00)	13 (4.30)	2 (0.70)	3.65 (มาก)	5
แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว	62 (20.70)	131 (43.70)	88 (29.30)	16 (5.30)	3 (1.00)	3.78 (มาก)	2
วิถีการดำเนินชีวิตของ ประชาชนในท้องถิ่น	33 (11.00)	121 (40.30)	111 (37.00)	30 (10.00)	5 (1.70)	3.49 (ปานกลาง)	7
ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลาย ประเภทให้เลือก	37 (12.30)	154 (51.30)	91 (30.30)	17 (5.70)	1 (0.30)	3.70 (มาก)	3
ที่พัก/ห้องพัก มีความสวยงาม	45 (15.00)	130 (43.30)	108 (36.00)	17 (5.70)	0 (0.00)	3.68 (มาก)	4
ที่พัก/ห้องพัก มีความ เพียงพอต่อความต้องการ	37 (12.30)	112 (37.30)	116 (38.70)	33 (11.00)	2 (0.70)	3.50 (มาก)	6
ร้านอาหารมีความเพียงพอ ต่อความต้องการ	38 (12.70)	107 (35.70)	126 (42.00)	25 (8.30)	4 (1.30)	3.50 (มาก)	6

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	21 (7.00)	89 (29.70)	139 (46.30)	46 (15.30)	5 (1.70)	3.25 (ปานกลาง)	9
มีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์	47 (15.70)	99 (33.00)	108 (36.00)	43 (14.30)	3 (1.00)	3.48 (ปานกลาง)	8

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.96) แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.78) ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ที่พัก/ห้องพักมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.65) ที่พัก/ห้องพักมีความเพียงพอต่อความต้องการ กับ ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) เท่ากัน ตามลำดับ และ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.49) การมีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48) และ ร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัด
แม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความเหมาะสมของค่า บริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว	33 (11.00)	104 (34.70)	135 (45.00)	24 (8.00)	4 (1.30)	3.46 (ปานกลาง)	2
ความเหมาะสมของราคา อาหารและเครื่องดื่ม	33 (11.00)	97 (32.30)	124 (41.30)	40 (13.30)	6 (2.00)	3.37 (ปานกลาง)	4
ความเหมาะสมของราคา ที่พัก	33 (11.00)	92 (30.70)	136 (45.30)	33 (11.00)	6 (2.00)	3.38 (ปานกลาง)	3
ความเหมาะสมของราคา การเดินทาง	34 (11.30)	114 (38.00)	128 (42.70)	22 (7.30)	2 (0.70)	3.52 (มาก)	1
ความเหมาะสมของราคา สินค้าท้องถิ่น	24 (8.00)	83 (27.70)	151 (50.30)	39 (13.00)	3 (1.00)	3.29 (ปานกลาง)	5

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบ
ทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องความเหมาะสมของราคาการเดินทางที่ให้
ความสำคัญในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.46) ความเหมาะสมของราคาที่พัก
(ค่าเฉลี่ย 3.38) ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.37) และความ
เหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย
ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การเดินทางสะดวกเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	35 (11.70)	129 (43.00)	104 (34.70)	25 (8.30)	7 (2.30)	3.53 (มาก)	2
ความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสาร	41 (13.70)	150 (50.00)	94 (31.30)	12 (4.00)	3 (1.00)	3.71 (มาก)	1
ความสะดวกของสถานที่ จอดรถ	27 (9.00)	115 (38.30)	114 (38.00)	41 (13.70)	3 (1.00)	3.41 (ปานกลาง)	3
มีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความ ต้องการ	19 (6.30)	70 (23.30)	103 (34.30)	86 (28.70)	22 (7.30)	2.93 (ปานกลาง)	4

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย
ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาการท่องเที่ยว ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ เว็บไซต์	60 (20.00)	123 (41.00)	93 (31.00)	22 (7.30)	2 (0.70)	3.72 (มาก)	1
การประชาสัมพันธ์และ จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น เทศกาลดนตรีเมืองปาย, ดนตรีอินดี้	47 (15.70)	121 (40.30)	106 (35.30)	22 (7.30)	4 (1.30)	3.62 (มาก)	3
มีโปรแกรมการท่องเที่ยว น่าสนใจ เช่น แพคเกจของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	28 (9.30)	102 (34.00)	129 (43.00)	39 (13.00)	2 (0.70)	3.38 (ปานกลาง)	4
มีส่วนลดจากการท่องเที่ยว	27 (9.00)	64 (21.30)	120 (40.00)	80 (26.70)	9 (3.00)	3.07 (ปานกลาง)	6
การมีกิจกรรมที่มีส่วน รับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	14 (4.70)	81 (27.00)	140 (46.70)	54 (18.00)	11 (3.70)	3.11 (ปานกลาง)	5
มีช่องทางในการติดต่อหา ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	39 (13.00)	135 (45.00)	111 (37.00)	13 (4.30)	2 (0.70)	3.65 (มาก)	2

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.65) และการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.38) การมีกิจกรรมที่มีส่วน

รับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.11) และมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ	15 (5.00)	76 (25.30)	150 (50.00)	53 (17.70)	6 (2.00)	3.14 (ปานกลาง)	5
เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว	29 (9.70)	94 (31.30)	126 (42.00)	49 (16.30)	2 (0.70)	3.33 (ปานกลาง)	4
คนขายของที่ระลึกมีอรรถาศัยดี เป็นกันเอง	45 (15.00)	119 (39.70)	115 (38.30)	19 (6.30)	2 (0.70)	3.62 (มาก)	2
พนักงานส่วนที่พกมีความเต็มใจในการให้บริการ	44 (14.70)	139 (46.30)	105 (35.00)	10 (3.30)	2 (0.70)	3.71 (มาก)	1
ตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง	53 (17.70)	87 (29.00)	124 (41.30)	28 (9.30)	8 (2.70)	3.50 (มาก)	3

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัปัจจัยย่อยด้านบุคคลในระดับมาก คือ พนักงานส่วนที่พกมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) คนขายของที่ระลึกมีอรรถาศัยดี เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.62) และตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.33) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย
จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวได้อย่าง ถูกต้องแม่นยำ	31 (10.30)	98 (32.70)	146 (48.70)	24 (8.00)	1 (0.30)	3.45 (ปานกลาง)	4
ร้านอาหารให้บริการได้ ถูกต้องและรวดเร็ว	40 (13.30)	109 (36.30)	123 (41.00)	26 (8.70)	2 (0.70)	3.53 (มาก)	2
คนขายของที่ระลึกบริการ ได้ถูกต้องและรวดเร็ว	15 (5.00)	130 (43.30)	137 (45.70)	16 (5.30)	2 (0.70)	3.47 (ปานกลาง)	3
ที่พัก/ห้องพักรับบริการได้ ถูกต้องและรวดเร็ว	46 (15.30)	129 (43.00)	104 (34.70)	18 (6.00)	3 (1.00)	3.66 (มาก)	1

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน
กระบวนการในระดับมาก ได้แก่ ที่พัก/ห้องพักรับบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ
ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและ
รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ
(ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย
ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดของแหล่ง ท่องเที่ยว	69 (23.00)	99 (33.00)	103 (34.30)	26 (8.70)	3 (1.00)	3.68 (มาก)	4
ความเป็นธรรมชาติของ แหล่งท่องเที่ยว	106 (35.30)	98 (32.70)	65 (21.70)	24 (8.00)	7 (2.30)	3.91 (มาก)	1
มีศิลปะ วัฒนธรรมที่เป็น เอกลักษณ์	73 (24.30)	126 (42.00)	72 (24.00)	22 (7.30)	7 (2.30)	3.79 (มาก)	2
มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน	56 (18.70)	120 (40.00)	91 (30.30)	32 (10.70)	1 (0.30)	3.66 (มาก)	5
แหล่งท่องเที่ยวมีความ ปลอดภัย	75 (25.00)	104 (34.70)	104 (34.70)	13 (4.30)	4 (1.30)	3.78 (มาก)	3

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านลักษณะ
ทางกายภาพในระดับมากที่สุด คือ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.91) มี
ศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.78)
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ การมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.66)
ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอบาง จังหวัด
แม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อวัตถุประสงค์ของการเดินทางมา
ท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พักผ่อน	110 (84.60)	155 (91.10)
เทศกาลดนตรี เช่น งานดนตรีเมืองปาย	9 (6.90)	9 (5.30)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	4 (3.10)	2 (1.20)
ประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม	1 (0.80)	3 (1.80)
ติดต่อธุรกิจ	1 (0.80)	0 (0.00)
สังสรรค์	5 (3.80)	1 (0.60)
รวม	130 (100.00)	170 (100.00)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 84.60 รองลงมาคือ เทศกาลดนตรี คิดเป็นร้อยละ 6.90 และมาสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 91.10 รองลงมาคือ เทศกาลดนตรี คิดเป็นร้อยละ 5.30 และมาประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
จำแนกตามเพศ

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาคนเดียว	9 (6.90)	0 (0.00)
มากับเพื่อน	80 (61.50)	113 (66.50)
มากับแฟน	19 (14.60)	31 (18.20)
มากับครอบครัว	20 (15.40)	24 (14.10)
มากับบริษัทนำเที่ยว	0 (0.00)	0 (0.00)
มากับมหาวิทยาลัย	2 (1.60)	2 (1.20)
รวม	130 (100.00)	170 (100.00)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 15.40 และมากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 14.60 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ มากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 18.20 และมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 14.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาครั้งแรก	45 (34.60)	72 (42.30)
เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง	49 (37.70)	70 (41.20)
เคยมาแล้ว มากกว่า 3 ครั้ง	36 (27.70)	28 (16.50)
รวม	130 (100.00)	170 (100.00)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.70 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 34.60 และ เคยมาแล้วมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.70 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือ เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.20 และเคยมาแล้ว มากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว
จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 วัน	12 (9.20)	22 (13.00)
2 วัน	53 (40.80)	77 (45.30)
3 วัน	46 (35.40)	56 (32.90)
มากกว่า 3 วัน	19 (14.60)	15 (8.80)
รวม	130 (100.00)	170 (100.00)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพำนักอยู่ 2 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 35.40 และ มากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.60 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพำนักอยู่ 2 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาคือ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 32.90 และ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบของที่พัก จำแนกตามเพศ

รูปแบบของที่พัก	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โรงแรม	8 (6.20)	8 (4.60)
รีสอร์ท	40 (30.80)	89 (52.40)
เกสต์เฮาส์	33 (25.40)	32 (18.80)
กางเต็นท์	25 (19.20)	27 (15.90)
บ้านญาติ/เพื่อน	21 (16.20)	12 (7.10)
โรงเรียน	3 (2.20)	2 (1.20)
รวม	130 (100.00)	170 (100.00)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่พักที่รีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 25.40 และกางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 19.20 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่พักที่รีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.40 รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 18.80 และกางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 15.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่งที่มาของข้อมูล
จำแนกตามเพศ

แหล่งที่มาของข้อมูล	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ญาติ/เพื่อน แนะนำ	100 (76.90)	142 (83.50)
วารสาร/นิตยสาร	27 (20.80)	48 (28.20)
หนังสือแนะนำ	34 (26.20)	56 (32.90)
ใบปลิว/โฆษณา/แผ่นพับ	13 (10.00)	16 (9.40)
อินเทอร์เน็ต	79 (60.80)	115 (67.60)
บริษัทนำเข้า	5 (3.80)	9 (5.30)
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	10 (7.70)	22 (12.90)
ติดต่อเอง/ไปหาข้อมูลจากสถานที่จริง	5 (3.80)	4 (2.40)

*หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายได้ข้อมูลจากญาติ/เพื่อน แนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.90 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 60.80 และหนังสือแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 26.20 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงได้ข้อมูลจากญาติ/เพื่อน แนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.50 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 67.60 และหนังสือแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 32.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การ
ท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน)	9 (6.90)	10 (5.90)
กรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน)	3 (2.30)	6 (3.50)
พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว)	118 (90.80)	154 (90.60)
รวม	130 (100.00)	170 (100.00)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมักมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.80 รองลงมาคือ ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 6.90 และช่วงเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน) คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมักมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.60 รองลงมาคือ ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 5.90 และช่วงเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน) คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พักผ่อน	92 (86.80)	91 (92.90)	49 (81.70)	15 (88.20)	1 (100.00)	17 (94.40)
เทศกาลดนตรี	11 (10.40)	2 (2.00)	4 (6.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.60)
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	1 (0.90)	2 (2.00)	3 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
ประชุม/สัมมนา/อบรม	1 (0.90)	1 (1.00)	1 (1.70)	1 (5.90)	0 (0.00)	0 (0.00)
ติดต่อธุรกิจ	0 (0.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
สังสรรค์	1 (0.90)	1 (1.00)	3 (5.00)	1 (5.90)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	106 (100.00)	98 (100.00)	60 (100.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	18 (100.00)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.80 รองลงมาคือ มาเทศกาลดนตรี คิดเป็นร้อยละ 10.40 และ มาเยี่ยมญาติ/เพื่อน กับมาประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม กับมาสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 0.90 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.90 รองลงมาคือ มาเทศกาลดนตรี กับมาเยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.00 เท่ากัน ตามลำดับ และ มาประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม กับติดต่อธุรกิจ กับมาสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 1.00 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.70 รองลงมาคือ มาเทศกาลดนตรี คิดเป็นร้อยละ 6.70 และ มาเยี่ยมญาติ/เพื่อน กับมาสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 5.00 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.20 รองลงมาคือ มาประชุม/สัมมนา/ฝึกอบรม กับมาสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 5.90 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.40 รองลงมาคือ มาเทศกาลดนตรี คิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาคนเดียว	4 (3.80)	4 (4.10)	1 (1.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
มากับเพื่อน	70 (66.00)	63 (64.30)	38 (63.30)	13 (76.50)	1 (100.00)	9 (50.00)
มากับแฟน	13 (12.30)	16 (16.30)	11 (18.30)	2 (11.80)	0 (0.00)	7 (38.90)
มากับครอบครัว	17 (16.00)	15 (15.30)	8 (13.30)	2 (11.80)	0 (0.00)	2 (11.10)
มากับบริษัท/งานที่เกี่ยวข้อง	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)

ตารางที่ 38 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	(n=106)	(n=98)	(n=60)	(n=17)	(n=1)	(n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มากับมหาวิทยาลัย	2 (1.90)	0 (0.00)	2 (3.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	106 (100.00)	98 (100.00)	60 (100.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	18 (100.00)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ มากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 64.30 รองลงมาคือ มากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 16.30 และ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมาคือ มากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ มากับแฟน และ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 11.80 เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ มากับแฟน คิดเป็นร้อยละ 38.90 และ มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 11.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	(n=106)	(n=98)	(n=60)	(n=17)	(n=1)	(n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาครั้งแรก	45 (42.50)	43 (43.90)	16 (26.70)	5 (29.40)	1 (100.00)	7 (38.90)
เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง	49 (46.20)	34 (34.70)	19 (31.70)	12 (70.60)	0 (0.00)	5 (27.80)
เคยมาแล้ว มากกว่า 3 ครั้ง	12 (11.30)	21 (21.40)	25 (41.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (33.30)
รวม	106 (100.00)	98 (100.00)	60 (100.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	18 (100.00)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมาคือ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 42.50 และ เคยมาแล้วมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 43.90 รองลงมาคือ เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.70 และเคยมาแล้วมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.70 รองลงมาคือ เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.70 และ มาครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 26.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70.60 รองลงมาคือ มาครั้งแรก ร้อยละ 29.40 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 38.90 รองลงมาคือ เคยมาแล้วมากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.30 และ เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1 วัน	12 (11.30)	15 (15.30)	6 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.60)
2 วัน	45 (42.50)	50 (51.00)	24 (40.00)	3 (17.60)	0 (0.00)	8 (44.40)
3 วัน	36 (34.00)	23 (23.50)	26 (43.30)	12 (70.60)	1 (100.00)	4 (22.20)
มากกว่า 3 วัน	13 (12.30)	10 (10.20)	4 (6.70)	2 (11.80)	0 (0.00)	5 (27.80)
รวม	106 (100.00)	98 (100.00)	60 (100.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	18 (100.00)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักเป็นเวลา 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และมากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลา 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลา 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาคือ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลา 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 70.60 รองลงมาคือ 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 17.60 และ มากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 11.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลา 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนเป็นเวลา 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ มากกว่า 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และ 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 22.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อรูปแบบของที่พัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รูปแบบของที่พัก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	(n=106)	(n=98)	(n=60)	(n=17)	(n=1)	(n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
โรงแรม	6 (5.70)	6 (6.10)	0 (0.00)	2 (11.80)	0 (0.00)	2 (11.10)
รีสอร์ท	36 (34.00)	39 (39.80)	33 (55.00)	6 (35.30)	1 (100.00)	14 (77.80)
เกสต์เฮาส์	18 (17.00)	27 (27.60)	13 (21.70)	6 (35.30)	0 (0.00)	1 (5.60)
กางเต็นท์	30 (28.30)	15 (15.30)	4 (6.70)	3 (17.60)	0 (0.00)	0 (0.00)
บ้านญาติ/เพื่อน	13 (12.30)	10 (10.20)	9 (15.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.60)
โรงเรียน	3 (2.80)	1 (1.00)	1 (1.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
รวม	106 (100.00)	98 (100.00)	60 (100.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	18 (100.00)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ชอบพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ กางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 28.30 และ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ชอบพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 27.60 และ กางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ชอบพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ เกสต์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 21.70 และ บ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ชอบพักรีสอร์ท กับ เกสต์เฮาส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.30 เท่ากัน รองลงมาคือ กางเต็นท์ คิดเป็นร้อยละ 17.60 และ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 11.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ชอบพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ชอบพักรีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.80 รองลงมาคือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 11.10 และ เกสต์เฮาส์ กับบ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.60 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่งที่มาของข้อมูล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งที่มาของข้อมูล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ญาติ/เพื่อน แนะนำ	89 (84.00)	81 (82.70)	51 (85.00)	13 (76.50)	1 (100.00)	7 (38.90)
วารสาร/นิตยสาร	30 (28.30)	24 (24.50)	14 (23.30)	3 (17.60)	1 (100.00)	3 (16.70)
หนังสือแนะนำ	34 (32.10)	25 (25.50)	15 (25.00)	4 (23.50)	0 (0.00)	12 (66.70)
ใบปลิว/โฆษณา/แผ่น พับ	11 (10.40)	8 (8.20)	8 (13.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.10)
อินเทอร์เน็ต	68 (64.20)	59 (60.20)	41 (68.30)	12 (70.60)	1 (100.00)	13 (72.20)

**ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแหล่งที่มาของข้อมูล
จำแนก ตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

แหล่งที่มาของข้อมูล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
	(n=106)	(n=98)	(n=60)	(n=17)	(n=1)	(n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
บริษัทนำเที่ยว	7 (6.60)	7 (7.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	16 (15.10)	11 (11.20)	3 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.10)
ติดต่อเอง/หาข้อมูลจากสถานที่จริง	3 (2.80)	3 (3.10)	2 (3.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.60)

* หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทมีแหล่งข้อมูลมาจากญาติ/เพื่อน แนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 64.20 และ หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีแหล่งข้อมูลมาจากญาติ/เพื่อน แนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.70 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 60.20 และหนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีแหล่งข้อมูลมาจากญาติ/เพื่อน แนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 68.30 และ หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีแหล่งข้อมูลมาจากญาติ/เพื่อน แนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 70.60 และ หนังสือนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีแหล่งข้อมูลมาจากญาติ/เพื่อน แนะนำ กับวารสาร/นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 เท่ากัน

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีแหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.20 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 66.70 และญาติ/เพื่อน แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 38.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การ
ท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่ การท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีนาคม-มิถุนายน (ฤดูร้อน)	10 (9.40)	1 (1.00)	7 (11.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.60)
กรกฎาคม-ตุลาคม (ฤดูฝน)	4 (3.80)	3 (3.10)	2 (3.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)
พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว)	92 (86.80)	94 (95.90)	51 (85.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	17 (94.40)
รวม	106 (100.00)	98 (100.00)	60 (100.00)	17 (100.00)	1 (100.00)	18 (100.00)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.80 รองลงมาคือ ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 9.40 และ ช่วงเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน) คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.90 รองลงมาคือ ช่วงเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน) คิดเป็นร้อยละ 3.10 และ ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือ ช่วงเดือนมีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 11.70 และ ช่วงเดือนกรกฎาคม – ตุลาคม (ฤดูฝน) คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ชอบมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ชอบมาท่องเที่ยวในช่วง เดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.40 รองลงมาคือ ช่วงเดือน มีนาคม – มิถุนายน (ฤดูร้อน) คิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.89 (มาก)	4.01 (มาก)
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)
วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น	3.53 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก	3.66 (มาก)	3.72 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก มีความสวยงาม	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก มีความเพียงพอต่อความต้องการ	3.41 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ	3.47 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นบ้างจ้อยในเรื่องราวร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ และเรื่องที่พัก/ห้องพัก มีความเพียงพอต่อความต้องการ และเรื่องราวร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยบ้างจ้อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.89) เรื่องแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และเรื่องความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นบ้างจ้อยในเรื่องราววิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น และเรื่องมีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ และเรื่องราวร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยบ้างจ้อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.01) เรื่องแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ เรื่องที่พัก/ห้องพัก มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว	3.36 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.25 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคาที่พัก	3.25 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง	3.45 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น	3.22 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยด้านราคาในระดับปานกลางทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) เรื่องความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ เรื่องความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับเรื่องความเหมาะสมของราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.25) เท่ากัน ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยด้านราคาในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.58) และเรื่องความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.54) ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	3.45 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร	3.62 (มาก)	3.79 (มาก)
ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
มีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ	2.85 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก คือ เรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย กับเรื่องความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน และ เรื่องมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.85) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก คือ เรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ เรื่องการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ รวมทั้งให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และ เรื่องมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)
การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ	3.58 (มาก)	3.65 (มาก)
มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	3.30 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
มีส่วนลดจากการท่องเที่ยว	2.98 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.53 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก คือ เรื่องการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62) เรื่องการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และ เรื่องมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.30) เรื่องการมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม

สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.15) และ เรื่องมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก คือ เรื่องการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) เรื่องมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ เรื่องการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.45) เรื่องมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.13) และ เรื่องการมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.08) ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง

มาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ	3.05 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.28 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
คนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)
พนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ	3.57 (มาก)	3.82 (มาก)
ตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง	3.38 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านบุคคลในระดับมาก คือ เรื่องคนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.60) และ เรื่องพนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เจ้าหน้าที่มี

ความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.28) และ จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.05) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยด้านบุคคลในระดับมาก คือ เรื่องพนักงานส่วนที่พักรมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) เรื่องคนขายของที่ระลึกมีธรรมาศยดี เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.64) และ เรื่องตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	3.37 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยด้านกระบวนการในระดับมาก ได้แก่ เรื่องที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.54) และ ให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.47) เรื่องคนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.39) และเรื่องเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย่อยด้านกระบวนการในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ เรื่องที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.75) เรื่อง

ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.58) เรื่องคนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.52) และเรื่องเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย (n=130)	หญิง (n=170)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.51 (มาก)	3.82 (มาก)
ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)
มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)
มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน	3.65 (มาก)	3.66 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย ได้แก่ เรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.82) เรื่องการมีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) เรื่องแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.68) เรื่องมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65) และเรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย ได้แก่ เรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรื่องการมีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) เรื่องแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย

(ค่าเฉลี่ย 3.85) เรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.82) และเรื่องมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชื่อเสียงของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
ความหลากหลายของ แหล่งท่องเที่ยว	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.76 (มาก)	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)
วิธีการดำเนินชีวิตของ ประชาชนในท้องถิ่น	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก มี หลากหลายประเภทให้ เลือก	3.66 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก มีความ สวยงาม	3.70 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก มีความ เพียงพอต่อความ ต้องการ	3.42 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.53 (มาก)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)
ร้านอาหารมีความ เพียงพอต่อความ ต้องการ	3.49 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)

ตารางที่ 51 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.32 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)
มีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์	3.56 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97) แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.76) และ ที่พัก/ห้องพักรับรอง มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ รวมทั้งให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ ที่พัก/ห้องพักรับรอง มีความเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97) แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ ที่พัก/ห้องพักรับรอง มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ รวมทั้งให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ ที่พัก/ห้องพักรับรอง มีความเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นบริการด้านที่พัก/ห้องพักรับรองในเรื่องมีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ กับร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่

มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.85) แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กับที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.77) เท่ากัน และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว กับร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.75) เท่ากัน ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว กับมีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.88) เท่ากัน และที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.22) แหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 4.17) และที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว	3.52 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.53 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.34 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาที่พัก	3.42 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)
ความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น	3.30 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.52) และ ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ รวมทั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาที่พัก (ค่าเฉลี่ย 3.42) ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.34) และความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยในเรื่องความเหมาะสมของราคาการเดินทางที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยในเรื่องความเหมาะสมของราคาที่พักร และความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับปัจจัยจ้อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว กับความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.62) เท่ากัน และความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ รวมทั้งให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.41) ความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.06) และ ความเหมาะสมของราคาที่พักร (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว กับความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน รวมทั้งให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับความเหมาะสมของราคาที่พักร และความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.00) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยจ้อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว กับความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม กับความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.72) เท่ากัน และความเหมาะสมของราคาที่พักร กับความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.61) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	3.53 (มาก)	3.51 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร	3.72 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)
ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.45 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
มีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ	2.91 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.45) และมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ได้แก่ การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.26) และมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.70) และ

การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.78) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยทุกปัจจัยในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากันทุกลำดับ ได้แก่ การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และความสะดวกของสถานที่จอดรถ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความสะดวกของสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
การโฆษณาการ ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
การประชาสัมพันธ์และ จัดกิจกรรมพิเศษ	3.64 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)
มีโปรแกรมการ ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.61 (มาก)
มีส่วนลดจากการ ท่องเที่ยว	3.08 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การมีกิจกรรมที่มีส่วน รับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และ วัฒนธรรม	3.12 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
มีช่องทางในการติดต่อ หาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.41) การมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.12) และมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.64) การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ กับมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.62) เท่ากัน ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.42) การมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.05) และมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.73) และ การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.23) การมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.15) และ มีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.02) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ได้แก่ มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.24) และมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากันหมด ได้แก่ การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ กับการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ กับมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ยกเว้นบ้างจ้อย่อยในเรื่องมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว กับเรื่องการมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบ้างจ้อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นบ้างจ้อย่อยในเรื่องมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว กับเรื่องการมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับบ้างจ้อย่อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
	จำนวนเจ้าหน้าที่ เพียงพอต่อการให้ คำแนะนำ	3.09 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
	เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความ เข้าใจของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.37 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)
คนขายของที่ระลึกมี อัธยาศัยดี เป็นกันเอง	3.48 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	
พนักงานส่วนที่พักมี ความเต็มใจในการ ให้บริการ	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.72 (มาก)	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	
ตำรวจดูแลรักษาความ ปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบุคคลเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการที่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยย่อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.44) และเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบุคคลในระดั้มาก ได้แก่ พนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และ

คนขายของที่ระลึกมีอัตราที่ดี เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ดำรงดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.43) เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.28) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคคลในระดับมาก ได้แก่ คนขายของที่ระลึกมีอัตราที่ดี เป็นกันเอง กับพนักงานส่วนที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) เท่ากัน และ ดำรงดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.32) และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคคลเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับปัจจัยย่อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คนขายของที่ระลึกมีอัตราที่ดี เป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.24) พนักงานส่วนที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และดำรงดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคคลเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากันหมด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว กับคนขายของที่ระลึกมีอัตราที่ดีเป็นกันเอง กับพนักงานส่วนที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ และดำรงดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านบุคคลเกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับปัจจัยย่อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานส่วนที่ที่มีความเต็มใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) คนขายของที่ระลึกมีอัตราที่ดีเป็นกันเอง กับดำรงดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.72) เท่ากัน และ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	3.48 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)
คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.37 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.55 (มาก)	3.60 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็วที่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยย่อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.42) และคนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็วที่ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับปัจจัยย่อยตามค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว กับคนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้อง และรวดเร็ว

(ค่าเฉลี่ย 3.43) เท่ากัน และ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการในระดับมาก ได้แก่ ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.80) และร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.49) และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการในระดับมาก ได้แก่ ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.41) และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการในระดับมากทุกปัจจัย คือ เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ กับร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว กับคนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้อง และรวดเร็ว และที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.89) เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ กับคนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.72) เท่ากัน และร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท (n=106)	5,001 – 10,000 บาท (n=98)	10,001 – 15,000 บาท (n=60)	15,001 – 20,000 บาท (n=17)	20,001 – 25,000 บาท (n=1)	มากกว่า 25,000 บาท (n=18)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.58 (มาก)	3.51 (มาก)	3.87 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	3.91 (มาก)	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)	4.35 (มาก)	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)
มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.93 (มาก)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทให้ความสำคัญต่อย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.72) และแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่

ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.97) แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.18) และแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากันหมดทุกปัจจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.39) ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลแสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม

ตารางที่ 58 แสดงผลเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.93	3.99	-0.740	0.460
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	3.56	3.74	-2.007	0.046*
แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.79	3.76	0.332	0.740
วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น	3.47	3.51	-0.328	0.743
ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก	3.56	3.83	-3.118	0.002*
ที่พัก/ห้องพัก มีความสวยงาม	3.59	3.77	-1.967	0.050
ที่พัก/ห้องพัก มีความเพียงพอต่อความต้องการ	3.37	3.62	-2.473	0.014*
ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ	3.30	3.70	-4.097	0.000*
ร้านอาหารมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.30	3.20	1.009	0.314
มีร้านขายของฝากของที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์	3.56	3.40	1.453	0.147

จากตารางที่ 58 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายชื่อพบว่า ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก ที่พัก/ห้องพัก มีความเพียงพอต่อความต้องการ และร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ระดับความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test ดิคลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 59 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาของนักท่องเที่ยว
วัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว	3.35	3.57	-2.346	0.020*
ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม	3.22	3.52	-2.864	0.004*
ความเหมาะสมของราคาที่พัก	3.28	3.47	-1.883	0.061
ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง	3.41	3.63	-2.426	0.016*
ความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น	3.27	3.30	-0.278	0.781

จากตารางที่ 59 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายชื่อพบว่า ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม และ ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ระดับความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test ติดลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 60 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บ
แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
การเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	3.44	3.63	-1.824	0.069
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร	3.61	3.81	-2.214	0.028*
ความสะดวกของสถานที่จอดรถ	3.29	3.53	-2.408	0.017*
มีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ	2.78	3.07	-2.483	0.014*

จากตารางที่ 60 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อพบว่า ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ความสะดวกของสถานที่จอดรถ และ การมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ระดับความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test คิดลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยเรื่องการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 61 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
ของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บ
แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ	3.66	3.79	-1.236	0.218
การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ	3.69	3.54	1.508	0.133
มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	3.35	3.41	-0.609	0.543
มีส่วนลดจากการท่องเที่ยว	2.87	3.26	-3.483	0.001*
การมีกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม	3.02	3.20	-1.778	0.076
มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.55	3.76	-2.374	0.018*

จากตารางที่ 61 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อพบว่า การมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว และการมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test ติดลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 62 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลของนักท่องเที่ยว
วัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ	3.00	3.27	-2.877	0.004*
เจ้าหน้าที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.25	3.41	-1.635	0.103
คนขายของที่ระลึกมีธรรมาศยดี เป็นกันเอง	3.53	3.71	-1.795	0.074
พนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ	3.62	3.80	-2.009	0.045*
ตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง	3.21	3.79	-5.380	0.000*

จากตารางที่ 62 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายชื่อพบว่า จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ พนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ และ ตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ระดับความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test ติดลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 63 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการของ
นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บ
แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ	3.37	3.53	-1.743	0.082
ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.31	3.75	-4.529	0.000*
คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.39	3.54	-1.808	0.072
ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	3.52	3.79	-2.833	0.005*

จากตารางที่ 63 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อพบว่า ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว และที่พัก/ห้องพักบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test ติดลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 64 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ
ของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่เก็บ
แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ		t-test	P-Value
	เชียงใหม่	ปาย		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย		
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.47	3.90	-4.027	0.000*
ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	3.68	4.13	-3.837	0.000*
มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์	3.75	3.83	-0.712	0.477
มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน	3.66	3.66	0.000	1.000
แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.58	3.97	-3.792	0.000*

จากตารางที่ 64 การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยรายข้อพบว่า ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ระดับความสำคัญมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ จึงทำให้ค่า t-test คิดลบ ส่วนข้อปัจจัยย่อยอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมของการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ข้อ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
1.	เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมากขึ้น จึงทำให้เอกลักษณ์ความเป็นปายแบบดั้งเดิมเริ่มหายไป มีความแออัดของนักท่องเที่ยว และ สิ่งปลูกสร้างเริ่มมีมากขึ้น ทำให้ธรรมชาติเริ่มลดน้อยลงไปจากเดิม	24	ด้านผลิตภัณฑ์และ ด้านลักษณะทาง กายภาพ
2.	สถานที่พัก อาหาร และสินค้าของที่ระลึกต่างๆ มีราคาแพงกว่าความเป็นจริงค่อนข้างมาก	8	ด้านราคา
3.	แหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ/ไม่ดึงดูด หากเคยมาแล้ว การจะกลับมาอีกก็คงไม่เกิน 2-3 ครั้ง	7	ด้านผลิตภัณฑ์
4.	ราคาตัวเครื่องบินที่จะเดินทางไป อ.ปาย นั้น มีราคาใกล้เคียงกับการเดินทางไป จ.แม่ฮ่องสอน ดังนั้นการเข้าถึงช่องทางนี้จึงค่อนข้างยาก	6	ด้านราคา
5.	ตามสถานที่ท่องเที่ยวควรเพิ่มจุดบริการสถานที่จอดรถ เพราะหาที่จอดรถยากมาก	5	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย
6.	การเดินทางบางช่วงค่อนข้างไม่ปลอดภัย เนื่องจากถนนบางช่วงชำรุดเสียหาย	3	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย
7.	ในช่วงเทศกาล รวมถึงเวลาตอนกลางคืน การรักษาความปลอดภัยยังไม่ดีพอและไม่ทั่วถึง	3	ด้านบุคคล
8.	ฤดูหนาวมีหมอกหนา ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ในตอนกลางคืนไม่ชัดเจน ควรเพิ่มแสงไฟในจุดต่างๆ ให้สว่างขึ้นกว่าเดิม	2	ด้านลักษณะทางกายภาพ
9.	การลงสื่อโฆษณาทางเว็บไซต์บางครั้งเกินจากความเป็นจริง คือ ข้อมูลของสถานที่พัก บางที่ให้ข้อมูล ภาพถ่ายบิดเบือน และราคาก็ไม่ตรงตามที่ได้ประกาศไว้	2	ด้านการส่งเสริมการตลาด

**ตารางที่ 65 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
อื่นๆเพิ่มเติมของการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน**

ข้อ	ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด
10.	หน้าเทศกาลควรสำรองที่พักให้แก่นักท่องเที่ยว Work in มากขึ้น และควรยืนยันการจองที่พักสำหรับแขกที่จองที่พักล่วงหน้า เพราะหาที่พักยากมาก การให้บริการด้านที่พักไม่มีความมั่นคงและชัดเจน	1	ด้านกระบวนการ
11.	สถานที่บริการน้ำมันไม่เพียงพอกับการใช้งาน	1	ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย
12.	ในช่วงที่มีเทศกาลดนตรี ทำให้มีการแย่งกันกินและเที่ยว จนอาจมีผลกระทบต่อชาวบ้านที่อาศัยอยู่รอบๆ เช่น ไฟดับ ทั้งเมือง บางครั้งน้ำไม่ไหล จนเหมือนเป็นการสร้างปัญหา มากกว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยว	1	ด้านกระบวนการ

หมายเหตุ มีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อเป็นการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการด้านต่างๆของการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 63 คน

จากตารางที่ 65 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 63 คน ที่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการด้านต่างๆของการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเรื่องที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวจำนวนมากขึ้น จึงทำให้เอกลักษณ์ความเป็นปายแบบดั้งเดิมเริ่มหายไป มีความแออัดของนักท่องเที่ยว และสิ่งปลูกสร้างเริ่มมีมากขึ้น ทำให้ธรรมชาติเริ่มลดน้อยลงจากเดิมจำนวน 24 คน รongลงมาคือ สถานที่พัก อาหาร และสินค้าของที่ระลึกต่างๆ มีราคาแพงกว่าความเป็นจริงค่อนข้างมาก จำนวน 8 คน แหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ/ไม่ดึงดูด หากเคยมาแล้ว การจะกลับมาอีกก็คงไม่เกิน 2-3 ครั้ง จำนวน 7 คน ราคาตัวเครื่องบินที่จะเดินทางไป อ.ปาย นั้น มีราคาใกล้เคียงกับการเดินทางไป จ.แม่ฮ่องสอน ดังนั้นการเข้าถึงช่องทางนี้จึงค่อนข้างยาก จำนวน 6 คน และตามสถานที่ท่องเที่ยวควรเพิ่มจุดบริการสถานที่จอดรถ เพราะหาที่จอดรถยากมาก จำนวน 5 คน ตามลำดับ