
SCERC Classical Paper Series

A Collection of influential manuscripts by SCERC members

ชุดบทความในอดีตที่มีอิทธิพลต่อการวิจัยและประยุกต์ โดยผู้เชี่ยวชาญ จาก ศูนย์วิจัยเซิร์ค คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



การท่องเที่ยววัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ (Cultural Tourism: A Case Study of Chiang Mai)

ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์*
อัครพงศ์ อันทอง
ศาสตราจารย์ ดร.มิ่งสรรพ ขาวสอาด

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

*ปัจจุบัน สังกัด ศูนย์วิจัยเซิร์ค (SCERC: Supply Chain Economics Research Centre)
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ติดต่อผู้เขียนได้ทาง

Email: me@pairach.com | Website: www.pairach.com |

Facebook: www.facebook.com/pairachCMSE Twitter: @piboonrunroj

กรุณาอ้างอิงดังนี้:

ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ และคณะ (2547) 'การท่องเที่ยววัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่' SCERC Classical Paper Series. ศูนย์วิจัยเซิร์ค (SCERC: Supply Chain Economics Research Centre_) <URL=<http://www.scerc.net>>.

1 ที่มาและความสำคัญ

ประเทศหลายๆ ประเทศในโลก ได้นำวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเทศที่มีวัฒนธรรมที่สวยงามและสืบทอดกันมายาวนาน วัฒนธรรมที่นำมาเป็นจุดขาย มีทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแสดงทางศิลปะ เช่น การฟ้อนรำ รวมถึง วัดและโบราณสถานต่างๆ นอกจากนี้วัฒนธรรมยังถูกนำไปสร้างเป็นสินค้าของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น รูปจำลองโบราณสถาน สิ่งทอ และเครื่องประดับต่างๆ เป็นต้น จากงานการศึกษาของธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียหรือ ADB ที่ได้เก็บตัวอย่างนักท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) จำนวน 2,100 ตัวอย่าง ในปี พ.ศ. 2547 พบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำมากที่สุด คือ การชิมอาหารพื้นเมือง (82%) รองลงมาคือ การทัศนอาจร (75%) การซื้อสินค้าพื้นเมือง (75%) การเยี่ยมชมแหล่งศิลปวัฒนธรรม (55%) การเยี่ยมชมอุทยานแห่งชาติ (33%) และการเยี่ยมชมชุมชนวัฒนธรรม (21%) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มาจากไทย ใช้เงินในการช้อปปิ้งมากที่สุดถึงร้อยละ 45 ของค่าใช้จ่ายต่อวัน นับว่ามากเป็นที่ 2 รองจากยูเนี่ยน (ร้อยละ 50.64) ประเทศไทยได้คะแนนสูงสุดจากความหลากหลาย และราคาสินค้า การศึกษาของ ADB ยังสรุปอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากเพื่อนชายทะเล เช่น ภูเก็ต มักไม่สนใจการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการซื้อของหัตถกรรมพื้นเมืองข้อเสนอของนักท่องเที่ยวที่มาจากเอเชียแหล่งศิลปวัฒนธรรมใน GMS ก็คือ พัฒนาหนังสือท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาษาต่างๆ โดยเฉพาะในแหล่งที่ไม่อนุญาตให้ถ่ายรูป

ประเทศไทยนับได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งในโลกที่มีวัฒนธรรมเป็นของตนเองและยังมีชื่อเสียงในด้านความสวยงามของศิลปวัฒนธรรม ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นจนได้รับสมยานามว่า “สยามเมืองยิ้ม” กอปรกับรัฐบาลไทยมีความต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาในอนาคตมากที่สุดและถูกจัดเป็นอุตสาหกรรมดาวรุ่ง (Rising Star) จากผลการวิเคราะห์ Thailand Competitiveness Matrix (TCM) จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักที่มักถูกกล่าวถึงอยู่ตลอดในเรื่องของความสวยงามของวัฒนธรรมท้องถิ่น เมื่อกล่าวถึงจังหวัดเชียงใหม่ ก็มักจะนึกถึงเมืองที่มีความสวยงามทั้งธรรมชาติที่แวดล้อมไปด้วยขุนเขา ป่าไม้ รวมถึงความงดงามของอุปนิสัยของชาวเชียงใหม่ที่ติดตราตรึงใจผู้คนที่มาเยี่ยมชมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้นการศึกษาถึงการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ก็คือการท่องเที่ยววัฒนธรรม

2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 2.1 ประเมินความสำคัญของการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่
- 2.2 ศึกษารูปแบบของการท่องเที่ยววัฒนธรรมและลักษณะของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้มาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2548 โดยใช้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นตัวกำหนดจำนวนตัวอย่างของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศ โดยขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการครั้งนี้มีสูตรในการคำนวณดังนี้¹

$$n \ll \frac{NZ^2(CV)^2}{Z^2(CV)^2 \left[\frac{N}{n} \right] E^2}$$

¹ เทย์แซ ศิริวรรณ และคณะ. 2546. “โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2546.” เสนอ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โดยที่	n	คือ จำนวนตัวอย่างทั้งหมดของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
	N	คือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด
	Z	คือ ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน ซึ่งในที่นี้กำหนด ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ($Z = \sim 1.96$)
	CV	คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน ซึ่งในที่นี้กำหนดให้ $CV = 0.5$
	E	คือ ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่จะยอมรับได้ ซึ่งในที่นี้ได้กำหนดไว้ 0.05

ในการคำนวณเพื่อหาจำนวนตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลได้ใช้จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ ปี พ.ศ. 2548 ซึ่งมีจำนวน 3,997,776 คน เป็นฐานในการคำนวณ และได้กำหนดให้ความคลื่อนของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่จะยอมรับได้เท่ากับ 0.03 ดังนั้นจากสูตรข้างต้นสามารถคำนวณจำนวนตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลได้เท่ากับ 384 รายซึ่งสามารถเก็บได้จริง 520 ตัวอย่างแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 315 ตัวอย่างและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 205 ตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่าง เดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2549 จำนวน 520 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling ตามสัดส่วนวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยว และอ้างอิงโครงสร้างสัดส่วนวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวตามสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2547 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 1) ในการสำรวจยังได้มีการสอบถามข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้เป็นตัวแปรควบคุมไม่ให้เกิดการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อน ได้แก่ เพศ อายุ จังหวัดที่อยู่อาศัย สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รวมถึงรายได้ส่วนตัวและของครอบครัวด้วย

3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาที่เป็นการพิจารณาค่าสัดส่วน (ร้อยละ) โดยการทดสอบค่าสถิติ t (t-statistics) และพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ย (Simple Average)

ตารางที่ 1 สัดส่วนประชากรและตัวอย่างจำแนกตามวิธีการเดินทาง

พาหนะ	ประชากร	ร้อยละ	ตัวอย่าง
เครื่องบิน	907,987	23.33	117
รถไฟ	1,045,503	26.86	134
รถโดยสาร	773,780	19.88	99
รถส่วนตัว	1,164,734	29.93	150
รวม	3,892,004	100.00	500

ที่มา: คำนวณจากข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 2547 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2548.

4 การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย และมีความสำคัญมากที่สุดในภาคเหนือ มีสนามบินนานาชาติ สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เช่น วัด พิพิธภัณฑน์ เป็นต้น รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเช่น ดอยและภูเขาสูงต่างๆ และอากาศที่ค่อนข้างเย็นสบายในช่วงฤดูหนาว ในปัจจุบันได้มีความพยายามในการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคเหนือ และรวมถึงประเทศเพื่อนบ้านด้วย ในปี พ.ศ. 2548 จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวเกือบ 4 ล้าน กว่าครึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว มีระยะเวลาพักประมาณ 3 วัน และส่วนใหญ่จะนิยมพักโรงแรมมากที่สุด ละเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยเกือบ 3 ครั้งต่อปี การท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ให้จังหวัดเชียงใหม่ในปี 2548 กว่า 3 หมื่นล้านบาท

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2548

รายการข้อมูล	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
จำนวนผู้เยี่ยมเยือน	2101099	1,797,444	3,898,543
▪ นักท่องเที่ยว	1,877,194	1,746,201	3,623,395
▪ นักทัศนาจร	223,905	51,243	275,148
จำนวนผู้เยี่ยมเยือนจำแนกตามพาหนะการเดินทาง	2,101,099	1,797,444	3,898,543
▪ เครื่องบิน	291,969	616,018	907,987
▪ รถไฟ	508,913	536,590	1,045,503
▪ รถโดยสารประจำทาง	459,099	314,681	773,780
▪ รถส่วนตัว	835,031	329,703	1,164,734
▪ อื่น ๆ	6,087	452	6,539
ประเภทที่พัก	1,877,194	1,746,201	3,623,395
▪ โรงแรม	1,258,165	1,384,506	2,642,671
▪ เกสต์เฮาส์	70,003	228,639	298,642
▪ บังกาโล/รีสอร์ท	23,378	21,374	44,752
▪ บ้านญาติ/เพื่อน	486,695	97,065	583,760
▪ ที่พักในอุทยานฯ	31,560	13,171	44,731
▪ บ้านรับรองฯ	7,393	1,446	8,839
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว(วัน)	3.96	3.86	3.91
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน(บาท)	2,720.42	3,568.40	3,119.00
▪ นักท่องเที่ยว	2,750.27	3,570.09	3,145.36
▪ นักทัศนาจร	1,729.53	2,127.71	1,921.38
รายได้(ล้านบาท)	20,831.85	24,235.04	45,066.89
▪ นักท่องเที่ยว	20,444.61	24,126.01	44,570.62
▪ นักทัศนาจร	387.24	109.03	496.27
จำนวนครั้งเฉลี่ยของการเดินทางในรอบปี(ครั้ง)	2.83	1.25	2.10
▪ นักท่องเที่ยว	2.76	1.25	2.03
▪ นักทัศนาจร	3.42	1.20	3.00

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549.

5 นักท่องเที่ยววัฒนธรรม

การศึกษานี้ได้กำหนดนิยามความหมายของการท่องเที่ยววัฒนธรรมว่า *“การท่องเที่ยววัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยว วัด/โบราณสถาน งานเทศกาล/ประเพณี/การแสดง พิพิธภัณฑสถานแหล่งชุมชนทางวัฒนธรรม กิจกรรมในเชิงศาสนา และ สถานที่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกทางวัฒนธรรม”* และในการศึกษา นักท่องเที่ยววัฒนธรรม หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างชาวไทยทั้งหมด 253 ตัวอย่างหรือร้อยละ 80.32 ของกลุ่มตัวอย่างชาวไทย และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างชาติทั้งหมด 170 ตัวอย่างหรือร้อยละ 82.44 ของกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ

สาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างชาวไทยเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับ พบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย สาเหตุที่สำคัญที่สุดคือการท่องเที่ยววัฒนธรรม โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นสาเหตุแรกร้อยละ 36.51 และรวมทั้งสามอันดับกว่าร้อยละ 80.32 รองลงมาคือ บรรยากาศ / สภาพภูมิอากาศ เป็นสาเหตุแรกร้อยละ 30.79 และรวมทั้งสามอันดับร้อยละ 68.25 ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ / ธรรมชาติ มีสัดส่วนการเลือกเป็นสาเหตุสามอันดับแรกร้อยละ 68.57 ดังตารางที่ 3

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าการท่องเที่ยววัฒนธรรมก็เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเป็นสาเหตุอันดับ 1 ร้อยละ 36.51 และเป็นหนึ่งสาเหตุ 3 อันดับแรกร้อยละ 82.44 รองลงมาคือการท่องเที่ยวผจญภัย ซึ่งเป็นสาเหตุอันดับแรก ร้อยละ 15.12 และเป็นหนึ่งใน สามสาเหตุหลักคิดเป็น 50.24 และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และธรรมชาติ เป็นสาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เป็นสาเหตุแรกคิดเป็นร้อยละ 9.76 และเป็นหนึ่งในสามสาเหตุแรกร้อยละ 43.90 ดังตารางที่ 4

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างก็เลือกมาท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 80 และอาจกล่าวได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ตารางที่ 3 สาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก

สาเหตุที่เลือกมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	ลำดับที่			รวมลำดับ 1-3
	1	2	3	
1. ท่องเที่ยววัฒนธรรม	36.51	26.98	16.83	80.32
2. บรรยากาศ/สภาพภูมิอากาศ	30.79	25.08	12.38	68.25
3. ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ธรรมชาติ	17.14	23.49	27.94	68.57
4. ท่องเที่ยวผจญภัย	5.08	7.62	6.35	19.05
5. ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เช่น นวด สปา	2.54	3.17	6.98	12.70
6. ซัปปิ้ง/ซื้อของที่ระลึก	2.54	7.30	15.56	25.40
7. ท่องเที่ยวแหล่งบันเทิงยามค่ำคืน	1.59	4.13	7.62	13.33
8. ท่องเที่ยวเกษตรกรรม	1.27	0.63	2.54	4.44
9. ท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิส	0.32	1.59	2.22	4.13
10. อื่นๆ เช่น เยี่ยมญาติ, การประชุมสัมมนา	2.22	0.32	1.59	4.13

ที่มา: จากการคำนวณ.

ตารางที่ 4 สาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก

สาเหตุที่เลือกมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	ลำดับที่			รวมลำดับ 1-3
	1	2	3	
1. ท่องเที่ยววัฒนธรรม	44.88	23.90	13.66	82.44
2. ท่องเที่ยวผจญภัย	15.12	17.56	17.56	50.24
3. ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ธรรมชาติ	9.76	16.10	18.05	43.90
4. บรรยากาศ/สภาพภูมิอากาศ	7.80	16.59	14.63	39.02
5. ซัปปิ้ง/ซื้อของที่ระลึก	4.39	8.29	9.76	22.44
6. ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เช่น นวด สปา	1.95	8.29	6.83	17.07
7. การท่องเที่ยวแบบ Long Stay	5.37	4.39	4.39	14.15
7. ท่องเที่ยวแหล่งบันเทิงยามค่ำคืน	2.93	3.41	6.34	12.68
9. การท่องเที่ยวเพื่อการรักษาทางการแพทย์	1.46	0.00	1.95	3.41
8. ท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เช่น กอล์ฟ เทนนิส	0.98	0.98	1.46	3.41
9. ท่องเที่ยวเกษตรกรรม	0.49	0.49	1.46	2.44
10. อื่นๆ เช่น เยี่ยมญาติ, การประชุมสัมมนา	4.88	0.00	3.90	8.78

ที่มา: จากการคำนวณ.

6 รูปของการท่องเที่ยววัฒนธรรมของนักท่องเที่ยววัฒนธรรม

ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยววัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรม รวมถึงข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

6.1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยววัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย นั้นจะเป็นนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่าเพศหญิงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีวัยรุ่นตอนปลายถึงวัยเริ่มทำงาน ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี เกือบครึ่งและมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ มากที่สุด รองลงมาจะเป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงในภาคเหนือตอนบนและภาคเหนือตอนล่าง ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้แต่งงาน ส่วนใหญ่จบการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพที่แตกต่างกันออกไปทั้งข้าราชการ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และนักเรียนนักศึกษาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน รายได้ส่วนตัวนั้นอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก ทว่ารายได้ของครอบครัวนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับสูงโดยเป็นกลุ่มนักศึกษาหรือแม่บ้านเป็นส่วนใหญ่ที่รายได้ของตนไม่สูงแต่รายได้ของตัวเรือนั้นอยู่ในระดับสูงดังตารางที่ 5

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี โดยมีถิ่นฐานในทวีปยุโรปเป็นส่วนใหญ่โดยเฉพาะจาก สหราชอาณาจักร นอกจากนี้ก็จะมีมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา และส่วนใหญ่ยังไม่ได้แต่งงาน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาที่ดี กว่าครึ่งอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเหล่านี้มาจากหลากหลายสาขาอาชีพและกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่างกันไป ดังตารางที่ 6

6.2 การเดินทางเข้า - ออกจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรม

การเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่และการเดินทางกลับนั้นนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทยใช้รถยนต์ส่วนตัวมากที่สุดเนื่องจากสามารถเดินทางระหว่างจังหวัดได้โดยง่ายและยังเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ตามสะดวกอีกด้วยประมาณร้อยละ 36 รองลงคือ รถโดยสารประจำทาง รถไฟ และเครื่องบินซึ่งมีสัดส่วนของการใช้บริการสายการบินไทยกับสายการบินต้นทุนต่ำที่ใกล้เคียงกัน ประมาณร้อยละ 25, 23 และ 16 ตามลำดับตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่จะเดินทางโดยเครื่องบินทั้งการเดินทางเข้าและโดยเฉพาะการเดินทางออกจากจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้บริการของการบินไทยมากที่สุด ส่วนสายการบินต้นทุนต่ำที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้บริการมากที่สุดคือแอร์เอเชีย นอกจากการเดินทางโดยเครื่องบินแล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางโดย รถไฟ รถโดยสารประจำทาง และรถยนต์ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในครั้งนี้ได้แบ่งสัดส่วนการสัมภาษณ์อย่างตามวิธีการเดินทางโดยใช้สถิติของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งปรากฏสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางโดยใช้รถยนต์ที่สูงกว่าการเก็บข้อมูลนี้เนื่องจากการเก็บข้อมูลจริงนั้น ไม่สามารถพบนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางโดยรถยนต์ได้ง่าย ดังนั้นข้อมูลด้านการเดินทางอาจมีความคลาดเคลื่อนกับสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยบ้าง ที่ ดังตารางที่ 7

6.3 รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมมากที่สุด คือ การเที่ยวชมงานเทศกาล / งานประเพณี (ร้อยละ 37.55) เช่น ประเพณีสงกรานต์หรือปีใหม่เมืองของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นช่วงที่มีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน รวมถึงประเพณีลอยกระทง งานไม้ดอกไม้ประดับ รวมถึงงานประเพณีโบราณต่างๆ ที่ทางจังหวัดเชียงใหม่ได้พยายามรื้อฟื้นมาในปัจจุบัน รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยววัดและโบราณสถาน ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีวัดอยู่มากมาย รวมถึงวัดที่มีความสำคัญอย่างวัดพระธาตุดอยสุเทพ วัดพระ

สิงห์ และวัดเจดีย์หลวง รวมถึงเวียงกุมกามที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ มากขึ้น โดยการท่องเที่ยววัดและโบราณสถานนี้เป็นสาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 37.15

แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อการเยี่ยมชมวัดและโบราณสถานเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.76 รองลงมาคือการท่องเที่ยวงานเทศกาลประเพณีเช่นนักท่องเที่ยวชาวไทยดังจะเห็นได้ตามช่วงงานเทศกาลต่างๆ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27.06

6.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม ร้อยละ 31.87 ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด รองลงมาคือความสวยงามของวัฒนธรรม และ ความหลากหลายของวัฒนธรรมร้อยละ 27.49 และ 14.49 ดังตารางที่ 10

ทว่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นเลือกมาท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากประวัติศาสตร์และความเป็นมาของวัฒนธรรมมากที่สุดร้อยละ 35.56 และความมีชื่อเสียงของวัฒนธรรมร้อยละ 20.56 ส่วนเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมนั้นมีสัดส่วนเพียง 6.67 เท่านั้น ดังตารางที่ 11

6.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยววัฒนธรรมกับฤดูกาล

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้มาท่องเที่ยววัฒนธรรมตามฤดูกาล (ร้อยละ 59.68) ส่วนนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมตามฤดูกาลนั้นจะเดินทางมาเที่ยวในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด ร้อยละ 75.76 รองลงมาคือ ฤดูร้อน 22.22 ซึ่งเป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเทศกาลสงกรานต์เป็นส่วนใหญ่ ดังตารางที่ 12 เช่นเดียนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เลือกท่องเที่ยววัฒนธรรมตามฤดูกาล ดังตารางที่ 13

6.6 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม

ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม พบว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมนั้นมีมูลค่าเฉลี่ยสูงที่สุดประมาณ 1,162 บาทต่อคนต่อครั้ง รองลงมาคือค่าขึ้นโตกดินเนอร์ และเงินบริจาคเฉลี่ย 481 บาท และ 326 บาทตามลำดับ ดังตารางที่ 14 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นค่าใช้จ่ายที่มากกว่าอย่างเห็นได้ชัดโดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งประมาณ 3,500 บาท โดยเป็นค่าซื้อของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมมากที่สุดประมาณ 2,700 บาทต่อคน ตามด้วยสินค้าแบรนด์เนม และอาหารและผลไม้ ประมาณ 2,067 และ 1,798 บาทตามลำดับดังตารางที่ 15

6.7 แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมมากที่สุดคือ วัดและโบราณสถาน โดยนักท่องเที่ยวจะไปวัดพระธาตุดอยสุเทพมากที่สุดถึงร้อยละ 83.00 และใช้เวลาในการเยี่ยมชมเฉลี่ยประมาณ 2.25 ชั่วโมง ส่วนใหญ่จะเคยมาเยี่ยมชมมาก่อนหน้านี้ มีความคาดหวังและความพอใจเฉลี่ยในระดับที่ค่อนข้างสูงคือ 9.19 และ 8.99 (คะแนนเต็ม 10) ตามลำดับซึ่งความพึงพอใจนั้นมีค่าน้อยกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยร้อยละ 64.29 ของผู้ที่มาเยี่ยมชมต้องการกลับมาเยี่ยมชมวัดพระธาตุดอยสุเทพในครั้งหน้าอีกครั้ง ในส่วนโบราณสถานที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือเวียงกุมกามมีนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 20.95 ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด นักท่องเที่ยวใช้เวลาเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 1.93 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และร้อยละ 33.96 ของผู้มาเยี่ยมชมนั้นต้องการกลับมาเที่ยวอีกในครั้งหน้า

ในส่วนของพิพิธภัณฑ์นั้น นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.81 ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด ใช้เวลาเยี่ยมชมประมาณ 1.58 ชั่วโมง² โดยส่วนใหญ่มาเป็นการครั้งแรก มีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และร้อยละ 60.00 นั้นต้องการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง การท่องเที่ยวชุมชนและ Home Stay นั้นมีจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวทุกคนที่ไปท่องเที่ยวที่นั่นต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ทว่านักท่องเที่ยววัฒนธรรมไม่ถึงร้อยละ 10 ที่ได้ไปเยี่ยมชม การท่องเที่ยวชุมชนและ Home stay ในแต่ละแห่ง โดยชุมชนชาวเขานั้นมีนักท่องเที่ยวมากที่สุดร้อยละ 9.88 ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด กิจกรรมทางศาสนาเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจประเภทเดียวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มากกว่าความคาดหวังก่อนที่มาเที่ยว กิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการทำบุญ ตักบาตรคิดเป็นร้อยละ 30.04 ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด สถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือถนนคนเดินท่าแพ มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 49.80 ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมทั้งหมด ใช้เวลาประมาณ 2.42 และเคยมาเที่ยวก่อนแล้ว โดยกว่าครึ่งของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมต้องการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง รองลงมาคือหมู่บ้านร่มกระดาดป่อสร้าง และ หมู่บ้านเครื่องไม้แกะสลักบ้านถาวตามลำดับ ดังตารางที่ 16

นักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นก็เยี่ยมชมวัดพระธาตุดอยสุเทพมากที่สุดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าครึ่งแต่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจมากกว่าการคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ 8.65 และ 7.62 ตามลำดับ และรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวประเภทวัดและโบราณสถานอื่นๆ ด้วย ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่ได้เยี่ยมชมวัดพระธาตุดอยสุเทพแล้วมากกว่าครึ่งต้องการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง และใช้เยี่ยมชมเวลาประมาณ 1.70 ชั่วโมง สำหรับพิพิธภัณฑ์นั้น พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ชาวเขามากที่สุดประมาณร้อยละ 13.53 โดยนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งต้องการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง รองลงมาคือพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ คิดเป็นร้อยละ 5.88 โดยนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 70 ต้องการกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้ง สำหรับกิจกรรมทางศานานั้น กิจกรรมการสะเดาะห์เคราะห์เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจในผลการวิเคราะห์มากที่สุดเนื่องจากพบว่า เป็นกิจกรรมที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดและได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมนี้ทั้งหมดต้องการกลับมาประกอบกิจกรรมนี้อีกครั้ง

² ในการสำรวจหน้าพิพิธภัณฑ์เป็นเวลา 2 วันเต็มพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาที่แตกต่างกันมาก และมีระยะเวลาเยี่ยมชมเฉลี่ยประมาณ 45 นาทีสำหรับพิพิธภัณฑ์ทั้ง 3 แห่ง

ในส่วนของสถานที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นนิยมไปถนนคนเดินมากที่สุดทั้งถนนคนเดินท่าแพ และถนนคนเดินวัวลายคิดเป็นร้อยละ 18.82, 16.47 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง อย่างไรก็ตามสำหรับนักท่องเที่ยวได้ระบุไปเยี่ยมชมเช่นกับแต่มีได้ไปซื้อสินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับถนนคนเดิน หรือ บ้านป่อสร้าง บ้านถวาย ดังตารางที่ 17

6.8 เส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

จากการวิเคราะห์การเดินทางท่องเที่ยวเส้นทางทางวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญทั้ง 5 สายได้แก่ เส้นทางอำเภอเมืองเชียงใหม่ เส้นทางหางดง-จอมทอง-ออด เส้นทางสารภี เส้นทางแมริมและเส้นทางสันกำแพง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า เส้นทางอำเภอเมืองนั้นเป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 47.78 รองลงมาคือ เส้นทางอำเภอสันกำแพง เส้นทางอำเภอหางดง เส้นทางอำเภอสารภี และเส้นทางอำเภอแมริม ตามลำดับ ในการทดสอบความพึงพอใจในเส้นทางท่องเที่ยวยังเส้นทางต่างๆ พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวในเส้นทางอำเภอเมืองมีความพึงพอใจสูงกว่าการท่องเที่ยวในเส้นทางอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นเส้นทางแมริม ส่วนการท่องเที่ยวในเส้นทางอื่นๆ มีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 18 และ 19

6.9 ความสำคัญและความพึงพอใจต่อสิ่งดึงดูดใจและการบริการของภาครัฐและเอกชนของจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยววัฒนธรรมให้ความสำคัญกับ สภาพภูมิอากาศของจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 8.90 (คะแนนเต็ม 10) รองลงมาคือ ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม และ ทัศนียภาพของชาวเชียงใหม่คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 8.72 และ 8.57 ตามลำดับ แต่ได้รับความพึงพอใจในเรื่องความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมมากที่สุดเฉลี่ย 8.29 รองลงมาคือ สภาพภูมิอากาศ และ ทัศนียภาพของชาวเชียงใหม่ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 8.08 และ 8.04 ตามลำดับ จากการทดสอบทางสถิติพบว่าทุกสิ่งดึงดูดใจนั้นค่าความพึงพอใจมีค่าต่ำกว่าระดับความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 20

ในส่วนของการบริหารและการจัดการภาครัฐนั้น นักท่องเที่ยววัฒนธรรมให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานมากที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 8.26 รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้ ATM และ การบริการด้านโทรคมนาคม คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 8.23 และ 8.16 ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวกลับได้รับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 7.83 รองลงมาคือ การบริการด้านโทรคมนาคม และ การบริการของพนักงานคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 7.65 และ 7.45 ตามลำดับ จากการทดสอบทางสถิติพบว่าทุกการบริการนั้นค่าความพึงพอใจมีค่าต่ำกว่าระดับความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 21

ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อทัศนียภาพของเชียงใหม่มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อความสะดวกของอากาศน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่สูงกว่าความสำคัญต่อสิ่งดึงดูดใจและบริการส่วนใหญ่ ทั้งสินค้าหัตถกรรม เกลักษณ์ ทางวัฒนธรรม หรืออาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น ความสะดวกของสถานที่สาธารณะที่ความสำคัญและความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสะดวกของอากาศนั้นมีความพึงพอใจที่น้อยกว่าความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 22

6.10 สิ่งที่ควรปรับปรุง

สิ่งที่จังหวัดเชียงใหม่ควรปรับปรุงมากที่สุดในสายตานักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทยคือ สุขอนามัยและความพอเพียงของห้องน้ำสาธารณะตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งมีให้บริการน้อยมากและส่วนใหญ่ก็ยังไม่ดีสุขอนามัยที่ดีเท่าที่ควรโดยคิดเป็นร้อยละ 22.02 รองลงมา คือที่จอดรถ ซึ่งก็เป็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในเขตบริเวณตัวเมือง เพราะร้านค้าส่วนใหญ่มักจะไม่มีการจอดรถให้บริการกับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ระบบขนส่งมวลชนซึ่งแม้ว่าในปัจจุบันจะมีรถโดยสารประจำทางให้บริการบ้างแล้ว ทว่าเส้นทางการเดินรถก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.40 ดังตารางที่ 23

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเองก็ต้องการให้จังหวัดเชียงใหม่มีการปรับปรุงความสะอาดและความพอเพียงของห้องน้ำสาธารณะมากที่สุดเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.98 รองลงมาคือระบบขนส่งมวลชนซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ซึ่งได้เดินทางด้วยพาหนะของตนเองเหมือนนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.47 อีกทั้งยังต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว / เทศกาล / ประเพณี ของจังหวัดเชียงใหม่ให้มากขึ้นกว่านี้เพราะการท่องเที่ยวเทศกาล / ประเพณี นั้นเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างชาติ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.04 ดังตารางที่ 24

6.11 ข้อมูลที่ควรปรับปรุงเพิ่มในสายตานักท่องเที่ยววัฒนธรรม

ข้อมูลที่นักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทยต้องการให้มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมมากที่สุดคือ ข้อมูลของราคาสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกในการวางแผนการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ประกอบกับร้านค้าท้องถิ่นส่วนใหญ่มักจะไม่ติดป้ายแสดงราคาสินค้า โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.18 รองลงมาคือ ข้อมูลการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพราะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกลกันและบางแห่งตั้งอยู่ในบริเวณชนบทซึ่งการเดินทางเข้าไปนั้นทำได้ยาก และ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่พักแรม ร้อยละ 16.33 และ 13.64 ตามลำดับ ดังตารางที่ 25

ขณะที่นักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างชาตินั้นต้องการให้มีเพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดร้อยละ 18.34 แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างชาติที่ต้องการปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามวัฒนธรรมของสถานที่ที่ตนเองไปท่องเที่ยว รองลงมาคือ ข้อมูลเกี่ยวกับสัญญาณจราจรร้อยละ 17.90 โดยเฉพาะสัญญาณข้ามถนนแม้ปัจจุบันจะมีการติดตั้งสัญญาณข้ามถนนในหลายพื้นที่แล้วก็ตามและคำอธิบายตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 16.16 ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 5 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทย

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยววัฒนธรรม
เพศ		
▪ ชาย	52.06	52.17
▪ หญิง	47.94	47.83
อายุ		
▪ น้อยกว่า 21 ปี	15.97	13.94
▪ 21 – 30 ปี	47.92	49.40
▪ 31 – 40 ปี	17.89	16.73
▪ 41 – 50 ปี	12.78	14.34
▪ 51 – 60 ปี	4.79	4.78
▪ มากกว่า 60 ปี	0.64	0.80
จังหวัดที่อยู่อาศัย		
▪ กรุงเทพฯ	30.94	30.36
▪ เชียงราย	8.79	8.50
▪ จังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบน	21.50	20.24
▪ จังหวัดในเขตภาคเหนือตอนล่าง	12.38	12.15
▪ จังหวัดในเขตภาคกลาง	10.10	10.93
▪ จังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียง	7.17	7.29
▪ จังหวัดในเขตภาคตะวันออก	5.21	6.07
▪ จังหวัดในเขตภาคใต้	3.91	4.45
สถานภาพสมรส		
▪ โสด	65.36	63.56
▪ แต่งงาน	32.35	33.60
▪ หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	2.29	2.84

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 5 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทย (ต่อ)

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยววัฒนธรรม
ระดับการศึกษาสูงสุด		
▪ ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	2.58	2.42
▪ มัธยมศึกษาตอนต้น	3.23	2.42
▪ มัธยมศึกษาตอนปลายหรืออาชีวศึกษา	24.52	22.98
▪ ปริญญาตรี	57.42	60.48
▪ ปริญญาโท	10.42	10.48
▪ ปริญญาเอกหรือสูงกว่า	1.29	1.21
อาชีพ		
▪ พนักงานบริษัทเอกชน	22.58	24.40
▪ ข้าราชการ	20.97	20.80
▪ ธุรกิจส่วนตัว	20.65	20.00
▪ นักเรียน	4.52	20.00
▪ รับจ้าง	3.23	5.20
▪ ว่างาน	4.52	3.60
▪ พ่อบ้าน / แม่บ้าน	20.97	3.20
▪ เกษียณ	0.97	1.20
▪ อื่นๆ	1.61	1.60
รายได้ส่วนตัว		
▪ น้อยกว่า 10,001 บาท	42.67	43.32
▪ 10,001 - 20,000 บาท	28.45	27.81
▪ 20,001 - 30,000 บาท	15.52	14.97
▪ 30,001 - 40,000 บาท	5.6	6.42
▪ มากกว่า 50,000 บาท	7.76	7.49
รายได้ของครอบครัว		
▪ น้อยกว่า 10,001 บาท	12.75	13.86
▪ 10,001 - 20,000 บาท	19.61	19.28
▪ 20,001 - 30,000 บาท	16.67	15.66
▪ 30,001 - 40,000 บาท	7.35	8.43
▪ 40,001 - 50,000 บาท	11.27	12.65
▪ มากกว่า 50,000 บาท	32.35	30.12

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 6 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างประเทศ

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยววัฒนธรรม
เพศ		
▪ ชาย	64.04	63.47
▪ หญิง	35.96	36.53
อายุ		
▪ น้อยกว่า 21 ปี	3.50	3.66
▪ 21 – 30 ปี	51.00	51.83
▪ 31 – 40 ปี	18.00	18.29
▪ 41 – 50 ปี	9.50	7.93
▪ 51 – 60 ปี	12.50	13.41
▪ มากกว่า 60 ปี	5.50	4.88
ประเทศที่อยู่อาศัย		
▪ สหราชอาณาจักร	20.49	19.53
▪ สหรัฐอเมริกา	14.15	15.98
▪ ออสเตรเลีย	11.22	11.24
▪ เนเธอร์แลนด์	7.80	8.28
▪ เยอรมัน	4.88	5.92
▪ ฝรั่งเศส	5.37	5.33
▪ แคนาดา	4.39	4.14
▪ สเปน	3.90	3.55
▪ อิตาลี	1.95	2.37
▪ สวิสเซอร์แลนด์	2.44	2.37
▪ อื่นๆ	23.41	21.30
สถานภาพสมรส		
▪ โสด	64.86	65.79
▪ สมรส	28.11	27.63
▪ หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	7.03	6.58

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 6 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างประเทศ (ต่อ)

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด	ร้อยละของจำนวนตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยววัฒนธรรม
ระดับการศึกษาสูงสุด		
▪ ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	2.63	2.50
▪ มัธยมศึกษาตอนต้น	1.05	1.25
▪ มัธยมศึกษาตอนปลายหรืออาชีวศึกษา	25.26	25.00
▪ปริญญาตรี	46.32	47.50
▪ปริญญาโท	21.58	20.00
▪ปริญญาเอกหรือสูงกว่า	3.16	3.75
อาชีพ		
▪ พนักงานเอกชน	26.34	26.63
▪ นักเรียน/นักศึกษา	11.71	12.43
▪ ธุรกิจส่วนตัว	8.78	8.28
▪ ผู้เชี่ยวชาญ	8.29	8.28
▪ ว่างาน	7.80	8.28
▪ เกษียณ	7.32	7.10
▪ ว่างงาน	6.83	7.10
▪ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.41	3.55
▪ แม่บ้าน	0.98	1.18
▪ เกษตรกร	0.49	0.59
▪ อื่นๆ	18.05	16.57
รายได้ส่วนตัว		
▪ น้อยกว่า 1,001 ดอลลาร์ สรอ.	16.55	17.86
▪ 1,001 – 2,000 ดอลลาร์ สรอ.	36.55	33.04
▪ 2,001 – 3,000 ดอลลาร์ สรอ.	15.86	16.96
▪ 3,001 – 4,000 ดอลลาร์ สรอ.	10.34	12.50
▪ มากกว่า 4,000 ดอลลาร์ สรอ.	20.69	19.64
รายได้ของครอบครัว		
▪ น้อยกว่า 2,001 ดอลลาร์ สรอ.	20.75	19.51
▪ 2,001 – 4,000 ดอลลาร์ สรอ.	24.53	29.27
▪ 4,001 – 6,000 ดอลลาร์ สรอ.	15.09	17.07
▪ 6,001 – 8,000 ดอลลาร์ สรอ.	9.43	7.32
▪ มากกว่า 8,000 ดอลลาร์ สรอ.	30.19	26.83

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 7 พาหนะที่ใช้เดินทางเข้าสู่และออกจากจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยววัฒนธรรม

การท่องเที่ยววัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ 16

หน่วย: ร้อยละ

วิธีการเดินทาง	เดินทางเข้าสู่เชียงใหม่		เดินทางออกจากเชียงใหม่	
	ไทย	ต่างประเทศ	ไทย	ต่างประเทศ
▪ รถยนต์	35.57	1.48	35.97	1.55
▪ รถโดยสารประจำทาง	25.30	16.75	24.11	13.4
▪ รถไฟ	22.13	25.62	24.90	19.59
▪ เครื่องบิน	17.00	56.15	15.02	65.46
└─ การบินไทย	8.30	31.53	5.53	33.51
└─ บางกอกแอร์เวย์	0.40	4.93	0.40	6.19
└─ สายการบินต้นทุนต่ำ	8.30	0.98	9.09	3.07
❖ วัน ทู โก (โอเรียนท์ไทย)	4.35	18.71	4.35	22.69
❖ นกแอร์	2.37	7.88	3.95	8.25
❖ แอร์เอเชีย	1.58	2.46	0.79	0.52

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 8 รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก

หน่วย: ร้อยละ

รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรม	ลำดับในการเลือก		
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
1. การท่องเที่ยวงานเทศกาลและงานประเพณี	37.55	32.41	9.49
2. ท่องเที่ยววัดและโบราณสถาน	37.15	25.69	17.00
3. ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์	5.53	11.86	11.86
4. ท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรม	8.70	12.65	23.72
5. ท่องเที่ยวกิจกรรมทางศาสนา	1.98	6.72	5.14
6. ท่องเที่ยวเพื่อซื้อของที่ระลึกทางวัฒนธรรม	5.93	7.51	26.09
7. อื่นๆ	3.16	3.16	6.72

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 9 รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เลือกมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 3 อันดับแรก

หน่วย: ร้อยละ

รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรม	ลำดับในการเลือก		
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
1. เที่ยวชมวัด / โบราณสถาน	41.76	30.00	15.88
2. เที่ยวชมงานเทศกาล / งานประเพณี	27.06	28.82	17.65
3. เที่ยวชมพิพิธภัณฑ์	3.53	7.06	17.06
4. เที่ยวชมแหล่งชุมชนทางวัฒนธรรม	15.29	14.71	12.94
5. เที่ยวชมเพื่อกิจกรรมในเชิงศาสนา	2.35	9.41	10.59
6. เที่ยวชมสถานที่จำหน่ายของที่ระลึกทางวัฒนธรรม	4.12	5.29	12.94
7. อื่นๆ	5.88	4.71	12.94

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 10 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัย	ร้อยละ
1. ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม	31.87
2. ความสวยงามของวัฒนธรรม	27.49
3. ความหลากหลายของวัฒนธรรม	14.34
4. ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของวัฒนธรรม	13.94
5. ความมีชื่อเสียงของวัฒนธรรม	12.35

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 11 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัจจัย	ร้อยละ
1. ประวัติศาสตร์และความเป็นมาของวัฒนธรรม	35.56
2. ความมีชื่อเสียงของวัฒนธรรม	20.56
3. ความหลากหลายของวัฒนธรรม	17.78
4. การท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นเพียงส่วนย่อยของการท่องเที่ยว	16.11
5. ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.67
6. ความสวยงามของวัฒนธรรม	3.33

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 12 ความเกี่ยวข้องกันระหว่างฤดูกาลกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การเดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมของท่านขึ้นอยู่กับฤดูกาลหรือไม่	ร้อยละ
▪ ไม่แน่นอน (ไม่ได้ท่องเที่ยวตามฤดูกาล)	59.68
▪ ใช่ มักเดินทางมาในช่วงฤดูกาล	40.32
❖ ฤดูหนาว	75.76
❖ ฤดูร้อน	22.22
❖ ฤดูฝน	2.02

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 13 ความเกี่ยวข้องกันระหว่างฤดูกาลกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ต่างประเทศ	
การเดินทางมาท่องเที่ยววัฒนธรรมของท่านขึ้นอยู่กับฤดูกาลหรือไม่	ร้อยละ
▪ ไม่แน่นอน (ไม่ได้ท่องเที่ยวตามฤดูกาล)	68.94
▪ ใช่ มักเดินทางมาในช่วงฤดูกาล	31.06
❖ ฤดูหนาว	50.19
❖ ฤดูฝน	29.09
❖ ฤดูกาลท่องเที่ยวงานเทศกาล งานประเพณี	18.18
❖ ฤดูร้อน	1.82

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 14 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาทคนต่อครั้ง)
1. ของที่ระลึก	1,161.67
2. ซัมน็อค ดินเนอร์	480.91
3. เงินบริจาค	326.42
4. ค่าธรรมเนียมต่างๆ	222.93
5. ค่าดอกไม้ธูปเทียนและของบูชาอื่นๆ	103.35
6. ค่าจอดรถ	77.65

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 15 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยววัฒนธรรม	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาทคนต่อครั้ง)
1. ของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม	2,708.26
2. สินค้าแบรนด์เนม	2,067.44
3. อาหารและผลไม้	1,798.35
4. ของที่ระลึกที่ทำจากโลหะ	1,541.40
5. ของที่ระลึกประเภทเซรามิก	1,106.54
ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด	3,571.86

ที่มา: จากการคำนวณ

การท่องเที่ยววัฒนธรรม: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ 20

ตารางที่ 16 ข้อมูลการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม	จำนวนนักท่องเที่ยว (%)	ระยะเวลาที่ใช้ (ชั่วโมง)	เคยมาเที่ยว?	คะแนนความคาดหวัง	คะแนนความพึงพอใจ	ค่าสถิติ t (df)	ต้องการเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ)
วัดและประวัติศาสตร์							
วัดพระธาตุดอยสุเทพฯ	83.00	2.25	เคย	9.19	8.99	-34.47*** (53)	64.29
วัดพระสิงห์ฯ	26.09	1.16	เคย	9.02	8.61	-20.76*** (31)	57.58
เวียงกุมกาม	20.95	1.93	ครั้งแรก	8.79	8.11	-	33.96
วัดเจดีย์หลวง	18.97	1.19	เคย	8.76	8.20	-9.65*** (5)	60.42
วัดเจดีย์เจ็ดยอด	14.23	1.22	เคย	8.77	8.26	-13.64*** (26)	58.33
วัดสวนดอกฯ	12.65	1.32	ครั้งแรก	8.00	7.76	-27.81*** (39)	50.00
พิพิธภัณฑ์							
หอศิลป์	15.81	1.58	ครั้งแรก	8.82	8.03	14.47*** (8)	60.00
พิพิธภัณฑ์ชาวเขา	15.42	1.48	ครั้งแรก	8.46	7.92	23.13*** (7)	43.59
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	8.70	1.40	ครั้งแรก	8.59	7.45	20.24*** (19)	59.09
บ้าน 100 อัน 1,000 อย่าง	7.11	2.33	เคย	8.74	8.63	-	88.89
ชุมชนวัฒนธรรม							
ชุมชนชาวเขา	9.88	7.51	ครั้งแรก	8.71	8.09	-	60.00
โฮมสเตย์	5.93	9.80	ครั้งแรก	7.73	7.73	-	100.00
ชุมชนวัดเกตุ	3.56	1.26	ครั้งแรก	7.50	7.20	-	100.00
กิจกรรมทางศาสนา							
ทำบุญตักบาตร	30.04	1.22	เคย	9.00	9.07	-0.50 (19)	56.58
เสริมดวง/สะเดาะเคราะห์/ผูกชะตา	10.28	1.07	ครั้งแรก	7.92	8.13	-7.25*** (42)	46.15
ปฏิบัติธรรม/นั่งสมาธิ	7.91	2.54	เคย	8.00	8.05	-	45.00
สถานที่จำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม							
ถนนคนเดินท่าแพ	49.80	2.42	เคย	8.93	8.65	-2.46** (23)	50.79
บ่อสร้าง (ร่มกระดาษ)	30.83	2.05	เคย	8.39	7.95	1.02 (23)	44.87
บ้านถวาย (ไม้แกะสลัก)	18.97	2.15	เคย	8.24	8.20	5.53*** (106)	58.33
ถนนคนเดินวัวลาย	11.46	2.02	ครั้งแรก	8.81	8.33	-0.50 (2)	51.72
ตลาดนัด เจเจ	4.35	0.96	ครั้งแรก	7.00	6.55	6.30*** (3)	36.36
สวนสัตว์กลางคืนเชียงใหม่	29.64	3.20	ครั้งแรก	9.11	8.14	-8.32** (2)	65.33

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 17 ข้อมูลการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	จำนวนนักท่องเที่ยว (%)	ระยะเวลาที่ใช้ (ชั่วโมง)	คะแนนความคาดหวัง	คะแนนความพึงพอใจ	ค่าสถิติ t (df)	ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ)
วัดและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์						
วัดพระธาตุดอยสุเทพา	53.53	1.70	7.62	8.65	-5.07***	63.74
วัดพระสิงห์	31.18	1.03	6.44	7.89	-4.21***	39.62
วัดเจดีย์เจ็ดยอด	10.00	0.73	6.88	7.50	-1.30	41.18
วัดสวนดอก	15.29	1.15	6.61	7.70	-2.61**	42.31
วัดเจดีย์หลวง	24.71	0.88	6.73	8.26	-5.29***	57.14
เวียงกุมกาม	4.71	0.96	6.13	7.86	-3.27**	12.50
พิพิธภัณฑ์						
พิพิธภัณฑ์ชาวเขา	13.53	1.59	7.05	6.58	0.79 (18)	52.17
พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	5.88	1.92	8.00	7.88	0.26 (6)	70.00
หอศิลป์	2.94	1.00	7.00	8.00	-1.00	40.00
บ้าน 100 อัน 1,000 อย่าง	0.59	1.00	7.00	8.00	-	0.00
ชุมชนวัฒนธรรม						
ชุมชนวัดเกต	2.94	1.20	6.75	7.67	-1.00	60.00
โฮมสเตย์	2.94	34.25	6.60	8.00	-1.57	80.00
ชุมชนชาวเขา	30.59	4.68	7.24	7.26	-0.06	59.62
กิจกรรมทางศาสนา						
ทำบุญตักบาตร	1.76	1.15	10.00	10.00	-	66.67
ปฏิบัติธรรม/นั่งสมาธิ	1.76	2.00	8.00	8.00	-	33.33
เสริมดวง/สะเดาะเคราะห์/ผูก	2.35	4.42	6.25	9.50	-2.75*	100.00
สถานที่จำหน่ายสินค้าทาง						
บ้านถวาย (ไม้แกะสลัก)	2.94	5.00	10.00	7.67	1.00 (1)	80.00
บ่อสร้าง (ร่มกระดาษ)	10.59	1.34	7.15	7.85	-1.17 (12)	55.56
ถนนคนเดินท่าแพ	18.82	3.11	7.63	8.07	-2.16** (26)	62.50
ถนนคนเดินวัวลาย	16.47	3.54	6.91	8.00	-1.86* (22)	71.43
ตลาดนัด เจเจ	2.94	2.75	5.60	5.60	0.00 (4)	40.00

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ตารางที่ 18 เส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ได้รับ

เส้นทาง	ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรม	จำนวนนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)	คะแนนความพึงพอใจ
1. เส้นทางอำเภอเมืองเชียงใหม่	วัดพระธาตุดอยสุเทพฯ, วัดพระสิงห์, วัดเจ็ดยอด, วัดเจดีย์หลวงฯ, ชุมชนวัดเกต, พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ, หอศิลป์, ถนนคนเดินวันเสาร์และ วันอาทิตย์	47.78	8.76
2. เส้นทางหางดง – จอมทอง – ฮอด	วัดพระธาตุศรีจอมทองฯ, บ้านถวาย, บ้าน 100 อัน 1000 อย่างเวียงท่ากาน	13.74	8.29
3. เส้นทางสารภี	เวียงกุมกาม, วัดพระนอนหนองผึ้ง, วัดเจดีย์เหลี่ยม, วัดพระนอนป่าเก็ดถี่,	11.21	7.96
4. เส้นทางแม่ริม	วัดพระพุทธบาทสี่รอย, บ้านควายไทย, บ้านม้ง(แม้ว), พิพิธภัณฑ์บ้านคำอูนพิพิธภัณฑ์ชาวเขา, พระตำหนักดาราภิรมย์	11.21	8.33
5. เส้นทางสันกำแพง	บ้านบ่อสร้าง, วัดป่าตึง, วัดต้นเปา, วัดบวกรศกหลวง, บ้านจ๊างน้ก	16.07	7.96

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบค่าคะแนนความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวทั้ง 5 เส้นทาง

เส้นทางที่เปรียบเทียบ	ค่าสถิติ t (df)	Degree of Freedom	Sig.
อำเภอเมือง – อำเภอหางดง / จอมทอง / ฮอด	3.74***	62	0.00
อำเภอเมือง – อำเภอสารภี	3.65***	48	0.00
อำเภอเมือง – อำเภอแม่ริม	1.11	44	0.27
อำเภอเมือง – อำเภอสันกำแพง	4.85***	63	0.00
อำเภอหางดง / จอมทอง / ฮอด – อำเภอสารภี	1.03	24	0.31
อำเภอหางดง / จอมทอง / ฮอด – อำเภอแม่ริม	-1.44	22	0.17
อำเภอหางดง / จอมทอง / ฮอด – อำเภอสันกำแพง	1.11	31	0.28
อำเภอสารภี – อำเภอแม่ริม	-1.94**	22	0.07
อำเภอสารภี – อำเภอสันกำแพง	-.817	28	0.42
อำเภอแม่ริม – อำเภอสันกำแพง	1.19	29	0.25

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 20 การให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทยต่อสิ่งดึงดูดใจของจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ค่าสถิติ t (df)
1. สภาพอากาศ/ความบริสุทธิ์ของอากาศ	8.90	8.08	6.92*** (247)
2. ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม	8.72	8.29	4.62*** (247)
3. อัยาศัยของคนเชียงใหม่	8.57	8.04	4.62*** (247)
4. อาหาร	8.05	7.69	2.90*** (246)
5. ทัศนกรรมและของที่ระลึกพื้นเมือง	8.24	7.95	2.61*** (243)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ตารางที่ 21 การให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทยต่อการบริการของภาครัฐและเอกชน

การบริหารงานและการจัดการของภาครัฐ และเอกชน	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ค่าสถิติ t (df)
1. การให้บริการของพนักงาน เช่น อัยาศัย ความรวดเร็ว ความสุภาพ ความซื่อสัตย์	8.26	7.45	6.53*** (240)
2. สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ตู้เอทีเอ็ม	8.23	7.83	4.31*** (243)
3. โทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์สาธารณะ / ไปรษณีย์ / ร้านอินเทอร์เน็ต	8.16	7.65	4.39*** (242)
4. ความสะอาดของสถานที่สาธารณะ	8.15	6.89	9.46*** (244)
5. การบริการข้อมูลการท่องเที่ยว	8.17	7.20	7.61*** (239)
6. ระบบการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	8.03	6.90	8.46*** (234)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ตารางที่ 22 การให้ความสำคัญและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างประเทศต่อการบริการของภาครัฐและเอกชน

การบริหารงานและการจัดการของภาครัฐ และ เอกชน	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ค่าสถิติ t (df)
1. หัตถกรรมและของที่ระลึกพื้นเมือง	6.33	7.26	-3.19*** (134)
2. ความมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม	6.23	7.06	2.83*** (145)
3. อาหาร	7.36	7.88	-2.84*** (158)
4. การให้บริการของพนักงาน เช่น อัธยาศัย ความรวดเร็ว ความสุภาพ ความซื่อสัตย์	7.34	7.81	-3.07*** (153)
5. อัธยาศัยของคนเชียงใหม่	7.82	8.26	-5.11*** (149)
6. ระบบการดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	7.65	7.92	-2.85*** (155)
7. ความสะอาดของสถานที่สาธารณะ	6.95	6.39	1.47 (146)
8. สภาพอากาศ/ความบริสุทธิ์ของอากาศ	6.91	6.13	-1.66* (155)
9. อื่นๆ เช่น ราคาสินค้า การแสดงมวยไทย เป็นต้น	6.43	8.00	-1.19 (6)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ *** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ** มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* มีนัยสำคัญ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

ตารางที่ 23 สิ่งที่ควรปรับปรุงในสายตาของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทย

สิ่งที่ควรปรับปรุง	ร้อยละ
1. ความสะอาด/ความเพียงพอของห้องน้ำ	22.02
2. สถานที่จอดรถ	20.07
3. ระบบคมนาคมขนส่ง	12.40
4. ศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	11.42
5. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/เทศกาล/ประเพณี	10.60
6. อาหารและเครื่องดื่ม	6.36
7. ตู้เอทีเอ็ม	5.06
8. โทรศัพท์สาธารณะ	4.73
9. ของที่ระลึกและร้านขายของที่ระลึก	4.73
10. ที่ทำการไปรษณีย์/ตู้ไปรษณีย์	2.61

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 24 สิ่งที่ต้องปรับปรุงในสายตาของนักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างประเทศ

สิ่งที่ควรปรับปรุง	ร้อยละ
1. ความสะอาด/ความเพียงพอของห้องน้ำ	22.98
2. ระบบคมนาคมขนส่ง	14.47
3. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/เทศกาล/ประเพณี	14.04
4. ศูนย์ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว	13.62
5. โทรศัพท์สาธารณะ	8.94
6. ตู้เอทีเอ็ม	7.23
7. ที่ทำการไปรษณีย์/ตู้ไปรษณีย์	6.81
8. อาหารและเครื่องดื่ม	3.40
9. ของที่ระลึกและร้านขายของที่ระลึก	2.98
10. สถานที่จอดรถ	2.98

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 25 ข้อมูลที่นักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวไทยต้องการให้มีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติม

ประเภทของข้อมูล	ร้อยละ
1. ราคา/ค่าใช้จ่าย	18.18
2. ข้อมูลการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	16.33
3. สถานที่พัก	13.64
4. วัน / เวลาของการจัดงานประเพณีหรือเทศกาลต่างๆ	13.30
5. ประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของวัฒนธรรม	12.29
6. ข้อห้าม และข้อควรปฏิบัติ	10.94
7. จำนวนหรือประเภทของแหล่งท่องเที่ยว/ประเพณี/เทศกาล	10.10
8. ความรู้ของมัคคุเทศก์	5.22

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 26 ข้อมูลที่นักท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวต่างประเทศต้องการให้มีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติม

ประเภทของข้อมูล	ร้อยละ
1. ข้อห้าม และข้อควรปฏิบัติ	18.34
2. สัญญาณจราจร	17.90
3. คำอธิบายตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	16.16
4. ประวัติศาสตร์/ความเป็นมาของวัฒนธรรม	12.23
5. วัน / เวลาของการจัดงานประเพณีหรือเทศกาลต่างๆ	9.61
6. ข้อมูลการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	8.73
7. ความรู้ของมัคคุเทศก์	6.99
8. จำนวนหรือประเภทของแหล่งท่องเที่ยว/ประเพณี/เทศกาล	6.11
9. หนังสือ หรือแผ่นพับที่จำหน่ายตามสถานที่ท่องเที่ยว	3.93

ที่มา: จากการคำนวณ

7 สรุป

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประมาณร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาท่องเที่ยววัฒนธรรม การท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ การท่องเที่ยวงานเทศกาลประเพณี และวัด/โบราณสถาน สำหรับสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ที่สำคัญที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์และความเป็นมาของวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวมากที่สุด คือ วัดพระธาตุดอยสุเทพ

เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยววัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อของที่ระลึกทางวัฒนธรรมมากที่สุดประมาณ 1,162 บาทต่อคนต่อครั้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมมากที่สุดเฉลี่ยประมาณ 2,700 บาท โดยถนนคนเดินท่าแพเป็นแหล่งขายของที่ระลึกทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เสนอให้มีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมห้องน้ำสาธารณะให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหลายๆ แห่ง มีห้องน้ำไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉพาะการท่องเที่ยววัฒนธรรม จะต้องให้ความสำคัญกับสภาพอากาศด้วย กล่าวคือจะต้องมีการรักษาสภาพแวดล้อมให้มีมลพิษทางด้านอากาศน้อยที่สุด การท่องเที่ยวชุมชนวัฒนธรรมประเภท Home stay มีศักยภาพที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำได้มากจึงควรสนับสนุนให้ชุมชนที่สนใจมาศึกษาดูงานชุมชนที่พัฒนาการท่องเที่ยวจนประสบความสำเร็จเช่นบ้านแม่กำปอง เป็นต้น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นภาครัฐควรจัดสรรให้มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังควรที่จะต้องเพิ่มการให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงข้อมูลสิ่งที่ควรและไม่ควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วย

8 เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549. "Chiang Mai tourism statistic, 2005. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
_____ . 2548. Chiang Mai tourism statistic, 2004. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
คมสัน สุริยะ. 2548. เส้นทางเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. 2546. "โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2546." เสนอ การท่องเที่ยว _____ แห่ง
ประเทศไทย.
- ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2548. "กรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้าง
เศรษฐกิจและสังคมของประเทศระยะ 4 ปี (2548-2551)". กรุงเทพฯ.
- สุพรรณมา หัศภาค. 2545. "ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่". วิทยานิพนธ์
เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Asia Pacific Project. 2005. "Draft Final Report for GMS Tourism Sector Strategy".
- Bob McKercher and Hilary du Cros. 2002. "Cultural tourism : the partnership between tourism and
cultural heritage management". The Haworth Hospitality Press.
- Wikipedia, the free encyclopedia. 2006. "Cultural tourism". Online database available on:
[http://en.wikipedia.org/wiki/
Cultural_tourism](http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_tourism)