

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติในการเลือกที่พักในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายอนุพัทธ์ ตันบรรจง

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร.รสริน โอสถานันต์กุล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รศ.ดร.วินัส ฤชาชัย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการออกแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) และการวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี สถานะภาพ สมรส และเป็นเจ้าของธุรกิจ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรกคือ จีน ญี่ปุ่น และ อังกฤษ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ที่เท่ากับ 16,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 60 ดอลลาร์สหรัฐต่อวันและยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวส่วนมากยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และเดินทางมากับครอบครัวโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ ซึ่งหากพิจารณารายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ในปัจจัยด้านบุคลากรนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีอัธยาศัยและมารยาทที่ดี ทักษะในการสื่อสาร และ ความรู้และทักษะที่ดีในการบริการ

ทั้งนี้ผลการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถแบ่งออกตามปัจจัยต่างๆดังนี้ ปัจจัยแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากรพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านอัธยาศัยและมารยาทที่ดีมากที่สุด ลำดับที่สองคือมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและอันดับสามคือ มีความรู้และทักษะที่ดีในการบริการ

Independent Study Title

Behavior and Satisfaction of International Tourists in
Choosing Accommodation in Chiang Mai Province

Author

Mr. Anupach Tanbanjong

Degree

Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Dr. Rossarin Osathanukul

Advisor

Assoc. Prof. Dr. Venus Ruaechai

Co-advisor

ABSTRACT

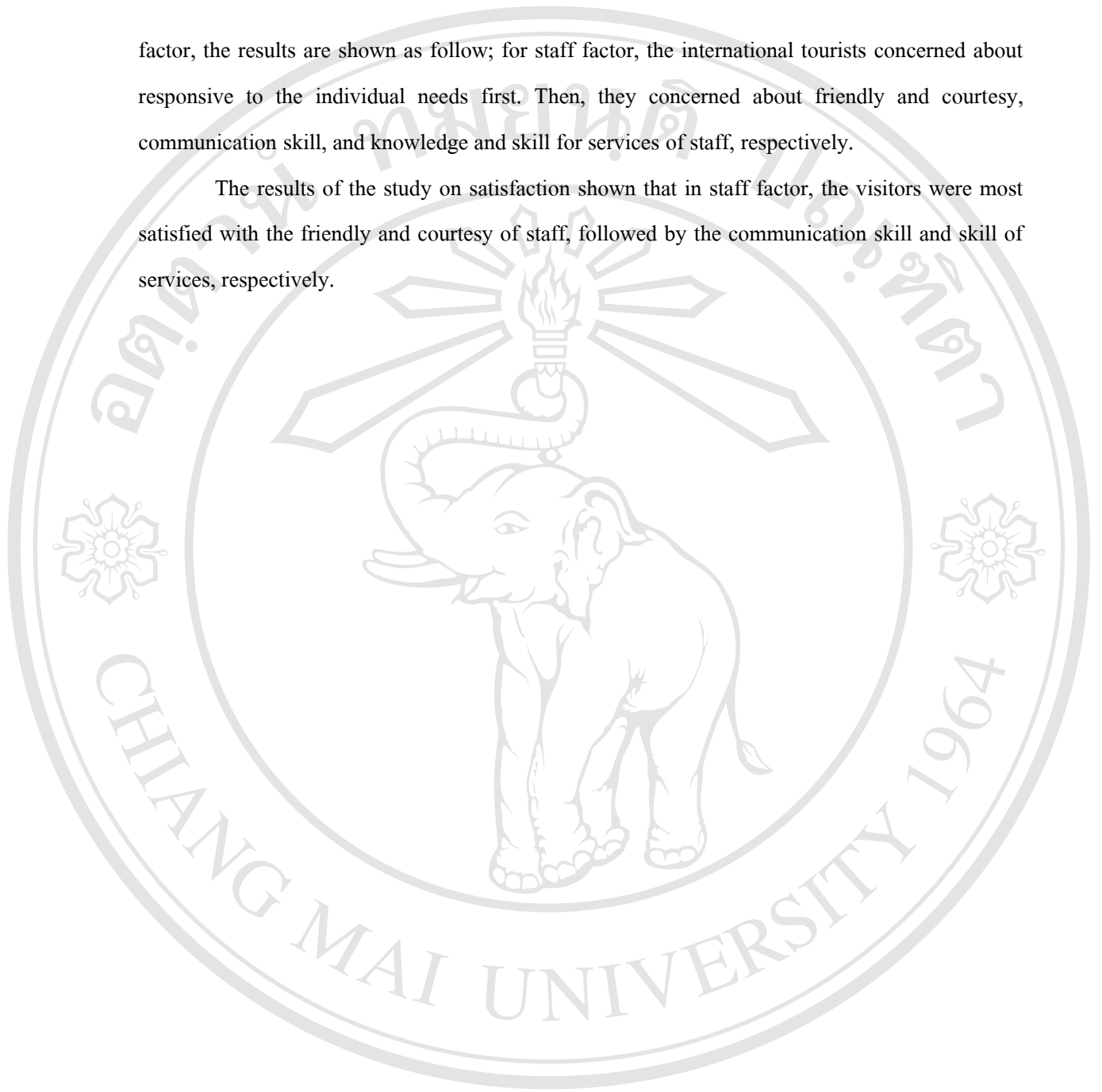
This study examines the behavior and satisfaction of international tourists in choosing accommodations in Chiang Mai Province. Five factors which is used in this study are price factor, product factor, promotion factor, staff factor, and place and distribution factor. The sample size of this study was 400 observations collected by questionnaires. The data collection was analyzed with the secondary data using statistic which consists of Descriptive Statistics, frequency, percentage, average, Likert Sclae.

The general information from the study has shown that most of the respondents are male aging between 31 – 40 years old. Most of them are married and have own businesses. They also hold bachelor's degrees. The top three foreigners are from China, Japan, and England whose average income is approximately 16,000US\$ per year and average expense per day in Chiang Mai is 60US\$. Most of them were first time visitors and came with family for traveling.

In visitor's opinion, the most important factor drawing their decision to select the accommodation in Chiang Mai Province is staff factor followed by product factor, place and distribution factor, promotion factor, and price factor respectively. For specific reason about each

factor, the results are shown as follow; for staff factor, the international tourists concerned about responsive to the individual needs first. Then, they concerned about friendly and courtesy, communication skill, and knowledge and skill for services of staff, respectively.

The results of the study on satisfaction shown that in staff factor, the visitors were most satisfied with the friendly and courtesy of staff, followed by the communication skill and skill of services, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved