

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภครวม ซึ่งประกอบด้วย Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภครู้ชื่ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภครู้ชื่อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภครู้ชื่อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภครู้ชื่อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภครู้ชื่ออย่างไร) ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะจากการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.67 โดยมีอายุ 20 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.67 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 97.33 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 54.33 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 63.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.33

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัด

แม่ฮ่องสอน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมการนั่งเล่นและดื่มกาแฟตามร้านต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 73.67 โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ/ประทับใจมากที่สุดคือสะพานประวัติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 67.33 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 56.00 จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปาย คือ 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.67 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องการเดินทางไม่เกิน 500 บาท ร้อยละ 43.67 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องอาหาร/เครื่องดื่มจำนวน 801 – 1,100 บาท ร้อยละ 34.67 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องที่พักไม่เกิน 500 บาท ร้อยละ 26.67 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องการซื้อสินค้า

ท้องถิ่นจำนวน 501 – 800 บาท ร้อยละ 33.00 และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยวจำนวน 801 – 1,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.67

เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปลายทางของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 88.33 โดยเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 64.33

สำหรับระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักอยู่ที่ปลายทางเป็นจำนวน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รวมทั้งชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด ร้อยละ 90.67 และ ส่วนใหญ่นิยมพักในรีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 43.00

ผู้ตอบแบบสอบถามหาแหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปลายทางจากญาติ/เพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.67 และ ส่วนใหญ่ถ้ามีโอกาสจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกแน่นอน ร้อยละ 55.00 ดังแสดงในตารางที่ 66

ตารางที่ 66 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
1. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยว	นั่งเล่นและดื่มกาแฟ ร้านต่างๆ	73.67
	แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ/ ประทับใจ	สะพานประวัติศาสตร์	67.33
	ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว	56.00
	จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง	39.67
	ค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทาง	ไม่เกิน 500 บาท	43.67
	ค่าใช้จ่ายในเรื่องอาหาร/ เครื่องดื่ม	801 – 1,100 บาท	34.67
	ค่าใช้จ่ายในเรื่องที่พัก	ไม่เกิน 500 บาท	26.67
	ค่าใช้จ่ายในเรื่องการซื้อ สินค้าท้องถิ่น	501 – 800 บาท	33.00
	ค่าใช้จ่ายในเรื่องค่ากิจกรรม ท่องเที่ยว	801 – 1,100 บาท	26.67

ตารางที่ 66 (ต่อ) แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
2. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ของการเดินทาง มาท่องเที่ยว	พักผ่อน	88.33
3. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)	ลักษณะการเดินทางมา ท่องเที่ยว	มากับเพื่อน	64.33
4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	ระยะเวลาที่พำนักในการ ท่องเที่ยว	2 วัน	43.33
	ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การ ท่องเที่ยว	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว)	90.67
5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	รูปแบบของที่พัก	รีสอร์ท	43.00
6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	แหล่งที่มาของข้อมูล	ญาติ/เพื่อน แนะนำ	80.67
	โอกาสที่จะได้กลับมา ท่องเที่ยว	กลับมาแน่นอน	55.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยใน อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมา
ท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน
ผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และ ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในระดับ
มาก คือ เรื่องความเหมาะสมของราคาการเดินทาง สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปาน
กลาง ได้แก่ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคาที่พัก ความ
เหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม และความเหมาะสมของราคาสินค้าท้องถิ่น ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ได้แก่ เรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการเดินทาง
สะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปาน

กลาง ได้แก่ ความสะดวกของสถานที่จอดรถ และ การมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ การมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ ตามลำดับ

5. ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านบุคคลในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานส่วนที่พักรักมีความเต็มใจในการให้บริการ คนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง และตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในระดับมาก ได้แก่ เรื่องที่พัก/ห้องพักรัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว และร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ตามลำดับ

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก คือ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว การมีศิลปะ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน ใช้เวลาพำนักอยู่ที่ป่าเป็นเวลา 2 วัน นิยมพักในรีสอร์ทมากที่สุด หาแหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อนมากที่สุด รวมทั้งส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) เหมือนกัน ในขณะที่พฤติกรรมเรื่องจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวพบว่า เพศที่แตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 2-3 ครั้ง แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มาครั้งแรก ดังแสดงในตารางที่ 67

ตารางที่ 67 แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกรท่องเที่ยว	เพศชาย	เพศหญิง
	ผลการศึกษา (ร้อยละ)	ผลการศึกษา (ร้อยละ)
1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว	พักผ่อน (84.60)	พักผ่อน (91.10)
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	มากับเพื่อน (61.50)	มากับเพื่อน (66.50)
3. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง (37.70)	มาครั้งแรก (42.30)
4. ระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว	2 วัน (40.80)	2 วัน (45.30)
5. รูปแบบของที่พักร	รีสอร์ท (30.80)	รีสอร์ท (52.40)
6. แหล่งที่มาของข้อมูล	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (76.90)	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (83.50)
7. ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่กรท่องเที่ยว	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (90.80)	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (90.60)

4.2 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน นิยมพักในรีสอร์ท และนิยมเดือนทางมาท่องเที่ยวในเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) เหมือนกัน

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และมีรายได้ 15,001-20,000 บาทส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว 2-3 ครั้ง สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

รายได้ 5,001-10,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมากกว่า 3 ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักเป็นเวลา 2 วัน แต่สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพำนักเป็นเวลา 3 วัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีแหล่งข้อมูลมาจากญาติ/เพื่อนแนะนำมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป มีแหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 68

ตารางที่ 68 แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	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)
1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว	พักผ่อน (86.80)	พักผ่อน (92.90)	พักผ่อน (81.70)	พักผ่อน (88.20)	พักผ่อน (100.00)	พักผ่อน (94.40)
2. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว	มากับเพื่อน (66.00)	มากับเพื่อน (64.30)	มากับเพื่อน (63.30)	มากับเพื่อน (76.50)	มากับเพื่อน (100.00)	มากับเพื่อน (50.00)
3. จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว	เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง (46.20)	มาครั้งแรก (43.90)	เคยมาแล้ว มากกว่า 3 ครั้ง (41.70)	เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง (70.60)	มาครั้งแรก (100.00)	มาครั้งแรก (38.90)
4. ระยะเวลาที่พำนักในการท่องเที่ยว	2 วัน (42.50)	2 วัน (51.00)	3 วัน (43.40)	3 วัน (70.60)	3 วัน (100.00)	2 วัน (44.40)

ตารางที่ 68 (ต่อ) แสดงข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว	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)
5. รูปแบบของที่พัก	รีสอร์ท (34.00)	รีสอร์ท (39.80)	รีสอร์ท (55.00)	รีสอร์ท (35.30)	รีสอร์ท (100.00)	รีสอร์ท (77.80)
6. แหล่งที่มาของข้อมูล	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (84.00)	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (82.70)	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (85.00)	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (76.50)	ญาติ/เพื่อน แนะนำ (100.00)	อินเทอร์เน็ต (72.20)
7. ช่วงเวลาที่ เหมาะสมแก่การ ท่องเที่ยว	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (86.80)	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (95.90)	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (85.00)	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (100.00)	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (100.00)	พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) (94.40)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของชาวไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อย่อยๆ ด้านต่างๆ สูงสุดเป็นอันดับแรกเหมือนกันดังนี้คือ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่ เรื่องความเหมาะสมของราคาการเดินทาง ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ เรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เรื่องการโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ปัจจัยย่อย

ด้านกระบวนการ ได้แก่ เรื่องที่พัก/ห้องพักรับบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว และ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยด้านบุคคลสูงสุดคือเรื่องคนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยด้านบุคคลสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ เรื่องพนักงานส่วนที่พักรักมีความเต็มใจในการให้บริการ ดังแสดงในตารางที่ 69

ตารางที่ 69 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศชาย	เพศหญิง
	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)
ด้านผลิตภัณฑ์	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (3.89)	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (4.01)
ด้านราคา	ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (3.45)	ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (3.58)
ด้านการจัดจำหน่าย	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (3.62)	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (3.79)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (3.62)	โฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (3.81)
ด้านบุคคล	คนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี-กันเอง (3.60)	พนักงานส่วนที่พักรักมีความเต็มใจในการให้บริการ (3.82)
ด้านกระบวนการ	ที่พัก/ห้องพักรับบริการได้ถูกต้อง-รวดเร็ว (3.54)	ที่พัก/ห้องพักรับบริการได้ถูกต้อง-รวดเร็ว (3.75)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.82)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.97)

5.2 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยด้านต่างๆสูงสุดเป็นอันดับแรกเหมือนกัน ดังนี้คือ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ เรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร

ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในอันดับแรก คือ ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว ในขณะที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และ 15,001-25,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาสูงสุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในอันดับแรก คือ การมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ เรื่องพนักงานส่วนที่พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลในอันดับแรก คือ คนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ ที่พัก/ห้องพักรับบริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลในอันดับแรก คือ ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และ มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในอันดับแรกคือ การมีศิลปะ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ดังแสดงในตารางที่ 70

ตารางที่ 70 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทาง	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
การตลาด	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)
ด้านผลิตภัณฑ์	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (3.97)	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (3.97)	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (3.85)	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (3.88)	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (4.00)	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว (4.22)
ด้านราคา	ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (3.52)	ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (3.50)	ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (3.62)	ความเหมาะสมของค่าบริการ/เดินทาง (3.88)	ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง (4.00)	ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว (3.72)
ด้านการจัดจำหน่าย	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (3.72)	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (3.60)	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (3.70)	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (3.88)	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (4.00)	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร (4.17)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (3.74)	การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมพิเศษ (3.64)	การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (3.78)	มีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (4.00)	การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (4.00)	การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ (3.94)
ด้านบุคคล	พนักงานส่วนที่พักรับความเต็มใจในการให้บริการ (3.64)	พนักงานส่วนที่พักรับความเต็มใจในการให้บริการ (3.72)	ความเข้าใจในตนเอง (3.72)	ความเข้าใจในตนเอง (4.24)	พนักงานส่วนที่พักรับความเต็มใจในการให้บริการ (4.00)	พนักงานส่วนที่พักรับความเต็มใจในการให้บริการ (3.89)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	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	
	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)	ผลการศึกษา (ค่าเฉลี่ย)
ด้านกระบวนการ	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.55)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.55)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.60)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.80)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.80)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.80)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.89)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (4.00)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (4.00)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.89)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (3.89)	ที่พัก/ห้องพักรวดเร็ว (4.28)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.91)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.91)	มีศิลปะ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (3.81)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.97)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.97)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (3.97)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.35)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.00)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.00)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.00)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.28)	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว (4.28)

**ส่วนที่ 6 ข้อมูลแสดงผลการเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตาม
สถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม**

เมื่อเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่ในการเก็บ
แบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ ในจังหวัด
เชียงใหม่มีความแตกต่างกันในทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บ
ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ค่าเฉลี่ยของความสำคัญที่น้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในอำเภอปาย
จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยหากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย ได้ผลการศึกษาดังนี้คือ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องความ
หลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ห้องพักรวมหลายประเภทให้เลือก ที่พัก/ห้องพักรวมมีความ
เพียงพอต่อความต้องการ และร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05

ด้านราคา พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านราคาเรื่องความเหมาะสมของ
ค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม และความเหมาะสมของ
ราคาการเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเรื่อง
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ความสะดวกของสถานที่จอดรถ และการมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อ
ความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริม
ทางการตลาดเรื่องการมีส่วนร่วมลดจากการท่องเที่ยว และการมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่ง
ท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านบุคคล พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านบุคคลเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่
เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ พนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ และ ดำรงดูแล
รักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกระบวนการ พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านกระบวนการเรื่อง
ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว และที่พัก/ห้องพักรวม บริการได้ถูกต้องและรวดเร็วอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า มีความแตกต่างกันในปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพเรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 71

ตารางที่ 71 แสดงผลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยย่อยต่างๆที่พบความแตกต่างเมื่อจำแนกตามสถานที่เก็บแบบสอบถาม	ค่า P-Value
ด้านผลิตภัณฑ์	1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 2. ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก 3. ที่พัก/ห้องพัก มีความเพียงพอต่อความต้องการ 4. ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ	0.046 0.002 0.014 0.000
ด้านราคา	1. ความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว 2. ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม 3. ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง	0.020 0.004 0.016
ด้านการจัดจำหน่าย	1. ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร 2. ความสะดวกของสถานที่จอดรถ 3. การมีปั้มน้ำมันเพียงพอต่อความต้องการ	0.028 0.017 0.014
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	1. การมีส่วนลดจากการท่องเที่ยว 2. การมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	0.001 0.018
ด้านบุคคล	1. จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ 2. พนักงานส่วนที่พักมีความเต็มใจในการให้บริการ 3. ดำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง	0.004 0.045 0.000
ด้านกระบวนการ	1. ร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว 2. ที่พัก/ห้องพัก บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว	0.000 0.005
ด้านลักษณะทางกายภาพ	1. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว 2. ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว 3. แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	0.000 0.000 0.000

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 300 คน มีจำนวน 63 คนได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการด้านต่างๆของการท่องเที่ยว ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเรื่องที่คุณตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นมากที่สุดคือ เอกลักษณ์ ความเป็นปายแบบดั้งเดิมที่เริ่มหายไป เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดความแออัดของนักท่องเที่ยว และสิ่งปลูกสร้างที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธรรมชาติลดน้อยลงไปจากเดิม จำนวน 24 คน รองลงมาคือ สถานที่พัก อาหาร และสินค้าของที่ระลึกต่างๆ มีราคาแพงกว่าความเป็นจริงค่อนข้างมาก จำนวน 8 คน แหล่งท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ/ไม่ดึงดูด หากเคยมาแล้ว การจะกลับมาอีกก็คงไม่เกิน 2-3 ครั้ง จำนวน 7 คน ราคาตัวเครื่องบินที่จะเดินทางไปอำเภอปายมีราคาใกล้เคียงกับการเดินทางไปจังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนั้น การเข้าถึงช่องทางนี้จึงค่อนข้างยาก จำนวน 6 คน และ ตามสถานที่ท่องเที่ยวควรเพิ่มจุดบริการสถานที่จอดรถ เพราะหาที่จอดรถยากมาก จำนวน 5 คน ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นเพศหญิง อายุ 20 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิริกมล กันทะวัง (2553) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับชั้นปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน โดยการศึกษาของสิริกมล กันทะวังจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างทุกวัยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในขณะที่การศึกษารุ่นนี้เน้นศึกษาเพียงแค่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นเท่านั้น จึงอาจทำให้ผลการศึกษารุ่นนี้เรื่องตลาดเป้าหมายแตกต่างกัน

1. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบกิจกรรมการนั่งเล่นและดื่มกาแฟตามร้านต่างๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ/ประทับใจมากที่สุดคือ สะพานประวัติศาสตร์ รวมทั้งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวไปแล้ว 2-3 ครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุณา (2549) ที่พบว่ากิจกรรมที่ชื่นชอบคือ การเที่ยวโป่งน้ำร้อน โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวมากที่สุดคือ โป่งน้ำร้อนปาย รวมทั้งส่วนใหญ่ยังเดินทางมาเป็นครั้งแรก ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน ประกอบกับการศึกษาของนัฐพงศ์ คุณา ได้ทำการศึกษาตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนเริ่มเป็นที่รู้จัก และ เริ่มมีนักท่องเที่ยวทยอยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวกันมากขึ้น แต่ในช่วงเวลานั้น แหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนยังมีจำนวนไม่มาก ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปหน่วยงานและร้านค้าต่างๆ ได้ทยอยเข้าไปเปิดร้านกาแฟ ร้านอาหาร และ ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ให้ดีขึ้น เช่น สะพานประวัติศาสตร์ หมู่บ้านจิมยูนนาน ฯลฯ จึงอาจมีผลทำให้พฤติกรรมในเรื่องแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ชื่นชอบเปลี่ยนแปลงไปได้

สำหรับผลการศึกษาเรื่องค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนในการท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเรื่องการเดินทางไม่เกิน 500 บาท ค่าใช้จ่ายเรื่องอาหาร/เครื่องดื่ม 801 – 1,100 บาท ค่าใช้จ่ายเรื่องที่พักไม่เกิน 500 บาท ค่าใช้จ่ายเรื่องการซื้อสินค้าท้องถิ่น 501 – 800 บาท และ ค่าใช้จ่ายเรื่องกิจกรรมท่องเที่ยว 801 – 1,100 บาท สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุณา (2549)

2. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

จากการศึกษาถึงเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประพันธ์ รักเรียนและคณะ (2549) ที่ศึกษาเรื่องการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ นัฐพงศ์ คุณา (2549) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

3. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อนๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของประพันธ์ รักเรียนและคณะ (2549) และนัฐพงศ์ คุณา (2549) ที่พบว่า ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจรัสพันธ์ สิทธิเจริญ (2550) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในภาคเหนือ ที่พบว่า โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่

แตกต่างกัน เพราะการศึกษาในครั้งนี้เน้นศึกษาเพียงแค่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนเท่านั้น ในขณะที่การศึกษาของจรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) จะศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหลากหลายจังหวัดในภาคเหนือ ดังนั้น อาจเป็นผลทำให้บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันได้

4. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) มากที่สุด รวมทั้งใช้เวลาพำนักอยู่ที่อำเภอปาย เป็นจำนวน 2 วัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมา (2549) ที่พบว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ และ ใช้ระยะเวลาพำนักในอำเภอปายโดยเฉลี่ยประมาณ 2-3 วัน

5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมพักในรีสอร์ตมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสิริกมล กันทะวัง (2553) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักในรีสอร์ตเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมา (2549) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักในเกสต์เฮ้าส์ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมาได้ทำการศึกษาดังแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในอำเภอปาย โดยในขณะนั้นที่พักส่วนใหญ่เป็นเกสต์เฮ้าส์ แต่เมื่อเวลาผ่านไปได้มีผู้ประกอบการหลายรายได้เดินทางเข้าไปสร้างรีสอร์ตเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้รองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น จึงอาจเป็นผลทำให้รูปแบบที่พักของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน

6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่หาแหล่งข้อมูลในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปายจากญาติ/เพื่อนมากที่สุด และ ถ้ามีโอกาสนี้จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่ปายอีกแน่นอน สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมา (2549) และ สิริกมล กันทะวัง (2553) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวศึกษาหาข้อมูลต่างๆของอำเภอปายจากญาติ/เพื่อน และในอนาคตจะเดินทางกลับมาเที่ยวที่อำเภอปายอย่างแน่นอน

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเรื่องจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเพศชายเคยเดินทางมาที่ปายแล้ว 2-3 ครั้ง ในขณะที่เพศหญิงเดินทางมาเป็นครั้งแรก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมา (2549) ที่พบว่า เพศที่แตกต่างกัน จะมีจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ปายไม่

แตกต่างกัน กล่าวคือ ทั้งเพศชายและเพศหญิงเดินทางมาเป็นครั้งแรก ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงเวลานั้นเป็นช่วงต้นๆที่นักท่องเที่ยวเริ่มทยอยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว จึงอาจทำให้ผลการศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงยังคงเดินทางมาเป็นครั้งแรกอยู่ เมื่อเวลาผ่านไปการศึกษาในครั้งนี้พบว่า จำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเพศชาย อาจเพราะเพศชายเป็นเพศที่ชอบเดินทาง/ผจญภัยในสถานที่ต่างๆมากกว่าเพศหญิง

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงระยะเวลาพำนัก รูปแบบของที่พักร และ แหล่งการหาข้อมูลที่แตกต่างกัน ใกล้เคียงกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คูมา (2549) ที่พบว่าระยะเวลาพำนัก รูปแบบของที่พักร และ บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยความแตกต่างกัน ไปตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการศึกษาเมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน มาเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยต่างๆได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 72

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามค่าเฉลี่ยใน 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.96 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
2	ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว	3.91 (มาก)	ลักษณะทางกายภาพ
3	มีศิลปะ วัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์	3.79 (มาก)	ลักษณะทางกายภาพ
4	แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.78 (มาก)	ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตามค่าเฉลี่ยใน 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
4	แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.78 (มาก)	ลักษณะทางกายภาพ
6	การโฆษณาการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ	3.72 (มาก)	การส่งเสริมการตลาด
7	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร	3.71 (มาก)	การจัดจำหน่าย
7	พนักงานส่วนที่พ่กมีความเต็มใจในการให้บริการ	3.71 (มาก)	บุคคล
9	ที่พัก/ห้องพัก มีหลากหลายประเภทให้เลือก	3.70 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
10	ที่พัก/ห้องพัก มีความสวยงาม	3.68 (มาก)	ผลิตภัณฑ์
10	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.68 (มาก)	ลักษณะทางกายภาพ

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 10 อันดับแรกเป็นปัจจัยหลักในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าว และจากผลการศึกษาในปัจจัยหลักด้านต่างๆพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจรสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ที่ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเช่นกัน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมมา (2549) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับ

มากต่อปัจจัยย่อยเรื่องการขึ้นชอบธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ที่พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุดเช่นกัน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของจรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยเรื่องความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างของการศึกษามีความแตกต่างกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้เน้นศึกษาเพียงแก่นักท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งพื้นที่ของอำเภอปายตั้งอยู่บนภูเขา/คดวย จึงมีผลกระทบต่อปัญหาหรือความไม่สะดวกในการติดต่อสื่อสารได้ ดังนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกของการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ในขณะที่การศึกษาของจรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) ศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในหลากหลายจังหวัดทางภาคเหนือ จึงให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด และให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกในการติดต่อสื่อสารในอันดับถัดไป

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลในเรื่องพนักงานส่วนที่พ่กมีความเต็มใจในการให้บริการมากที่สุด ใกล้เคียงกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมมา (2549) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องผู้ประกอบการและพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และมีการให้บริการเป็นอย่างดีมากที่สุด

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อย่อยประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย บุคคล และกระบวนการที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมมา (2549) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับทุกๆปัจจัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางระดับสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน โดยการศึกษาของนัฐพงศ์ คุมมาจะทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างทุกวัยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ในขณะที่การศึกษานี้เน้นศึกษาเพียงแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นเท่านั้น

เช่นเดียวกับเมื่อพิจารณาผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อย่อยประสมทางการตลาดด้าน

ผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคคล และ กระบวนการที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานักท่องเที่ยว (2549) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพเรื่องการขึ้นชอบความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางระดับสถิติที่ 0.05 โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือนจะให้ความสำคัญ/ขึ้นชอบความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีข้อค้นพบดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท
2. นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนมากกว่า 1 ครั้ง
3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากญาติ/เพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
4. ภายหลังจากที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนเริ่มเป็นที่รู้จัก และ เริ่มมีนักท่องเที่ยวทยอยเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวกันมากขึ้น ส่งผลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และ ร้านค้าต่างๆ ได้ทยอยเข้าไปตั้งสำนักงาน เปิดร้านกาแฟ ร้านอาหาร และ ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ ให้ดีขึ้นจึงส่งผลให้พฤติกรรมในเรื่องกิจกรรม และ แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชอบเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่ขึ้นชอบการท่องเที่ยวไปนั่งร้อนที่ไปนั่งร้อนทำปายมากที่สุด กลายเป็นขึ้นชอบบริกรรมการเล่นและดื่มกาแฟตามร้านต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือ การเที่ยวน้ำตก กับ ปั่นจักรยานชมเมือง และนมัสการวัด-พระธาตุ ตามลำดับ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชอบ/ประทับใจมากที่สุดคือ สะพานประวัติศาสตร์
5. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน ส่วนใหญ่มาพร้อมกับเพื่อน และใช้เวลาพำนักอยู่ที่ปายเป็นเวลา 2 วัน
6. ผลการศึกษาในเรื่องรูปแบบของที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมพักในรีสอร์ทมากที่สุด

7. นักท่องเที่ยวยังไม่แน่ใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่ปลายอีกถึงร้อยละ 42 ทั้งนี้เนื่องมาจากการไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เอกลักษณะความเป็นปลายแบบดั้งเดิมหายไป เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดความแออัดของนักท่องเที่ยว สิ่งปลูกสร้างเพิ่มมาก และธรรมชาติลดน้อยลง

8. เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปลาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

8.1 เพศที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องจำนวนครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยเพศชายจะเคยเดินทางมาท่องเที่ยวปลายแล้ว 2-3 ครั้ง ในขณะที่เพศหญิงเดินทางมาเป็นครั้งแรก

8.2 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องช่วงระยะเวลาพำนักแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาพำนักเป็นเวลา 2 วัน ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป จะใช้ระยะเวลาพำนักเป็นเวลา 3 วัน

8.3 รายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งการค้นหาข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาทต่อเดือนจะค้นหาโดยการสอบถามจากญาติ/เพื่อนมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

1. เมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปลาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มาเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และการมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ตามลำดับ

2. หากพิจารณาปัจจัยย่อยในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจในเรื่องวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น ร้านขายของฝากของที่ระลึก และร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

3. เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจต่อความคุ้มค่าของราคาในเรื่องอาหาร-เครื่องดื่ม และราคาของสินค้าท้องถิ่น

4. เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

5. เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความสัมพันธ์ของบุคคลมากกว่าการได้รับความรู้จากแหล่งท่องเที่ยว เช่น พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ คนขายของที่ระลึกมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

6. เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่สนใจและให้ความสำคัญเฉพาะที่พัก/ห้องพัก และ ร้านอาหารบริการ ได้ถูกต้องและรวดเร็ว

7. นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่สนใจและให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด

8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล และกระบวนการที่แตกต่างกัน

8.1 ด้านผลิตภัณฑ์

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องที่พัก/ห้องพักและร้านอาหารมีเพียงพอต่อความต้องการ ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

8.2 ด้านราคา

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านราคาในเรื่องความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว และความเหมาะสมของราคาการเดินทาง ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

8.3 ด้านการจัดจำหน่าย

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องการเดินทางสะดวกเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

8.4 ด้านบุคคล

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านบุคคลในเรื่องการมีตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

8.5 ด้านกระบวนการ

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อยปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องการมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ร้านอาหารและคนขายของที่ระลึกให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

9. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล และกระบวนการแตกต่างกัน

9.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น และ ที่พัก/ห้องพักมีความเพียงพอต่อความต้องการในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

9.2 ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องความสะดวกของสถานที่จอดรถในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

9.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

9.4 ด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลในเรื่องการมีตำรวจดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างต่อเนื่องในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคคลในเรื่องการมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

9.5 ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในเรื่องการมีเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องแม่นยำ และ คนขายของที่ระลึกบริการได้ถูกต้องและรวดเร็วในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

10. เมื่อเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามสถานที่ในการเก็บ

แบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ ในจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกันในทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในจังหวัดเชียงใหม่ให้ค่าเฉลี่ยของความสำคัญน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนในด้านต่างๆดังนี้

- **ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ห้องพักรับรองมีหลากหลายประเภทให้เลือก ที่พัก/ห้องพักรับรองมีความเพียงพอต่อความต้องการ และ ร้านอาหารมีความเพียงพอต่อความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ด้านราคา** พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องความเหมาะสมของค่าบริการ/กิจกรรมท่องเที่ยว ความเหมาะสมของราคาอาหารและเครื่องดื่ม และ ความเหมาะสมของราคาการเดินทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ด้านการจัดจำหน่าย** พบว่า มีความแตกต่างกันในความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ความสะดวกของสถานที่จอดรถ และ การมีป้ายนำทางเพียงพอต่อความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ด้านการส่งเสริมทางการตลาด** พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องการมีส่วนร่วมลดจากการท่องเที่ยว และ การมีช่องทางในการติดต่อหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ด้านบุคคล** พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้คำแนะนำ พนักงานส่วนที่พักรับรองมีความเต็มใจในการให้บริการ และ ดำรงจรรยาบรรณความประพฤติอย่างต่อเนืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ด้านกระบวนการ** พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องร้านอาหารให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว และ ที่พัก/ห้องพักรับรอง บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **ด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าหรือหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนี้

ภาครัฐ

1. สำหรับผลการศึกษาถึงโอกาสในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่แน่ใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่ปายถึงร้อยละ 42 ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการไม่มีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวที่เคยไปร่วมกิจกรรมมาแล้ว เพราะฉะนั้น ภาครัฐจึงควรสำรวจเส้นทางและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในพื้นที่เพิ่มเติม หรือ การจัดกิจกรรมใหม่ๆ ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น ลานกิจกรรมมหาสงกรานต์รับลมร้อน สำรวจเส้นทางบานของดอกพญาเสือโคร่ง หมู่บ้านวัฒนธรรมจีน-บ้านสันติชล (แหล่งชิมชาแห่งใหม่) หรือ Unseen in Pai เป็นต้น

2. จากผลการศึกษาเรื่องการให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่มีส่วนรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ดังนั้นภาครัฐจึงควรปลูกฝังจิตสำนึกเรื่องการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ให้กับนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์หรืออินเทอร์เน็ต โดยการใช้พรีเซ็นเตอร์วัยรุ่นที่เป็นแบบอย่างที่ดีในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ให้มากขึ้น รวมทั้งภาครัฐควรทำการเผยแพร่ป้ายประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม-วัฒนธรรมให้ทั่วเมืองปายเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดี และ เป็นการเตือนความทรงจำของนักท่องเที่ยวให้ท่องเที่ยวแบบเชิงอนุรักษ์

ภาคเอกชน

1. จากการศึกษากิจกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่นิยมพักในรีสอร์ท รวมทั้งมีความชื่นชอบในกิจกรรมการนั่งเล่นและดื่มกาแฟตามร้านต่างๆ รองลงมาคือ การปั่นจักรยานชมเมือง กับ การเที่ยวน้ำตก ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการรีสอร์ทต่างๆ จึงควรจับมือ/สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับร้านกาแฟ ร้านเช่าจักรยาน หรือ ร้านบริการล่องแพ ด้วยการทำโปรโมชั่นลดราคาเครื่องดื่มในร้านกาแฟ การลดราคาการเช่าจักรยานหรือแพให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่รีสอร์ทนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นจำนวนผู้มาใช้บริการทั้งรีสอร์ทและร้านค้าเหล่านั้นให้มากขึ้น รวมทั้งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมที่ชื่นชอบภายในปายได้อย่างครบถ้วนมากขึ้น

2. จากการศึกษาที่พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จะใช้เวลาในการพักอยู่ที่ป่าเป็นเวลา 2 วัน ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 10,000บาทต่อเดือน จะใช้เวลาในการพักอยู่ที่ป่ายาวนานกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบการที่พักต่างๆจึงควรจัดทำโปรโมชั่นลดราคาห้องพักในคืนที่สอง 10% และ ลดราคาห้องพักในคืนที่สาม 25% เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มนี้ใช้เวลาในการพักอยู่ในอำเภอปายให้นานขึ้น

การร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน

1. จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) ดังนั้น จึงควรมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน หรือ ผู้ประกอบการที่พัก-ร้านอาหาร-ร้านค้าต่างๆในการจัดกิจกรรม “(ปาย)ท้าลมร้อน ต้อนรับสงกรานต์ : ลดทั้งเดือน&ลดทั้งเมือง” ในช่วงเดือนเมษายนของทุกปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงหน้าร้อน (Low Season) ที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้มากขึ้น อาทิเช่น การจัดงานกิจกรรม/ถนนสายหลักในการเล่นน้ำวันสงกรานต์ การจัดคอนเสิร์ตของนักร้องและนักแสดงที่มีชื่อเสียง รวมทั้งการให้ผู้ประกอบการที่พัก-ร้านอาหาร-ร้านค้าต่างๆจัดทำโปรโมชั่นลดราคาที่พักและสินค้าตลอดทั้งเดือนเมษายน ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาใช้บริการในช่วงหน้าร้อน (Low season)ให้มากขึ้น ประกอบกับการทำโฆษณาผ่านสื่อสำคัญต่างๆ เช่น โทรทัศน์ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับสารข่าวสารของการจัดโครงการนี้

2. นอกเหนือจากการกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงหน้าร้อนแล้ว ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกันเพื่อกระตุ้นจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงหน้าฝน ซึ่งเป็นช่วง Low Season ด้วยเช่นกัน โดยการจัดกิจกรรม “ปายชุ่มฉ่ำ-ยิ้มรับหน้าฝน” โดยภาครัฐควรจัดเตรียมเจ้าหน้าที่-ตำรวจตั้งด่านตลอดเส้นทาง รวมทั้งแจกคู่มือฉบับจัดรถให้ปลอดภัยในช่วงหน้าฝน ทั้งนี้เพื่อป้องกันและดูแลเรื่องการเดินทางในช่วงหน้าฝนให้ปลอดภัยมากขึ้น ประกอบภาคเอกชนควรจัดทำโปรโมชั่นลดราคาที่พัก และ ราคาอาหาร-เครื่องดื่มทั่วทั้งเมืองปาย รวมทั้งจัดกิจกรรมทัวร์ของรีสอร์ทในการพาลูกค้าไปชมชาไร่ร้อนที่หมู่บ้านจินยูนนาน หรือ พาลูกค้าไปรับไออุ่นแช่น้ำพุร้อนที่โป่งน้ำร้อนท่าปาย เป็นต้น

3. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และ การมีศิลปะ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในอันดับต้นๆ ดังนั้น ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือ ผู้ประกอบการที่พัก-ร้านอาหารและร้านค้าต่างๆควรณรงค์ให้เกิดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีการร่วมอนุรักษ์

ศิลปวัฒนธรรมในปาย อาทิเช่น โครงการ Pai Green Community (ชุมชนสีเขียว) ด้วยการจัดการบริหารที่ดีในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนปายไว้ เช่น การจัดกิจกรรมการแสดงของนักเรียนในท้องถิ่นหรือชนเผ่าต่างๆในถนนคนเดิน รมรงค์ให้ร้านค้าใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติหรือย่อยสลายได้ง่าย หรือผู้ประกอบการที่พกทำการแจกถุงผ้าเพื่อเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้บรรจุสินค้าต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเท่านั้น ดังนั้น ในอนาคตเพื่อให้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้มากยิ่งขึ้น จึงควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนจากมุมมองของทุกคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความรู้สึกนึกคิดโดยรวม ทั้งความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ ความเข้าใจ และความประทับใจทั้งประชาชน/ผู้ประกอบการในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนให้มากขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของทุกคนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวได้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีข้อจำกัดของการวิจัยคือ “สถานที่ในการเก็บแบบสอบถาม” เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการแบ่งเก็บแบบสอบถามจาก 2 สถานที่ คือในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 150 ชุด และ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ชุด