

การศึกษาปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง และทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาได้กำหนดไว้ทั้งหมด 6 หมวดคือ 1) ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม 2) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 3) ปัจจัยด้านการบริการและอรรถาธิบายไมตรีของชาวเชียงใหม่ 4) ปัจจัยด้านความปลอดภัย 5) ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายค่า และ 6) ปัจจัยด้านอื่น ๆ

ข้อมูลปฐมภูมิได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาพักค้างคืนในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 180 ราย และกลุ่มผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวอีกจำนวน 30 ราย ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเก็บรวบรวมจากเอกสารของหน่วยงานของรัฐบาล จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป เป็นเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21 -30 ปี มีอาชีพทำงานภาคเอกชน ส่วนมากมีสถานภาพการสมรสเป็นโสด มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี และนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่เคยเดินทางมาเชียงใหม่มาก่อน

ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบว่าปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับแรกที่สุดที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอสังหาริมทรัพย์ของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ และเมื่อทำการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวแยกตามกลุ่มเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้และถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่าปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมยังคงเป็นปัจจัยที่ดึงดูดเป็นอันดับแรก

ในส่วนของการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหลังจากที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่แล้วก็ยังพบว่า ปัจจัยแรกที่พึงพอใจหรือประทับใจยังคงเป็นปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาคือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอสังหาริมทรัพย์ของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ สำหรับการแยกการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวตามกลุ่มเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ก็ปรากฏผลไม่แตกต่างจากการวิเคราะห์โดยรวมแต่อย่างใด ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่มีความเห็นแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาติอื่นคือ เห็นว่าปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอสังหาริมทรัพย์ของชาวเชียงใหม่ และปัจจัยด้านความปลอดภัย สร้างความพอใจหรือประทับใจให้เท่ากันหลังจากมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ในด้านการศึกษาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบความคิดเห็น รวมทั้งคำแนะนำในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ก็นับว่าปัจจัยแรกที่คิดว่านักท่องเที่ยวใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่คือ ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม รองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และปัจจัยด้านการบริการและอสังหาริมทรัพย์ของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ ตามลำดับเช่นเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งก่อนและหลังจากเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ก็ยังคงพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยรองลงมาคือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอสังหาริมทรัพย์ของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำตามลำดับ สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบเห็นมากที่สุดคือปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และรองลงมาคือปัญหาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ

This study is conducted in order to examine factors attracting foreign visitors to Chiangmai province. The six factors considered in this study were: 1) traditional, culture and history, 2) natural scenery, 3) hospitality and service rendered, 4) safety, 5) low cost, and 6) others factors.

The primary data are obtained from inquiry through interviewing 180 foreign tourists and 30 employees who are in the service industry. And the secondary data are obtained from collecting information from the governmental offices. The results showed that most of the subjects were from Europe with both males and females similar in amount. Most of them were single with ages between 21 and 30 years old, working in private sectors with and income less than than US\$ 20,000 per annum and had never visited Chiangmai before.

It was learned from the study that foreign tourists mostly paid attention to the tradition, culture and history which attracted them to visit Chiangmai. The second most important to them was the natural scenery, with the rest followed by hospitality and service rendered, safety, low cost of expenses and other factors in that order. In categorizing tourists into groups by habitation, age, gender, marital status, education, occupation, and income, it was shown in the study that the most important factor remains the traditional, culture and history.

It was also shown in the interviews that foreign visitors' opinions were mostly impressed with the traditional, culture and historical factors after the visit followed by the natural scenery, hospitality and service rendered, safety, low cost of expenses and other factors in that order. When grouping them in terms of age, gender, marital status, education, occupation and income, the outcome yields no differences: except Australian tourists who had a different point of view from tourists of other nations. The first three factors : tradition, culture and history, natural scenery, hospitality and service rendered, satisfied them the most after their visit to Chiangmai.

The sampling data in this study were acquired from those who were in the service industry. This was done in order to look for both opinions and suggestions for improving the tourism industry in Chiangmai. It was learned from the study that the key factor tourists used in their decision when planning a trip to Chiangmai was the traditional, cultural and historical factors, followed by the natural scenery factor and hospitality and service rendered, safety factor, the low cost in that order.

The comparative analysis between factors attracting foreign tourists before and after visiting Chiangmai showed that foreign tourists mostly paid attention to the tradition, culture and history. The second most important factor to them was the natural scenery, with the rest followed by hospitality, service rendered, safety and low cost of expenses respectively. Besides, almost all foreign tourists found that the most wide spread problem was the deterioration of tourist spots follows by providers in the Tourist Industry.