

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากมุมมอง
ประชาชนในท้องถิ่นและต่างถิ่น

ผู้เขียน

นางสาวจารุณี ทรัพย์บุญโต

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในมุมมองของประชาชนในท้องถิ่นและต่างถิ่น ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชาชนในท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 200 ราย และประชาชนชาวไทยต่างถิ่น ซึ่งมีได้มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงรายที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย จำนวน 200 ราย รวม 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายและเพศหญิงเท่ากัน มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ และถิ่นฐานหรือที่อยู่ปัจจุบันภาคเหนือ โดยเฉลี่ยแล้วในแต่ละปีเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 3-4 ครั้ง ช่วงฤดูที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ไม่เกี่ยวกับฤดู โดยทั่วไปต้องการไปเยี่ยมชมที่แหล่งท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปมากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขาป่าไม้/อุทยานแห่งชาติ น้ำตก/ เขื่อน/ กว๊าน น้ำพุร้อน/ บ่อน้ำร้อน โครงการหลวง/แม่ฟ้าหลวง ฟาร์มกล้วยไม้/สุผีเสื้อ สวนผลไม้/ สวนส้ม เหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยว คือ ต้องการสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย 2 ครั้ง และระยะเวลาการพักในจังหวัดเชียงราย 2 คืน และที่พักในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้คือ โรงแรม สำหรับการหาข้อมูลของจังหวัดเชียงรายจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน

ผลการศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายจากมุมมองประชาชนใน
ท้องถิ่นและต่างถิ่น พบว่า

ด้านประสบการณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ สถานที่
ท่องเที่ยวที่มีที่พักให้เลือกหลายแห่งหลายประเภท รองลงมาสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยกับ
ชีวิตและทรัพย์สิน ตำรวจ/ตำรวจท่องเที่ยวให้ความช่วยเหลือและบริการดี และที่พักมีความ
ปลอดภัย

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือมี
ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ รองลงมา มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ ราคาสินค้าในแหล่ง
ท่องเที่ยวมีการลดราคาอย่างเหมาะสม รองลงมา ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมการเยี่ยมชม

ด้านสภาพแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ
สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล รองลงมา มีระบบประปา เช่น น้ำสะอาด และมีใช้เพียงพอ

ด้านการพักผ่อนและผ่อนคลาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรก
คือสถานที่ท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจได้ดี รองลงมา จังหวัดเชียงรายเป็นสถานที่ที่
สามารถหลีกเลี่ยงกับความวุ่นวายในชีวิตได้

ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับ
แรกคือจังหวัดเชียงรายสามารถไปท่องเที่ยวแบบผจญภัย การเดินป่า แคมป์ปิ้ง ท่องเที่ยวธรรมชาติ
การไต่เขา รองลงมา น้ำตกที่จังหวัดเชียงรายมีความสะอาด และมีความสวยงาม

ด้านการเรียนรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือสามารถเรียนรู้
สิ่งใหม่ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย รองลงมา เกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรม และวิถี
ชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ด้านสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวกลำดับแรกคือ ผู้คนในแหล่ง
ท่องเที่ยวเป็นมิตรและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และมีน้ำใจกับนักท่องเที่ยว รองลงมา ผู้คนในจังหวัด
เชียงรายมีการปฏิสัมพันธ์ที่ดีและมีความสามัคคีกัน

ด้านชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ผู้ตอบแบบสอบถามมีภาพลักษณ์เชิงบวก
ลำดับแรกคือชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก รองลงมา สามารถเล่าประสบการณ์จากการ
มาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ให้แก่เพื่อน หรือคนรู้จัก

| | |
|----------------------------------|---|
| Independent Study Title | Tourism Image of Chiang Rai Province from Perspectives of Local and Non- Local People |
| Author | Miss Jarunee Supbunto |
| Degree | Master of Business Administration (Marketing) |
| Independent Study Advisor | Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn |

ABSTRACT

This independent study aimed at exploring tourism image of Chiang Rai province from perspective of local and non-local people. Samples of this study were specified to 400 people in total, which were divided into a group of 200 Chiang Rai local people and a group of 200 Thai people from other provinces. Questionnaires were used as the tool to collect data. Data analysis was conducted in according to the use of descriptive statistic, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings showed that the respondents were male and female in equal numbers, in ages of 20-30 years old, single, with Bachelor's degree. Most of them were students with average monthly allowance at the amount of 10,000-30,000 baht and their domicile, place of origin or current residence were in the northern region. In average, they would take an outing about 3 – 4 times in a year. For Chiang Rai trip, they did not mind about seasons; but just need to visit natural tourist sites. The most favorite sites that they visited to were natural tourist sites such as mountain/forest/national park, water fall/ dam/lake, hot spring, Royal Project/Mae Fah Luang, Orchid/Snake/Butterfly farms, and orchard/orangery. Reason in travelling was referred to the need of association with friends. Most of them had travelled to Chiang Rai for about 2 times with 2 nights in duration and stayed at a hotel. Source of information where they learned about Chiang Rai was from a recommendation from relatives/friends.

Hereafter were shown the results of the study on tourism image of Chiang Rai province from perspective of local and non-local people

For experimental image, the respondents ranked the top positive images to the variety of accommodations, the safety to tourist him/herself and his/her belongings, the kind assistance and good service of police/tourist police, and the safety of accommodation, respectively.

For attraction image, the respondents ranked the top positive images to the interesting background history, the attractiveness and uniqueness of arts and crafts, respectively.

For price image, the respondents ranked the top positive images to the reasonable discounting price of products, and the appropriate entrance fee, respectively.

For national environment image, the respondents ranked the top positive images to the good environment without garbage, and the availability of water pipe system, which could provide clean and sufficient water supply, respectively.

For resting and relaxation image, the respondents ranked the top positive images to having good relaxing sites, and being a place where tourists could escape from any disorder that they faced, respectively.

For excitement and adventure image, the respondents ranked the top positive images to being able to arrange adventure trips, including trekking to natural sites and hiking, and being able to find clean and beautiful waters in Chiang Rai, respectively.

For learning image, the respondents ranked the top positive images to being allowed to learn new things while traveling in Chiang Rai and being impressed with cultures and ways of lives that they found in the tourist sites of Chiang Rai, respectively.

For social image, the respondents ranked the top positive images to friendliness and courtesy of local people who were kind to tourists, and good interaction with unity among local people, respectively.

For reputation image, the respondents ranked the top positive images to the well-known tourist sites and being able to pass on the experiences in travelling in Chiang Rai to friends or fellows.