

ชื่อวิทยานิพนธ์ แนวทางการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัย นางสาวฟ้ารุ่ง
YuJia สาขาวิชา การจัดการทั่วไป พ.ศ. 2552

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย 2) เปรียบเทียบความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจีนทั่วไปและนักศึกษาจีนที่มาศึกษาในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มละ 200 คน 2) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและด้านการตลาด จำนวน 8 คน และ 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ตารางไขว้ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ 1) พฤติกรรมการบริโภคและความต้องการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ได้รับข้อมูลท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวหรือกลุ่มเพื่อน/ญาติ ชอบเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์ ชอบรับประทานอาหารไทยและอาหารทะเล ชอบกิจกรรมการบันเทิงและช้อปปิ้ง และนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการด้านโปรแกรมการเดินทาง และด้านฐานะของบริษัทนำเที่ยวอยู่ในระดับมาก 2) เมื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามเพศ สถานภาพ การสมรส เขตที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อจำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) แนวทางการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ การเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมาย พัฒนาสินค้า ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

Thesis Title : Guidelines for the Development of Chinese Tourists Market in Phetchaburi Province.

Researcher : Miss Yu Jia **Major :** General Management **Year :** 2009

Abstract

This is a research and development combined quantitative and qualitative method together. With the objectives aiming to: 1) study tourism consumer behavior and travel needs of Chinese tourists in Thailand; 2) compare the travel needs of Chinese tourists by personal factors; and 3) study guidelines for the development of Chinese tourists market in Phetchaburi Province. The samples in this research were 1) 400 Chinese tourists traveled in Thailand these included 200 general Chinese tourists and 200 Chinese students who are studying in Phetchaburi Province, 2) 8 tourism and marketing academics, and 3) 5 tourism stakeholders. The questionnaire, focus group discussion and interview were the methods used to gather data. The descriptive statistics implemented were frequency, percentage, mean, standard deviation, crosstab, t-test, One-way analysis of variance, least significance difference and content analysis.

The results showed the following: 1) the consumer behavior and travel needs of Chinese tourists in Thailand were mostly traveling for leisure. They received travel information from travel agencies or friends or relatives. They liked to travel to natural scenery sites, historical relics and enjoyed eating Thai food and seafood. They also liked activities of entertainment and shopping. The needs for the travel programs and the status of the travel agencies were at the high level. 2) the personal factors which included sex, marital status, residential area, educational level, profession, income, and travel experience, all these had no influence on Chinese tourist's needs. However, when compared by age, there were differences in the needs of Chinese tourists at the statistically significant level of 0.05 3) guidelines for the development of Chinese tourist market included the target market penetration, product development, the promotion of public awareness and created cooperation between relevant agencies.

