



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ต่อ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
Exploration of the impact of administration guesthouse with  
the tourist industry in Muang district, Chiangmai

โดย เอกชัย ว่องสกุล และคณะ

เมษายน 2553

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ต่อ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
Exploration of the impact of administration guesthouse with  
the tourist industry in Muang district, Chiangmai

คณะผู้วิจัย

สังกัด

เอกชัย ว่องสกุล

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วัฒนา วาธง

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

รัฐพงศ์ พรหมมา

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ไกรสิทธิ์ หามาลา

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ชรินทร์ ศิริแก้ว

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อาจารย์ที่ปรึกษา

สังกัด

รศ.ธนรักษ์ เมฆขยาย

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ชุดโครงการ “เชื่อมโยงเครือข่ายภาคีประเด็นการท่องเที่ยวระดับปริญญาตรี”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาให้คำปรึกษาและช่วย  
แนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมทั้งการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจาก  
รศ.ธนรักษ์ เมฆขยาย ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้รับแนวทางในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้และ  
ประสบการณ์อย่างกว้างขวางในการวิจัยครั้งนี้ จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการธุรกิจเอสทีเฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ในเขต จ.ลำพูน  
จ.เชียงใหม่ และ จ.แม่ฮ่องสอน รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ได้ให้ความ  
อนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและการอนุญาตให้ถ่ายรูปประกอบการเก็บแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจในการทำวิจัยฉบับนี้ให้  
สำเร็จได้ด้วยดี

เอกชัย ว่องสกุล และคณะ

พฤษภาคม 2552

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

โครงการวิจัยเรื่องการสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่จัดทำขึ้นมาเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ภาครัฐมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ช่วยสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ แม้ว่าบางครั้งจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์รอบข้างอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ก็ยังมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น

การบริการของที่พักรวมทั้งการให้ข้อมูลด้านที่พักและการท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อการบริการแต่ละแห่งย่อมกลับมาเที่ยวอีก

ดังนั้นควรให้ความสำคัญในการศึกษาด้านผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ ในเรื่องรูปแบบการให้บริการ ค่าบริการ ที่ตั้ง และโครงสร้างการทำงาน และในการศึกษาด้านผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเรื่องปัจจัยในการเลือกที่พักและความคิดเห็นที่มีต่อการเข้าพักในแต่ละเกสต์เฮาส์ เพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริง และนำไปประยุกต์ใช้กับรูปแบบการให้บริการ ค่าบริการ ที่ตั้ง และโครงสร้างการทำงานต่อไป

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า

1. ลักษณะทั่วไป ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนตามกฎหมาย มีระยะเวลาการดำเนินกิจการ 5-10 ปี ไม่มีทุนจดทะเบียน ไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุน มีการใช้คอมพิวเตอร์ภายในสำนักงาน แต่แทบไม่มีการใช้เว็บไซต์ ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวกก็ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ห้องพักรวมใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว โดยเป็นห้องพักที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศจำนวนพอๆ กัน

ใน จ.ใกล้เคียง (ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน) ส่วนใหญ่มีการจดทะเบียน มีระยะเวลาการดำเนินกิจการไม่ถึง 5 ปี ไม่มีทุนจดทะเบียน ไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุน และไม่ใช้คอมพิวเตอร์และเว็บไซต์ ห้องพักรวมใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว ถ้ามีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญเป็นห้องเตียงคู่และถ้าไม่มีเป็นห้องเตียงเดี่ยว

2. รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้างเหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา พบว่า นอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ และพัดลมแล้ว ยังมีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

ใน จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีเครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม และโทรทัศน์ ซึ่งแตกต่างกับ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ที่ส่วนใหญ่จะมีอินเทอร์เน็ตให้ใช้



3. อัตราค่าบริการเหมาะสมแล้วหรือไม่ พบว่า ห้องพักที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศมีราคาเฉลี่ยต่อคืนอยู่ที่ 340 และ 346 บาทตามลำดับ อาจเป็นเพราะสำรวจราคาห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศในบริเวณที่มีราคาต่ำ

ใน จ. ใกล้เคียง ถ้ามีและไม่มีเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 512 และ 415 บาทตามลำดับ ซึ่งมีราคาสูงกว่า อาจเนื่องจากการแข่งขันกันน้อย จึงเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

4. ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ มีที่จุด ที่โซน และผู้ประกอบการส่วนมากชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน พบว่า ที่ตั้งกระจายอยู่โดยทั่วไปรอบตัวเมือง โดยส่วนใหญ่กระจุกอยู่ในเขตคูเมืองฝั่งประตูท่าแพ และเขตระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพ บริเวณที่มีราคาถูกอยู่ภายในคูเมืองเพราะมีเกสต์เฮาส์หนาแน่น แข่งขันกันเรียกลูกค้า

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่ พบว่า นักท่องเที่ยวคำนึงถึงความสะอาด ความปลอดภัย รวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ และส่วนใหญ่จะกลับมาพักที่เดิมอีกในปีถัดไปเพราะประทับใจในความเป็นกันเองและมีการบอกกล่าวในลักษณะปากต่อปากให้แก่เพื่อน และญาติพี่น้องของตนว่าที่พักนั้นดี

#### **ข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและเข้าพักในเกสต์เฮาส์จำนวนมากในช่วงเดือนมิถุนายน-กุมภาพันธ์ในปีถัดไปของทุกปี เป็นช่วงที่อากาศดีเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน มีความต้องการในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริการของพนักงาน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำเลที่ตั้ง รูปแบบของที่พัก ชื่อเสียงของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และที่สำคัญคือราคาของที่พักไม่แพงจนเกินไปเพราะส่วนใหญ่มาเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อนหรือญาติมิตร

ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยว และนิยมเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและเดินทางมาเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักมาเพียงคนเดียวหรือกลุ่มเล็กๆ และมาเป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวนิยมจ่ายค่าที่พักเป็นเงินสด ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับปรุงเกสต์เฮาส์ให้ตรงตามความต้องการของชาวต่างชาติหรือห้องขนาดเล็กราคาถูก ส่วนชาวไทยส่วนใหญ่ชอบห้องหุหราสะดวกสบาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยขึ้นขอให้แจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน รองลงมาคือราคามีหลายระดับให้เลือก ส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้ราคามีหลายระดับให้เลือกและความปลอดภัยในชีวิต โดยมีการวางแผนการเข้าพักไว้ก่อนล่วงหน้า ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดราคาหลายระดับของห้องพัก และร่วมมือกันไม่ก่อให้เกิดเหตุอันตรายเพราะจะสูญเสียความเชื่อมั่น

นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเกสต์เฮาส์ที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสาร และค้นหาข้อมูลได้ง่ายสะดวก

เกสต์เฮาส์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ได้แก่ สภาพภายใน/ภายนอกที่ได้รับการดูแลให้สวยงามอยู่เสมอ สภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าใช้งานได้ดี ราคาที่พักเหมาะสมกับคุณภาพของที่พัก

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติยังต้องการให้แก้ไขเรื่องการขอต่ออายุวีซ่า ซึ่งปัจจุบันมีความยุ่งยากและเพิ่มขึ้นตอนมากกว่าเมื่อ 2-3 ปีก่อน และเรื่องการเมืองการชุมนุมประท้วงต่างๆ ซึ่งทำให้รู้สึกไม่ปลอดภัย และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจาก 2 ปีที่ผ่านมาเกือบ 50%

### ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ให้มากกว่านี้ และแก้ไขปัญหาการเมืองที่ยังไม่สงบ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเดินทางเข้ามาพัก

มุมมองในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกัน ชาวไทยมักเลือกที่พักที่มีความสะดวกสบายเหมือนที่บ้านตัวเอง เช่น มีเครื่องปรับอากาศ อินเทอร์เน็ต และเครื่องทำน้ำอุ่น ส่วนชาวต่างชาติชอบที่พักที่บ้านตัวเองไม่มี และเข้าถึงธรรมชาติและวัฒนธรรมใหม่ๆ ผู้ประกอบการจึงควรวางแผนการจัดรูปแบบห้องพักให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

นอกจากต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในเรื่องความมั่นคงของประเทศ แก้ไขปัญหาความแตกแยกของคนในสังคมแล้ว ยังต้องการให้แก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากมลพิษต่างๆ เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวกลับมาและจะส่งผลดีต่อการประกอบธุรกิจ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มภาคีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ควรพัฒนาไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นจริงที่ละขั้นตอนและไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ ประชาชน ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : TRI/UTLGB52011

ชื่อโครงการ : การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อนักวิจัย :	นายเอกชัย ว่องสกุล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	นายวัฒนา วาธง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	นายรัฐพงศ์ พรหมมา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	นายไกรสิทธิ์ หามาลา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	นายชรินทร์ ศิริแก้ว	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

E-mail Address : marcus\_ir\_uv@yahoo.com , econometrics69@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 สิงหาคม 2552 – 31 มีนาคม 2553

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงานของเกสต์เฮาส์ 2) ศึกษารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์ 3) ศึกษาถึงอัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์ 4) ศึกษาลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ และ 5) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลของที่พักต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ วิธีการศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และในเขต จ.ใกล้เคียง 114 และ 84 ตัวอย่างตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 400 ตัวอย่าง เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจเกสต์เฮาส์ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวก อัตราค่าบริการ และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการของนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าการทดสอบ one way ANOVA และการแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร

ผลการศึกษา สรุปได้ว่า 1) ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่จัดตั้งโดยมีการจดทะเบียน มีระยะเวลาการดำเนินกิจการ 5-10 ปี ไม่มีทุนการจดทะเบียน ไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุน และมีการใช้คอมพิวเตอร์ ส่วนน้อยมีการใช้เว็บไซต์ดำเนินกิจการ ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวก

สะดวกช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว รูปแบบการให้บริการห้องพัก ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว โดยจำนวนห้องพักที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศพอๆ กัน

๑. ใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีการจดทะเบียน มีระยะเวลาการดำเนินกิจการไม่ถึง 5 ปี ไม่มีทุนการจดทะเบียน และไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุน ส่วนน้อยใช้คอมพิวเตอร์และเว็บไซต์ ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว ส่วนใหญ่ห้องที่มีเครื่องปรับอากาศเป็นห้องเตียงคู่และไม่มีเครื่องปรับอากาศเป็นห้องเตียงเดี่ยว

2) รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อเทียบกับราคา พบว่า นอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ และพัดลมแล้ว ส่วนใหญ่มีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

๑. ใกล้เคียง มีเครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม และโทรทัศน์ ซึ่งต่างกับใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ที่มีอินเทอร์เน็ต

3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ พบว่า ห้องที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 340 และ 346 บาทตามลำดับ อาจเนื่องมาจากสำรวจราคาห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศในย่านที่มีราคาต่ำ

๑. ใกล้เคียง ห้องที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 512 และ 415 บาทตามลำดับ ซึ่งสูงกว่า อ.เมือง จ.เชียงใหม่เนื่องจากการแข่งขันกันน้อยกว่า จึงเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

4) ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ พบว่า กระจุกกระจายอยู่โดยทั่วไปรอบเมือง ส่วนใหญ่กระจุกอยู่ในเขตคูเมืองฝั่งประตูท่าแพ และเขตระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพ เกสต์เฮาส์ที่มีราคาถูกตั้งอยู่ภายในคูเมืองอย่างหนาแน่น แข่งขันกันเรียกลูกค้า

5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ พบว่า ส่วนใหญ่คำนึงถึงความสะอาด ความปลอดภัยของที่พัก รวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวมักกลับมาพักที่เดิมอีกในปีถัดไปเพราะประทับใจในความเป็นกันเองและมีการบอกกล่าวในลักษณะปากต่อปากให้แก่เพื่อนและญาติพี่น้องว่าที่พักนั้นดี จึงมีการเข้าพักแบบไปแล้วกลับมาพักอีก

## ABSTRACT

**Project Code :** TRI/UTLGB52011

**Project Title :** Exploration of the impact of administration guesthouse with the tourist industry in Muang district , Chiangmai

<b>Investigators :</b>	Mr.Wongsakul E	Maejo University
	Mr.Watong W	Maejo University
	Mr.Primma R	Maejo University
	Mr.Hamala K	Maejo University
	Mr.Sirikaew C	Maejo University

**E-mail Address :** marcus\_ir\_uv@yahoo.com , econometrics69@yahoo.com

**Project Duration :** 1 August 2009 – 31 March 2010

The objectives of the study were: 1) to study the service formats and work structures of guesthouse business; 2) to study the facilities in the guesthouse; 3) to study the service rates of the guesthouse; 4) to study the locations of the guesthouse; 5) to study the influencing factors of the guesthouse selection. The study is divided into 2 categories: 1) 114 samples of Muang district guesthouse entrepreneur and 84 other samples of other neighbor provinces; 2) 400 samples of Thai and foreign tourists in Muang district. Data collections were depth interview and questionnaire which are divided into 2 categories: 1) questionnaire about general characteristics of the guesthouse business; service structures, framework, facilities and service rates; 2) questionnaire about behavior, needs of tourists and influencing factor of the guesthouse selection. Statistical analyses were percentage, arithmetic mean, one way ANOVA and crosstab.

The results of the study shown that: 1) the general quality of guesthouse industries are service formats and work structures; most of the guesthouse are established for 5 to 10 years under a legal registration, non registered capital, no foreign investment cooperation, using computer [only a few guesthouse use the internet to

accommodate and increase quantity of tourists]. In term of lounge, most of the rooms have a single bed and the percent of air condition rooms and non air condition rooms are equal.

The majority of guesthouse which are located in other neighbor provinces are established for less than 5 years, non registered capital, no foreign investment cooperation, few internet using, mostly twin beds with no air condition, and a single bed with air condition.

The comparison of facilities with service rates shown that most of the rooms have fan, water heater, air condition, internet (LAN/Wi-Fi) and television.

For other neighbor province guesthouses have almost the same as the guesthouse in Muang district except the internet connection.

3) The appropriateness of service rates between Muang district and other neighbor province [Lumpoon, Chiangrai, and Mae Hong Son] guesthouse shown that 340 Baths for air condition room and 346 Baths for non air condition room. The service rates are rather low because the researcher went to the sample area where the air condition room rates are low.

For other province guesthouses room rates are 512 Baths for air condition and 415 Baths for no air condition per room. The room rates from other provinces are higher than Muang District because of the high competition in Muang district.

4) The guesthouse location in Muang district is spread in the ancient town area, mostly located between Ta Pae street and Si Don Chai street and at the inner of Ta Pae gate which is the cheap rates area because of density of guesthouse there.

5) The influencing factors of the guesthouse selection in Chiangmai are cleanness, tourist property security, guesthouse security and informal service. Most of the tourists are satisfied and come back again in the following year. The tourists also tell their friends and family about their good experiences from the guesthouse. Therefore, many tourists come back and bring their friends and family with them for exchange the good experience from the guesthouse that they have experienced.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	2
วัตถุประสงค์ของโครงการ	3
คำถามการวิจัย (research question)	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (output)	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (outcomes)	5
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	6
สรุป	6
บทที่ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
กรอบแนวคิดงานวิจัย	7
การทบทวนวรรณกรรม	8
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
สรุป	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)	20
บทนำ	20
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	24

การเก็บรวบรวมข้อมูล	25
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
สรุป	26
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล</b>	28
ผลการศึกษา	29
ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการโครงสร้าง	
การทำงาน ว่ามีการให้บริการอะไรบ้าง โครงสร้างการทำงานเป็นแบบไหน	29
รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้างเหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา	34
อัตราค่าบริการเหมาะสมแล้วหรือไม่โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียง	36
ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ทั้งหมด มีจุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่	
ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน	41
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ เช่น ความปลอดภัยของ	
ทรัพย์สิน การจอดหรือไม่จดทะเบียน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่	44
สรุปภาพรวมการตอบคำถามการวิจัยทั้งหมด	57
<b>บทที่ 5 บทสรุป</b>	60
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	62
ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่	62
ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม	62
ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงการเกษตรในพื้นที่	
ที่ได้บอกกล่าวกับเจ้าของเกสต์เฮาส์	63
ข้อเสนอแนะ	63
<b>บรรณานุกรม</b>	65
<b>ภาคผนวก</b>	67
ภาคผนวก ก บทความการวิจัย	68
ภาคผนวก ข ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ และ	
กิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ	78
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม / แบบสัมภาษณ์	80
ภาคผนวก ง ภาพถ่ายกิจกรรมการดำเนินงานวิจัย	92



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%	24
ตารางที่ 2 รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ	29
ตารางที่ 3 ระยะเวลาการดำเนินกิจการ	30
ตารางที่ 4 ทุนการจดทะเบียน	30
ตารางที่ 5 การร่วมลงทุน	31
ตารางที่ 6 การใช้คอมพิวเตอร์ภายในสำนักงาน	31
ตารางที่ 7 การใช้เว็บไซต์ดำเนินกิจการอำนวยความสะดวกในการสำรองที่พัก ตรวจสอบ อัตราค่าบริการ และตรวจสอบรายละเอียดต่างๆ	32
ตารางที่ 8 รูปแบบการให้บริการของห้องพัก	32
ตารางที่ 9 ห้องพักรที่มีเครื่องปรับอากาศ	33
ตารางที่ 10 ห้องพักรที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	34
ตารางที่ 11 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก	35
ตารางที่ 12 การร่วมลงทุนหรือทำกิจกรรมกับสถานประกอบการอื่น	36
ตารางที่ 13 อัตราค่าเช่าห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ	37
ตารางที่ 14 อัตราค่าเช่าห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	37
ตารางที่ 15 การเลือกรูปแบบห้องพักของนักท่องเที่ยวคนไทย	38
ตารางที่ 16 จำนวนคนไทยที่มาพักในปี 2551-2552 แยกตามรูปแบบห้องพัก	39
ตารางที่ 17 การเลือกรูปแบบห้องพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	40
ตารางที่ 18 จำนวนคนต่างชาติที่มาพักในปี 2551-2552 แยกตามรูปแบบห้องพัก	41
ตารางที่ 19 วัตถุประสงค์ของการเดินทางกับสถานภาพการสมรส	45
ตารางที่ 20 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางกับอาชีพของนักท่องเที่ยว	46
ตารางที่ 21 ผู้ร่วมในการเดินทางในแต่ละครั้งกับเพศ	47
ตารางที่ 22 จำนวนครั้งของการเดินทางกับเพศ	47
ตารางที่ 23 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับระดับการศึกษา	48

ตารางที่ 24 การเลือกที่พักแรมกับอาชีพ	49
ตารางที่ 25 ที่อยู่ปัจจุบันกับวิธีการชำระเงินค่าที่พัก	50
ตารางที่ 26 การจองห้องพักก่อนเข้าพักกับที่อยู่ปัจจุบัน	50
ตารางที่ 27 ระยะเวลาเข้าพักกับที่อยู่ปัจจุบัน	51
ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์สถิติ F-test	52
ตารางที่ 29 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาที่พักกับอายุ	53
ตารางที่ 30 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกับอาชีพของนักท่องเที่ยว	54
ตารางที่ 31 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์	55
ตารางที่ 32 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	57

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย	7
ภาพที่ 2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory	10
ภาพที่ 3 แผนที่ตัวเมืองเชียงใหม่	42
ภาพที่ 4 รายละเอียดแผนที่บริเวณคูเมืองเชียงใหม่	43

## บทที่ 1

### บทนำ

ปัจจุบันภาคการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของ ไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกัน ซึ่งทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ทางภาครัฐบาลได้เห็น ความสำคัญในฐานะที่เป็นยุทธศาสตร์หลักในการสร้างงาน กระจายรายได้ และสร้างรายได้ในรูป ของเงินตราต่างประเทศ โดยได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และกำหนดให้การท่องเที่ยวมี ความสำคัญเป็นลำดับต้นของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นอกจากนี้ยังกำหนด แผนการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งจัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อการ ท่องเที่ยวของไทยเป็นที่รู้จักทั้งต่อชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นอุตสาหกรรมหนึ่ง ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก โดยภาครัฐมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ สำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ แม้ว่าบางครั้งจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์รอบข้าง อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่แน่นอน และสถานการณ์ทาง เศรษฐกิจที่กำลังทรุดตัวลง แต่อุตสาหกรรมนี้ยังมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ เติบโตอย่างรวดเร็วประกอบด้วย การส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ นโยบายส่งเสริมและ พัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก ด้วยการหาตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่ง ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และกระตุ้นให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้วยการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวไทยที่มี ความสวยงามและสินค้าที่น่าสนใจ

ปัจจัยด้านการบริการของที่พักในแต่ละแห่งก็สิ่งสำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้ามา เที่ยวของนักท่องเที่ยว รูปแบบการให้ข้อมูลด้านที่พักและการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการให้ ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตหรือทางสื่อโฆษณาอื่นๆ ก็ล้วนเป็นปัจจัยหลักในการเลือกเข้าพัก เพราะถ้ามี ความประทับใจต่อการบริการแต่ละแห่ง นักท่องเที่ยวก็จะอยากมาเที่ยวอีก อุตสาหกรรมเกสต์ เฮาส์จึงต้องมีการดำเนินงานปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

งานวิจัยฉบับนี้จึงเป็นการสำรวจการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์และความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ภาคีการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

### 1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเรื่องการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ยอดดอย น้ำตก สถานที่ล่องแก่ง สวนสัตว์ หรือเป็นการท่องเที่ยวตามเทศกาลหรือฤดูกาลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เทศกาลสงกรานต์ ประเพณีเดินขึ้นดอยสุเทพ เทศกาลยี่เป็ง หรือการท่องเที่ยวในฤดูหนาว นอกจากนี้ยังมีวัดที่เก่าแก่ มีโบราณวัตถุและโบราณสถานมากมาย ที่แสดงถึงวัฒนธรรมล้านนา ขนบธรรมเนียมของคนเชียงใหม่เป็นคนอบอุ่น พุดจาไพเราะ เหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง เป็นจังหวัดที่ใครๆ ก็อยากไป

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเสมือนหัวเมืองเหนือเพราะมีความเจริญมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ทางภาคเหนือ มีสาธารณูปโภคครบครัน มีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยพายัพ เป็นต้น ซึ่งถ้าได้ศึกษาเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ และการสร้างแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างดีแล้ว ก็จะทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวว่า ทำไมนักท่องเที่ยวจึงลดน้อยลง หรือว่า ช่วงไหนที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากเป็นพิเศษ จะได้จัดที่พักไว้พอเพียงสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวลดลงแล้ว ผู้คนในเชียงใหม่จะเดือดร้อนเพราะส่วนใหญ่ก็ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ที่พักต่างๆ ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจบริการนำเที่ยว ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่มีโรงแรมมากมายไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ห้องพักริมทาง ไปจนถึงโรงแรม 5 ดาว เมื่อธุรกิจท่องเที่ยวไม่ดี จะทำให้ธุรกิจด้านอื่นต้องล้มตามไปด้วยเพราะเมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามา คนก็ไม่มีเงินไปจับจ่ายใช้สอย และที่พักที่สำคัญอีกอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ก็คือ เกสต์เฮาส์

อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ที่สร้างรายได้ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ในปีหนึ่ง ๆ เป็นมูลค่าประมาณ 760 ล้านบาท (รายงานท่องเที่ยวรายสาขา อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2550 ) ซึ่งเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนมากมาย ถ้าทราบถึงรูปแบบการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์และความต้องการของผู้ใช้บริการก็จะทำให้อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์มีการพัฒนาให้ตรงตามมาตรฐานและความต้องการของผู้ใช้บริการได้ และที่สำคัญอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ก็มีทั้งที่มีใบอนุญาตประกอบการและไม่มีใบอนุญาตประกอบการ ส่วนมากเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่จะไม่มีใบอนุญาตและไม่ได้จดทะเบียน

สาเหตุอาจจะเป็นเพราะผู้ประกอบการบางรายมีการดัดแปลงที่พักจากบ้านให้มาเป็นเกสต์เฮาส์ และเล็งการเสียภาษีให้กับรัฐบาลจึงทำให้เกสต์เฮาส์บางแห่งไม่ได้รับมาตรฐานและอาจมีการเอาเปรียบผู้ที่ใช้บริการได้ ซึ่งส่วนมากจะเป็นชาวต่างชาติ อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ได้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ

โครงสร้างการทำงานของเกสต์เฮาส์

1.2.2 เพื่อศึกษารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์

1.2.3 เพื่อศึกษาอัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์

1.2.4 เพื่อศึกษาลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์

1.2.5 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลของการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์

## 1.3 คำถามการวิจัย (research question)

1.3.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน ว่า มีการให้บริการอะไรบ้าง โครงสร้างการทำงานเป็นแบบไหน

1.3.2 รูปแบบ สิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา

1.3.3 อัตราค่าบริการ เหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดต่าง ๆ เช่น ลำพูน เชียงราย แม่ฮ่องสอน เป็นต้น

1.3.4 ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ทั้งหมด มีกี่จุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนมากชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน

1.3.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน การจดทะเบียนและการไม่จดทะเบียน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจเกสต์เฮาส์ หมายถึง ห้องพัก หรือ สถานที่พักแรมแบบประหยัด ที่สร้างเป็นอาคารไม้ หรือคอนกรีต สามารถพักอาศัยได้ทั้งชายและหญิง ชื่อสถานที่ มีคำว่า “เกสต์เฮาส์” , “เฮาส์” หรือ

“โฮม” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดประเภทเป็น เกสต์เฮาส์ ตามเอกสารเผยแพร่ “รายชื่อที่พักใน จ. เชียงใหม่” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2547)

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่

ราคา หมายถึง อัตราค่าห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ของเกสต์เฮาส์ รวมไปถึงวิธีและขั้นตอนการชำระเงิน ได้แก่ ค่าราคาห้องพักที่แน่นอน ต่อรองไม่ได้ ราคาห้องพักที่ต่อรองได้ การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน

การใช้บริการเกสต์เฮาส์ หมายถึง การเข้าพักค้างคืนในห้องพักของเกสต์เฮาส์

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวสัญชาติไทย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่

นักท่องเที่ยวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีสัญชาติไทย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบ ลักษณะ รูปแบบการให้บริการของเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเลือกห้องพักในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่ ที่มีต่อการเข้าพักในเกสต์เฮาส์ โดยกลุ่มประชากรที่ศึกษาจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

### 1.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่ รวมไปถึงใน จ. ใกล้เคียง ได้แก่ ลำพูน เชียงราย แม่ฮ่องสอน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เลือกเข้าพักในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่

### 1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่ โดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan ได้จำนวน 114 ชุด รวมถึง จ. ใกล้เคียง ได้แก่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน จำนวน 84 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เลือกเข้าพักในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1970: 580-581) ความเชื่อมั่น 95 % ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติจำนวน 400 ตัวอย่าง

### 1.5.3 ตัวแปรที่จะศึกษา

1.5.3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.5.3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การปรับปรุงที่พักเกสต์เฮาส์ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

## 1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (output)

1.6.1 ทราบลักษณะทั่วไป รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และ จ.ใกล้เคียง

1.6.2 ทราบรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และ จ.ใกล้เคียง

1.6.3 ทราบอัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และ จ.ใกล้เคียง

1.6.4 ทราบทำเลที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และ จ.ใกล้เคียง

**1.6.5** ทราบปัจจัยของที่พักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (outcomes)

ประโยชน์จะได้รับการวิจัย

1.7.1 จากข้อมูลลักษณะโครงสร้างการทำงานและรูปแบบการให้บริการของเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ใช้ในการตัดสินใจในเข้าพักของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ

1.7.2 จากข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกของเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ผู้ประกอบการรายอื่นใช้ประกอบการตัดสินใจในการจัดการธุรกิจ

1.7.3 ผู้ที่จะใช้บริการเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ใช้ข้อมูลอัตราค่าบริการประกอบการตัดสินใจเข้าพัก

1.7.4 ข้อมูลทำเลที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ใช้ในการตัดสินใจของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ

1.7.5 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวไทย ให้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจประกอบธุรกิจในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

1.7.6 งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อยอดใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ

## 1.8 แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.8.1 จัดระเบียบเกสต์เฮาส์ทั้งหมดในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ทั้งจดทะเบียนและไม่จดทะเบียน อย่างน้อยให้ได้มาตรฐานตามกฎหมาย

1.8.2 ปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ให้เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจ

1.8.3 ประชาสัมพันธ์ เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รู้จักเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการและสนับสนุนการท่องเที่ยว

1.8.4 นำไปพัฒนาร่วมกับเครือข่ายวัฒนธรรมทางภาคเหนือ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขต จ.เชียงใหม่ หรือจังหวัดใกล้เคียง

## 1.9 สรุป

การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับด้านผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ ในเรื่องของรูปแบบการให้บริการ ค่าบริการ ที่ตั้ง และโครงสร้างการทำงานแบบต่างๆ ว่าเป็นอย่างไร และศึกษาในด้านผู้บริโภค คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเรื่องของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกที่พักและความคิดเห็นที่มีต่อการเข้าพักในแต่ละเกสต์เฮาส์ ทำให้ทราบเกี่ยวกับการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้นำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ให้ดีขึ้น รวมทั้งการนำไปใช้ร่วมกับเครือข่ายวัฒนธรรมทางภาคเหนือ ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย



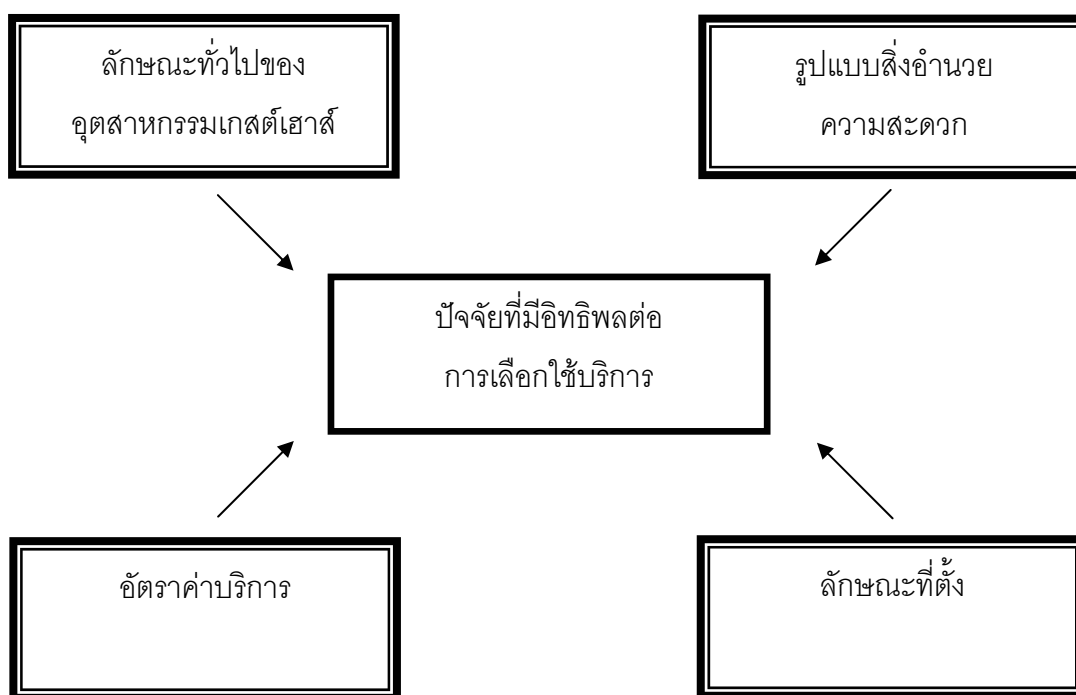
## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดงานวิจัย วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลของที่พักรต่อการเลือกใช้บริการ เกสต์เฮาส์ขึ้นอยู่กับดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ โดยผู้ประกอบการจะเป็นทางด้าน Supply ส่วนนักท่องเที่ยวจะเป็นทางด้าน Demand

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย



## 2.2 การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของ อ.เมือง จ.เชียงใหม่
2. อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรม

ประเภทเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

4. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว
5. อุปสงค์การท่องเที่ยว
6. อุปทานการท่องเที่ยว
7. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
8. ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

### 1. สภาพทั่วไปของ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

เชียงใหม่เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างกล่าวขวัญที่จะมาเยือน เพราะมีสภาพอากาศที่บริสุทธิ์ แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติของขุนเขา มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากมาย และชาวเชียงใหม่มีน้ำใจไมตรีที่ดีงาม สภาพภูมิอากาศอยู่ในเขตร้อนชื้น แต่ไม่ร้อนอบอ้าวมากนัก

ปัจจุบันเชียงใหม่ นับเป็นเมืองใหญ่และสำคัญที่สุดของภาคเหนือ และในขณะเดียวกันก็ยังเป็นเมืองที่รวบรวมศิลปกรรม โบราณวัตถุ ตลอดจนวัฒนธรรมดั้งเดิมของล้านนาไทยเอาไว้

พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นป่าละมေးและภูเขา มีที่ราบอยู่ตอนกลางตามสองฟากฝั่งแม่น้ำปิง อาณาเขตของจังหวัดเชียงใหม่ ทิศเหนือจรดรัฐเชียงตุงของสหภาพพม่า ทิศใต้จดจังหวัดลำพูน และตาก ทิศตะวันตกจดจังหวัดแม่ฮ่องสอน ทิศตะวันออกจดจังหวัดเชียงราย ลำปาง และลำพูน

ตั้งอยู่บนเส้นรุ้งที่ 16 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 99 องศาตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 1,027 ฟุต ห่างจากกรุงเทพฯ 700 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 20,107 ตารางกิโลเมตร (สืบค้นจาก <http://www.lannafood.com/aboutchiangmai.php> เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2553)

## 2. อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่

นฤกุล เครือฟู และคณะ (2548) ได้อธิบายเรื่องอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ว่า อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์สร้างรายได้ให้แก่เชียงใหม่ปีหนึ่งๆ ประมาณ 760 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าเพิ่มประมาณ 540 ล้านบาท มีการจัดสรรมูลค่าเพิ่มระหว่างเจ้าของแรงงานและเจ้าของทุนในอัตรา 46 : 52 สำหรับแรงงานไทยจะได้รับร้อยละ 95 เจ้าของทุนคนไทย ร้อยละ 100 สำหรับส่วนที่ตกแก่รัฐค่อนข้างน้อยมาก เพราะส่วนใหญ่เป็นกิจการที่ไม่จดทะเบียน

อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์มีการแข่งขันสูง และใช้กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือในการแข่งขันผู้ประกอบการต้องใช้แรงงานอย่างประหยัด ประมาณ 1 คนต่อ 4 ห้อง เทียบกับโรงแรมที่เท่ากับ 1 คนต่อ 1.42 ห้อง อีกทั้งยังมีการลดแลกแจกแถม เพราะเจ้าของมักมีบริการนำเที่ยวและซักอบรีดร่วมไปด้วย และเกสต์เฮาส์ส่วนใหญ่ยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน เกือบทั้งหมดไม่มีใบอนุญาตให้บริการและบางส่วนจะให้บริการเฉพาะฤดูท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจะใช้ความยืดหยุ่นและความสามารถเฉพาะตัวบริการลูกค้าอย่างเป็นกันเองเพื่อเรียกลูกค้าอีกทางหนึ่ง

## 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

โกศล วัชรโพน (2542) ได้อธิบายเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ว่า เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการคือ อัตราค่าห้องพักเหมาะสมและสามารถจ่ายได้ รองลงมาคือ ความสะดวก และได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือผู้อื่นที่รู้จักหรือเคยใช้บริการมาก่อน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เรียงลำดับความสำคัญคือ

ด้านสถานที่ คือ ความสะดวก และความปลอดภัย

ด้านราคา คือ ราคาห้องพักแสดงไว้ชัดเจน เป็นราคาที่แน่นอน และต่อรองราคา

ด้านการบริการ คือ ความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน และการสนองตอบความต้องการของลูกค้า

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การให้บริการตู้รับฝากและห้องอาหาร

ด้านสัญลักษณ์ คือ ชื่อเสียงของเกสต์เฮาส์และการเปิดให้บริการมานาน

ด้านวัสดุสื่อสาร คือ การแนะนำโดยหนังสือท่องเที่ยว และคำบอกเล่าปากต่อปาก

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบในระหว่างพักแรมมากที่สุด จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดคือ

ด้านสถานที่ คือ เสียดังรบกวน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ไม่มีกระดาดชำระไว้บริการในห้องน้ำ

ด้านราคา คือ การโกงค่าบริการต่างๆ

ด้านการบริการ คือ อาหารที่บริการไม่ดี

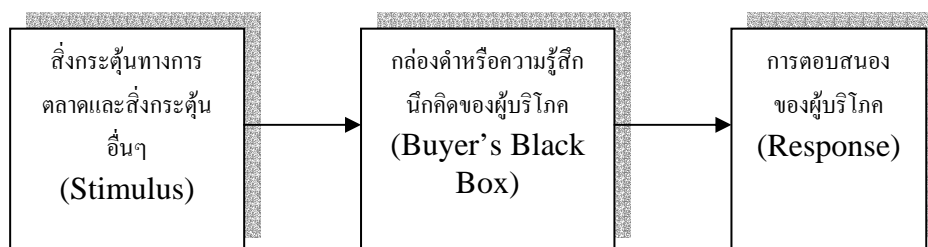
ด้านวัสดุสื่อสาร คือ ความรำคาญเมื่อมาถึงสนามบิน สถานีรถไฟ หรือสถานีขนส่ง  
เนื่องจากคนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กๆ

ด้านสัญลักษณ์ คือ การกล่าวถึงเกสต์เฮาส์ในทางเสียหายโดยคนขับรถแท็กซี่หรือรถตุ๊กๆ  
ที่พยายามชักชวนให้ไปพักเกสต์เฮาส์หรือโรงแรมอื่น

#### 4. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldler (1986 : อ้างจาก บุษบา สุธีธร และ ภัสวลิ นิติเกษตรสุนทร , 2541) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

ภาพที่ 2 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างง่าย หรือ S-R Theory



ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . (2541) . การบริหารการตลาดยุคใหม่ . หน้า 128-130.

จากภาพที่ 2 จะเห็นว่าการตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการต่างๆ จะเกิดจากสิ่งกระตุ้นมากระตุ้นความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคตอบสนองในการซื้อสินค้าและบริการ

ซึ่งตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การค้นหาการตามชายหาด การหย่อนใจ ด้วยการบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาสุขภาพ

2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Culture Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่น เรื่องราวที่เกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะได้พบคนใหม่ๆ

4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม และการศึกษา เป็นต้น

## 5. อุปสงค์การท่องเที่ยว

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527) กล่าวว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวหมายถึงความปรารถนาของคนที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546) ให้ความหมายคำว่า “อุปสงค์การท่องเที่ยว” ว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการ อำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการที่กำหนดในระยเวลานั้นๆ โดยปริมาณสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญเนื่องจากเป็นตัวผลักดันที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไปและสินค้าท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น นำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น

อุปสงค์การท่องเที่ยวทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักลงทุนมาลงทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้นทั้งประชาชน และนักลงทุนต่างพยายามให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางรายได้ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ ทำให้เกิดการเพิ่มรายได้ และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือ

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การมีรายได้และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การมีอาชีพและมีเวลามากขึ้น การพัฒนาทางด้านคมนาคมขนส่ง และการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์
2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

## 6. อุปทานการท่องเที่ยว

หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527) ได้ให้ความหมายของ “อุปทานการท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรม สิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้นมา และจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

อุปทานการท่องเที่ยวมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็น “ความรู้สึก” การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น
2. เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอยหรือสินค้าส่งออกจำบัง ในการขายสินค้าและบริการจะไม่มีตัวตนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคแต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง
3. ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลทำให้การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจราจร สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น
4. ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายแต่จะคงสภาพและปริมาณเท่าเดิมหากมีการจัดการ การพัฒนา และการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนสินค้าอื่นๆ
5. ผลผลิตไม่สามารถเก็บไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนห้องพักและแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยให้การจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม จะนำไปสู่ดุลยภาพที่อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเท่ากัน

## 7. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) กล่าวว่า “ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4 Ps)” หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ สินค้าที่นำมาเสนออาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญที่สุดของส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ/หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) หมายถึง คุณสมบัติทางด้านผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วย

1.1.1 ความแตกต่างด้านบริการ (Service Differentiation) เป็นการสร้างความแตกต่างกันด้านบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง และลูกค้าพึงพอใจ หรือเรียกว่าผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) ซึ่งประกอบด้วย การติดตั้ง การขนส่ง การฝึกอบรมลูกค้า การบริการให้คำแนะนำลูกค้า และบริการด้านอื่น ๆ

1.1.2 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นกิจกรรมการออกแบบต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทให้แตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถสนองความพึงพอใจของลูกค้า

1.1.3 ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation) เป็นการสร้างความแตกต่างกันในคุณสมบัติของบุคลากร ธุรกิจจะมีข้อได้เปรียบคู่แข่งขึ้นโดยการจ้างและฝึกพนักงานที่ดีกว่าคู่แข่ง การฝึกอบรมพนักงานให้มีคุณภาพ

1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินและ/หรือสิ่งอื่นๆ ที่สนองความต้องการในการเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) และทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานที่มุ่งหวังกำไรหรือไม่มุ่งหวังกำไรต่างต้องมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของตนเอง ราคามีบทบาทที่สำคัญในส่วนประสมทางการตลาดอยู่ 2 ประการคือ

2.1 ราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าจะตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ และถ้าจะซื้อ จะซื้อในราคาเท่าไร โดยทั่วไปแล้วลูกค้าจะพิจารณาถึงคุณค่าที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยน รวมทั้งเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

2.2 ราคามีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร โดยปกติแล้วราคาเป็นองค์ประกอบเดียวของการตลาดที่ก่อให้เกิดรายได้ และมีความยืดหยุ่นมากที่สุดด้วย คือ ราคาสสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นข้อกำหนดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีพร้อมสำหรับการซื้อหา และสามารถซื้อหาได้ทุกที่ของตลาดเป้าหมาย ดังนั้น ในด้านการจัดจำหน่าย จึงเกี่ยวข้องกับช่องทางการตลาด ซึ่งเป็นกลไกขั้นพื้นฐานในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปถึงตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือกลไกที่เชื่อมต่อไปจากผู้ผลิตกับลูกค้า ซึ่งประกอบขึ้นจากเครือข่ายการขาย หรือหน่วยบริการที่เป็นธุรกิจเอง รวมทั้งองค์กรภายนอกต่างๆ อันได้แก่ ตัวแทนจำหน่าย และพ่อค้าคนกลาง โดยที่ช่องทางการจัดจำหน่ายจะมีบทบาทเป็นท่อลำเลียงในเชิงกายภาพ สำหรับผลิตภัณฑ์ตั้งแต่คลังสินค้าจนกระทั่งส่งถึงลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูงใจ หรือเป็นการเตือนความจำของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยเครื่องมือ 5 ประการ ดังนี้ (สุมิตล แม่นจริง, 2546)

4.1 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบการนำเสนอใดๆ ที่ไม่ใช้บุคคลเพื่อเป็นการเสนอความคิดเห็น สินค้าหรือบริการ โดยผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ และผู้ทำการโฆษณาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับเจ้าของสื่อนั้นๆ

4.2 การขายโดยบุคคล (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้าผู้คาดหวัง โดยใช้พนักงานขาย เพื่อทำการเสนอขาย และตอบข้อโต้แย้งต่างๆ เพื่อให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อ

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือระยะสั้นที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการซื้อในระยะเวลาอันรวดเร็ว

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่กระทำขึ้นเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ รักษาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริษัท เป็นงานที่มุ่งหวังในการสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย



4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในลักษณะที่เป็นการติดต่อส่วนบุคคลโดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างให้เกิดการตอบสนองโดยตรง และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

## 8. ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

ภาวิณี ธัญกานต์สกุล (2546) ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ พบว่า

ด้านห้องพัก มีความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 1,527 คนต่อวัน เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ 413,651 คนต่อปี จึงมีความสามารถเหลือพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกปี

ด้านบุคลากรและการบริการ ส่วนใหญ่มีเพียงพอในการให้บริการ แต่มีปัญหาในการจัดการบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเนื่องจากไม่ได้รับการอบรมในการให้บริการที่ดี การให้บริการเสริมจะช่วยเพิ่มรายได้ของเกสต์เฮาส์ส่วนใหญ่ บริการเสริมขั้นพื้นฐาน เช่น ร้านอาหาร ชักอบรีด จัดนำเที่ยว เป็นต้น พอเพียงพอต่อความต้องการและสามารถรองรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างดี

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมากและพอใจมากที่สุดในด้านการให้บริการด้านอื่นๆ นอกเหนือไปจากการให้บริการที่พักแรม เช่น ร้านอาหาร ชักอบรีด และสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจพักแรมแบบเกสต์เฮาส์คือบรรยากาศและสไตล์การตกแต่งของสถานประกอบการ ราคาถูก และได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือ ความไม่สุภาพของบุคลากร กวาระเบียบของสถานประกอบการ ความสกปรก ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความไม่เหมาะสมของราคา ตามลำดับ

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โกศล วัชรโพน (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์เพราะมีราคาถูก ค่ำค่าเงินที่จ่าย รองลงมาเพราะประหยัด

แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้ยินหรือได้รับรู้เกี่ยวกับเกสต์เฮาส์ก่อนมาใช้บริการส่วนใหญ่คือ คำแนะนำจากหนังสือแนะนำเที่ยว รองลงมาคือ คำบอกเล่าปากต่อปาก

ฐิติ ฐชาติ (2546) กล่าวว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนานาชาติ บริษัทนำเที่ยวเป็นหน่วยธุรกิจที่สำคัญที่สุดในระบบการท่องเที่ยว และกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ การส่งเสริมการตลาดจึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการบริโภค เข้าใจผลิตภัณฑ์หรือการบริการ แหล่งท่องเที่ยวก็เป็นแหล่งสำคัญที่จะทำให้เกิดความประทับใจ และทำให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือมีความต้องการที่จะกลับไปอีก หรือบอกต่อไปยังบุคคลอื่นๆ

วิเชียร พอนอ่วม (2540) วิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาทัวร์ป่าจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาคธุรกิจเอกชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว การให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว แต่จะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว การสร้างความพึงพอใจและจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

วราภรณ์ งามสมสุข (2548) ศึกษาการประเมินมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ณ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง จ.เชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส อายุระหว่าง 26-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ ค้าขาย และธุรกิจส่วนตัวเป็นหลัก รายได้ระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมายังสถานีฯ คือ รถโดยสารประจำทาง และพักค้างคืนที่สถานีฯ มากกว่าการเที่ยวชมแบบมาเช้า-เย็นกลับ

ศิริรัตน์ หอมนาน (2548) ศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านรอบบริเวณศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ พบว่า หมู่บ้านรอบบริเวณศูนย์ศึกษาฯ มีความพร้อมในระดับมากในด้านการเข้าถึง มีความพร้อมในระดับปานกลางในด้านสิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และพื้นที่ในการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว และมีความพร้อมในระดับน้อยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการมีส่วนร่วมของชุมชนในแนวทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

น้ำฝน แหม่มบำรุง (2548) ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยฯ พบว่า บ้านพักมีจำนวนจำกัดไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ทางศูนย์วิจัยฯ ควรเพิ่มจำนวนเตียงให้มากขึ้น พร้อมทั้งจัดหาสถานที่สำหรับกางเตียงให้เพียงพอ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

รัตนพร ถาวร (2548) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีวัตถุประสงค์ที่จะมาท่องเที่ยวเพียงครั้งเดียวและนิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มักเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและเดินทางมาเชียงใหม่มากกว่าหนึ่งครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียวและเดินทางมาเชียงใหม่เพียงครั้งแรก สำหรับการบริการประเภทโรงแรมในเชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมพักโรงแรมในเขต อ.เมือง ทำการจองที่พักล่วงหน้า และจ่ายค่าที่พักเป็นเงินสด ข้อมูลที่ใช้ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยจะทราบข้อมูลมาจากญาติและกลุ่มเพื่อน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักหาข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการห้องพักของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ แสงราคาที่ปักไว้ อย่างชัดเจน รองลงมาคือราคามีหลายระดับให้เลือก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ ราคามีหลายระดับให้เลือก รองลงมาคือความปลอดภัยในชีวิต

ศรัณยา พัฒนระณรงค์เลิศ (2548) ศึกษาปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มที่เลือกพักโรงแรมและเกสต์เฮาส์ส่วนใหญ่มีสัญชาติอยู่ในทวีปยุโรป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ทักษะเฉพาะเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเชียงใหม่เป็นครั้งที่สอง และครั้งนี้มาเที่ยวเฉพาะประเทศไทยเท่านั้น

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านที่ตั้ง มีอิทธิพลสูงสุดต่อกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโรงแรม รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รูปลักษณะ/การบริการ และการส่งเสริมการขายตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อกลุ่มตัวอย่างที่

เลือกพักเกสต์เฮาส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้ง รูปลักษณ์/การบริการ และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ในขณะที่ที่พักในโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ ได้แก่ สภาพภายใน/ภายนอกของโรงแรมและเกสต์เฮาส์ควรได้รับการดูแลให้สวยงามอยู่เสมอ สภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าควรได้รับการดูแลให้ใช้งานได้ดี ราคาที่พักควรเหมาะสมกับคุณภาพของที่พักมากกว่านี้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักโรงแรมระบุปัญหาเพิ่มเติมว่า ควรมีการเพิ่มบริเวณที่สามารถสูบบุหรี่ได้ ควรเพิ่มจำนวนหนังสือพิมพ์ที่ให้บริการ และไม่ควรคิดค่าบริการเพิ่มในการรับส่งแขกระหว่างที่พักกับสนามบิน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกพักเกสต์เฮาส์ระบุปัญหาเพิ่มเติมว่า ควรมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ควรจัดคนที่มีหน้าที่เตือนแขกที่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น ควรมีการกำจัดขยะภายในที่พัก และควรมีร้านอาหารภายในเกสต์เฮาส์หรือบริเวณใกล้เคียง

วรพล วัฒนเหลืออรุณ (2548) ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระบบเหมืองฝายของภูมิปัญญาชาวบ้าน : กรณีศึกษา หมู่บ้านห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความพร้อมและการใช้แนวทางภูมิปัญญาชาวบ้านในการจัดทำระบบเหมืองฝายกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะต้องมีการจัดเตรียมการบริการให้กับนักท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภค การฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวัฒนธรรม แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง สำหรับพื้นที่ตำบลแม่วินนั้นมีความหลากหลายในกิจกรรมและความหลากหลายในทรัพยากรการท่องเที่ยว

เกศศณีย์ สัตตรัตน์ขจร (2548) ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษาหมู่บ้านปางมะโอ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง พบว่า กระบวนการพัฒนาหมู่บ้านปางมะโอให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเริ่มต้นจากนโยบายของรัฐที่ต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น โดยการส่งเสริมโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว และโครงการหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ โดยมีกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยเป็นผู้รับผิดชอบโครงการดังกล่าว และมอบนโยบายพร้อมทั้งแนวทางปฏิบัติให้กับพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทะ ซึ่งทำให้หมู่บ้านปางมะโอถูกคัดเลือกให้เป็นพื้นที่ดำเนินการของโครงการดังกล่าว

จันทร์จิราพร พิบูลย์ (2548) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือเอมิเรตส์

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศสหรัฐฯ ให้ความสำคัญกับบริษัททัวร์ในฐานะสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และเลือกที่พักแรมประเภทโรงแรม โดยมีปัจจัยคุณลักษณะของที่พักแรมที่สำคัญที่สุดในการเลือกคือ ทำเลที่ตั้งของโรงแรมที่อยู่ย่านใจกลางเมือง มีความสะดวกสบายในการเดินทาง และเลือกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา เป็นต้น โดยมีปัจจัยคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวคือ ความปลอดภัย และกลุ่มตัวอย่างเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงฤดูฝน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-กันยายน โดยเฉพาะเดือนสิงหาคมมีจำนวนมากที่สุด ระยะเวลาในการพำนักรักษาและท่องเที่ยว 3-7 วัน

## 2.4 สรุป

**การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)** เป็นการศึกษาจากเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เพื่อให้ทราบพื้นที่ตั้ง การกระจุกตัวของเกสต์เฮาส์ การดำเนินงานของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ในหลายๆ ด้าน โดยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแยกได้เป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวและอุปทานการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว และสถานประกอบการมีสิ่งที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ในด้านของความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ด้านห้องพัก พบว่า มีความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 1,527 คนต่อวัน เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ 413,651 คนต่อปี จึงมีความสามารถเหลือพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกปี

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** เป็นการศึกษางานวิจัยเรื่องการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในเชียงใหม่และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยศึกษางานวิจัยของโกศล วัชรโรจน์ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ของน้ำฝน แซ่มบำรุง เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ และงานวิจัยอื่นๆ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 บทนำ

โครงการวิจัยเรื่อง การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ ต่อ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ คณะผู้วิจัยได้มีการศึกษาเพื่อตอบคำถามการ  
วิจัยใน 5 ข้อดังนี้

3.1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้าง  
การทำงาน ว่ามีการให้บริการอะไรบ้าง โครงสร้างการทำงานเป็นแบบไหน

3.1.2 รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา

3.1.3 อัตราค่าบริการ เหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียง

3.1.4 ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ทั้งหมด มีที่จุด ที่โซน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่  
ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน

3.2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ทั้งหมด เช่น ความปลอดภัย  
ของทรัพย์สิน การจดทะเบียนและการไม่จดทะเบียน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

**คำถามการวิจัยข้อที่ 1 :** ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการ  
ให้บริการ โครงสร้างการทำงาน ว่ามีการให้บริการอะไรบ้าง โครงสร้างการทำงานเป็นแบบไหน

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สถานประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และในเขต  
จังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ลักษณะเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการ  
ทำงาน จากเอกสารที่เกี่ยวข้องและจากอินเทอร์เน็ต

2. สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์

3. สรุปข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร อินเตอร์เน็ตและการสัมภาษณ์ นำมาสรุปเชิงพรรณนาเกี่ยวกับที่ตั้งเกสต์เฮาส์ ลักษณะของการให้บริการแบบต่างๆ

**คำถามการวิจัยข้อที่ 2 :** รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่ เมื่อเทียบกับราคา

#### **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

สถานประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และในเขตจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน

#### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ที่ตั้ง ลักษณะของรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์ จากแบบสอบถาม
2. สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์ ถึงการให้ข้อคิดเห็นด้านความต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว
3. สรุปข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาสรุปเขียนบรรยายเกี่ยวกับรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกของเกสต์เฮาส์ และเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียงถึงราคาที่ต่างกัน

**คำถามการวิจัยข้อที่ 3 :** อัตราค่าบริการ เหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียง

#### **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

สถานประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และในเขตจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน

#### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. ศึกษาข้อมูลอัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์ จากแบบสอบถามผู้ประกอบการ

2. นำข้อมูลราคาที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ จ.ลำพูน จ.แม่ฮ่องสอน และ จ.เชียงราย

3. สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาเปรียบเทียบกับอัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์ และเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียงถึงราคาที่ต่างกัน

**คำถามการวิจัยข้อที่ 4 :** ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ทั้งหมดมีกี่จุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน

#### **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

สถานประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

#### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เอกสารที่เกี่ยวข้อง และอินเทอร์เน็ต

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ จากเอกสารที่เกี่ยวข้องและจากอินเทอร์เน็ต
2. สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์ว่าที่พักแถวไหนมีนักท่องเที่ยวไปใช้บริการมาก

3. สรุปข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร อินเทอร์เน็ตและการสัมภาษณ์ นำมาสรุปเขียนบรรยายเกี่ยวกับที่ตั้งเกสต์เฮาส์ การกระจุกตัว ลักษณะของการให้บริการ
2. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ นำมาเขียนบรรยายเกี่ยวกับลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ทั้งหมด มีกี่จุด กี่โซน

**คำถามการวิจัยข้อที่ 5 :** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ทั้งหมด เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน การจดทะเบียนและการไม่จดทะเบียน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

#### **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่พักในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่



### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. สัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่

2. สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์

#### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาสรุปเขียนบรรยายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่

2. รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาเขียนบรรยายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

### **3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 พวก คือ

1. สถานประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเลขสุ่มของเครจซีและมอร์แกน (R.V. Krejcie and D.W. Morgan) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการคือ จำนวน 114 ตัวอย่าง และ 84 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างเกสต์เฮาส์ให้ได้ตามจำนวนดังกล่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์

2. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามต้องการคือ 400 คนดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ขนาด ประชากร	ขนาดตัวอย่างตามความคลาดเคลื่อน					
	±1%	±2%	±3%	±4%	±5%	±10%
500	-	-	-	-	222	83
1,000	-	-	-	385	286	91
1,500	-	-	638	441	361	94
2,000	-	-	718	476	333	95
2,500	-	1,250	769	500	345	96
3,000	-	1,364	811	517	353	97
3,500	-	1,458	843	530	359	97
4,000	-	1,538	870	541	364	98
4,500	-	1,607	891	549	367	98
5,000	-	1,667	909	556	370	98
6,000	-	1,765	938	566	375	98
7,000	-	1,842	959	574	378	99
8,000	-	1,905	976	580	381	99
9,000	-	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
> 100,000	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ที่มา : ตาราง Taro Yamane (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์ 2538)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์  
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)  
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองทั้งฉบับ ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการตอบที่เป็นทั้งคำถามปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของเกสต์เฮาส์ โดยประเด็นสำคัญคือ ต้องการทราบเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงอัตราค่าบริการของ อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ในแต่ละที่ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และใช้เป็นข้อมูลให้กับ นักท่องเที่ยวที่ต้องการเลือกที่พัก

**ตอนที่ 2** สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง เกษตรในพื้นที่ โดยประเด็นสำคัญคือ ต้องการทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาว ไทยและชาวต่างชาติว่า ต้องการให้อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด รูปแบบสิ่ง อำนวยความสะดวกเป็นที่พึงพอใจแล้วหรือไม่ ต้องการปรับเปลี่ยนตรงไหนบ้าง เพื่อเป็นข้อมูลใน การดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

**ตอนที่ 3** สัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจเกสต์เฮาส์ โดยประเด็นสำคัญคือ ต้องการทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เป็นเชิงข้อมูล คุณภาพในเรื่องกว้างๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ของไทย เช่น ปัญหาการคิดค่าบริการ ปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อม ปัญหาของห้องพัก เป็นต้น

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขถ้อยคำของข้อ คำถาม ตัดข้อคำถามบางข้อที่มีความซ้ำซ้อนหรือใกล้เคียงกับข้อคำถามอื่นออก เพิ่มเติมและเรียบ เรียงลำดับข้อคำถามใหม่ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และเนื้อหา ของการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ค่าการ ทดสอบ one way Anova และการแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร (Crosstab)

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการค้นหาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2552 โดยการ สืบค้นจากห้องสมุด อินเทอร์เน็ต สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นข้อมูล เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งและจำนวนเกสต์เฮาส์ เพื่อใช้ในการเตรียมพร้อมก่อนลงสำรวจในพื้นที่จริง

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ ในเขต อ.เมือง จ. เชียงใหม่ ตั้งแต่เดือนกันยายน – ตุลาคม 2552
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ ในเขต จ.ลำพูน จ. เชียงราย และ จ.แม่ฮ่องสอน ตั้งแต่เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2553
4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขต อ. เมือง จ.เชียงใหม่ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 – กุมภาพันธ์ 2553

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำไปลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows, Microsoft Excel และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของเกสต์เฮาส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistic) ด้วยค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ )

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ค่าการทดสอบ one way Anova และการแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร

ตอนที่ 3 สัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจเกสต์เฮาส์ จากปัจจัยการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว และผลกระทบต่อเจ้าของเกสต์เฮาส์ ซึ่งประมวลผลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### 3.6 สรุป

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

ใน 4 เดือนแรกเป็นการสำรวจ (Survey) โดยการลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์ในส่วนของ การดำเนินงานธุรกิจเกสต์เฮาส์เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวก อัตราค่าบริการ ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และความต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้บอกกล่าวกับผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์

ใน 4 เดือนหลังเป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเฮาส์ใน จ.ใกล้เคียง ในส่วนของอัตราค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์ และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้มาเที่ยวและเลือกพักในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เกี่ยวกับความต้องการเลือกที่พัก ปัจจัยในการเข้าพัก รวมถึงสิ่งที่อยากให้ปรับปรุงเพิ่มเติม

## บทที่ 4

## ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

Output		ในกรณีล่าช้า (ผลสำเร็จไม่ถึง 100%) ให้ท่านระบุ สาเหตุ และการแก้ไขที่ ท่านดำเนินการ
กิจกรรมในข้อเสนอโครงการ/ หรือจากการปรับแผน	ผลสำเร็จ (%)	
1. ได้ข้อมูลความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง เกษตรในพื้นที่	80%	ช่วงสำรวจข้อมูลในพื้นที่ไม่ใช่ฤดูการ ท่องเที่ยว เหตุผลที่ทำให้ความสำคัญเพราะ นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลการท่องเที่ยว เชิงเกษตรและผู้ประกอบการนำไปใช้ ปรับปรุงเกสต์เฮาส์ได้ การแก้ไขทำได้โดย การกระจายพื้นที่รอบๆ ตัวเมืองเชียงใหม่ ตามที่พักต่างๆ เพราะนักท่องเที่ยวส่วน ใหญ่เดินทางมาพักผ่อนก่อน 1-2 วันเพื่อ ศึกษาข้อมูลก่อนท่องเที่ยวจริง
2. ได้ผลการวิเคราะห์ของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง เกษตรในพื้นที่	80%	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สถานที่ตาม ธรรมชาติต่างๆ และวัฒนธรรมต่างๆ เพราะการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวจะพักอยู่แถบโครงการหลวง
3. ข้อเสนอแนวทางการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง เกษตรในพื้นที่ที่สอดคล้องกับ ความ ต้องการของนักท่องเที่ยว	70%	เนื่องจากได้ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ และภาคีที่เกี่ยวข้องที่แตกต่างกันมาก ผล ที่ได้จึงไม่เป็นไปในทางเดียวกัน การแก้ไข ทำได้โดยการแนะนำผู้ประกอบการเกสต์ เฮาส์ให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริง ของนักท่องเที่ยว
4. คู่มือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร สำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่	100%	

#### 4.1 ผลการศึกษา

##### 4.1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน ว่ามีการให้บริการอะไรบ้าง โครงสร้างการทำงานเป็นแบบไหน

ผลการศึกษาบรรลุมิติวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ดังนี้

รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ จัดทะเบียนตามกฎหมายจำนวน 95 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 83 ของทั้งหมด และไม่จดทะเบียนจำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 17

จ.ภูเก็ตจดทะเบียนตามกฎหมายจำนวน 72 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 86 ของทั้งหมด และ ไม่มีการจดทะเบียนจำนวน 12 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14

รูปแบบการจัดตั้งของเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ และ จ.ภูเก็ตมีลักษณะคล้ายๆ กันดัง ตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รูปแบบการจัดตั้งองค์กรธุรกิจ

รูปแบบ	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ภูเก็ต	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
จดทะเบียน	95	83.3	72	85.7
ส่วนบุคคล ห้างหุ้นส่วนที่ไม่เป็นนิติบุคคล	41	36.0	56	66.7
ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด	35	30.7	0	0.0
บริษัทจำกัด	11	9.6	10	11.9
รูปแบบอื่นๆ	8	7.0	6	7.1
ไม่จดทะเบียน	19	16.7	12	14.3
<b>รวม</b>	<b>114</b>	<b>100.0</b>	<b>84</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : N คือจำนวนตัวอย่าง

ระยะเวลาการดำเนินกิจการ ส่วนใหญ่ 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 44 และไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 42

จ.ภูเก็ต ส่วนใหญ่ไม่ถึง 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 48 และ 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 36

เกสต์เฮาส์ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ดำเนินการมานานกว่าดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระยะเวลาการดำเนินการ

ปี	อ.เมือง จ.เชียงใหม่				จ.ใกล้เคียง			
	เฉลี่ย (ปี)	สูงสุด	ต่ำสุด	N	เฉลี่ย (ปี)	สูงสุด	ต่ำสุด	N
< 5	3.02	4	1	48 (42.1)	2.4	4	1	40 (47.6)
5 - 10	6.52	10	5	50 (43.9)	6.7	10	5	30 (35.7)
> 10	13.31	20	10	16 (14.0)	12.0	17	10	14 (16.7)
รวม				114 (100.0)				84 (100.0)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

ทุนจดทะเบียน ไม่มีทุนการจดทะเบียนจำนวน 93 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 82 ของทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนจำนวน 21 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18

ส่วน จ.ใกล้เคียงไม่มีทุนจดทะเบียนจำนวน 70 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 83 ของทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนจำนวน 14 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 17

เกสต์เฮ้าส์ใน จ.เชียงใหม่ส่วนใหญ่ไม่มีทุนการจดทะเบียนเช่นเดียวกับ จ.ใกล้เคียงดังตารางที่ 4

สาเหตุที่ไม่มีทุนจดทะเบียนเนื่องจากระยะแรกๆ ที่เริ่มจัดตั้งเป็นการแบ่งห้องให้เช่าจากบ้านเดิม

ตารางที่ 4 ทุนการจดทะเบียน

ทุนการจดทะเบียน	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
ไม่มี	93	81.6	70	83.3
มี	21	18.4	14	16.7
รวม	114	100.0	84	100.0



การร่วมลงทุน ไม่มีชาวต่างประเทศร่วมลงทุนจำนวน 113 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 99 ของทั้งหมด มีชาวต่างประเทศร่วมลงทุนจำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1

จ.ภูเก็ต ไม่มีชาวต่างประเทศร่วมลงทุนจำนวน 82 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 98 ของทั้งหมด มีชาวต่างประเทศร่วมลงทุนจำนวน 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 2 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การร่วมลงทุน

การร่วมลงทุน	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ภูเก็ต	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
ไม่มี	113	99.1	82	97.6
มี	1	0.9	2	2.4
รวม	114	100.0	84	100.0

การใช้คอมพิวเตอร์ภายในสำนักงาน ใช้คอมพิวเตอร์จำนวน 89 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 88 ของทั้งหมด ไม่ใช้คอมพิวเตอร์จำนวน 25 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22

จ.ภูเก็ต ใช้คอมพิวเตอร์เพียง 36 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 43 ของทั้งหมด ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ถึง 48 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 57 ดังตารางที่ 6

จำนวนเกสต์เข้าใน จ.เชียงใหม่ใช้คอมพิวเตอร์สูงกว่าอย่างเห็นได้ชัด

ตารางที่ 6 การใช้คอมพิวเตอร์ภายในสำนักงาน

การใช้คอมพิวเตอร์	อ.เมือง จ.เชียงใหม่			จ.ภูเก็ต		
	N	ร้อยละ	จำนวน (เครื่อง)	N	ร้อยละ	จำนวน (เครื่อง)
มี	89	88.1	476	36	42.9	66
ไม่มี	25	21.9		48	57.1	
รวม	114	100.0		84	100.0	

การใช้เว็บไซต์ดำเนินการ ส่วนใหญ่ไม่ใช้เว็บไซต์จำนวน 64 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 56 ของทั้งหมด และใช้เว็บไซต์จำนวน 50 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44

จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่ไม่ใช่เว็บไซต์จำนวน 50 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60 ของทั้งหมด และใช้เว็บไซต์จำนวน 34 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40 ดังตารางที่ 7

ทั้งใน จ.เชียงใหม่และ จ.ใกล้เคียงส่วนใหญ่ไม่มีบริการติดต่อผ่านเว็บไซต์

**ตารางที่ 7 การใช้เว็บไซต์ดำเนินการอำนวยความสะดวกในการสำรองที่พัก ตรวจสอบอัตราค่าบริการ และตรวจสอบรายละเอียดต่างๆ**

การใช้เว็บไซต์	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
ไม่มี	64	56.1	50	59.5
มี	50	43.9	34	40.5
<b>รวม</b>	<b>114</b>	<b>100.0</b>	<b>84</b>	<b>100.0</b>

รูปแบบการให้บริการของห้องพัก ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยวมีจำนวน 1,684 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 61 ของจำนวนห้องทั้งหมด รองมาเป็นห้องเตียงคู่มีจำนวน 952 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 34

จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยวมีจำนวน 604 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 50 ของจำนวนห้องทั้งหมด รองมาเป็นห้องเตียงคู่มีจำนวน 502 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 41 ดังตารางที่ 8

เกสต์เฮ้าส์ใน จ.เชียงใหม่มีห้องเตียงเดี่ยวสูงกว่าห้องเตียงคู่มาก ส่วนใน จ.ใกล้เคียงมีห้องเตียงเดี่ยวสูงกว่าไม่มาก

**ตารางที่ 8 รูปแบบการให้บริการของห้องพัก**

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ
1. ห้องเตียงเดี่ยว	1,684	60.8	604	49.8
2. ห้องเตียงคู่	952	34.3	502	41.4
3. ห้องชุด	77	2.8	86	7.1
4. ห้องแบบอื่นๆ	59	2.1	20	1.7
<b>รวม</b>	<b>2,772</b>	<b>100.0</b>	<b>1,212</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : ห้องแบบอื่นๆ หมายถึง พัก 3 คนขึ้นไป

รูปแบบการให้บริการของห้องพัก แบ่งเป็น ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ และไม่มีเครื่องปรับอากาศ

ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ มีจำนวนทั้งหมด 1,505 ห้อง ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว มีจำนวน 878 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 58 ของจำนวนห้องทั้งหมด รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ มีจำนวน 536 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 35

จ.ภูเก็ต มีจำนวนห้องทั้งหมด 444 ห้อง ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงคู่มีจำนวน 208 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 47 ของจำนวนห้องทั้งหมด รองลงมาเป็นห้องเตียงเดี่ยว มีจำนวน 184 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 41 ดังตารางที่ 9

เกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ที่ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว ส่วนใน จ.ภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงคู่

ตารางที่ 9 ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ภูเก็ต	
	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ
1. ห้องเตียงเดี่ยว	878	58.3	184	41.4
2. ห้องเตียงคู่	536	35.6	208	46.9
3. ห้องชุด	51	3.4	52	11.7
4. ห้องแบบอื่นๆ	40	2.7	0	0
<b>รวม</b>	<b>1,505</b>	<b>100.0</b>	<b>444</b>	<b>100.0</b>

ส่วนห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ มีจำนวนทั้งหมด 1,267 ห้อง ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว มีจำนวน 806 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 64 ของจำนวนห้องทั้งหมด รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ มีจำนวน 416 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 33

จ.ภูเก็ต มีจำนวนห้องทั้งหมด 768 ห้อง ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยวมีจำนวน 420 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 55 ของจำนวนห้องทั้งหมด รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่มีจำนวน 294 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 38 ซึ่งคล้ายคลึงกับใน จ.เชียงใหม่ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ	จำนวน (ห้อง)	ร้อยละ
1. ห้องเตียงเดี่ยว	806	63.6	420	54.7
2. ห้องเตียงคู่	416	32.8	294	38.3
3. ห้องชุด	26	2.1	34	4.4
4. ห้องแบบอื่นๆ	19	1.5	20	2.6
<b>รวม</b>	<b>1,267</b>	<b>100.0</b>	<b>768</b>	<b>100.0</b>

#### 4.1.2 รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้างเหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับ

##### ราคา

ผลการศึกษามรรลุดัฒประสงคค์ข้อที่ 2 ดังนี้

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก นอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ และพัดลมแล้ว ส่วนใหญ่จะมีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต (LAN + WiFi) คิดเป็นร้อยละ 15 และ 11 ตามลำดับ

ส่วน จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่จะมี เครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม และโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 28, 27 และ 14 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

เกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่มีอินเทอร์เน็ตให้ใช้สูงกว่าใน จ.ใกล้เคียง

ตารางที่ 11 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก

สิ่งอำนวยความสะดวก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
เครื่องทำน้ำอุ่น	97	17.8	84	28.0
เครื่องปรับอากาศ	96	17.6	25	8.3
พัดลม	90	16.5	81	27.0
โทรทัศน์	81	14.9	42	14.0
อินเทอร์เน็ต (LAN + Wifi)	61	11.2	8	2.7
ตู้เย็น	56	10.3	18	6.0
ร้านอาหาร	37	6.8	24	8.0
อ่างอาบน้ำ	9	1.6	3	1.0
สปา	5	0.9	2	0.7
อื่นๆ	13	2.4	13	4.3
<b>รวม</b>	<b>545</b>	<b>100.0</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ทางเลือก

การร่วมลงทุนหรือทำกิจกรรมกับสถานประกอบการอื่น ส่วนใหญ่ร่วมลงทุนกับ  
ร้านอาหารและกัปปั๊ว คิดเป็นร้อยละ 43 และ 37 ตามลำดับ

ส่วน จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่ร่วมลงทุนกับกัปปั๊วและร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 46 และ  
38 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

เกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ร่วมลงทุนกับร้านอาหารมากกว่า ส่วนใน จ.ใกล้เคียงร่วมลงทุน  
กับกัปปั๊วมากกว่า

ตารางที่ 12 การร่วมลงทุนหรือทำกิจกรรมกับสถานประกอบการอื่น

รูปแบบธุรกิจ	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
ร้านอาหาร	49	42.9	32	38.1
กรุ๊ปทัวร์	42	36.8	39	46.4
ผ้า	10	8.8	0	0.0
ร้านเหล้า	8	7.0	6	7.1
อาบอบนวด	5	4.4	7	8.3
คาราโอเกะ	0	0.0	0	0.0
รวม	114	100.0	84	100.0

#### 4.1.3 อัตราค่าบริการเหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัด

##### ใกล้เคียง

ผลการศึกษามูลค่าที่พักประเภทที่ 3 ดังนี้

อัตราค่าเช่าห้องพักแบ่งออกเป็นห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศและห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ

ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ อัตราค่าเช่าต่อคืน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 340 บาท ค่าสูงสุดและต่ำสุดอยู่ที่ 1,075 บาทและ 102 บาทตามลำดับ

จ.ใกล้เคียงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 512 บาท ค่าสูงสุดและต่ำสุดอยู่ที่ 2,250 บาทและ 325 บาทตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ราคาห้องพักของเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ต่ำกว่ามาก

ตารางที่ 13 อัตราค่าเช่าห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่			จ.ใกล้เคียง		
	เฉลี่ยต่อคืน (บาท)	สูงสุด	ต่ำสุด	เฉลี่ยต่อคืน (บาท)	สูงสุด	ต่ำสุด
1. ห้องเตียงเดี่ยว	362	1,300	100	348	2,000	200
2. ห้องเตียงคู่	396	1,300	80	540	2,500	400
3. ห้องชุด	365	1,200	150	852	4,000	500
4. ห้องแบบอื่นๆ	236	500	80	310	500	200
<b>เฉลี่ย</b>	340	1,075	102	512	2,250	325

ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ อัตราค่าเช่าต่อคืนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 346 บาท ค่าสูงสุดและต่ำสุดอยู่ที่ 1,737 บาทและ 85 บาทตามลำดับ

จ.ใกล้เคียงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 415 บาท ค่าสูงสุดและต่ำสุดอยู่ที่ 1,800 บาทและ 287 บาทตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ราคาห้องพักเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ต่ำกว่ามาก

ตารางที่ 14 อัตราค่าเช่าห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่			จ.ใกล้เคียง		
	เฉลี่ย/คืน (บาท)	สูงสุด	ต่ำสุด	เฉลี่ย/คืน (บาท)	สูงสุด	ต่ำสุด
1. ห้องเตียงเดี่ยว	330	2,800	80	389	2,000	200
2. ห้องเตียงคู่	420	2,000	80	425	2,200	350
3. ห้องชุด	521	2,000	100	620	2,500	400
4. ห้องแบบอื่นๆ	115	150	80	226	500	200
<b>เฉลี่ย</b>	346	1,737	85	415	1,800	287

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักเกสต์เฮ้าส์ แบ่งออกเป็นคนไทยและคนต่างชาติ ซึ่งเป็นตัวเลขในปี 2551-2552

คนไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 14,498 คน ส่วนใหญ่เลือกพักห้องเตียงเดี่ยว 10,338 คนและห้องเตียงคู่ 3,108 คน คิดเป็นร้อยละ 71 และ 21 ตามลำดับ

จ.ภูเก็ตมีจำนวนทั้งสิ้น 6,538 คน ส่วนใหญ่เลือกพักห้องเตียงคู่ 3,039 คนและห้องเตียงเดี่ยว 2,705 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และ 41 ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

ใน จ.เชียงใหม่เลือกห้องเตียงเดี่ยวมากกว่าอาจเนื่องมาจากมีบริการห้องเตียงเดี่ยวมากกว่าดังตารางที่ 8

ตารางที่ 15 การเลือกรูปแบบห้องพักของนักท่องเที่ยวคนไทย

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ภูเก็ต	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ห้องเตียงเดี่ยว	10,333	71.3	2,705	41.4
2. ห้องเตียงคู่	3,108	21.4	3,039	46.5
3. ห้องชุด	1,057	7.3	759	11.6
4. ห้องแบบอื่นๆ	0	0.0	35	0.5
<b>รวม</b>	<b>14,498</b>	<b>100.0</b>	<b>6,538</b>	<b>100.0</b>

จากจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยในตารางที่ 15 แบ่งตามการเลือกห้องพักออกเป็นห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศและห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ

ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ จ.เชียงใหม่ 7,979 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 5,442 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 1,759 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และ 22 ตามลำดับ

จ.ภูเก็ต 4,196 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 2,134 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 1,808 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และ 43 ตามลำดับ

ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ จ.เชียงใหม่ 6,519 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 4,891 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 1,349 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และ 21 ตามลำดับ

จ.ภูเก็ต 2,342 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงคู่ 1,231 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงเดี่ยว 571 คน คิดเป็นร้อยละ 53 และ 24 ตามลำดับ ดังตารางที่ 16

ใน จ.เชียงใหม่เลือกห้องพักเตียงเดี่ยวมากกว่า



ตารางที่ 16 จำนวนคนไทยที่มาพักในปี 2551-2552 แยกตามรูปแบบห้องพัก

รูปแบบ	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	มีแอร์	ไม่มีแอร์	มีแอร์	ไม่มีแอร์
ห้องเตียงเดี่ยว	5,442 (68.2)	4,891 (75.0)	2,134 (50.9)	571 (24.4)
ห้องเตียงคู่	1,759 (22.0)	1,349 (20.7)	1,808 (43.1)	1,231 (52.6)
ห้องชุด	778 (9.7)	279 (4.3)	235 (5.6)	524 (22.4)
ห้องแบบอื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (0.4)	16 (0.7)
รวม	7,979 (100.0)	6,519 (100.0)	4,196 (100.0)	2,342 (100.0)

หมายเหตุ : แอร์ หมายถึง เครื่องปรับอากาศ

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

เช่นเดียวกัน คนต่างชาติ มีจำนวนทั้งสิ้น 34,603 คน ส่วนใหญ่เลือกพักห้องเตียงเดี่ยว 21,259 คนและเป็นห้องเตียงคู่ 9,250 คน คิดเป็นร้อยละ 61 และ 27 ตามลำดับ

จ.ใกล้เคียงมีจำนวนทั้งสิ้น 13,093 คน ส่วนใหญ่เลือกพักห้องเตียงเดี่ยว 8,705 คนและห้องเตียงคู่ 4,039 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และ 31 ตามลำดับ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การเลือกรูปแบบห้องพักของนักท่องเที่ยวคนต่างชาติ

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ห้องเตียงเดี่ยว	21,259	61.4	8,705	66.5
2. ห้องเตียงคู่	9,250	26.7	4,039	30.9
3. ห้องชุด	4,064	11.7	326	2.5
4. ห้องแบบอื่นๆ	30	0.1	23	0.2
<b>รวม</b>	<b>34,603</b>	<b>100.0</b>	<b>13,093</b>	<b>100.0</b>

จากจำนวนนักท่องเที่ยวคนต่างชาติในตารางที่ 17 แบ่งตามการเลือกห้องพักออกเป็นห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศและห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ

ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ จ.เชียงใหม่ 19,382 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 11,705 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 5,350 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และ 28 ตามลำดับ

จ.ใกล้เคียง 4,196 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 3,227 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 872 คน คิดเป็นร้อยละ 77 และ 21 ตามลำดับ

ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ จ.เชียงใหม่ 15,221 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 9,554 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 3,900 คน คิดเป็นร้อยละ 63 และ 26 ตามลำดับ

จ.ใกล้เคียง 8,897 คน ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว 5,478 คน รองลงมาเป็นห้องเตียงคู่ 3,167 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และ 36 ตามลำดับ ซึ่งคล้ายกับใน จ.เชียงใหม่ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 จำนวนคนต่างชาติที่มาพักในปี 2551-2552 แยกตามรูปแบบห้องพัก

รูปแบบห้องพัก	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	มีแอร์	ไม่มีแอร์	มีแอร์	ไม่มีแอร์
ห้องเตียงเดี่ยว	11,705 (60.4)	9,554 (62.8)	3,227 (76.9)	5,478 (61.6)
ห้องเตียงคู่	5,350 (27.6)	3,900 (25.6)	872 (20.8)	3,167 (35.6)
ห้องชุด	2,312 (11.9)	1,752 (11.5)	82 (1.9)	244 (2.7)
ห้องแบบอื่นๆ	15 (0.1)	15 (0.1)	15 (0.4)	8 (0.1)
รวม	19,382 (100.0)	15,221 (100.0)	4,196 (100.0)	8,897 (100.0)

#### 4.1.4 ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ทั้งหมด มีกี่จุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน

ผลการศึกษามรรลุดัฒประสงคฺ์ข้อที่ 4 ดังนี้

ความชอบทำเลที่ตั้งของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบตรงบริเวณคูเมืองด้านในเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับคูเมืองด้านนอกที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก

ที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ภายในคูเมืองรวมทั้งทางฝั่งประตูท่าแพ และระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพดังภาพที่ 3 แผนที่ตัวเมืองเชียงใหม่ (ที่มา : <http://www.tat.or.th>)

ตรงกรอบสีแดงในภาพที่ 3 แสดงการกระจุกตัวของเกสต์เฮาส์ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ภายในคูเมือง รวมทั้งทางฝั่งประตูท่าแพ และบริเวณระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพ



จากภาพที่ 3 ขยายให้เห็นการกระจุกตัวของเกสต์เฮาส์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นดังแผนที่ในภาพที่ 4

ภาพที่ 4 รายละเอียดแผนที่บริเวณคูเมืองเชียงใหม่



รายละเอียดของถนนและสถานที่ต่างๆ ในบริเวณคูเมืองเชียงใหม่เกี่ยวกับบริเวณที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ที่มีการกระจุกตัวดูในภาพที่ 4 ข้างต้น



#### 4.1.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน การจอดหรือไม่จดทะเบียน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

ผลการศึกษาวรรณคดีวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 ดังนี้

วิธีการศึกษาใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด และสัมภาษณ์ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวก ใ้วางใจในเรื่องความปลอดภัยของที่พัก รวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ และมักจะกลับมาพักที่เดิมในปีถัดไปเพราะประทับใจในความเป็นกันเอง และมีการบอกกล่าวในลักษณะปากต่อปากให้แก่เพื่อนๆ และญาติพี่น้องของตนว่า ที่พัคนั้นๆ น่าอยู่ จึงมีการเข้าพักแบบไปแล้วกลับมาพักอีก

ส่วนเรื่องที่นักท่องเที่ยวอยากให้ปรับปรุงและได้บอกกับเจ้าของเกสต์เฮาส์คือ การขอต่ออายุวีซ่าซึ่งมีความยุ่งยากและเพิ่มขึ้นตอนมากกว่าเมื่อ 2-3 ปีก่อน และการสร้างความไม่สงบภายในประเทศทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัย

โดยได้ผลจากการนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเชียงใหม่ในครั้งนี้โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าร้อยละ 51

สถานภาพการสมรสโดยส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด มีค่าร้อยละ 67 ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 วัตถุประสงค์ของการเดินทางกับสถานภาพการสมรส

วัตถุประสงค์	สถานภาพ			
	โสด	แต่งงาน	ม่าย-หย่าร้าง	รวม
ท่องเที่ยว	140 (35.0)	53 (13.3)	11 (2.8)	204 (51.0)
เยี่ยมญาติ	39 (9.8)	17 (4.3)	3 (0.8)	59 (14.8)
ติดต่อธุรกิจ	32 (8.0)	6 (1.5)	1 (0.3)	39 (9.8)
ประชุมสัมมนา	21 (5.3)	7 (1.8)	1 (0.1)	29 (7.3)
งานราชการ	12 (3.0)	13 (3.3)	2 (0.5)	27 (6.8)
ทัศนศึกษา - ดูงาน	12 (3.0)	7 (1.8)	2 (0.5)	21 (5.3)
อื่นๆ	13 (3.3)	4 (1.0)	4 (1.0)	24 (6.0)
รวม	269 (67.3)	107 (26.8)	21 (5.3)	400 (100.0)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ส่วนใหญ่ร้อยละ 58 เดินทางโดยรถยนต์

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน โดยมีค่าร้อยละ 26 และ 17 ตามลำดับ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางกับอาชีพของนักท่องเที่ยว

พาหนะ	อาชีพ						รวม
	นักศึกษา	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	อื่นๆ	
เครื่องบิน	52 (13.0)	62 (15.5)	45 (11.3)	40 (10.0)	12 (3.0)	22 (5.5)	233 (58.3)
รถเช่า/รถตู้เช่า	27 (6.8)	8 (2.0)	14 (3.5)	10 (2.5)	3 (0.8)	5 (1.3)	67 (16.8)
รถยนต์ส่วนตัว	10 (2.5)	14 (3.5)	6 (1.5)	9 (2.3)	4 (1.0)	3 (0.8)	46 (11.5)
รถโดยสาร	11 (2.8)	5 (1.3)	3 (0.8)	5 (1.3)	1 (0.3)	3 (0.8)	28 (7.0)
รถไฟ	1 (0.3)	3 (0.8)	3 (0.8)	2 (0.5)	6 (1.5)	3 (0.8)	18 (4.5)
รถนำเที่ยว	0 (0.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	2 (0.5)
อื่นๆ	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	2 (0.5)	6 (1.5)
รวม	103 (25.8)	93 (23.3)	71 (17.8)	68 (17.0)	26 (6.5)	39 (9.8)	400 (100.0)

ผู้ร่วมในการเดินทางในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว และมากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 45 และ 33 ตามลำดับ

เพศของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวนร้อยละ 55 ดังตารางที่ 21



ตารางที่ 21 ผู้ร่วมในการเดินทางในแต่ละครั้งกับเพศ

ผู้ร่วมเดินทาง	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
กลุ่มเพื่อน	74 (18.5)	106 (26.5)	180 (45.0)
คนเดียว	66 (16.5)	66 (16.5)	132 (33.0)
องค์กรที่ทำงาน	14 (3.5)	22 (5.5)	36 (9.0)
ญาติพี่น้อง	19 (4.8)	10 (2.5)	29 (7.3)
สามี-ภรรยา	6 (1.5)	17 (4.3)	23 (5.8)
รวม	179 (44.8)	221 (55.3)	400 (100.0)

จำนวนครั้งของการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ส่วนมากไม่ใช่ครั้งแรกที่มาเชียงใหม่ ซึ่งแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด คิดเป็นร้อยละ 74

เพศ เพศหญิงมีจำนวนมากกว่าคือ ร้อยละ 55 ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 จำนวนครั้งของการเดินทางกับเพศ

จำนวนครั้ง	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไม่ใช่ครั้งแรก	127 (31.8)	167 (41.8)	294 (73.5)
ครั้งแรก	52 (13.0)	54 (13.5)	106 (26.5)
รวม	179 (44.8)	221 (55.3)	400 (100.0)

แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวธรรมชาติ ดอยอินทนนท์ ดอยอ่างขาง โครงการหลวง ฯลฯ รองลงมาคือ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ดอยสุเทพ เวียงกุมกาม ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 62 และ 52 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือร้อยละ 48 ดังตารางที่

23

ตารางที่ 23 แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่กับระดับการศึกษา

แหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา						รวม
	ไม่ได้ศึกษา	ประถม	มัธยม	ปวช./ปวส.	ป.ตรี	สูงกว่าป.ตรี	
ธรรมชาติ	1 (0.1)	4 (0.5)	32 (4.2)	34 (4.5)	122 (16.1)	53 (7.0)	246 (32.5)
โบราณสถาน	1 (0.1)	4 (0.5)	31 (4.1)	26 (2.4)	105 (13.9)	41 (5.4)	208 (27.5)
วัฒนธรรม	1 (0.1)	1 (0.1)	16 (2.1)	12 (1.6)	65 (8.6)	29 (3.8)	124 (16.4)
เชิงเกษตร	1 (0.1)	0 (0.0)	11 (1.5)	6 (0.8)	38 (5.0)	17 (2.2)	73 (9.7)
องค์กร	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (1.3)	7 (0.9)	32 (4.2)	12 (1.6)	61 (8.1)
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (0.8)	5 (0.7)	21 (2.8)	12 (1.6)	44 (5.8)
รวม	2 (0.5)	4 (1.0)	55 (13.8)	46 (11.5)	204 (51.0)	89 (22.3)	756 (100.0)

หมายเหตุ : แหล่งท่องเที่ยว ตอบได้มากกว่า 1 แหล่ง

ระดับการศึกษา ผลรวมเท่ากับจำนวนตัวอย่าง ( N ) = 400

การเลือกที่พักแรมของการมาเที่ยวในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เลือกเข้าพักในเกสต์เฮ้าส์ หรือร้อยละ 42

อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีค่าร้อยละ 26 และ 23 ตามลำดับ ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การเลือกที่พักแรมกับอาชีพ

ระดับ การศึกษา	อาชีพ						รวม
	นักศึกษา	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับ ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	อื่นๆ	
เกสท์เฮ้าส์	46 (11.5)	42 (10.5)	29 (7.3)	25 (6.3)	8 (2.0)	17 (4.3)	167 (41.8)
โรงแรม	29 (7.3)	31 (7.8)	29 (7.3)	25 (6.3)	10 (2.5)	11 (2.8)	135 (33.8)
อื่นๆ	28 (7.0)	20 (5.0)	13 (3.3)	18 (4.5)	8 (2.0)	11 (2.8)	98 (24.5)
รวม	103 (25.8)	93 (23.3)	71 (17.8)	68 (17.0)	26 (6.5)	39 (9.8)	400 (100.0)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ บังกะโลฯ

ช่องทางการชำระเงินค่าที่พัก ส่วนใหญ่จะชำระเงินโดยเงินสดสูงถึงร้อยละ 70 ที่อยู่ปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ หรือมีค่าร้อยละ 58 ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ที่อยู่ปัจจุบันกับช่องทางการชำระเงินค่าที่พัก

ช่องทาง การชำระเงิน	ที่อยู่ปัจจุบัน		รวม
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	
เงินสด	97 (24.3%)	182 (45.5%)	279 (69.8%)
บัตรเครดิต	40 (10.0%)	32 (8.0%)	72 (18.0%)
อื่นๆ	33 (8.3%)	16 (4.0%)	49 (12.3%)
รวม	170 (42.5%)	230 (57.5%)	400 (100.0%)

หมายเหตุ : อื่นๆ เช่น พักฟรี

การจองห้องพักก่อนเข้าพัก ส่วนใหญ่เดินทางเข้าพักโดยไม่มีการจองห้องพัก คือมาเที่ยว  
แล้วก็เดินทางห้องพักเอง เนื่องจากคาดว่าจะมีบางที่มีราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 63

ที่อยู่ปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศ หรือมีค่าร้อยละ 58 ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 การจองห้องพักก่อนเข้าพักกับที่อยู่ปัจจุบัน

การจองห้องพัก	ที่อยู่ปัจจุบัน		รวม
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	
ไม่จอง	109 (27.3)	144 (36.0)	253 (63.3)
จอง	61 (15.3)	86 (21.5)	147 (36.8)
รวม	170 (42.5)	230 (57.5)	400 (100.0)

ระยะเวลาในการเข้าพัก ส่วนใหญ่จะพักไม่ถึง 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 91

ที่อยู่ปัจจุบันโดยส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างประเทศคือมีค่าร้อยละ 58 ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ระยะเวลาเข้าพักกับที่อยู่ปัจจุบัน

ระยะเวลา	ที่อยู่ปัจจุบัน		รวม
	ในประเทศ	ต่างประเทศ	
< 1 สัปดาห์	166 (41.5)	199 (49.8)	365 (91.3)
1 - 4 สัปดาห์	2 (0.5)	29 (7.3)	31 (7.8)
1 - 6 เดือน	1 (0.3)	2 (0.5)	3 (0.8)
> 6 เดือน	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (0.3)
รวม	170 (42.5)	230 (57.5)	400 (100.0)

ผลการทดสอบสถิติ F-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวตามสมมติฐาน

$H_0$  : ระยะเวลาการเข้าพักไม่ขึ้นกับที่อยู่ปัจจุบัน

$H_1$  : ระยะเวลาการเข้าพักขึ้นกับที่อยู่ปัจจุบัน

พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ค่า Sig 0.003 ดังตารางที่ 28 จึงปฏิเสธ

สมมติฐาน  $H_0$  ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  แสดงว่า ระยะเวลาการเข้าพักขึ้นอยู่กับที่อยู่ปัจจุบัน โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศใช้เวลาพักนานกว่า ส่วนนักท่องเที่ยวต่างประเทศใช้เวลาพักสั้นกว่า

ตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์สถิติ F-test

**Descriptives**

vehicle								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1.00	170	4.8294	1.89058	.14500	4.5432	5.1157	1.00	7.00
2.00	230	4.2391	2.04090	.13457	3.9740	4.5043	1.00	7.00
Total	400	4.4900	1.99747	.09987	4.2937	4.6863	1.00	7.00

**ANOVA**

vehicle					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	34.059	1	34.059	8.701	.003
Within Groups	1557.901	398	3.914		
Total	1591.960	399			

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการค้นหาที่พักหรือรู้จักที่พักแรมที่ใช้บริการในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มาจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ และทางอินเทอร์เน็ต มีค่าร้อยละ 46 และ 24 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 ดังตารางที่ 29

จะเห็นได้ชัดว่า การค้นหาที่พักจากอินเทอร์เน็ตเป็นนักท่องเที่ยวช่วงอายุ 20-30 ปี มากกว่า

ตารางที่ 29 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาที่พักกับอายุ

แหล่งข้อมูล	อายุ (ปี)						รวม
	< 20	20 - 30	31 - 40	41 - 50	51 - 60	> 60	
ญาติ/เพื่อน	26 (12.5%)	72 (34.6%)	52 (25.0%)	29 (13.9%)	22 (10.6%)	7 (3.4%)	208 (46.0)
อินเทอร์เน็ต	15 (13.9%)	39 (36.1%)	24 (22.2%)	12 (11.1%)	16 (14.8%)	2 (1.9%)	108 (24.0)
ใบโฆษณา/ แผ่นพับ	1 (3.4%)	18 (62.1%)	2 (6.9%)	6 (20.7%)	0 (0.0%)	2 (6.9%)	29 (6.0)
หนังสือพิมพ์	2 (7.4%)	8 (29.6%)	11 (40.7%)	4 (14.8%)	2 (7.4%)	0 (0.0%)	27 (6.0)
นิตยสาร	4 (19.0%)	8 (38.1%)	5 (23.8%)	2 (9.5%)	2 (9.5%)	0 (0.0%)	21 (5.0)
หนังสือ นำเที่ยว	6 (35.5%)	6 (35.5%)	2 (11.8%)	2 (11.8%)	1 (5.9%)	0 (0.0%)	17 (4.0)
ททท.	1 (7.7%)	3 (23.1%)	4 (30.8%)	2 (15.4%)	3 (23.1%)	0 (0.0%)	13 (3.0)
บริษัทนำเที่ยว	0 (0.0%)	4 (40.0%)	3 (30.0%)	3 (30.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	10 (2.0)
โทรทัศน์	1 (10.0%)	4 (40.0%)	2 (20.0%)	2 (20.0%)	0 (0.0%)	1 (10.0%)	10 (2.0)
อื่นๆ	1 (8.3%)	6 (50.0%)	4 (33.3%)	0 (0.0%)	1 (8.3%)	0 (0.0%)	12 (3.0)
รวม	51 (12.7)	144 (36.0)	94 (23.5)	57 (14.2)	42 (10.5)	12 (3.0)	

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของสถานที่พักแรมที่เข้าพัก ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแต่อย่างใด คิดเป็นร้อยละ 80

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักศึกษา รองลงมาคือพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีค่าร้อยละ 26 และ 23 ตามลำดับ ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกับอาชีพของนักท่องเที่ยว

กิจกรรม	อาชีพ						รวม
	นักศึกษา	บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับ ราชการ	รัฐ วิสาหกิจ	อื่นๆ	
ไม่จัดกิจกรรม ใดๆ	83 (20.8%)	71 (17.8%)	55 (13.8%)	55 (13.8%)	21 (5.3%)	33 (8.3%)	318 (79.5%)
ได้รับส่วนลด กรณีกลุ่ม/คณะ	12 (3.0%)	15 (3.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	4 (1.0%)	3 (0.8%)	54 (13.5%)
ให้เข้าพักฟรี/ มีส่วนลด	5 (1.3%)	3 (0.8%)	1 (0.3%)	0 (0.0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)	11 (2.8%)
มีของแถม/ ชิงโชค	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
อื่นๆ	3 (0.8%)	4 (1.0%)	3 (0.8%)	5 (1.3%)	0 (0.0%)	2 (0.5%)	17 (4.3%)
รวม	103 (25.8%)	93 (23.3%)	71 (17.8%)	68 (17.0%)	26 (6.5%)	39 (9.8%)	400 (100.0%)



ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่  
ปรากฏดังตารางที่ 31 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดและความปลอดภัยมากที่สุด

ตารางที่ 31 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความสะอาด	140 (35.0)	141 (35.2)	96 (24.0)	19 (4.8)	4 (1.0)
2. ความปลอดภัย	130 (32.5)	167 (41.8)	83 (20.8)	14 (3.5)	6 (1.5)
3. พนักงานมีอัธยาศัยดี	119 (29.8)	151 (37.8)	107 (26.8)	16 (4.0)	7 (1.8)
4. ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก	119 (29.8)	145 (36.2)	108 (27.0)	18 (4.5)	10 (2.5)
5. ความสวยงาม	106 (26.5)	169 (42.2)	103 (25.8)	13 (3.2)	9 (2.2)
6. สิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลาย	106 (26.5)	140 (35.0)	124 (31.0)	9 (2.2)	21 (5.2)
7. ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	98 (24.4)	141 (35.2)	120 (30.0)	33 (8.2)	8 (2.0)
8. ราคามีหลายระดับให้เลือก	94 (23.5)	173 (43.2)	122 (30.5)	6 (1.5)	5 (1.2)
9. ช่องทางจอง/ประสานงานทันสมัย	91 (22.8)	139 (34.8)	138 (34.5)	14 (3.5)	18 (4.5)
10. พนักงานมีทักษะด้านภาษา	89 (22.2)	139 (34.8)	114 (28.5)	18 (4.5)	40 (10.0)
11. ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ติดต่อธุรกิจ	77 (19.2)	146 (36.5)	130 (32.5)	39 (9.8)	8 (2.0)

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. ราคาบริการเหมาะสม	75 (18.8)	158 (39.5)	125 (31.2)	20 (5.0)	22 (5.5)
13. แจ้งราคาห้องพักประเภทอื่น	75 (18.8)	151 (37.8)	141 (32.2)	20 (5.0)	13 (3.2)
14. การส่งเสริมการตลาด	68 (17.0)	100 (25.0)	133 (33.2)	51 (12.8)	48 (12.0)
15. ราคาถูกกว่าที่พักประเภทอื่น	66 (16.5)	143 (35.8)	162 (40.5)	27 (6.8)	2 (0.5)
16. โปรโมชันพิเศษ	57 (14.2)	115 (28.8)	155 (38.8)	40 (10.0)	33 (8.2)

### ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ที่ได้บอกกล่าวกับเจ้าของเกษตรเข้าสู่

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีสถานที่ที่เป็นสวนเกษตรและวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 32 และ 19 ตามลำดับ

จ.ใกล้เคียง ต้องการให้มีสถานที่ที่เป็นสวนเกษตรและวนเกษตร คิดเป็นร้อยละ 36 และ 31 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันกับในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ความต้องการ	อ.เมือง จ.เชียงใหม่		จ.ใกล้เคียง	
	N	ร้อยละ	N	ร้อยละ
สวนเกษตร	36	31.6	30	35.7
วนเกษตร	22	19.3	26	31.0
ฟาร์มปศุสัตว์	13	11.4	21	25.0
สวนสมุนไพร	11	9.6	2	2.4
สถานราชการ	7	6.1	3	3.6
สถานบันการศึกษา	7	6.1	0	0.0
อื่นๆ	18	15.8	2	2.4
รวม	114	100.0	84	100.0

หมายเหตุ : จากการสอบถามผู้ประกอบการ

## 4.2 สรุปภาพรวมการตอบคำถามการวิจัยทั้งหมด

เมื่อได้ดำเนินการวิจัยเพื่อตอบคำถามการวิจัย 5 ข้อเสร็จเรียบร้อยแล้วได้ขอสรุปภาพรวมดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกษตรไฮสปีด ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน รูปแบบการจัดตั้งส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนตามกฎหมาย (ตารางที่ 2) ระยะเวลาการดำเนินกิจการส่วนใหญ่ 5-10 ปี (ตารางที่ 3) พุนการจัดทะเบียนส่วนใหญ่ไม่มี (ตารางที่ 4) การร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศแทบทั้งหมดไม่มี (ตารางที่ 5) ส่วนใหญ่มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

ภายในสำนักงานแต่ไม่มีการใช้เว็บไซต์ดำเนินกิจการ (ตารางที่ 6 และ 7) ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวกสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

รูปแบบห้องพักที่ให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว (ตารางที่ 8) โดยมีและไม่มีเครื่องปรับอากาศจำนวนพอๆ กัน (ตารางที่ 9 และ 10)

ส่วนเกสต์เฮาส์ใน จ.ใกล้เคียง รูปแบบการจัดตั้งส่วนใหญ่มีการจดทะเบียนตามกฎหมาย (ตารางที่ 2) ระยะเวลาการดำเนินกิจการส่วนใหญ่ไม่ถึง 5 ปี (ตารางที่ 3) ทุนการจดทะเบียนส่วนใหญ่ไม่มี (ตารางที่ 4) การร่วมลงทุนกับชาวต่างประเทศแทบทั้งหมดไม่มี (ตารางที่ 5) ส่วนใหญ่ไม่มีการใช้คอมพิวเตอร์และเว็บไซต์ (ตารางที่ 6 และ 7)

รูปแบบห้องพักที่ให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว (ตารางที่ 8) เป็นห้องพักมีเครื่องปรับอากาศมากกว่าไม่มีเครื่องปรับอากาศ ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงคู่ ส่วนห้องพักไม่มีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว (ตารางที่ 9 และ 10)

2. รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก นอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ และพัดลมแล้ว รองลงมาคือ โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 11)

ส่วน จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีเครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม และโทรทัศน์ (ตารางที่ 11) ซึ่งแตกต่างกับในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ที่มีอินเทอร์เน็ตให้ใช้

3. อัตราค่าบริการเหมาะสมแล้วหรือไม่ อัตราค่าเช่าห้องพักมีเครื่องปรับอากาศต่อคืน 340 บาท ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 346 บาท (ตารางที่ 13 และ 14) อาจเป็นเพราะว่าส่วนใหญ่เก็บข้อมูลราคาห้องพักมีเครื่องปรับอากาศมีราคาต่ำหลายที่

ส่วน จ.ใกล้เคียง อัตราค่าเช่าห้องพักมีเครื่องปรับอากาศต่อคืน 512 บาท ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 415 บาท (ตารางที่ 13 และ 14) ซึ่งราคาห้องพักทั้ง 2 รูปแบบสูงกว่าในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ อาจเป็นเพราะว่ามีการแข่งขันกันน้อย จึงเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย จึงกำหนดราคาสูงกว่าได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าราคาที่พักในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ มีราคาเฉลี่ยต่ำกว่าต่างจังหวัด ซึ่งเป็นราคาที่เหมาะสมในสายตานักท่องเที่ยว

4. ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ทั้งหมด มีที่จุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน ที่ตั้งมีกระจุกกระจายอยู่โดยทั่วไปรอบเมือง แต่ส่วนใหญ่กระจุกอยู่ในเขตคูเมืองฝั่งประตูท่าแพ และบริเวณระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพ และบริเวณที่มีราคาถูกส่วนใหญ่เป็นบริเวณภายในคูเมือง เพราะมีเกสต์เฮาส์หนาแน่น แข่งขันกันเรียกลูกค้า (ภาพที่ 2 และ 3)

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด ใ้วางใจในเรื่องความปลอดภัยของที่พัก รวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ (ตารางที่ 31) นอกจากนี้จากการสอบถามผู้ประกอบการยังพบว่า ส่วนใหญ่กลับมาพักที่เดิมอีกในปีถัดไปเพราะประทับใจในความเป็นกันเองและมีการบอกกล่าวในลักษณะปากต่อปากให้แก่เพื่อนๆ และญาติพี่น้องของตน ว่าที่พักที่นั่นที่นี้ดี จึงมีการเข้าพักแบบไปแล้วกลับมาพักอีก

## บทที่ 5

### บทสรุป

#### 5.1 บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เพื่อสำรวจการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ว่ามีผลต่อการท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่อย่างไร โดยสุ่มจำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ 114 ตัวอย่าง และ จ.ใกล้เคียง 84 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (ผู้ประกอบการ 1 ชุด และนักท่องเที่ยว 1 ชุด) และการสัมภาษณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของธุรกิจเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน
2. เพื่อศึกษารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์
3. เพื่อศึกษาถึงอัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์
4. เพื่อศึกษาลักษณะทำเลที่ตั้งของเกสต์เฮาส์
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์

#### ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน รูปแบบการจัดตั้งส่วนใหญ่มีการจดทะเบียน ระยะเวลาการดำเนินกิจการ 5-10 ปี ไม่มีทุนการจดทะเบียน ไม่มีชาวต่างประเทศมาร่วมลงทุน และภายในสำนักงานมีการใช้คอมพิวเตอร์ แต่ไม่มีการใช้เว็บไซต์ดำเนินกิจการ ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวกก็ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ในด้านของรูปแบบการให้บริการของห้องพัก ห้องพักรส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว ห้องพักรมีเครื่องปรับอากาศและไม่มีเครื่องปรับอากาศมีจำนวนพอๆ กัน

ส่วนใน จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีการจดทะเบียน ระยะเวลาการดำเนินกิจการไม่ถึง 5 ปี ไม่มีทุนการจดทะเบียน ไม่มีชาวต่างประเทศมาร่วมลงทุน และไม่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์

ห้องพักส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงคู่ และห้องพักไม่มีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว

2. รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักนอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ และพัดลมแล้ว ส่วนใหญ่มีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

ส่วน จ. ใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีเครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม และโทรทัศน์ ซึ่งต่างกับ อ. เมือง จ. เชียงใหม่ที่มีอินเทอร์เน็ต

3. อัตราค่าบริการเหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียงต่างๆ อัตราค่าเช่าห้องพักเฉลี่ยต่อคืน ถ้ามีเครื่องปรับอากาศ 340 บาท ถ้าไม่มี 346 บาท อาจเป็นเพราะว่าส่วนใหญ่ที่เก็บข้อมูลราคาห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศมีราคาต่ำหลายที่

ส่วน จ. ใกล้เคียง อัตราค่าเช่าห้องพักสูงกว่าไม่ว่ามีหรือไม่มีเครื่องปรับอากาศ ถ้ามี 512 บาท ถ้าไม่มี 415 บาท อาจเป็นเพราะว่ามีการแข่งขันกันน้อยจึงเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

4. ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ใน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ทั้งหมด มีที่จุด กิโชน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน ที่ตั้งของเกสต์เฮาส์กระจายอยู่โดยทั่วไปรอบเมือง แต่ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในบริเวณคูเมืองฝั่งประตูท่าแพและบริเวณระหว่างถนนศรีตรัง ไซกกับถนนท่าแพ และบริเวณที่มีราคาถูกส่วนใหญ่เป็นบริเวณภายในคูเมืองเพราะมีเกสต์เฮาส์หนาแน่น แข่งขันกันเรียกลูกค้า

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ใน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ ได้แก่ ความปลอดภัยของทรัพย์สิน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่ นักท่องเที่ยวเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์โดยพิจารณาจากความสะอาดเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ความปลอดภัยของที่พักรวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ และยังพบว่าส่วนใหญ่จะกลับมาพักที่เดิมอีกในปีถัดไป

ส่วนข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการที่พักแรม ปัจจัยในการเลือกที่พัก รวมถึงปัญหาต่างๆ ที่พบ สรุปได้ดังนี้

#### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เพศ เพศหญิงมีจำนวนมากกว่า (ตารางที่ 21 และ 22)
- อายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี (ตารางที่ 29)
- อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ตารางที่ 20, 24 และ 30)

- สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นโสด (ตารางที่ 19)
- ระดับการศึกษาสูงสุด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ตารางที่ 23)
- ที่อยู่ปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ (ตารางที่ 25, 26 และ 27)
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คนไทย 43,738 บาท ส่วนคนต่างชาติ 120,450 บาท (3,650

USD คูณ 33 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ)

### 5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

- วัตถุประสงค์ของการเดินทาง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยว (ตารางที่ 19)
- พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมา จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้เครื่องบิน (ตารางที่ 20)
- ผู้ร่วมในการเดินทางในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่เดินทางกับกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือเดินทางคนเดียว (ตารางที่ 21)
- จำนวนครั้งของการเดินทางมา จ.เชียงใหม่ในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ไม่ใช่ครั้งแรก ซึ่งแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด (ตารางที่ 22)

- แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยว จ.เชียงใหม่ในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ต้องการมาเที่ยวธรรมชาติ ดอยอินทนนท์ ดอยอ่างขาง โครงการหลวง ฯลฯ รองลงมาคือโบราณสถาน/โบราณวัตถุ ดอยสุเทพ เวียงกุมกาม ฯลฯ (ตารางที่ 23)

### 5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่

- การเลือกที่พักแรม ส่วนใหญ่เลือกเข้าพักในเกสต์เฮาส์ (ตารางที่ 24)
- วิธีการชำระเงินค่าที่พัก ส่วนใหญ่ชำระเงินสด (ตารางที่ 25)
- การจองห้องพักก่อนเข้าพัก ส่วนใหญ่ไม่มีการจอง (ตารางที่ 26)
- ระยะเวลาในการเข้าพักในครั้งนี้ ส่วนใหญ่พักไม่เกิน 1 สัปดาห์ (ตารางที่ 27)
- แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาที่พักหรือรู้จักที่พักแรมที่ใช้บริการในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มาจากญาติหรือเพื่อนแนะนำ และทางอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 29)

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดกิจกรรม (ตารางที่ 30)

### 5.1.4 ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม

ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกของที่พัก ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเข้ามาพัก ทัศนคติของพนักงาน ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกในการค้นหา รองลงไปคือความสวยงาม สิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายให้บริการ เช่น บริการรับ-ส่ง นำเที่ยว ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว ราคาห้องพักมีหลายระดับให้เลือก มีช่องทางในการจองห้องพัก/การติดต่อที่ทันสมัย ทักษะในการสื่อสารของผู้ให้บริการ ใกล้กับสถานที่ติดต่อธุรกิจ ความเหมาะสมของ



ค่าบริการต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต ชักอบริด ฯลฯ การแจ้งราคาห้องพักชัดเจน การส่งเสริมการตลาด ราคาถูกกว่าที่พักประเภทอื่น และโปรโมชั่นพิเศษสำหรับลูกค้าสำคัญ (ตารางที่ 31)

**ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงการเกษตรในพื้นที่ที่ได้บอกกล่าวกับเจ้าของเกสต์เฮาส์**

ส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีสถานที่ที่เป็นสวนเกษตรและวนเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับใน จ.ใกล้เคียงที่ต้องการให้มีสถานที่ที่เป็นสวนเกษตรและวนเกษตรเช่นกัน (ตารางที่ 32)

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

**ข้อเสนอแนะที่ได้จากนักท่องเที่ยว**

นักท่องเที่ยวมาเที่ยวและเข้าพักในเกสต์เฮาส์จำนวนมากในช่วงเดือนมิถุนายน-กุมภาพันธ์ของปีถัดไป เพราะเป็นช่วงที่อากาศดีเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน และมีความต้องการในปัจจัยต่างๆ ในการเลือกที่พัก ได้แก่ ความสะอาด การรักษาความปลอดภัย การบริการของพนักงาน ทำเลที่ตั้ง รูปแบบของที่พัก ชื่อเสียงของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และที่สำคัญคือ ราคาของที่พักต้องไม่แพงจนเกินไป เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อนหรือญาติมิตร

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์ที่มาเที่ยวอย่างเดียวและนิยมเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและเดินทางมากกว่า 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียวหรือกลุ่มเล็กๆ ที่เรียกว่า แบ็คแพ็ค (backpack) และมาเชียงใหม่เป็นครั้งแรก

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมจ่ายค่าที่พักเป็นเงินสด ซึ่งผู้ประกอบการสามารถใช้ปรับปรุงเกสต์เฮาส์ในเขตที่มีการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เป็นห้องขนาดเล็ก ราคาถูก ตรงตามความต้องการ ส่วนชาวไทยโดยส่วนใหญ่จะชอบห้องหรูสบาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ การแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ ราคามีหลายระดับให้เลือก ส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือ ราคามีหลายระดับให้เลือกและความปลอดภัยในชีวิต โดยมีการวางแผนการเข้าพักไว้อย่างล่วงหน้า

ดังนั้นควรกำหนดราคาห้องพักหลายระดับ และร่วมมือกันไม่ก่อให้เกิดเหตุอันตรายเพราะจะสูญเสียความเชื่อมั่น

นักท่องเที่ยวต่างชาติมักเข้าพักเกสต์เฮาส์ที่มีบริการอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารหาข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายสะดวก ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดหาอินเทอร์เน็ตมาให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

นักท่องเที่ยวต้องการให้สภาพภายใน/ภายนอกเกสต์เฮาส์ได้รับการดูแลให้สวยงามอยู่เสมอ สภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ควรได้รับการดูแลให้ใช้งานได้ดี ราคาที่พักควรเหมาะสมกับคุณภาพของที่พักรมากกว่านี้

นอกจากนี้ สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติอยากให้ปรับปรุงคือ กระบวนการขอต่ออายุวีซ่า ซึ่งปัจจุบันมีความยุ่งยากและเพิ่มขึ้นตอนมากกว่าเมื่อ 2-3 ปีก่อน และสถานการณ์การเมือง การชุมนุมประท้วงต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัย จากการสอบถามพบว่า ลดลงจาก 2 ปีที่ผ่านมาเกือบ 50 %

#### **ข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้ประกอบการ**

ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงใหม่ให้มากกว่านี้ และการเมืองที่ยังไม่สงบทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้ามาพัก

มุมมองในการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างกัน ชาวไทยมักเลือกที่พักที่มีความสะดวกสบายเหมือนที่บ้านตัวเอง เช่น มีเครื่องปรับอากาศ อินเทอร์เน็ต และเครื่องทำน้ำอุ่น ส่วนชาวต่างชาติต้องการที่พักที่บ้านตัวเองไม่มี ให้เข้าถึงธรรมชาติและวัฒนธรรมใหม่ๆ ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์จึงควรวางแผนการจัดรูปแบบห้องพักให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว

ต้องการให้รัฐบาลเน้นในเรื่องความมั่นคงของประเทศ แก้ไขปัญหาความแตกแยกของคนในสังคม เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวกลับมา ส่งผลดีต่อการประกอบธุรกิจ และแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้ผลกระทบจากมลพิษต่างๆ

#### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

ควรเพิ่มภาคีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ควรพัฒนาไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นจริงที่ละขั้นตอน และพร้อมๆ กัน ได้แก่ ประชาชน ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

### บรรณานุกรม

กฤษฎี กาญจนกิตติ. 2541. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัด**

**เชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540. **การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โกศล วัชรโชน . 2542 . **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้**

**บริการที่พักโรงแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ .** เชียงใหม่ :

วิทยานิพนธ์.

จันทร์จิราพร พิบุลย์ .2548 .**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการที่พักโรงแรมและแหล่ง**

**ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา**

**เอมิเรตส์ .การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธัญชา สมณะ. 2542. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในจังหวัด**

**เชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิคม จารุมณี. 2536. **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ : โอ

เดียนสไตร์.

รัตนภรณ์ ถาวร. 2550. **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมใน**

**จังหวัด เชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วชิราภรณ์ โลหะชาละ. 2545. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้**

**บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย.** การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรพล วัฒนเหลืออรุณ .2544 .**การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระบบเหมืองฝายของภูมิปัญญา**

**ชาวบ้าน : กรณีศึกษา หมู่บ้านห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัด**

**เชียงใหม่ .บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**

วิเชียร พอนอ่วม . 2540 . การมีส่วนร่วมของธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนในการส่งเสริมการ  
**ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** : กรณีศึกษาทัวร์ป่าจังหวัดเชียงใหม่.

ศรัณยา พัฒนระณงค์เลิศ .2551 . **ปัจจัยที่กำหนดการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาว**  
**ต่างประเทศที่กลับมาเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงใหม่** .การค้นคว้าแบบอิสระ  
 เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ลานนาฟู้ด. 2553. <http://www.lannafood.com/aboutchiangmai.php>, สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม  
 2553.

McIntosh and Goeldner . 1986 อ้างใน บุญบา สุธีธรและภัสวลี นิติเกษตรสุนทร. 2541.

Yamane, Taro (1973). *Statistics : an introductory analysis*. New York : Harper&Row.

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**บทความการวิจัย**

**การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ต่อ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่**  
Exploration of the impact of administration guesthouse with  
the tourist industry in Muang district, Chiangmai

**เอกชัย ว่องสกุล**  
Ekachai Wongsakul

**มหาวิทยาลัยแม่โจ้**  
Maejo University

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทั่วไปของธุรกิจเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงานของเกสต์เฮาส์ 2) ศึกษารูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์ 3) ศึกษาถึง อัตราค่าบริการของเกสต์เฮาส์ 4) ศึกษาลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ และ 5) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลของที่พักต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ วิธีการศึกษาแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์เฮาส์ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ และในเขต จ.ใกล้เคียง 114 และ 84 ตัวอย่างตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 400 ตัวอย่าง เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของธุรกิจเกสต์เฮาส์ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน สิ่งอำนวยความสะดวก อัตราค่าบริการ และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการของนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าการทดสอบ one way ANOVA และการแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร

ผลการศึกษา สรุปได้ว่า 1) ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่จัดตั้งโดยมีการจดทะเบียน มีระยะเวลาการดำเนินกิจการ 5-10 ปี ไม่มีทุนการจดทะเบียน ไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุน และมีการใช้คอมพิวเตอร์ ส่วนน้อยมีการใช้เว็บไซต์ดำเนินการ ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวกช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว รูปแบบการให้บริการห้องพัก ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว โดยจำนวนห้องพักที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศพอๆ กัน

จ.ใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีการจดทะเบียน มีระยะเวลาการดำเนินกิจการไม่ถึง 5 ปี ไม่มีทุนการจดทะเบียน และไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุน ส่วนน้อยใช้คอมพิวเตอร์และเว็บไซต์ ส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยว ส่วนใหญ่ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศเป็นห้องเตียงคู่และไม่มีเครื่องปรับอากาศเป็นห้องเตียงเดี่ยว

2) รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเมื่อเทียบกับราคา พบว่า นอกจากเครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องปรับอากาศ และพัดลมแล้ว ส่วนใหญ่มีโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

จ.ใกล้เคียง มีเครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม และโทรทัศน์ ซึ่งต่างกับใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ที่มีอินเทอร์เน็ต

3) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ พบว่า ห้องที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 340 และ 346 บาทตามลำดับ อาจเนื่องมาจากสำรวจราคาห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศในย่านที่มีราคาต่ำ

จ.ใกล้เคียง ห้องที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ 512 และ 415 บาทตามลำดับ ซึ่งสูงกว่า อ.เมือง จ. เชียงใหม่เนื่องจากมีการแข่งขันกันน้อยกว่า จึงเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

4) ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ พบว่า กระจุกกระจายอยู่โดยทั่วไปรอบเมือง ส่วนใหญ่กระจุกอยู่ในเขต คูเมืองฝั่งประตูท่าแพ และเขตระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพ เกสต์เฮาส์ที่มีราคาถูกตั้งอยู่ภายในคูเมือง อย่างหนาแน่น แข่งขันกันเรียกลูกค้า

5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ พบว่า ส่วนใหญ่คำนึงถึงความสะดวก ความสะดวกสบายของที่พัก รวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ นักท่องเที่ยวมักกลับมาพักที่เดิมอีก ในปีถัดไปเพราะประทับใจในความเป็นกันเองและมีการบอกกล่าวในลักษณะปากต่อปากให้แก่เพื่อนและญาติพี่น้องว่าที่พักนั้นดี จึงมีการเข้าพักแบบไปแล้วกลับมาพักอีก

### Abstract

The objectives of the study were: 1) to study the service formats and work structures of guesthouse business; 2) to study the facilities in the guesthouse; 3) to study the service rates of the guesthouse; 4) to study the locations of the guesthouse; 5) to study the influencing factors of the guesthouse selection. The study is divided into 2 categories: 1) 114 samples of Muang district guesthouse entrepreneur and 84 other samples of other neighbor provinces; 2) 400 samples of Thai and foreign tourists in Muang district. Data collections were depth interview and questionnaire which are divided into 2 categories: 1) questionnaire about general characteristics of the guesthouse business; service structures, framework, facilities and service rates; 2) questionnaire about behavior, needs of tourists and influencing factor of the guesthouse selection. Statistical analyses were percentage, arithmetic mean, one way ANOVA and crosstab.

The results of the study shown that: 1) the general quality of guesthouse industries are service formats and work structures; most of the guesthouse are established for 5 to 10 years under a legal registration, non registered capital, no foreign investment cooperation, using computer [only a few guesthouse use the internet to accommodate and increase quantity of tourists]. In term of lounge, most of the rooms have a single bed and the percent of air condition rooms and non air condition rooms are equal.

The majority of guesthouse which are located in other neighbor provinces are established for less than 5 years, non registered capital, no foreign investment cooperation, few internet using, mostly twin beds with no air condition, and a single bed with air condition.

The comparison of facilities with service rates shown that most of the rooms have fan, water heater, air condition, internet (LAN/Wi-Fi) and television.

For other neighbor province guesthouses have almost the same as the guesthouse in Muang district except the internet connection.



3) The appropriateness of service rates between Muang district and other neighbor province [Lumpoon, Chiangrai, and Mae Hong Son] guesthouse shown that 340 Baths for air condition room and 346 Baths for non air condition room. The service rates are rather low because the researcher went to the sample area where the air condition room rates are low.

For other province guesthouses room rates are 512 Baths for air condition and 415 Baths for no air condition per room. The room rates from other provinces are higher than Muang District because of the high competition in Muang district.

4) The guesthouse location in Muang district is spread in the ancient town area, mostly located between Ta Pae street and Si Don Chai street and at the inner of Ta Pae gate which is the cheap rates area because of density of guesthouse there.

5) The influencing factors of the guesthouse selection in Chiangmai are cleanness, tourist property security, guesthouse security and informal service. Most of the tourists are satisfied and come back again in the following year. The tourists also tell their friends and family about their good experiences from the guesthouse. Therefore, many tourists come back and bring their friends and family with them for exchange the good experience from the guesthouse that they have experienced.

### คำนำ

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเรื่องการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ยอดดอย น้ำตก สถานที่ล่องแก่ง และสวนสัตว์ หรือเป็นการท่องเที่ยวตามเทศกาลหรือฤดูกาล เช่น สงกรานต์ ประเพณีเดินขึ้นดอยสุเทพ ยี่เป็ง หรือการท่องเที่ยวในฤดูหนาว นอกจากนี้ยังมีวัดที่เก่าแก่ มีโบราณวัตถุและโบราณสถานมากมาย ที่แสดงถึงวัฒนธรรมล้านนา ขนบธรรมเนียมของคนเชียงใหม่เป็นคนนอบน้อม พุดจาไพเราะ เหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างยิ่ง เป็นจังหวัดที่ใครๆ อยากไป

เชียงใหม่เป็นเสมือนหัวเมืองเหนือเพราะมีความเจริญมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ทางภาคเหนือ มีสาธารณูปโภคครบครัน มีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง เช่น เชียงใหม่ แม่โจ้ และพายัพ เป็นต้น ซึ่งถ้าได้ศึกษาเรื่ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ และการสร้างแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างดีแล้วก็จะทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวว่า ทำไมนักท่องเที่ยวจึงลดน้อยลง หรือว่า ช่วงไหนที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากเป็นพิเศษ จะได้จัดที่พักไว้มากพอ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวลดลงคนเชียงใหม่ย่อมเดือดร้อนเพราะส่วนใหญ่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจบริการนำเที่ยว เมื่อธุรกิจท่องเที่ยวไม่ดีธุรกิจอื่นๆ ก็ล้มตามไปด้วยเพราะเมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามา คนก็ไม่มีเงินไปจับจ่ายใช้สอย เชียงใหม่มีโรงแรมมากมายไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ห้องพักริมทาง ไปจนถึงโรงแรม 5 ดาว และที่พักที่สำคัญอีกอย่างในเชียงใหม่ก็คือ เกสต์เฮาส์

อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์สร้างรายได้ให้แก่ จ.เชียงใหม่ปีหนึ่งๆ ประมาณ 760 ล้านบาท (รายงานท่องเที่ยวรายสาขา อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ใน จ.เชียงใหม่ ปี 2550) ถ้าทราบรูปแบบการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์และความต้องการของผู้ใช้บริการก็จะทำให้อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ซึ่ง

ประกอบด้วยเกสต์เฮาส์จำนวนมากมาที่มีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และที่สำคัญเกสต์เฮาส์ก็มีทั้งที่มีและไม่มีใบอนุญาตประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีใบอนุญาตและไม่ได้จดทะเบียน สาเหตุอาจมาจากการประกอบการบางรายดัดแปลงบ้านเป็นเกสต์เฮาส์และหลีกเลี่ยงการเสียภาษี ทำให้เกสต์เฮาส์บางแห่งไม่ได้มาตรฐานและอาจมีการเอาเปรียบผู้ให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้

### เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ในส่วนของการดำเนินงานธุรกิจเกสต์เฮาส์เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวก อัตราค่าบริการ ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในส่วนของการต้องการเพิ่มเติมต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้บอกกล่าวกับผู้ประกอบการ โดยการลงพื้นที่ไปสำรวจใน 4 เดือนแรก

2. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการในเขต จ.ใกล้เคียง ได้แก่ ลำพูน เชียงราย และแม่ฮ่องสอน ในส่วนของอัตราค่าบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเกสต์เฮาส์ และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกพักในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เกี่ยวกับความต้องการเลือกที่พัก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก รวมถึงสิ่งที่อยากให้ปรับปรุงเพิ่มเติม โดยการลงพื้นที่ไปสำรวจใน 4 เดือนหลัง

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 พวก คือ

1. สถานประกอบการที่พักที่มีลักษณะแบบเกสต์เฮาส์

วิธีการสุ่มตัวอย่าง คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเลขสุ่มของเครจซีและมอร์แกน (R.V. Krejcie and D.W. Morgan) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 114 ตัวอย่างและ จ.ใกล้เคียง 84 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

2. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

วิธีการสุ่มตัวอย่าง คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามต้องการหรือ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการสร้างแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบ่งตามคำถามการวิจัยออกเป็น 5 ข้อดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน ว่ามีการให้บริการอะไรบ้าง โครงสร้างการทำงานเป็นแบบไหน

2. รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา

3. อัตราค่าบริการ เหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียง
4. ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ทั้งหมด มีกี่จุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน
5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ทั้งหมด เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน การจดทะเบียนและการไม่จดทะเบียน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองทั้งฉบับ ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยมีวิธีการตอบที่เป็นทั้งคำถามปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของเกสต์เฮาส์ โดยประเด็นสำคัญคือต้องการทราบเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงอัตราค่าบริการของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และใช้เป็นข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเลือกที่พัก

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ โดยประเด็นสำคัญคือต้องการทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติว่าต้องการให้อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นที่พึงพอใจแล้วหรือไม่ ต้องการปรับเปลี่ยนตรงไหนบ้าง เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

ตอนที่ 3 สัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจเกสต์เฮาส์ โดยประเด็นสำคัญคือต้องการทราบเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเรื่องที่เป็นเชิงข้อมูลคุณภาพในเรื่องกว้างๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ของไทย เช่น ปัญหาการคิดค่าบริการ ปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อม ปัญหาของห้องพัก เป็นต้น

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขถ้อยคำของข้อคำถาม ตัดข้อคำถามบางข้อที่มีความซ้ำซ้อนหรือใกล้เคียงกับข้อคำถามอื่นออก เพิ่มเติมและเรียบเรียงลำดับข้อคำถามใหม่ ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และเนื้อหาของงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ค่าการทดสอบ one way Anova และการแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร (Crosstab)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2552 ค้นหาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ โดยการสืบค้นจากห้องสมุด อินเทอร์เน็ต สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ที่ตั้ง และจำนวน ของเกสต์เฮาส์ เพื่อใช้ในการเตรียมพร้อมก่อนลงพื้นที่

2. ตั้งแต่เดือนกันยายน – ตุลาคม 2552 นำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มเอสในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่
3. ตั้งแต่เดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2553 นำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มเอสในเขต จ.ลำพูน จ.เชียงใหม่ และ จ.แม่ฮ่องสอน
4. ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 – กุมภาพันธ์ 2553 นำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ และนำไปลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows, Microsoft Excel และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วนโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของเอสเอ็มเอส วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistic) ด้วยค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ )

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหา ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) ค่าการทดสอบ one way Anova และการแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปร (Crosstab)

ตอนที่ 3 สัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับผลกระทบของธุรกิจเอสเอ็มเอส จากปัจจัยการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวและผลกระทบต่อเจ้าของเอสเอ็มเอส ซึ่งประมวลผลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาสามารถตอบตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมเอสเอ็มเอส ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน รูปแบบการจัดตั้งมีการจดทะเบียนตามกฎหมายร้อยละ 84 ระยะเวลาดำเนินการส่วนใหญ่ 5-10 ปีหรือร้อยละ 44 ไม่มีทุนการจดทะเบียนร้อยละ 82 ไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุนร้อยละ 99 ภายสำนักงานมีการใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 88 ไม่มีการใช้เว็บไซต์ดำเนินการร้อยละ 56

ในด้านของรูปแบบการให้บริการของห้องพัก ห้องพักเป็นห้องเดี่ยวร้อยละ 61 โดยเป็นห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศและไม่มีเครื่องปรับอากาศร้อยละ 58 และ 64 ตามลำดับ

ส่วน จ.ใกล้เคียง มีการจดทะเบียนตามกฎหมายร้อยละ 86 ระยะเวลาการดำเนินการส่วนใหญ่ไม่ถึง 5 ปีร้อยละ 48 ไม่มีทุนการจดทะเบียนร้อยละ 83 ไม่มีต่างประเทศร่วมลงทุนร้อยละ 98 ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 57 และไม่ใช้เว็บไซต์ร้อยละ 60 ซึ่งการใช้อินเทอร์เน็ตในการอำนวยความสะดวกก็ช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ห้องพักส่วนใหญ่เป็นห้องเดี่ยวร้อยละ 50 ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงคู่ร้อยละ 47 และที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศส่วนใหญ่เป็นห้องเตียงเดี่ยวร้อยละ 55

2. รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกมีอะไรบ้าง เหมาะสมหรือไม่เมื่อเทียบกับราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก นอกจากเครื่องปรับอากาศและพัดลมแล้ว ส่วนใหญ่จะมีเครื่องทำน้ำอุ่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตร้อยละ 18, 15, และ 11 ตามลำดับ

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ จ.ใกล้เคียงพบว่า จ.ใกล้เคียง ภายในที่พักส่วนใหญ่มีเครื่องทำน้ำอุ่น พัดลม โทรทัศน์ร้อยละ 28, 27, และ 14 ตามลำดับ ซึ่งจะแตกต่างกับในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ที่ส่วนใหญ่มีอินเทอร์เน็ตให้ใช้

3. อัตราค่าบริการ เหมาะสมแล้วหรือไม่ โดยเทียบกับเกสต์เฮาส์ในจังหวัดใกล้เคียง อัตราค่าเช่าห้องพักต่อคืนที่มีเครื่องปรับอากาศ 340 บาท ที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 347 บาท อาจเป็นเพราะว่าโดยส่วนใหญ่ที่เก็บข้อมูลราคาห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศมีราคาต่ำหลายที่

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ จ.ใกล้เคียงพบว่า จ.ใกล้เคียง อัตราค่าเช่าห้องพักต่อคืนที่มีเครื่องปรับอากาศ 513 บาท ที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 416 บาท ราคาห้องพักในเขต จ.ใกล้เคียงสูงกว่าในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ อาจเป็นเพราะว่ามีการแข่งขันกันน้อย จึงเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย

4. ลักษณะที่ตั้งของเกสต์เฮาส์ทั้งหมดมีกี่จุด กี่โซน และผู้ประกอบการส่วนมากชอบทำเลที่ตั้งแบบไหน ที่ตั้งมีการกระจายอยู่โดยทั่วไปรอบเมือง แต่ส่วนใหญ่จะกระจุกอยู่ในบริเวณคูเมืองฝั่งประตูท่าแพ และบริเวณระหว่างถนนศรีดอนไชยกับถนนท่าแพ และบริเวณที่มีราคาถูกส่วนใหญ่เป็นบริเวณภายในคูเมือง เพราะมีเกสต์เฮาส์หนาแน่น แข่งขันกันเรียกลูกค้า

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าใช้บริการเกสต์เฮาส์ เช่น ความปลอดภัยของทรัพย์สิน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือไม่ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไว้ใจในเรื่องความปลอดภัยของที่พักรวมถึงการให้บริการที่เป็นกันเองจากเจ้าของเกสต์เฮาส์ นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกลับมาพักที่เดิมอีกในปีถัดไปเพราะประทับใจในความเป็นกันเองและมีการบอกกล่าวในลักษณะปากต่อปากให้แก่เพื่อนๆ และญาติพี่น้องของตน ว่าที่พักนั้นๆ ดี จึงมีการเข้าพักแบบไปแล้วกลับมาพักอีก

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าส่วนใหญ่ต้องการให้มีสถานที่ที่เป็นสวนเกษตรและสวนเกษตรร้อยละ 32 และ 19 ตามลำดับ ใน จ.ใกล้เคียงต้องการให้มีสถานที่ที่เป็นสวนเกษตรและสวนเกษตรร้อยละ 36 และ 31 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกัน

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยในครั้งนี้

##### ด้านนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยากให้ปรับปรุงเรื่องการขอต่ออายุวีซ่า ซึ่งมีความยุ่งยากและเพิ่มขั้นตอนมากกว่าเมื่อ 2-3 ปีก่อน และเรื่องการเมือง การชุมนุมประท้วงต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัย จากการสอบถามพบว่าลดลงจาก 2 ปีที่ผ่านมาเกือบ 50 %

นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวและเข้าพักในเกสต์เฮาส์จำนวนมากในช่วงเดือนมิถุนายน-กุมภาพันธ์ของทุกปีเพราะเป็นช่วงที่อากาศดีเหมาะแก่การท่องเที่ยวพักผ่อน

ในการเลือกที่จะเข้าพักนักท่องเที่ยวมีความต้องการในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การบริการของพนักงาน การรักษาความปลอดภัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ท่าเลที่ตั้ง รูปแบบของที่พัก ชื่อเสียงของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก และที่สำคัญคือราคาของที่พัก ต้องไม่แพงจนเกินไป เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวตามคำแนะนำของเพื่อนหรือญาติมิตร

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีวัตถุประสงค์ที่มาเที่ยวอย่างเดียวและนิยมเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่มักเดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและเดินทางมาเชียงใหม่มากกว่า 1 ครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียวหรือกลุ่มเล็กๆ ที่เรียกว่า แบ็คแพ็ค (backpack) และมาเชียงใหม่เป็นครั้งแรก

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมักเข้ามาพักโดยการจ่ายเงินส่วนใหญ่เป็นเงินสด ซึ่งสามารถนำไปปรับปรุงเกสต์เฮาส์ในเขตที่มีการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เป็นห้องขนาดเล็กราคาถูก ตามความต้องการของชาวต่างชาติ ส่วนชาวไทยโดยส่วนใหญ่จะชอบห้องหรูสบาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือการแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน รองลงมาคือราคามีหลายระดับให้เลือก ส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคือราคามีหลายระดับให้เลือกและความปลอดภัยในชีวิต โดยมีการวางแผนการเข้าพักไว้ก่อนล่วงหน้า ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดราคาหลายระดับของห้องพัก และร่วมมือกันไม่ก่อให้เกิดเหตุอันตรายเพราะจะสูญเสียความเชื่อมั่น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักเข้าพักเกสต์เฮาส์ที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถใช้ติดต่อสื่อสาร ค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายสะดวก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรจัดหาอินเทอร์เน็ตมาให้บริการเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า

นักท่องเที่ยวมีความต้องการโรงแรมหรือเกสต์เฮาส์ที่มีสภาพภายใน/ภายนอกที่ได้รับการดูแลให้สวยงามอยู่เสมอ สภาพของเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ควรได้รับการดูแลให้ใช้งานได้ดี ราคาที่พักควรเหมาะสมกับคุณภาพของที่พักมากกว่านี้

### ด้านผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการอยากให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ให้มากกว่านี้ และการเมืองที่ยังไม่สงบก็ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้ามาพัก

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์แตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวไทยมักเลือกที่พักที่มีความสะดวกสบายเหมือนที่บ้านตัวเอง เช่น ที่พักต้องมีแอร์ อินเทอร์เน็ต เครื่องทำน้ำอุ่น แอร์ ส่วนชาวต่างชาติต้องการที่พักที่บ้านตัวเองไม่มี แต่เข้าถึงธรรมชาติและ

วัฒนธรรมใหม่ๆ ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์จึงควรวางแผนจัดรูปแบบห้องพักให้เหมาะกับกลุ่มของนักท่องเที่ยว

ผู้ให้บริการประเภทเกสต์เฮาส์ต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือในเรื่องความมั่นคงของประเทศ แก้ไขปัญหาความแตกแยกของคนในสังคม เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวกลับมา จะส่งผลดีต่อการประกอบธุรกิจ และปัญหาอีกอย่างคือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้ผลกระทบจากมลพิษต่างๆ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มภาคที่เกี่ยวข้องเพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ควรพัฒนาไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นจริงที่ละขั้นตอน และพร้อมๆ กัน ได้แก่ ประชาชน ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

### บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2540.การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. 2536. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ลานนาฟู้ด. 2553. <http://www.lannafood.com/aboutchiangmai.php>, สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2553.
- Yamane, Taro (1973). Statistics : an introductory analysis. New York : Harper&Row.

### ภาคผนวก ข

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้  
และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้ที่ได้รับตลอดโครงการ



วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ดำเนินการมา และผลที่ได้รับตลอด โครงการ
1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป ของธุรกิจเกสต์เฮาส์ ได้แก่ รูปแบบการให้บริการ โครงสร้างการทำงาน	1. ค้นหาข้อมูลจากแหล่ง ทูติยภูมิ 2. นำแบบสอบถามไป สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	สำรวจผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์ เฮาส์ ทราบลักษณะทั่วไป รูปแบบการให้บริการ จำนวน ห้องพัก ฯลฯ
2. เพื่อศึกษารูปแบบสิ่ง อำนวยความสะดวก	1. นำแบบสอบถามไป สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	สำรวจผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์ เฮาส์ ทราบรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกว่ามีอะไรบ้าง
3. เพื่อศึกษาอัตราค่าบริการ	1. นำแบบสอบถามไป สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	สำรวจผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์ เฮาส์ ทราบอัตราค่าบริการ ของเกสต์ในห้องพักแบบ ต่างๆ
4. เพื่อศึกษาลักษณะที่ตั้ง	1. ค้นหาข้อมูลจากแหล่ง ทูติยภูมิ 2. นำแบบสอบถามไป สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	สำรวจผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์ เฮาส์ ทราบลักษณะลักษณะ ที่ตั้งของเกสต์ บางแห่งไม่ได้ จดทะเบียน และไม่มีรายชื่อ ในข้อมูลทูติยภูมิ
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลของที่พักต่อการ เลือกใช้บริการ	1. ค้นหาข้อมูลจากแหล่ง ทูติยภูมิ 2. นำแบบสอบถามไป สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 3. นำแบบสอบถามไป สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาว ไทยและชาวต่างชาติ	สำรวจผู้ประกอบการธุรกิจเกสต์ เฮาส์ ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพล ของที่พักต่อการเลือกใช้ บริการเกสต์เฮาส์ที่ นักท่องเที่ยวได้บอก ผู้ประกอบการ (comment)

**ภาคผนวก ค**

แบบสอบถาม / แบบสัมภาษณ์

## 1. แบบสำรวจการประกอบธุรกิจเกสต์เฮ้าส์

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อเกสต์เฮ้าส์ .....ชื่อผู้ประกอบการ.....  
 สถานที่ตั้ง เลขที่..... ถนน ..... ซอย .....ตำบล/แขวง.....  
 อำเภอ/เขต...เมือง..... จังหวัด...เชียงใหม่.... รหัสไปรษณีย์ .....โทรศัพท์.....

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของเกสต์เฮ้าส์

#### 2. รูปแบบการจัดตั้ง

- ☐ จัดทะเบียนตามกฎหมาย  
☐ ส่วนบุคคล ห้างหุ้นส่วนที่ไม่เป็นนิติบุคคล  
☐ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด  
☐ บริษัทจำกัด  
☐ การจัดตั้งในรูปแบบอื่นๆ( ระบุ )  
☐ ไม่ได้จดทะเบียน

#### 3. ระยะเวลาในการดำเนินการกิจการเกสต์เฮ้าส์

- ☐ ไม่เกิน 5 ปี(ระบุ).....ปี  
☐ 5-10 ปี(ระบุ).....ปี  
☐ 10 ปีขึ้นไป(ระบุ).....ปี

#### 4. เกสต์เฮ้าส์แห่งนี้มีทุนการจดทะเบียนหรือไม่

- ☐ ไม่มี  
☐ มี (ระบุ)

#### 5. เกสต์เฮ้าส์แห่งนี้มีต่างประเทศร่วมกันลงทุนหรือหุ้นหรือไม่

- ☐ ไม่มี  
☐ มี(ระบุ).....

#### 6. เกสต์เฮ้าส์แห่งนี้มีการใช้คอมพิวเตอร์หรือไม่

- ☐ มี จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหมด.....เครื่อง  
☐ ไม่มี

#### 7. เกสต์เฮ้าส์เว็บไซต์ในการดำเนินการหรือไม่(ส่งจองห้องพัก,รายละเอียดห้องฯลฯ)

- ☐ ไม่มี  
☐ มี ชื่อเว็บไซต์ .....

#### 8. ขนาด

เกสต์เฮ้าส์ .....ตารางวา  
 ห้องพัก .....ตารางวา

### ส่วนที่ 3 รูปแบบ สิ่งอำนวยความสะดวก

#### 9. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก

<input type="checkbox"/> เครื่องปรับอากาศ	<input type="checkbox"/> พัดลม	<input type="checkbox"/> โทรทัศน์
<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> ตู้เย็น	<input type="checkbox"/> เครื่องทำน้ำอุ่น
<input type="checkbox"/> อ่างอาบน้ำ	<input type="checkbox"/> สปา	<input type="checkbox"/> ร้านอาหาร
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ) .....		

### ส่วนที่ 4 อัตราค่าบริการ

#### 10. รูปแบบการให้บริการห้องพัก จำนวนห้องพักและอัตราค่าบริการห้องพัก

รูปแบบห้องพัก	จำนวนห้องพัก	ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ		ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	
		จำนวน (ห้อง)	อัตราค่าเช่าต่อคืน/เดือน	จำนวน (ห้อง)	อัตราค่าเช่าต่อคืน/เดือน
1. ห้องชุด			/		/
2. ห้องเตียงเดี่ยว			/		/
3. ห้องเตียงคู่			/		/
4. อื่นๆ			/		/

### ส่วนที่ 5 จำนวนผู้ที่เข้าพักเกสต์เฮาส์และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าพักบริการเกสต์เฮาส์ใน อ. เมือง จ.เชียงใหม่

#### 9. จำนวนผู้ที่มาพักทั้งสิ้นในรอบปี 2551- 2552

##### 9.1 คนไทย

รูปแบบห้องพัก	จำนวนผู้มาพักทั้งสิ้น	ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ	ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
		จำนวน (ห้อง)	จำนวน (ห้อง)
1. ห้องชุด			
2. ห้องเตียงเดี่ยว			
3. ห้องเตียงคู่			
4. อื่นๆ			

##### 9.2 คนต่างชาติ

ประเภทห้องพัก	จำนวนผู้มาพักทั้งสิ้น	ห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศ	ห้องพักที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
		จำนวน (ห้อง)	จำนวน (ห้อง)
1. ห้องชุด			
2. ห้องเตียงเดี่ยว			
3. ห้องเตียงคู่			
4. อื่นๆ			

11. ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่

- ☐ สวนเกษตร                      ☐ วนเกษตร  
☐ สวนสมุนไพร                      ☐ ฟาร์มปศุสัตว์ สัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ  
☐ สถานที่ราชการ  
☐ สถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตร ที่ทันสมัยฯ  
☐ อื่นๆ.....

12. ธุรกิจเกษตรเฮาส์มีการร่วมทุนหรือทำกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการใดบ้าง (ภายนอกเกษตรเฮาส์)

- ☐ คาราโอเกะ                      ☐ อาบอบนวด                      ☐ ร้านเหล้า  
☐ ผับ                      ☐ ร้านอาหาร                      ☐ กรู๊ปทัวร์

13. ความต้องการเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวได้บอกกล่าวกับผู้ประกอบการ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

.....

.....

14. เกสต์เฮาส์ได้รับผลกระทบอย่างไรบ้างต่อสถานการณ์เศรษฐกิจจากอดีตจนถึงปัจจุบัน (ย้อนหลังไป 3 ปี)

.....

.....

15. แนวโน้มการประกอบธุรกิจเกษตรเฮาส์ต่อสถานการณ์เศรษฐกิจในอนาคต การปรับปรุงที่พัก อาหารเช้าฯ.....

.....

.....

16. ผลกระทบของธุรกิจเกษตรเฮาส์ต่อสิ่งแวดล้อม ของชุมชนนั้นๆ(น้ำเสีย,มลภาวะทางเสียงฯลฯ)

.....

.....

17. มาตรการป้องกันไม่ให้เกิดกวนชุมชน

.....

.....

18. นักท่องเที่ยวมาพักเกษตรเฮาส์เพื่อวัตถุประสงค์ใด

.....

.....

19. ช่วงเวลาการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

.....

.....

20. สิ่งที่ยากให้รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไท

ย.....

2. แบบสอบถามนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามเรื่อง “การสำรวจผลกระทบของการดำเนินงานของเกสต์เฮาส์  
ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2. อายุ

[ ] ต่ำกว่า 20 ปี [ ] 20-30 ปี  
[ ] 31-40 ปี [ ] 41-50 ปี  
[ ] 51-60 ปี [ ] มากกว่า 60 ปี

3. อาชีพ

[ ] นักศึกษา [ ] รับราชการ  
[ ] ประกอบธุรกิจส่วนตัว [ ] พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
[ ] พนักงานบริษัทเอกชน [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. สถานภาพการสมรส

[ ] โสด [ ] แต่งงานแล้ว [ ] ม่าย-หย่าร้าง

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

[ ] ไม่ได้รับการศึกษา [ ] ประถมศึกษา  
[ ] มัธยมศึกษา [ ] ปวช./ปวส.  
[ ]ปริญญาตรี [ ] สูงกว่าปริญญาตรี

6. ภูมิลำเนาของท่าน

[ ] ประเทศไทย [ ] ต่างประเทศ/ต่างชาติ

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

[ ] ประเทศไทย.....บาท  
[ ] ต่างประเทศ/ต่างชาติ.....(USD)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

1. การมาจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ นอกจากจะมาท่องเที่ยวแล้วท่านมีวัตถุประสงค์อื่นใดดังต่อไปนี้หรือไม่

[ ] มาท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว [ ] เยี่ยมญาติ  
[ ] ติดต่อธุรกิจการค้า [ ] ประชุมสัมมนา  
[ ] ปฏิบัติงานราชการ [ ] ทักษิศึกษา-ดูงาน  
[ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้

- [ ] รถยนต์ส่วนตัว      [ ] รถเช่า-รถตู้เช่า      [ ] รถไฟ  
 [ ] รถโดยสารประจำทาง [ ] รถนำเที่ยว      [ ] เครื่องบิน  
 [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. รูปแบบในการเดินทางของท่านในแต่ละครั้ง

- [ ] มาคนเดียว      [ ] มากับกลุ่มเพื่อน  
 [ ] มากับญาติพี่น้อง      [ ] มากับบริษัททัวร์นำเที่ยว  
 [ ] มากับองค์กรที่ทำงาน      [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. จำนวนครั้งในการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ของท่านในครั้งนี้

- [ ] ครั้งแรก      [ ] ไม่ใช่ครั้งแรก

5. แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] เชิงเกษตร เลี้ยงปลา สวนผัก สวนผลไม้ ฯลฯ  
 [ ] ธรรมชาติ เช่น ดอยอินทนนท์ ดอยอ่างขาง โครงการหลวง ฯลฯ  
 [ ] วัฒนธรรม/ประเพณี เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง ฯลฯ  
 [ ] ศึกษาดูงานในองค์กร หน่วยงานต่างๆ  
 [ ] โบราณสถาน/วัตถุ เช่น ดอยสุเทพ เวียงกุมกาม ฯลฯ

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่

1. การพักแรมในครั้งนี้ ท่านเลือกใช้ที่พักแรมประเภทใด

- [ ] โรงแรม  
 [ ] เกสต์เฮ้าส์  
 [ ] อื่นๆ

2. วิธีการชำระเงินค่าที่พักของท่านอย่างไร

- [ ] เงินสด      [ ] บัตรเครดิต  
 [ ] อื่นๆ

3. ในครั้งนี้ท่านทำการจองห้องพักก่อนเข้าพักหรือไม่

- [ ] จอง      [ ] ไม่จอง

4. ระยะเวลาในการเข้าพักส่วนใหญ่ของท่านครั้งนี้

- [ ] น้อยกว่า 1 สัปดาห์      [ ] 1-4 สัปดาห์  
 [ ] 1-6 เดือน      [ ] มากกว่า 6 เดือน

5. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาที่พักหรือรู้จักที่พักแรมที่ท่านใช้บริการในครั้งนี้มาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ญาติหรือเพื่อนแนะนำ        | <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต   |
| <input type="checkbox"/> ใบปลิวโฆษณา/แผ่นพับ        | <input type="checkbox"/> โทรศัพท์       |
| <input type="checkbox"/> นิตยสาร/วารสาร             | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์   |
| <input type="checkbox"/> การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย | <input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> หนังสือแนะนำ               | <input type="checkbox"/> อื่นๆ          |

6. การเข้าพักแรมของท่านในครั้งนี้มีการจัดการกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบใด

- ☐ ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแต่อย่างใด
- ☐ เข้าพักแรมฟรี/มีส่วนลดพิเศษกรณีเป็นวันสำคัญของลูกค้า เช่น ครบรอบแต่งงาน
- ☐ โปรโมชันพิเศษตามเทศกาลสำคัญ เช่น ลอยกระทง สงกรานต์ ส่วนลด 10-20
- ☐ มีของแถม/ชิงโชค กรณีเข้าพักแรมมากกว่าหนึ่งคืน/ครั้ง
- ☐ ได้รับสิทธิ์ส่วนลดราคาห้องพักกรณีเข้าพักแรมเป็นกลุ่มคณะ/ข้าราชการ
- ☐ อื่นๆ

ตอนที่ 4 ปัจจัยต่างๆต่อไปนี้มีผลต่อการเลือกใช้บริการที่พักแรมในครั้งนี้มาก-น้อยเพียงไร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการที่พักแรม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ราคามีหลายระดับให้เลือกเหมาะสม					
2. ราคาถูกกว่าที่พักประเภทอื่น					
3. มีการแจ้งราคาห้องพักประเภทอื่น					
4. ค่าบริการต่างๆมีความเหมาะสม เช่น การบริการอินเทอร์เน็ต มินิบาร์ ฯลฯ					
5. ที่พักมีความสะอาด					
6. ที่พักมีความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สิน					
7. ที่พักมีความสวยงาม					
8. สถานที่พักแรมมีการจัดส่งเสริม การตลาด เช่น ลด แลก แจก แถม กรณีพักหลายคืนหรือตามเทศกาล สำคัญ					



ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการ เลือกใช้บริการที่พักแรม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
9. สถานที่พักแรมมีโปรแกรมพิเศษในกรณี เป็นสำคัญของลูกค้า					
10. สถานที่พักแรมใกล้เคียงกับสถานที่ ท่องเที่ยว					
11. สถานที่พักแรมตั้งอยู่ในทำเลที่สวยงาม ในการค้นหา					
12. สถานที่พักแรมใกล้เคียงกับสถานที่ติดต่อ ธุรกิจ					
13. สถานที่พักแรมมีช่องทางในการจอง ห้องพัก/การประสานงานติดต่อ หลายทางที่ทันสมัย					
14. สถานที่พักแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวก หลากหลายให้บริการ เช่น บริการรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ขนย้าย กระเป๋า สัมภาระ เป็นต้น					
15. พนักงานมีอัธยาศัยดี					
16. ผู้ให้บริการมีทักษะในการสื่อสารอยู่ใน ระดับดี					
17. อื่น (โปรดระบุ)					

**ตอนที่ 5 ปัญหาที่พบบ่อยครั้งและแนวทางแก้ไขปัญหาในการใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่**

**คำชี้แจง** กรุณาแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านตามหัวข้อที่กำหนดให้ต่อไปนี้

1. ปัญหาราคาที่พัก .....
- แนวทางแก้ไข.....
2. ปัญหาห้องพัก.....
- แนวทางแก้ไข.....
3. ปัญหาการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ .....
- แนวทางแก้ไข .....
4. ปัญหาการให้บริการของพนักงาน .....
- แนวทางแก้ไข.....
5. ปัญหาสถานที่ ทำเลที่ตั้ง สภาพแวดล้อม .....
- แนวทางแก้ไข .....

ขอบคุณครับ

The questionnaire about Exploration of the impact of administration guesthouse with the tourist industry in Muang district, Chiangmai

**Part 1 Tourist Information**

1. Sex

☐ Male ☐ Female

2. Age

☐ Under 20 year-old ☐ 20-30 year-old  
☐ 31-40 year-old ☐ 41-50 year-old  
☐ 51-60 year-old ☐ over 60 year-old

3. Career

☐ Student ☐ Government Officer  
☐ Self-employed ☐ Semi-Government  
☐ Private Company  
☐ other (Please specify).....

4. Marital Status

☐ Single ☐ Married ☐ Widow-Divorced

5. Educational Level

☐ Uneducated ☐ Primary  
☐ Secondary ☐ High School/Diploma  
☐ University ☐ Higher

6. Place of birth

☐ Thailand ☐ other country

7. Average income

☐ Thai.....Baht  
☐ Foreigner.....(USD)

**Part 2 Your traveling behavior for this trip to Chiang Mai**

1. What is your purpose of coming to Chiang Mai?

☐ Travling only ☐ Visit friends-family  
☐ Business purpose ☐ Conference-meeting  
☐ Working ☐ Field trip  
☐ other (please specify).....

## 2. kind of vehicle do you use?

- ☐ Own car                      ☐ Rental car                      ☐ Train  
☐ Public bus                      ☐ Organized bus                      ☐ Airplane  
☐ other (please specify).....

## 3. Type if traveling

- ☐ alone                      ☐ with your friends  
☐ with family                      ☐ group tour  
☐ company

## 4. No. of visits

- ☐ First time                      ☐ Not first time

## 5. Tourist attraction you have been to (you can choose more than one)

- ☐ Agrotourism  
☐ Natural attractions i.e. Inthanon, Angkhang National Park, Royal Project, etc.  
☐ Cultural festivals i.e. Songkhan, Loi Krathong festival, etc.  
☐ Observe activities in organization, agency, center, etc.  
☐ Cultural attraction i.e. Doi Suthep temple, Vieng Kumkam, etc.  
☐ other (please specify)

**Part 3 Your information of accommodation chosen in Chiang Mai**

## 1. What kind of accommodation do you choose?

- ☐ Hotel  
☐ Guesthouse  
☐ Other

## 2. How do you pay for accommodation?

- ☐ Cash                      ☐ Credit card  
☐ Other

## 3. Did you reserve the room before you arrive?

- ☐ Yes                      ☐ No

## 4. Your period of staying

- ☐ less than 1 wk                      ☐ 1-4 wk  
☐ 1-6 month                      ☐ more than 6 month

## 5. Sources of accommodation information (you can choose more than one)

- ☐ Friends, family
 ☐ Internet  
☐ Brochures
 ☐ TV  
☐ Magazines
 ☐ New papers  
☐ Tourism Authority of Thailand (TAT)
 ☐ Travel agencies  
☐ Tourist guidebooks
 ☐ other

## 6. Do you get any accommodation promotion?

- ☐ No  
☐ Free accommodation/discount for special occasions i.e. wedding anniversary  
☐ Special festivals i.e. Songkran, Loi Krathong festival with 10-20% discount  
☐ Extra promotion for more than 1 night accommodation  
☐ Group discount  
☐ other

Past 4 What are the factors of your accommodation chosen?

Factors of your accommodation chosen	Mostly (5)	Much (4)	Medium (3)	Less (2)	Very less (1)
1. Various level of price					
2. Cheaper price					
3. There a singn of price list at that place					
4. Fair price of extra services i.e. internet, mini bar					
5. Clean place					
6. Security of place					
7. Nice decoration					
8. Good promotion for special festivals					
9. Good promotion for customer special occasions					
10. Nearby tourist attractions					
11. Easy to know where it is located					

Factors of your accommodation chosen	Mostly (5)	Much (4)	Medium (3)	Less (2)	Very less (1)
12. Nearby where you go for business					
13. Many reservation channels i.e. e-mail, e-commerce					
14. Various facilities and services i.e. travel, luggage services					
15. Friendly staff					
16. Staff with good communication skills					
17. Other (please specify)					

**Past 5 Occasional problems you have met when staying in Chiang Mai**

**Instruction** Please write down your comment as follow:

1. Pricing problems .....

Solutions.....

2. Problems about room.....

Solutions.....

3. Promotion problems.....

Solutions.....

4. Problems of services from staff.....

Solutions.....

5. Problems of place, location and environment .....

Solutions.....

thank you

### ภาคผนวก ง

ภาพถ่ายกิจกรรมการดำเนินงานวิจัย



ภาพที่ ๑.๑ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.2 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.3 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่





ภาพที่ ง.4 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.5 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



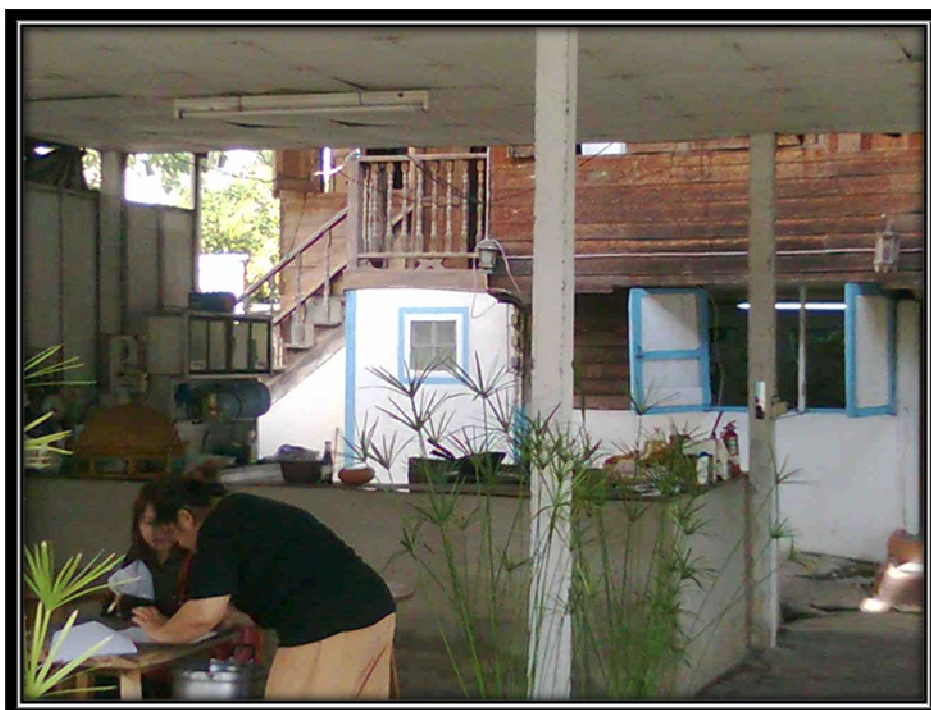
ภาพที่ ง.6 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.7 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่

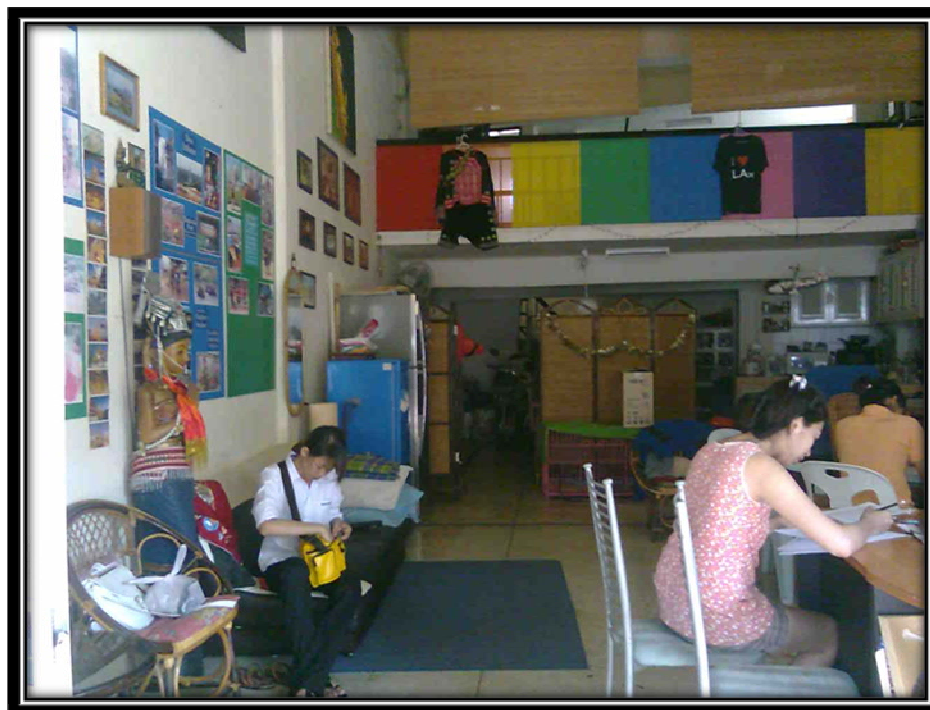


ภาพที่ ง.8 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.9 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่





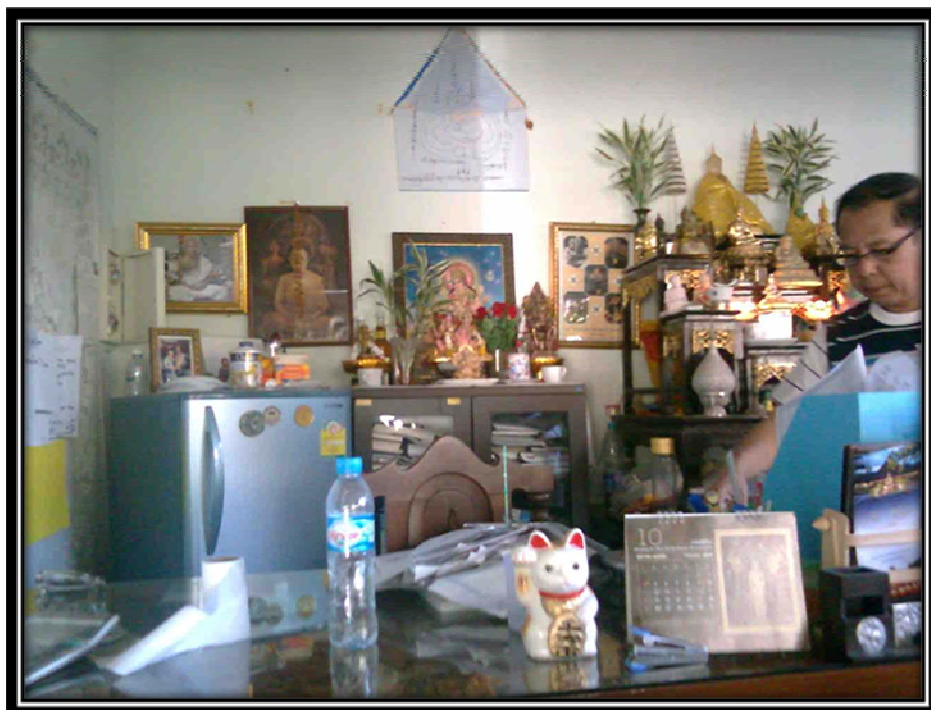
ภาพที่ ง.10 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



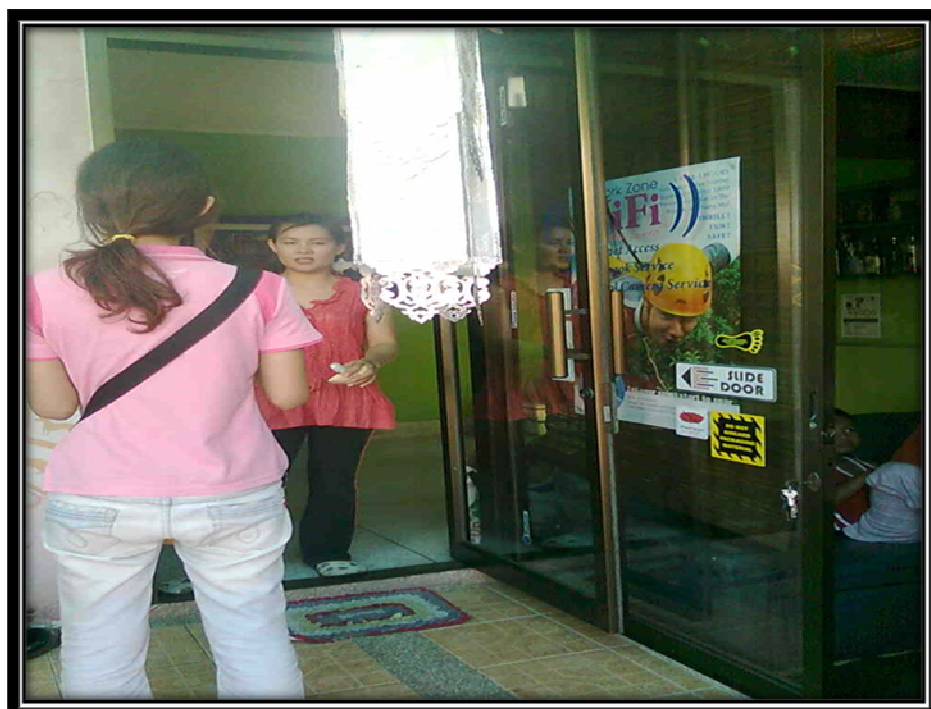
ภาพที่ ง.11 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.12 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่

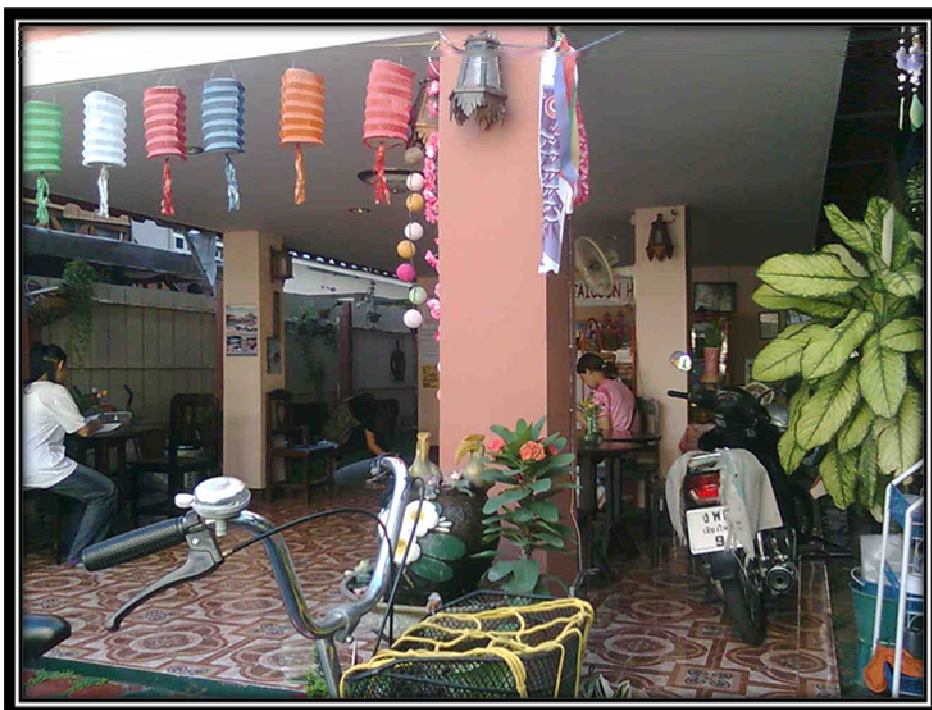


ภาพที่ ง.13 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.14 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่





ภาพที่ ง.15 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.16 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.17 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.18 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่





ภาพที่ ง.19 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.20 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.21 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.22 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.23 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.24 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน





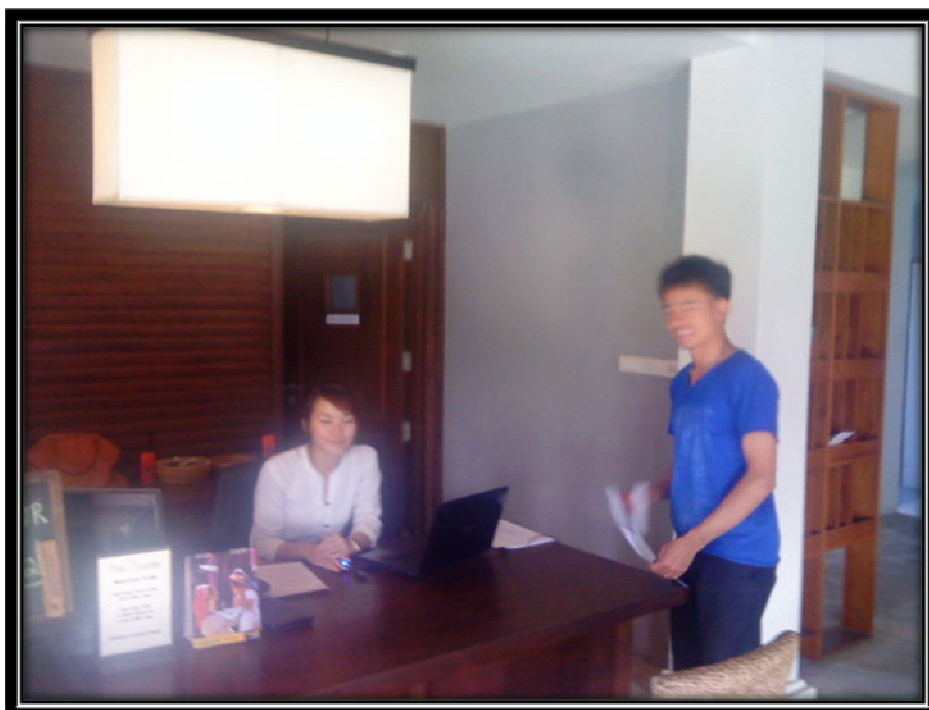
ภาพที่ ง.25 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.26 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.27 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.28 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.29 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.30 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน





ภาพที่ ง.31 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.32 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกสต์เฮาส์ใน อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ ง.33 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.34 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่





ภาพที่ ง.35 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่



ภาพที่ ง.36 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวใน อ.เมือง จ.เชียงใหม่

ภาคผนวก จ  
ประวัติคณะผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล นายเอกชัย ว่องสกุล

Mr.Ekachai Wongsakol

เพศ ชาย

วันเดือนปีเกิด 24 ตุลาคม 2530 อายุ 22 ปี

ปัจจุบันศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290  
โทรศัพท์/โทรสาร 087-0786307 , 080-4923344

E-mail-address econometrics69@yahoo.com , marcus\_ir\_uv@yahoo.com

### ประวัติการศึกษา

- ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านคู้วังวัว
- มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนฉวางรัชดาภิเษก
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสุราษฎร์พิทยา
- กำลังศึกษา ป.ตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### การทำงาน

- ธุรกิจส่วนตัว(ค้าขาย)2545-2548
- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ2549-2550 (ความพึงพอใจของชาวบ้านที่มีต่อเทศบาล ต.หนองหอย)
- waiter sofitel hotel
- ครูสอนพิเศษภาษาอังกฤษระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย 2550 -2551
- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ2549-2550 (การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตข้าวนาปีในเขตจังหวัด

อุดรดิตถ์)

- ธุรกิจส่วนตัว(ค้าขายผ่านเว็บ

www.pramool.com,www.pdamobiz.com,www.overclockzone.com)2549-2552

ชื่อ-นามสกุล นายวัฒนา วาธง

Mr.Watana Watong

เพศ ชาย

วันเดือนปีเกิด 17 มีนาคม 2531 อายุ 21 ปี

ปัจจุบันศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์/โทรสาร 089-8550884

E-mail-address Watong\_ou@hotmail.com

### ประวัติการศึกษา

- ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านหลวง
- มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอมก๋อยวิทยาคม
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอมก๋อยวิทยาคม
- กำลังศึกษา ป.ตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### การทำงาน

- ธุรกิจส่วนตัว(ค้าขาย) 2545-2548
- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (รายได้นอกภาคการเกษตร)
- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (วิจัยเรื่องผลตอบแทนข้าวนาปี ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่)

ชื่อ-นามสกุล นายรัฐพงศ์ พริมา  
Mr.Ratapong Primma

เพศ ชาย

วันเดือนปีเกิด 9 กุมภาพันธ์ 2530 อายุ 22 ปี

ปัจจุบันศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290  
โทรศัพท์/โทรสาร 083-2136866 , 082-1821821

E-mail-address primma43@ hotmail.com , primma43@gmail.com

### ประวัติการศึกษา

- ประถมศึกษา โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง
- มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนร่องกว้างอนุสรณ์
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนร่องกว้างอนุสรณ์
- กำลังศึกษา ป.ตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### การทำงาน

- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านค้าปลีก (เสริมสวย))
- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (ความพึงพอใจของชาวบ้าน ต. หนองหารที่มีต่อเทศบาลต.แม่โจ้)
- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (ความพึงพอใจของการใช้อุปโภคบริโภคประจำวันของบุคคลทั่วไป)
- วิจัยเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตมันฝรั่ง ต. แม่แฝกใหม่ อ. สันทราย จ. เชียงใหม่

ชื่อ-นามสกุล นายชรินทร์ ศิริแก้ว

Mr.Charintorn Sirikaew

เพศ ชาย

วันเดือนปีเกิด 26 มกราคม 2531 อายุ 21 ปี

ปัจจุบันศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์/โทรสาร 082-623-4608

E-mail-address artoro\_vb76@hotmail.com

### ประวัติการศึกษา

- ประถมศึกษา โรงเรียนชุมชนบ้านพร้าวหนุ่ม
- มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย
- กำลังศึกษา ป.ตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### การทำงาน

- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (รายได้นอกภาคการเกษตร)
- วิจัยเรื่องผลตอบแทนข้าวนาปี ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่

ชื่อ-นามสกุล นายไกรสิทธิ์ หามาลา  
Mr.Kraisit Hamala

เพศ ชาย

วันเดือนปีเกิด 10 มิถุนายน 2529 อายุ 23 ปี

ปัจจุบันศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 สาขา เศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290  
โทรศัพท์/โทรสาร 081-366-9069

E-mail-address maxcro\_nju@hotmail.com

#### ประวัติการศึกษา

- ประถมศึกษา โรงเรียนอนุบาลลำานรายณ์
- มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชัยบาดาลวิทยา
- มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนชัยบาดาลวิทยา
- กำลังศึกษา ป.ตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

#### การทำงาน

- ผู้ช่วยนักวิจัยอิสระ 2549-2550 (รายได้นอกภาคการเกษตร)
- วิจัยเรื่องผลตอบแทนข้าวนาปี ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่