

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting Chinese Tourists Travelling to Chiang Mai Province

ฐิติวรดา รักพ่อ¹ และ พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์²

Thitiworrada Rakpho¹ and Porntip Tianteerawit²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงศึกษาประเภทและสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวใช้วิธีการของลิเคิร์ท ส่วนการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยและประเภทของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตาม อาชีพ รายได้ โดยใช้สถิติค่า t (t-test)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด อายุเฉลี่ย 31 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป เป็นผู้ที่มีรายได้ประจำเช่นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,938 หยวนต่อคน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อันดับ 1 คือปัจจัยดึงดูดซึ่งประกอบด้วยความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อันดับ 2 เป็นปัจจัยผลักดันซึ่งประกอบด้วยความต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีวันหยุดหรือเวลาว่างมากขึ้น

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปให้คะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาไม่เกินระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ประจำให้คะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่ประจำ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 หยวนขึ้นไปให้คะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 หยวน ทั้งปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาครั้งแรกโดยร่วมเดินทางมากับเพื่อนส่วนใหญ่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองพักโรงแรมมีระยะเวลาพำนัก เฉลี่ยคนละ 7 วัน มีความพึงพอใจด้านอรรถาศัยของชาวเชียงใหม่มากที่สุดรองลงมาคือสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลาย และคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยคนละ 1,168 หยวนต่อวัน โดยเป็นค่าใช้จ่ายทางด้านที่พัก อาหารและเครื่องดื่มตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คนละ 1,544 หยวนต่อวัน โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายที่จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยว

เมื่อพิจารณาประเภทค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะท่องเที่ยวด้วยตัวเองหรือผ่านบริษัทนำเที่ยวจำแนกตามอาชีพและรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ประจำ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 หยวนขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทุกประเภทสูงกว่า ผู้ที่มีรายได้ไม่ประจำ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 หยวน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ปัจจัย ค่าใช้จ่าย ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดเชียงใหม่

ABSTRACT

This study aims to examine the determining factors and the behavior of Chinese tourists regarding their visit to Chiang Mai Province, as well as to understand the types including the proportion of their tourism expenditure during their stay in Chiang Mai. The needed information was collected from 400 samples of Chinese visitors to Chiang Mai. The analysis pertaining to the deciding factors for these Chinese tourists to visit Chiang Mai was based on the results of Likert's scale ratings. Meanwhile, t-test was applied to understand the difference in terms of factors affecting the visit to Chiang Mai and tourism expenditure between groups of Chinese tourists with different occupation and income levels.

The general personal background information provided the findings that most Chinese tourists under study are characterized as single female, 31 years old on the average, with bachelor's degree or higher level education, being a fixed income earner from such employment as private company employee, and earning averagely 7,938 Yuan per month per person.

The study on the determining factors for these Chinese tourists to visit Chiang Mai revealed the most important is the pull factor including the attractiveness and diversity of tourism attractions, and safety in life and properties; and the next most important is the push factor including the personal desire to gain new experience from traveling and the availability of more free time or more holidays.

The test of difference at statistically significant level between groups indicated that the samples with education higher than Bachelor's degree assigned higher scores than those with education not higher than Bachelor's degree, the samples with fixed income assigned higher scores than those with unfixed income, and the samples with income above 6,001 Yuan per month per person assigned higher scores than those with income not exceeding 6,000 Yuan per month per person, for both pull and push factors.

On tourists' behavior, it was found that most Chinese tourists had rest and recreation as the primary travel and tourism objective, visited Chiang Mai for the first time, traveled with friends, managed the travel plan themselves, stayed at hotel for an average 7 days' duration, and felt most satisfied with the hospitality of Chiang Mai people followed by natural attractions, diverse tradition and culture, and the service quality of various businesses involved in the tourism industry, in descending order.

When distinguished into different groups according to travel arrangement, those tourists traveling on their own management were found to spend tourism expenses on the average 1,168 Yuan per day per person primarily for lodging, food, and beverage, respectively while those using services of tour and travel company appeared to spend their expenses on the average 1,544 Yuan per day per person and mostly was the payment for the tour company.

By occupation and income background, the tourists' expenditure was found to be different regardless whether traveling on one's own management or through tour and travel company services. Those Chinese tourists with fixed income and earning more than 6,001 Yuan per month per person spent more on every kind of tourism expenditure more than those with unfixed income and earning less than 6,000 Yuan per month per person, and the difference is statistically significant.

Key word : Factors, Expenses, Travelling, Chinese Tourists, Chiang Mai Province

ที่มาและความสำคัญ

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคเหนือ เพราะเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2560) เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2556-2559 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 5,590,080 คน ในปี 2556 มาเป็น 7,683,120 คน ในปี 2559 โดยเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดถึงร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และเมื่อพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นเช่นกันจาก 58,550.50 ล้านบาท ในปี 2556 มาเป็น 90,137.28 ล้านบาท ในปี 2559 ทั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย ร้อยละ 60 เช่นกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ และรายได้จากการท่องเที่ยว
ของจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี 2556 - 2559

รายการ	2556	2557	2558	2559
1.จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	5,590,080 -	6,928,155	7,425,772	7,683,120
		(23.94)	(7.18)	(3.47)
1.1 ชาวไทยร้อยละของนักท่องเที่ยวทั้งหมด	3,463,116	4,560,660	4,841,681	5,039,830
	61.95	65.83	65.20	65.60
1.2 ชาวต่างชาติ ร้อยละของนักท่องเที่ยวทั้งหมด	2,126,964	2,367,495	2,584,091	2,643,290
	38.05	34.17	34.80	34.40
2.รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	58,550.50 -	73,757.45	82,570.24	90,137.28
		(25.97)	(11.95)	(9.16)
2.1 ชาวไทยร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด	36541.53	48,559.98	53,690.39	56,217.49
	62.41	65.83	65.02	62.36
2.2 ชาวต่างชาติร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด	22008.97	25,197.47	28,879.85	33,919.79
	37.59	34.17	34.98	37.64

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการเปลี่ยนแปลง

ที่มา : สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2561

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงปี 2558-2559 พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวเชียงใหม่มากที่สุด จาก 567,759 คน ในปี 2558 มาเป็น 811,735คน ในปี 2559 โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.97 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด ในช่วงปี 2558-2559 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่,2560) การที่คนจีนนิยมมาเที่ยวเชียงใหม่มากขึ้น เป็นผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศจีน ทำให้นักท่องเที่ยวมีรายได้มากขึ้นและการผ่อนคลายนโยบายการควบคุมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศรัฐบาลจีน ประกอบกับมีการขยายเที่ยวบินตรงจากเมืองต่าง ๆ ของจีนมายังเชียงใหม่ ทำให้การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้นและอิทธิพลจากภาพยนตร์ โดยเฉพาะเรื่อง “Lost in Thailand” ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่ส่วนใหญ่ถ่ายทำที่จังหวัดเชียงใหม่

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวเชียงใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในที่นี้จะทำการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงประเภทและสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การวางแผนนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว วางแผนทางด้านการตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในเชียงใหม่

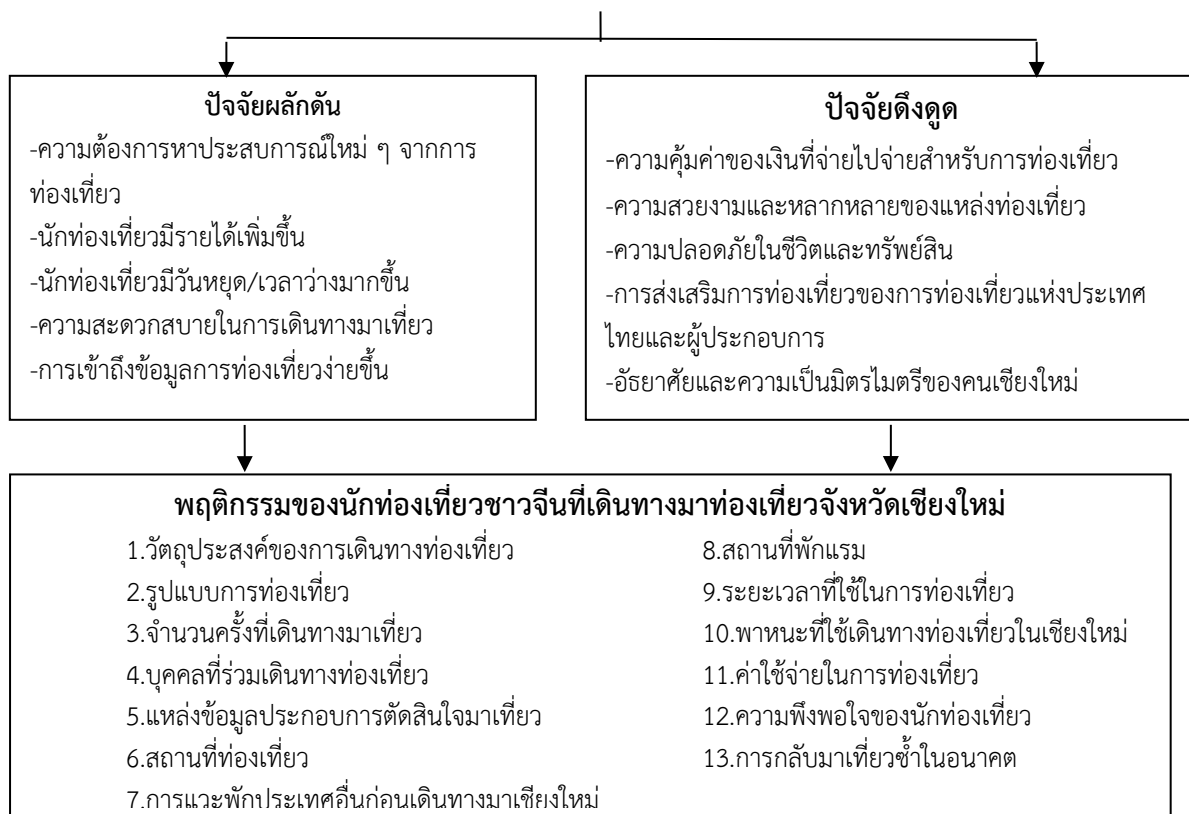
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาประเภทและสัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

จากกรอบแนวคิดนี้เป็นการศึกษาถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง ซึ่งในที่นี่จะประกอบไปด้วย 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยผลักดัน(ประกอบด้วยห้าปัจจัยย่อย) และปัจจัยดึงดูด(ประกอบด้วยห้าปัจจัยย่อย) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ดังภาพที่ 1

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2559 มีจำนวน 811,735 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, 2560) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจะใช้วิธีการของ Yamane คำนวณหาตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{811,735}{1 + 811,735 (0.05)^2} = 399.80$$

ในที่นี้ใช้จำนวนตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยจะทำการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่สำคัญในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น วัดพระธาตุดอยสุเทพ ถนนคนเดินท่าแพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร เป็นต้น

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในที่นี้ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ตามวิธีของ Likert Scale โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด ตามระดับคะแนน 1 2 3 4 5 จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลผลระดับคะแนนที่ได้ ดังนี้ 4.51-5.00 (มีผลมากที่สุด) 3.51-4.50 (มีผลมาก) 2.51-3.50 (มีผลปานกลาง) 1.51-2.50 (มีผลน้อย) 1.00-1.50 (มีผลน้อยที่สุด) ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบไปด้วย ความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยและประเภทของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจำแนกตาม อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติค่า t (t-test)

ผลการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 31 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้ที่มีรายได้ประจำ คือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,938 หยวน จำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4 คน และมีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มณฑลเจ้อเจียง ภาคตะวันตกเฉียงใต้ มณฑลยูนนาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่างเป็นอันดับ 1 คือปัจจัยดึงดูด (มีผลระดับมาก) ซึ่งประกอบด้วย ความสวยงามและหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ (ตารางที่2)

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่าง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ปัจจัยดึงดูดซึ่งได้แก่ ความสวยงามและหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีผลเป็นอันดับ 1 ของทุกระดับการศึกษาแต่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปให้คะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับไม่เกินปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าปัจจัยดึงดูดซึ่งได้แก่ ความสวยงามและหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีผลเป็นอันดับ 1 ของทุกประเภทอาชีพแต่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ประจำให้คะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่ประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าปัจจัยดึงดูดซึ่งได้แก่ ความสวยงามและหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีผลเป็นอันดับ 1 ของทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแต่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 หยวน ขึ้นไปให้คะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 หยวน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่2)

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ใน ภาพรวม
จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว	อันดับ 1	ค่า t (p-value)
1. ภาพรวม	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 3.76 - มีผลระดับมาก) ได้แก่ความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ	
2. จำแนกตามระดับการศึกษา		
2.1 ไม่เกินปริญญาตรี	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 3.70 - มีผลระดับมาก)	-3.902***
2.2 ปริญญาโทขึ้นไป	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 4.04 - มีผลระดับมาก)	(0.000)
3. จำแนกตามอาชีพ		
3.1 ผู้มีรายได้ประจำ	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 3.86 - มีผลระดับมาก)	
3.2 ผู้มีรายได้ไม่ประจำ	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 3.58 - มีผลระดับมาก)	3.804*** (0.000)
4. จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
4.1 ผู้มีรายได้ไม่เกิน 6,000 หยวน	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 3.59 - มีผลระดับมาก)	-5.452***
4.2 ผู้มีรายได้ 6,001 หยวนขึ้นไป	ปัจจัยดึงดูด (คะแนนเฉลี่ย 3.97 - มีผลระดับมาก)	(0.000)

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : *, **, *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตนเองและเดินทางมาเป็นครั้งแรก บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มากับเพื่อน โดยแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต แหล่งท่องเที่ยวที่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปมากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร ส่วนใหญ่จะเลือกพักแรมที่โรงแรม ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ย 7 วัน กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากเป็นอันดับ 1 คือด้านของอัธยาศัยของชาวเชียงใหม่ รองลงมาคือสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติและประเพณีที่หลากหลาย และคุณภาพการให้บริการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว 1,168 หยวน/คน/วัน หรือ 5,840 บาท/คน/วัน โดยมีค่าใช้จ่ายค่าที่พักมากที่สุด รองลงมาคือค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก ตามลำดับ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัททัวร์มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด 1,544 หยวน/คน/วัน หรือ 7,720 บาท/คน/วันโดยเป็นรายจ่ายด้าน จ่ายให้กับบริษัทนำ

เที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือจ่ายค่าอาหารและเครื่องดื่มที่นอกเหนือจากการรับประทานอาหารกับบริษัทนำเที่ยว และจ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาประเภทและสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือผู้มีรายได้ประจำมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทุกประเภทสูงกว่าผู้มีรายได้ไม่ประจำ ผู้ที่มีรายได้ 6,001 หยวนขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทุกประเภทสูงกว่าผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 6,000 หยวน ไม่ว่าจะพิจารณาจากการจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง หรือจัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 สรุปประเภทและสัดส่วนค่าใช้จ่ายกรณีจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเองกับกรณีจัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายการ	หยวน/คน/วัน	ค่า t (p-value)
1.กรณีจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง		
1.1 จำแนกตามอาชีพ		5.099*** (0.000)
ก. ผู้มีรายได้ประจำ	1,370.12	
ข. ผู้มีรายได้ไม่ประจำ	776.15	
1.2 จำแนกตามรายได้		-8.582*** (0.000)
ก. ผู้มีรายได้ไม่เกิน 6,000 หยวน	742.60	
ข. ผู้มีรายได้ 6,001 หยวน ขึ้นไป	1,627.88	
2.กรณีจัดการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว		
2.1 จำแนกตามอาชีพ		6.129*** (0.000)
ก. ผู้มีรายได้ประจำ	2,025.66	
ข. ผู้มีรายได้ไม่ประจำ	1,354.71	
2.2 จำแนกตามรายได้		-7.801*** (0.000)
ก. ผู้มีรายได้ไม่เกิน 6,000 หยวน	1,268.88	
ข. ผู้มีรายได้ 6,001 หยวน ขึ้นไป	2,034.67	

ที่มา : จากการศึกษา

หมายเหตุ : *, **, *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1, 0.05, 0.01

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างมากเป็นอันดับ 1 คือปัจจัยด้านดึงดูด ซึ่งได้แก่ ความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรเน้นการประชาสัมพันธ์และรักษา ความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น พยายามหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้มีมากขึ้น ตลอดจนเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

2. จากการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ประกอบการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต ดังนั้น หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงควรโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ผ่านสื่อออนไลน์ของประเทศจีน เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

3. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพอใจในด้านอสังหาริมทรัพย์และความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่มากเป็นอันดับ 1 ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถใช้อสังหาริมทรัพย์และความเป็นมิตรไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใสของชาวเชียงใหม่ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มาท่องเที่ยวให้มากขึ้น

4. จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะผู้มีรายได้ประจำ เช่น พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่มีรายได้เกินกว่า 6,001 หยวนต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญและทำการตลาดแก่นักท่องเที่ยวเหล่านี้

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. *ระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2560, จาก

<http://61.19.236.136:8090/dotr>

กรมการท่องเที่ยว. *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2561, จาก

<http://tourism2.tourism.go.th/home/listcontent/11/221/276>

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. (2560). *ดาวโหลดสถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 10

พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.cm-mots.com/news/view/1417592284.htm>