

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยวซ้ำ  
ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงราย

ผู้เขียน

นายวิศรุต อักษรวงษ์วิทยา

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษา

อ.ดร.ชัยวัฒน์ นิ่มอนุสรณ์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
อ.ดร.กัญญ์สุดา นิ่มอนุสรณ์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงราย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสติก

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส อายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ตั้งแต่ 9001 หยวนขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อน และมีลักษณะการมาท่องเที่ยวแบบอิสระ รูปแบบการเดินทางเป็นแบบปกติ ระยะเวลาที่พักโดยเฉลี่ย 4.54 วัน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน 4,134.35 หยวน (21,581.31 บาท) ซึ่งเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยไม่ได้รับสมาชิกในครอบครัวมาท่องเที่ยวด้วย และใช้การเดินทางทางอากาศเป็นส่วนใหญ่ โดยแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวคือบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ความพึงพอใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจมากได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะภูมิอากาศ ประเพณีและวัฒนธรรม แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สถานที่พัก และแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมา  
ท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดเชียงรายโดยใช้แบบจำลองโลจิตพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ  
ระดับการศึกษา ลักษณะการมาท่องเที่ยวแบบอิสระ รูปแบบการเดินทางแบบสะพายเป้ รูปแบบการ  
เดินทางแบบประหยัด รูปแบบการเดินทางแบบปกติ ระยะเวลาในการพัก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว  
โดยเฉลี่ย แหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่เป็นเพื่อนหรือญาติ และความพึงพอใจ  
โดยรวม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting the Demand for Revisit of Chinese Tourists in Chiang Rai Province	
<b>Author</b>	Mr. Wisarud Aksornwongvitaya	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Advisory Committee</b>	Lect.Dr. Chaiwat Nimanussornkul	Advisor
	Lect.Dr. Kunsuda Nimanussornkul	Co-advisor

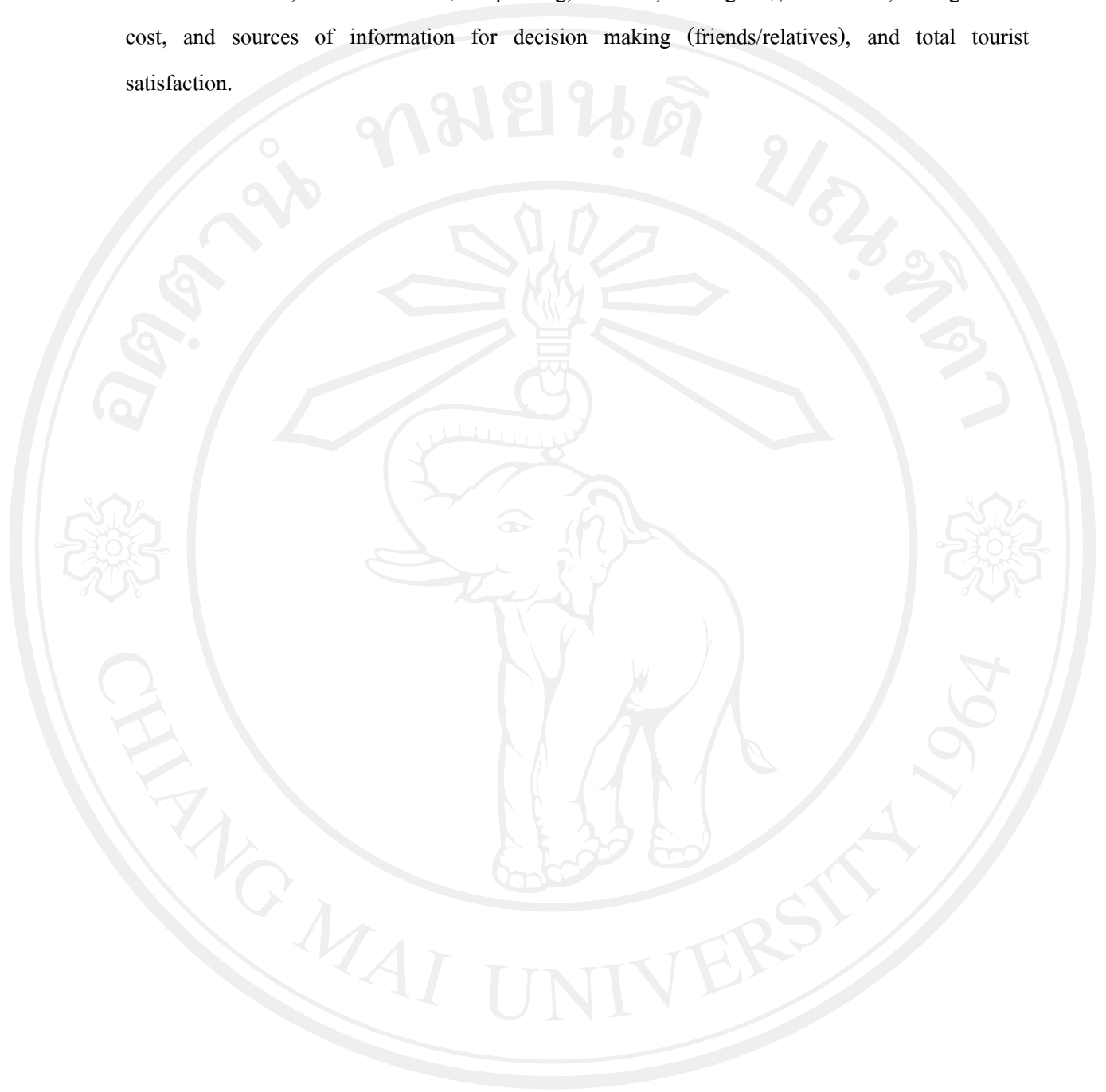
## ABSTRACT

The purposes of this study were: to explore the behavior and tourist satisfaction of Chinese tourists visiting Chiang Rai province and to investigate the factors affecting the tourism demand for revisiting Chiang Rai province among those tourists. For the research methodology, primary data were collected using questionnaire with 400 respondents which were analyzed through descriptive statistics and the logistic regression model.

According to the study based on descriptive research framework, the findings revealed that the majority of respondents were women, in the age group 25-34, self-employed and they also earned more than 9,001 Chinese Yuan per month. Moreover, the main purpose among respondents visiting Chiang Rai province was rest with their private group. Additionally, the average period for traveling was 4.5 days with 4,134.35 Chinese Yuan (self-guided walks). Also, air travel was the most popular mode of transportation. And, the tourist information for decision making was mainly asked from travel agency. In addition, it was found from this study that factors satisfied Chinese tourists visiting Chiang Rai province the most were weather, tradition and culture, tourist attraction, accommodation, and tourist information, respectively.

The results from logistic regression model also signified that the factor influencing the tourism demand for revisiting Chiang Rai province were age, education level among Chinese tourist,

individual tourism, forms of travel (backpacking, low cost, and regular), travel time, average travel cost, and sources of information for decision making (friends/relatives), and total tourist satisfaction.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved