

พฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในจังหวัดเชียงราย

Behavior and Travel Patterns of International Tourists Visiting Chiang Rai Province

สุริวัสนา นารินคำ*
สุดสันต์ สุทธิพิศาล**
เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว***

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2) เพื่อศึกษารูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 324 คน เลือกโดยวิธีแบบแบ่งชั้น และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ Chi-square วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่ LSD (Least Significant Difference)

*ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (2556)

**ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรมกับการท่องเที่ยว (หลักสูตรนานาชาติ) มหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)

*** ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการกีฬานันทนาการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปัจจุบันเป็นผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ การมาท่องเที่ยว/พักผ่อน แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ คำแนะนำจากเพื่อน ญาติ บุคคลในครอบครัว หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวและอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการผ่านบริษัทท่องเที่ยว แต่เดินทางด้วยตนเองโดยรถโดยสารสาธารณะ และเลือกพักเกสต์เฮาส์ราคาต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน เป็นเวลา 2-3 วัน ผลการวิเคราะห์รูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยเดินทางไปมาก่อน ชอบเปลี่ยนแปลงแผนการท่องเที่ยว ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความตื่นเต้นท้าทายให้กับชีวิต และเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีปัจจัยบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อีกทั้ง นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีปัจจัยบุคคลแตกต่างกันมีรูปแบบในการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปปรับปรุงนโยบายเชิงรุกของแผนการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไป

คำสำคัญ : พฤติกรรม, รูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ, จังหวัดเชียงราย

Abstract

This quantitative research has 3 objectives: 1) to study the behaviors of international tourists; 2) to study the travel patterns of international tourists; and 3) to compare the behavior and travel patterns of international tourists. Data collection involved 324 international tourists visiting Chiang Rai recruited by stratified sampling technique and they involved in responding to the questionnaire by accidental sampling method. Frequency, percentage, mean, and standard deviation were employed to analyze the demographic data, while Chi-square, t-test, One-way ANOVA, and LSD were employed to test the hypotheses.

The results revealed that majority of the tourists travelled with their loved ones and friends, and the main travel objective was travel and leisure. The main information

sources that the tourists relied on making travelling decision were suggestions from friends/family, guidebook, and Internet. The tourists refrained from using services from travel agency. They preferred to manage the trip on their own, travelled by public bus, and chose to stay at the guesthouse pricing lower than 500 Baht per night for 2-3 days. The tourists held distinctive travel patterns that included: choose to travel to novel destination, prefer to change the travel plan and itinerary, seek for adventuresomeness from travelling, travel to places where convenient facilities are not yet built or sub-standard. For hypothesis testing, the tourists with different demographic backgrounds held different tourism behaviors, and they also showed different travel patterns at the significant level of .05. The findings could provide insight information for strategic planning and development of tourism projects of Chiang Rai in order to meet authentic demands of the tourists and thus encourage the success in tourism operation of the province.

Keywords : International Tourists' Behavior, Travel Patterns, Chiang Rai Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก เช่น ในปี พ.ศ. 2554 รายได้จากนักท่องเที่ยวทั่วราชอาณาจักรไทยคิดเป็นจำนวนเงินถึง 1,109,348 ล้านบาท แบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 483,225 ล้านบาท และจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 626,124 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2556 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเพิ่มขึ้นถึง 6% และจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีก 13% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม สร้างอาชีพใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ประชาชนในชนบททำการผลิตผลิตภัณฑ์พื้นเมืองเป็นสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกระจายรายได้และรวมทั้งเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคและส่งผลดีต่อการอนุรักษ์สืบสานวัฒนธรรม ลดปัญหาการว่างงานและปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, 2555: 6)

เชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย ซึ่งมีพรมแดนติดกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีภูมิประเทศที่เป็นภูเขาและธรรมชาติสวยงาม และผู้คนในท้องถิ่นมีอัตลักษณ์เฉพาะทั้งในด้านชาติพันธุ์และวัฒนธรรม มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งผลให้เชียงรายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดของประเทศไทย จึงทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายยังมีสัดส่วนน้อยกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่มาก และรายได้ที่รับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก็มีอัตราส่วนน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยอีกด้วย เช่น ในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยว (Tourists) เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย 2,007,591 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,576,189 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 431,402 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 เกิดได้รายขึ้นทั้งหมด 14,485 ล้านบาท คิดเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 10,220 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 70 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพียง 4,265 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

จากจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายและรายได้ที่เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและรายได้ที่เกิดขึ้นมีสัดส่วนน้อยกว่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอัตราส่วนประมาณ 30:70 การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จะทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาติชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่สลับซับซ้อนมากขึ้นทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัต นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะเข้าใจความแตกต่างของนักท่องเที่ยวและเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการอันเป็นพลวัตให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (วลัยพร ธีวตระกูลไพบุลย์, 2552 : 1) ดังนั้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย 2) เพื่อศึกษารูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย 3) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัยจะช่วยทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เช่น นักพัฒนาการท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยว สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปวางแผน

พัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และจะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงรายได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในปี 2554 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) จำนวน 431,402 คน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากสูตรคำนวณของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553: 45) จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ พื้นที่เป้าหมายที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 12 แห่งของจังหวัดเชียงราย จากงานวิจัยของเฉลิมชัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศิริ (2550) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และระบุสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ 12 แห่ง คือ 1) พระตำหนักดอยตุง 2) ด่านพรมแดนแม่สาย 3) วัดร่องขุน 4) ภูชี้ฟ้า 5) สามเหลี่ยมทองคำ 6) ดอยแม่สลอง 7) หมู่บ้านชาวเขา 8) ไนท์บาซาร์ 9) ล่องแม่น้ำกก 10) เดินป่า 11) ทัวร์ช้าง 12) พระจี่ม้าบิณฑบาต ในช่วงเดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2555 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ใช้สถิติ Chi-square การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test (Independent-Sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบรายคู่ LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย ได้ผลการวิจัยและการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเชียงรายเพื่อการท่องเที่ยว/พักผ่อนเป็นหลัก (ร้อยละ 68.21) เดินทางมากับแฟนมากที่สุด (ร้อยละ 25.31) เลือกราคาที่พักที่ต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน (ร้อยละ 47.22) และนิยมพักในจังหวัด

เชียงราย 2-3 วัน (ร้อยละ 39.20) ซึ่งสอดคล้องกับ เกลิมซัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศิริ (2550) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์สำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายเพื่อพักผ่อนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมพักในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2 คืน และเลือกที่พักราคาต่ำกว่า 500 บาท และสอดคล้องกับ Rungporn Rojpalakorn (2006) ในการศึกษาประเภทและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาถนนข้าวสารเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure)

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของเหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชียงราย นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเนื่องจาก มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่ยอดนิยมและมีความหลากหลาย โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นชื่นชอบคือวัดร่องขุ่น และในส่วนของกรหาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลที่ได้จากคำแนะนำของเพื่อน ญาติ และบุคคลในครอบครัว ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับ เกลิมซัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศิริ (2550) ที่กล่าวว่า เหตุผลสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการตัดสินใจมาเที่ยวเชียงรายคืออากาศดี แหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดคือ คอยดูง-พระตำหนักคอยดูง และนักท่องเที่ยวใช้ข้อมูลจากวารสารด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้และ เกลิมซัย คำแสน และศุภนิดา เรืองศิริ (2550) พบว่า แหล่งข้อมูลหลักที่นำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ คำแนะนำจากคนใกล้ชิดและวารสารด้านการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ดังที่ จริญญา ณ พิกุล และวรัษฐ์ มัชฌมบุรุษ (2555) ในการศึกษาศักยภาพด้านท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ระบุว่า แหล่งข้อมูลของการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้ศึกษาข้อมูลจากนิตยสารท่องเที่ยว (ร้อยละ 56.1) รองลงมาคือได้รับข้อมูลจากเพื่อนหรือคนรู้จัก (ร้อยละ 41.6) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ข้อมูลทั้งสองแหล่งคือจากแหล่งข้อมูลด้านเอกสาร (นิตยสารท่องเที่ยว) และข้อมูลจากแหล่งบุคคลอ้างอิง (คนรู้จักใกล้ชิด) ยังคงเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังที่ Kotler and Keller (2006 : 191) กล่าวไว้ในขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคว่า หนึ่งในแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคที่สำคัญ ประกอบไปข้อมูลแหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน

คนรู้จัก และสอดคล้องกับ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ในการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งกล่าวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลหรือรู้จักแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวเกาะพะงันจากการแนะนำของบุคคล ดังนั้น ถึงแม้ว่าโลกในปัจจุบันจะเป็นโลกในยุคข้อมูลข่าวสารแบบอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูง อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวยังคงมีอิทธิพลในด้านการโน้มน้าวการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากดังที่ทราบกันทั่วไปว่ารูปแบบการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประการหนึ่ง นั่นก็คือ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) นั่นเอง

สำหรับประเด็นด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วทุกภูมิภาคของโลกในจังหวัดเชียงรายในการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเหมือนกันคือ เลือกเดินทางด้วยตนเอง (Independent) คิดเป็นร้อยละ 82.72 นิยมเลือกพาหนะการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายด้วยรถโดยสารสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 42.90 และรองลงมาคือเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 37.35 จากผลการศึกษาทำให้เห็นแนวโน้มรูปแบบพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างชัดเจนว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายนิยมเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าที่จะเดินทางมาด้วยกลุ่ม (Group) ซึ่งสอดคล้องกับ Rungporn Rojpalakorn (2006) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสารมีรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และสอดคล้องกับ จริยญา ณ พิภู และวรัศม์ มัชฌมนุช (2555) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย นิยมเลือกการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 38.4) รองลงมาคือการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ (ร้อยละ 30.8) รูปแบบการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารสาธารณะ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการเลือกรูปแบบการเดินทางด้วยตนเองค่อนข้างเด่นชัด ในทำนองเดียวกันกับ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังเกาะพะงันส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง

2. ด้านรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายระดับมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาในระดับมากที่สุด ชอบเปลี่ยนแผนการเดินทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.21$) และชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความตื่นเต้นท้าทายให้กับ

ชีวิต ($\bar{X} = 4.14$) ซึ่งกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงรายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวแบบนักสำรวจ (The Explorer) และนักพเนจร (The Drifter) ตามแนวทฤษฎีของ Cohen (2004) ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีลักษณะนิยม เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปมาก่อน ชอบเปลี่ยน แผนการท่องเที่ยว และชอบแสวงหาความตื่นเต้นท้าทายให้กับชีวิต สอดคล้องกับ Rungporn Rojpalakorn (2006) ที่ศึกษาประเภทและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร มีรูปแบบเป็น นักสำรวจ (Explorer) นักพเนจร (Drifter) และนักท่องเที่ยวแบบเดินทางเป็นกลุ่มอิสระ หรือส่วนบุคคล (Individual Mass Tourist) โดยมีลักษณะเด่นคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เลือกสินค้าท่องเที่ยวที่มีราคาต่ำแต่มีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา ทั้งนี้ นักท่องเที่ยว ไม่ต้องการสินค้าท่องเที่ยวหรูหรา รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Amirtahmaseb (2007) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบแสวงหาความตื่นเต้นท้าทายให้กับชีวิต จะจัดอยู่ในกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเป็นนักผจญภัย หรือ Venturers ซึ่งมีบุคลิกลักษณะเด่นในด้าน รักความท้าทาย มีความมั่นใจในตัวเอง อยากรู้อยากเห็น กล้าแสดงออก และเป็นกลุ่มที่มี รายได้สูง ซึ่งสอดคล้องกับผลศึกษานี้ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทาง มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงรายมีรายได้สูงกว่า 40,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาต่อปี หรือเท่ากับ 1,200,000 บาทต่อปี (ร้อยละ 26.53) และนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายถึง 1,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเท่ากับ 30,000 บาท (ร้อยละ 47.53) ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 2-3 วัน (ร้อยละ 39.20) ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยวันละประมาณ 300 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเท่ากับ 9,000 บาท/วัน อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวต่างชาติกลับเลือกพักเกสเฮาส์ (ร้อยละ 42.90) และโรงแรม (ร้อยละ 34.57) ในอัตราค่าที่พักต่ำกว่า 500 บาทต่อคืน (47.22) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างจะประหยัดกับการเลือกที่พัก นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้อง กับ จริญญา ณ พิกุล และวราวิชต์ มัชฌมบุญ (2555) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่าง ชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัด เชียงรายมาก่อน และใช้เวลาพักในระยะเวลาสั้นๆ

ถึงแม้ว่ารูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นนักท่องเที่ยวแบบนักสำรวจ (The Explorer) และ นักพเนจร (The Drifter) และมีแนวโน้มนิยมเดินทางด้วยตนเอง (Independent) อย่างไร ก็ตาม ผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ยังมีรูปแบบในด้านนิยามเส้นทางท่องเที่ยวโดยมีเพื่อนร่วมทางหรือหมู่คณะ และวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า ($\bar{X} = 3.33$) อีกด้วย และรองลงมาคือ นิยามเส้นทางท่องเที่ยวคนเดียวโดยไม่มีการวางแผนการท่องเที่ยวก่อนการเดินทาง ($\bar{X} = 3.27$) แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ไม่ได้มีลักษณะบุคลิกภาพแบบผจญภัยสุดโต่ง แต่ยังต้องการความสะดวกสบายและความมั่นใจในการเดินทางพอสมควรด้วยการเดินทางโดยมีเพื่อนร่วมทางและมีการวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอิสระหรือส่วนบุคคล (The Individual Mass Tourist) และนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางแบบเป็นกลุ่มเป็นคณะ (The Organized Mass Tourist) ตามการจำแนกรูปแบบของนักท่องเที่ยวของ Cohen (2004) ด้วย

3. ผลการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ การหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.039$) และ การเลือกราคาที่พัก ($\chi^2=0.003$) จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกราคาที่พักต่างกัน โดยที่เพศหญิงให้ความสำคัญกับการเลือกราคาที่พักมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 48.6 และ 46.2 ตามลำดับ) ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรปรี อยู่นุ่น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ในการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวหญิงให้ความสำคัญกับ ความเหมาะสมของราคาที่พักและค่าเดินทางมาที่พัก และการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อส่วนลด และสิทธิพิเศษมากมายมากกว่านักท่องเที่ยวชาย เช่นเดียวกับ วิบูล จันทรชัย (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรี พบว่า ประชาชนที่ซื้อสินค้าที่ระลึก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายแตกต่างกัน 7 ด้าน ได้แก่ ประเภทการเดินทางมาท่องเที่ยวกับใครในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) การหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.021$) ประเภทที่พักในจังหวัดเชียงรายที่

เลือกใช้บริการ ($\chi^2=0.002$) การเลือกราคาที่พัก ($\chi^2=0.000$) พาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทาง มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.007$) ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงราย ($\chi^2=0.000$)

จากความแตกต่างจำนวน 7 ด้าน ระหว่างปัจจัยอายุกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ด้านที่น่าสนใจและควรหยิบยกมาเป็นข้อสังเกต คือ การเลือกประเภทที่พัก ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ กลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 20 และ 21-30 ปีเลือกที่พัก ประเภทเกสเฮาส์ (ร้อยละ 45.00 และ 57.55 ตามลำดับ) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอายุ 31-40, 41-50, และ 50 ปีขึ้นไป เลือกที่พักประเภทโรงแรม แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น จะเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ ส่วนกลุ่มวัยทำงานจะเลือกใช้บริการ โรงแรม ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กลุ่มวัยทำงานน่าจะมียาได้มากกว่ากลุ่มวัยรุ่นด้วยจึงเลือกใช้บริการ โรงแรมที่ โดยธรรมชาติมีราคาสูงกว่าที่พักประเภทเกสเฮาส์ ทั้งนี้ สอดคล้องกับ วิบูล จันทรย์แย้ม (2550) ในการศึกษาเกี่ยวกับประชาชนกับการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก เมื่อจำแนกตามอายุ และประเภทสินค้าที่ระลึก พบว่า สินค้าของกินประเภทส้มผัก ไข่เค็มดินสอพอง ผู้ซื้อ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี ส่วนสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง ผู้ซื้อ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 และ 46-55 ปี ในขณะที่สินค้าของกินประเภทวุ้นมะพร้าว ทองม้วน ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-25 ปี ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ปัจจัยอายุสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดในการระบุพฤติกรรมผู้บริโภคในระดับประเภทสินค้าได้เช่นกัน

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงรายแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่ชื่นชอบ ($\chi^2=0.007$) ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.032$)

จากความแตกต่างจำนวน 2 ด้าน ระหว่างปัจจัยระดับการศึกษากับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านที่น่าสนใจและควรหยิบยกมาเป็นข้อสังเกต คือ ด้าน แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ วัดร่องขุน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ ไนท์บาร์ซาร์ ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น จึงชื่นชอบ การท่องเที่ยวประเภทไนท์ไลฟ์ มากกว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรมอย่างวัดร่องขุน อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านการศึกษาเป็นตัวชี้วัดประเภทหนึ่งที่สามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ ฉัตรปรี อยู่เย็น และ อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ซึ่งระบุว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมี

ความคิดเห็นต่างกันในเรื่องการมีส่วนช่วยในการรักษารมชาติและสิ่งแวดล้อมเมื่อมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุยและเกาะพะงัน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 9 ด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) ประเภทการเดินทางมาท่องเที่ยวกับใครในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.001$) การหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.001$) เหตุผลการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.004$) แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่ชื่นชอบ ($\chi^2=0.045$) รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) ประเภทที่พักในจังหวัดเชียงรายที่เลือกใช้บริการ ($\chi^2=0.004$) การเลือกราคาที่พัก ($\chi^2=0.000$) ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$)

จากความแตกต่างจำนวน 9 ด้าน ระหว่างปัจจัยอาชีพกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านที่น่าสนใจและควรหยิบยกมาเป็นข้อสังเกต คือ ด้านการหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงาน/นักศึกษาเลือกหาข้อมูลจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มตัวอย่างอาชีพธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ เลือกแหล่งข้อมูลคำแนะนำจากเพื่อนและคนใกล้ชิด ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่า นักเรียน/นักศึกษา มีเวลาที่จะศึกษาหาความรู้ได้ด้วยตัวเองมากกว่านักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงานซึ่งจะพึ่งพาแหล่งข้อมูลบุคคลมากกว่าแหล่งข้อมูลจากสื่อประเภทหนังสือท่องเที่ยว ส่วนด้านการเลือกประเภทที่พัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงาน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน เลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสเฮาส์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างอาชีพธุรกิจส่วนตัวและรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรม ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่า เนื่องจากอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานบริษัทเอกชน ยังมีรายได้จำกัดกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัวและรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรปรี อู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ที่ระบุลักษณะนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทที่เกาะสมุยและเกาะพะงัน ว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของโรงแรมและรีสอร์ทต่างกัน นอกจากนี้ ยังรวมถึงการให้ความสำคัญความสวยงามในการตกแต่งห้องพักของโรงแรมและรีสอร์ทอีกด้วย

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 5 ด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) การหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.045$) ประเภทที่พักในจังหวัดเชียงราย

ที่เลือกใช้บริการ ($\chi^2=0.000$) การเลือกราคาที่พัก ($\chi^2=0.002$) ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$)

จากความแตกต่างจำนวน 5 ด้าน ระหว่างปัจจัยรายได้กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านที่น่าสนใจและควรหยิบยกมาเป็นข้อสังเกต คือ ด้านระดับราคาที่พัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกราคาห้องพักในระดับต่ำกว่า 500 บาท/คืน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ดอลลาร์ต่อปี จะเลือกราคาห้องพักในระดับ 500-1,000 บาท/คืน และในระดับอื่นด้วยจนถึงระดับมากกว่า 2,500 บาท/คืน แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านรายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกระดับราคาที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรปรี อยู่เย็น และอภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์ (2552) ซึ่งกล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ค่อนข้างต่างกันให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมและรีสอร์ทต่างกัน รวมถึงราคาที่พักที่เหมาะสมที่รวมอยู่ในโปรแกรมนำเที่ยวด้วย

นักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 8 ด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) ประเภทการเดินทางมาท่องเที่ยวกับใครในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.009$) การหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.004$) รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$) ประเภทที่พักในจังหวัดเชียงรายที่เลือกใช้บริการ ($\chi^2=0.000$) การเลือกราคาที่พัก ($\chi^2=0.002$) พาหนะที่เลือกใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.002$) ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.000$)

จากความแตกต่างจำนวน 8 ด้าน ระหว่างปัจจัยงบประมาณในการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านที่น่าสนใจและควรหยิบยกมาเป็นข้อสังเกต คือ ด้านระดับราคาที่พัก โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 ดอลลาร์ต่อปี จะเลือกที่พักในระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท/คืน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวสูงกว่า 1,000 ดอลลาร์ต่อปี จะเลือกที่พักในระดับสูงกว่า 500 บาท/คืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มตัวอย่างที่มีงบประมาณในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 3,001-4,000 ดอลลาร์ต่อปี ขึ้นไปมีแนวโน้มจะเลือกที่พักในระดับราคาที่สูงกว่า 1,500 บาท/คืน ถึงมากกว่า 2,500 บาท/คืน

นักท่องเที่ยวจากต่างทวีปกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 7 ด้าน ได้แก่ ประเภทการเดินทางมาท่องเที่ยวกับใครในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.001$) การหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.002$) เหตุผลการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.002$) รูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.018$) ประเภท

ที่พักในจังหวัดเชียงรายที่เลือกใช้บริการ ($\chi^2=0.000$) การเลือกราคาที่พัก ($\chi^2=0.018$) ระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ($\chi^2=0.001$)

จากความแตกต่างจำนวน 7 ด้าน ระหว่างปัจจัยทั่วไปกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านที่น่าสนใจและควรหยิบยกมาเป็นข้อสังเกต คือ ด้านประเภทที่พักในจังหวัดเชียงรายที่เลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐกรณ์ เหลืองพิพัฒน์ (2555) ในการศึกษาอิทธิพลของความคิดเห็นออนไลน์ต่อการตัดสินใจของที่พักราคา ประหยัดหรือไฮสเปคในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการไฮสเปคในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปมากที่สุดถึงร้อยละ 94.8 ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะเป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ส่วนพฤติกรรมการหาแหล่งข้อมูลในการเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจากทวีปอเมริกา โอเชเนีย และเอเชีย ให้ความสำคัญกับแหล่งข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจากทวีปยุโรป ให้ความสำคัญกับหาข้อมูลจากหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ชัยวรวัฒน์ อัสยานนท์ (2554) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการที่พักแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจจากเพื่อนหรือคนรู้จักมากที่สุดคิดเป็นถึงร้อยละ 40 ดังนั้นจะเห็นได้ว่า อิทธิพลจากเพื่อนหรือคนรู้จักมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อบริการสินค้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก

4. ความแตกต่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี อาชีพ รายได้ งบประมาณในการท่องเที่ยว และมาจากทวีปต่างกัน มีรูปแบบในการท่องเที่ยวในเชียงรายแตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว นั่นคือ ด้านอาชีพ รายได้และงบประมาณในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ มารุต เพชรไชย (2554) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้าน อาชีพ มีผลต่อประเภทของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวแบบไฮสเปคต์แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ เฉลิมชัย อัครโสภี (2554) ในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวบริเวณด่านพรมแดน

ไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจำแนกตามภูมิภาค อายุ รายได้ อาชีพ มีแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน คือด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ ด้านการคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริการที่พัก ด้านกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว โดยที่เฉลิมชัย อัสวโสภี (2554) อภิปรายผลไว้ว่า เมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดชายแดนแม่สาย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อายุระหว่าง 15-24 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและเป็นโสด จึงอาจจะมองได้ว่าตลาดชายแดนแม่สายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีรายได้น้อยถึงปานกลางก็สามารถมาท่องเที่ยวได้

การศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และทราบถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้ งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาต่อยอดจาก เฉลิมชัย คำแสน และศุภนิตา เรืองศิริ (2550) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงราย แต่ไม่ได้ศึกษารูปแบบของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ สามารถนำไปต่อยอดในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปปรับปรุงนโยบายเชิงรุกของแผนการพัฒนาลินค้าทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อไป ดังเช่นกรณีการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย ซึ่ง Norzalita Abd Aziz และ Ahmad Azmi Ariffin (2009) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เนื่องมาจากลักษณะทางภูมิศาสตร์และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติในประเทศมาเลเซียที่เอื้ออำนวยกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวของมาเลเซียควรเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียได้เลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น และดังที่ ม.ล. ศุภ หุมสาย และญิบพัน พรหมโยธี (2527 : 59) ซึ่งได้กล่าวถึงลักษณะและความสำคัญของการท่องเที่ยวและการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจนนำไปสู่การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยวไว้ว่า เหตุจูงใจให้คนไปท่องเที่ยวแปรผันไปตามความหมายหลายประการตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวบ้าง ตามภาวะของสิ่งแวดล้อมบ้าง ตามลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวบ้าง ตามลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ในโลกและในบริเวณท่องเที่ยวและอื่นๆ อีกมากมาย รวมความว่าการท่องเที่ยวไหลตัวไปตามผลกระทบนานาที่มีไปถึงการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีของการปฏิบัติธุรกิจตามไปด้วยตลอดไป นอกจากนี้ในโลกเรานี้มีสถานที่ อุบัติการณ์ ภาวะลมฟ้าอากาศ และความมหัศจรรย์น่าค้นหามากมาย ที่ทำให้คนสนใจใคร่ที่จะได้พบเห็นและได้สัมผัสให้แปลกไปจากที่ได้พบเห็นและสัมผัสอยู่เป็นประจำวัน ดังนั้นจึงเป็นการสมควรที่จะศึกษาพิจารณาว่าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมีกี่ประเภท และแต่ละประเภทมีลักษณะอย่างไร เพื่อที่จะได้วางแผนพัฒนาและแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับการดำเนินกิจการของธุรกิจท่องเที่ยว นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิผลยังควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริหารจัดการการท่องเที่ยว ดังเช่น มามะ จิตตะสังคะ และคณะ (2549) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ประสบความสำเร็จ ทุกภาคส่วนควรร่วมมือในการจัดทำมาตรการการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อการมีส่วนร่วมในการวางแผนตั้งแต่ระดับชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจเอกชน และจังหวัด โดยสร้างตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การวางระบบการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงรายทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษาสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ได้ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึ่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด (เพื่อน/ครอบครัว/ญาติ) เป็นหลัก ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ควรส่งเสริมช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเชียงราย ทางสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว สื่ออินเทอร์เน็ต เอกสารการท่องเที่ยว การจัดนิทรรศการทางการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายขอบเขตของสื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพิ่มมากขึ้น

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ชื่นชอบวัดร่องขุน ฉะนั้นควรดึงวัดร่องขุน มาเป็นจุดขายสำคัญ ในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ วัดร่องขุนเป็นงานพุทธศิลป์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง สวยงาม และโด่งดังไปทั่วโลก ถือว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงราย

3. เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นอกจากมีแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่หลากหลายแล้ว นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนหนึ่งเดินทางมาจังหวัดเชียงราย เพื่อเดินทางต่อไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเพื่อ ค่อวิซ่า ดังนั้น รูปแบบการนำเสนอโปรแกรมทัวร์ ในจังหวัดเชียงราย บริษัทนำเที่ยวควรนำเสนอรูปแบบโปรแกรมทัวร์ที่สามารถเชื่อมต่อ การเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และมณฑลยูนนานในภาคใต้ของสาธารณรัฐประชาชนจีน) เพื่อรองรับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ทั้งนี้เนื่องจากเชียงรายเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทางการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ควรดึงข้อได้เปรียบด้านนี้ มาส่งเสริมและ ประชาสัมพันธ์การทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายด้วย

4. รูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็น นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแบบ เป็นนักท่องเที่ยวนักแบบสำรวจ และนักพเนจร ซึ่งมีลักษณะ นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยไปมาก่อน และชอบแสวงหา ความตื่นเต้นท้าทายให้กับชีวิต ชอบเปลี่ยนแปลงโปรแกรมทัวร์ เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง และมีแนวโน้มนิยมเดินทางด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทาง มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายยังมีรูปแบบในด้านนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยมีเพื่อนร่วมทาง หรือหมู่คณะ และวางแผนการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า และพึ่งข้อมูลจากบุคคลใกล้ชิดในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ไม่ได้มีลักษณะบุคลิกภาพแบบผจญภัยสุดโต่ง แต่ยังคง ต้องการความสะดวกสบายและความมั่นใจในการเดินทางพอสมควรด้วยการเดินทาง โดยมีเพื่อนร่วมทางและมีการวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้า ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรจัดรูปแบบโปรแกรมทัวร์ให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะกับลักษณะของ นักท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่นและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว ได้วางแผนและปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง เช่น ระบบการจองบริการ บางประเภทได้ด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง อาทิ ระบบการจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรม แต่ บริการทัวร์และการเดินทางในจังหวัดเชียงราย ให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการของบริษัท นำเที่ยวในท้องถิ่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้นหากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายยังเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อจะได้เปรียบเทียบพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยว เพื่อจะได้นำมาประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวต่อไป

2. การวิจัยนี้ศึกษาจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง 12 แห่ง ในจังหวัดเชียงราย ดังนั้นหากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยว 12 แห่งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดเชียงราย

3. การวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปยุโรป ดังนั้นหากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากทวีปยุโรปโดยเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวทวีปยุโรปชัดเจนยิ่งขึ้น และผู้ประกอบการท่องเที่ยวจะได้จัดรูปแบบทัวร์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทวีปนี้ต่อไป

4. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นหากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การจัดกลุ่มสนทนา ประเด็นเฉพาะ (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเป็นการต่อยอดจากการศึกษานี้

รายการอ้างอิง

- จริญญา ณ พิกุล และ วาริชต์ มัชฌมบุรุษ. (2555). การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ดุษฎี ชุมสาย และ ญิบพั่น พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
บริษัท สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- เฉลิมชัย คำแสน และ สุนิดา เรืองศิริ. (2550). โครงการพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.)
- เฉลิมชัย อัสวโสภี. (2554). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวบริเวณด้าน
พรมแดน ไทย-พม่า อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- นัตพร อยู่นั่น และ อภิสิทธิ์ ตั้งเกียรติศิลป์. (2552). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
นักท่องเที่ยวในการเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ทในเกาะสมุยและเกาะพะงัน จังหวัด
สุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการบริหารธุรกิจ.
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐภรณ์ เหลืองพิพัฒน์. (2555). อิทธิพลความคิดเห็นออนไลน์ต่อการตัดสินใจจองที่พัก
ราคาประหยัด (Hostel) ในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหาร สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
ธานีพร ศิลปจารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่
11. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส. อาร์. พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ธัญวรัตน์ อัครานนท์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการเลือก
ใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มารุต เพชรไชย. (2554). ประเภทของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมกรท่องเที่ยวแบบ
โฮมสเตย์ : กรณีศึกษา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มาฆะ จิตตะสังคะ และคณะ. (2549). บทเรียนจากกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว
โดยภาครัฐ เอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการเชิงพื้นที่
อย่างยั่งยืนจังหวัดเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.).
- วลัยพร ธีวระกุลไพบูลย์. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. ปทุมธานี.
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วินูล จันทรย์แถม. (2550). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยว จังหวัดลพบุรี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.industry.go.th/ops/pio/lopbur/Lists/annuity/Disp.aspx?List=7aad63d2-0e41-46a9-b8fa-c8da61323bdd&ID=27> (วันที่ค้นข้อมูล : 5 ตุลาคม 2554)
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพัง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สาขาการจัดการการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2555). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/วิจัยSMEs/สาขาเผยแพร่/อุตสาหกรรมท่องเที่ยว.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล : 17 กุมภาพันธ์ 2555)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). ข้อมูลนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries23.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 25 ธันวาคม 2554)
- Amirtahmaseb, S. (2007). **The typology of Inbound Tourist Visiting Iran. Master Thesis in Tourism and Hospitality Management.** Mater Thesis, Continuation Courses Marketing and e-commerce. Department of Business Administration and Social Sciences Division of Industrial marketing and e-commerce. Lulea University of Technology.
- Cohen, E. (2004). **Contemporary Tourism Diversity and Change.** Ekevier Amsterdam.
- Norzalita Abd Aziz and Ahmad Azmi Ariffin. (2009). **Identifying the Relationship between Travel Motivation and Lifestyles among Malaysian Pleasure Tourists and Its Marketing Implications.** [Online]. Available : <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/3134/3675>. (วันที่ค้นข้อมูล : 24 กันยายน 2554)
- Koter, P., & Keller, K.L.(2006). **Marketing Management 12th Edition.** Pearson Prentice Hall.
- Rojpalakorn Rungporn. (2006). **A Study into Typologies of International Tourists and their Motivations Staying on Khao Sarn Road.** Master of Business Administration Hotel and Tourism Management (International Program). Graduate School. Silpakorn University.