

ชื่อการวิจัย	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ผู้วิจัย	วิจิตรา บุญตัน ทิพย์วดี โพธิ์สีทธิพรธรรม นรพรรณ โพธิ์พุกภัย ภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ กรกฎาคม 2555 - กรกฎาคม 2556
ระยะเวลาที่ทำวิจัย	กรกฎาคม 2555 - กรกฎาคม 2556
ผู้สนับสนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยพายัพ
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาโดยการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 150 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non – probability) วิธีการเลือกหน่วยตัวอย่างโดยบังเอิญ (accidental sampling) หรือการเลือกหน่วยตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามภาษาจีน และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งเพศชายและหญิงจำนวนเท่ากันร้อยละ 50 ส่วนใหญ่อยู่อายุระหว่าง 20 - 30 ปี รองลงมาคือ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาคือพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน โดยส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 2001 - 3500 หยวน วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ฤดูกาลที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างเดือน มกราคม ถึง มีนาคม รองลงมาคือ เดือนเมษายน ถึงมิถุนายน ซึ่งลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว จะเดินทางมาพร้อมกับเพื่อนเป็นส่วนมาก และจะมีการจัดการในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางครั้งแรก โดยหาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานการท่องเที่ยวชาวจีนท้องถิ่น รองลงมาคือหาแหล่งข้อมูลจากโทรทัศน์ และเพื่อน คนรู้จัก ส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัด

เชียงใหม่ คือเดินทางโดยเครื่องบิน ใช้ระยะเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวอยู่ในเชียงใหม่ ประมาณ 4 – 7 วัน และสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือเลือกใช้บริการของโรงแรมมากที่สุด

ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้ง 4 ด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับคะแนนมากที่สุดหรือมีอิทธิพลสูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัดเก่าแก่ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.28 อันดับที่สองคือ ความเป็นมิตรของชาวเชียงใหม่, อันดับสามคือ ภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนด้านราคาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลแรงสูงใจมากที่สุดคือ ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวมีหลายระดับให้เลือก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 อันดับที่สองคือ ราคาแพคเกจทัวร์ที่มีให้เลือกหลายระดับ อันดับสามคือเชียงใหม่มีค่าครองชีพที่ถูก และอันดับสุดท้ายคือ ราคาแพคเกจทัวร์มีราคาถูกและคุ้มค่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระดับคะแนนมากที่สุด คือมีหน่วยงานที่สามารถให้บริการสำรองที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยวด้วยระบบอินเตอร์เน็ตจำนวนมากและอันดับสองมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการจำนวนมากทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว สุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด การแนะนำแบบปากต่อปากจากเพื่อน ญาติมิตร มีค่าเฉลี่ย 4.01 เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณาการท่องเที่ยวจากสื่อต่าง ๆ โดยสื่อจากภาพยนตร์ ทีวีไอ จากเว็บไซต์และสื่ออินเตอร์เน็ต มีอิทธิพลมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ นิตยสารท่องเที่ยว และโทรทัศน์ตามลำดับ โดยสื่อจากวิทยุมีอิทธิพลน้อยที่สุดจากการศึกษาในครั้งนี้

คำสำคัญ

การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดเชียงใหม่

* 2000 *

Research Title	Factors Affecting Chinese Tourist's Decision Making on Travelling in Chiang Mai.
Name	Wichitra Boontan Tipwadee Phosittiphan Naraphan Potipruek Tourism Management Department Faculty of Business Management The Far Eastern University
Duration	July 2012 – July 2013
Research Grant	The Far Eastern University
Academic Year	2013

Abstract

The adjective of this research is to study the marketing mix factors affecting Chinese tourists' decision to visit Chiang Mai. The data collected from the surveys of 150 Chinese visitors from January to February 2013. This research uses non-probability convenience sampling method. The questionnaires were translated into Chinese using a percentage, frequency and mean to calculate the statistics.

The survey found that most Chinese tourists who visited Chiang Mai were both men and women and aged between 20 – 30 years old. The purpose of their travelling was mainly about recreation reason. Most tourists visited Chiang Mai for the first time and traveled with friends in a group. The Chinese tourists often planned a tour program by themselves, and they would search for useful information from tourist agencies in their hometown. They would spend 4 – 7 days in Chiang Mai.

The survey also revealed that the 4 main factors (4 Ps) affecting Chinese tourists' decision to visit Chiang Mai are as follow:

1. The Product – The factors that attracted the Chinese tourists to travel in Chiang Mai are that there are many historical sites and old temples in Chiang Mai (mean = 4.28). The tourists

found that Chiang Mai people are very friendly, and the city is well-known as one of famous tourist destinations.

2. The Price – The most important factor is that there are various choices of prices when visiting tourist attractions in Chiang Mai (mean = 4.35). Secondly there is a wide variety of a tour package to choose. Thirdly cost of living in Chiang Mai is not too expensive. And the tour package is cheap and worthy.

3. The Place – The survey found that the most important factor affecting Chinese tourists' decision to visit Chiang Mai is that there are many tourist agencies providing services through the internet so that tourists can easily reserve their accommodations and tourist attractions. Secondly there are many local tourist agencies. And finally there are a lot of tourist agencies to choose so that it makes their trips more comfortable.

4. The Promotion – The survey found that the most important factor affecting Chinese tourists' decision to visit Chiang Mai is that the tourists were recommended to travel in Chiang Mai by their friends and relatives who had been in Chiang Mai before (mean = 4.01). There were also advertisements through the movies, VDOs, and websites on the internet. Besides the tourists guidebooks and TV programs advertised the trips in Chiang Mai while a radio seemed to be the least factor that influenced Chinese tourists to visit Chiang Mai.

Keywords

Travel or travelling, Chinese tourists or Chinese visitors, Chiang Mai Province