

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีน

Eco-Tourism Behavior in Case of Chinese Tourism

เป็งพิมพ์ พิชิตชลพันธุ์¹ และวิทยากร เชียงกุล²

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้นๆ โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมา

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว และศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจท่องเที่ยวไทยในอนาคต รวมทั้ง สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างผู้โดยสารขาเข้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 200 คน และวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวจีน, การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาจีนและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาจีนและอาเซียนในระบบเศรษฐกิจโลก คณะนวัตกรรมการสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต



Abstract

Tourism industry is main industry that made primary revenue for country such as expending currency in economic system. In past several years, The numbers of Chinese tourists traveling to Thailand were dramatic increased in numbers Thus, Chinese tourists represented top ranking that travel to Thailand.

Eco-tourism behavior in case of Chinese tourist Aims to study the behavior of Chinese tourist that traveling to Thailand, factors affecting the development of the tourism industry. And analysis of Thailand tourism industry in the future. Including call for comments the number of businesses in the tourism industry and tourist by Questionnaires to collect information from 200 Chinese visitors who traveling in Thailand and analysis review of the business tourism.

Key words: Chinese tourist, Travel, Eco-tourism

1. บทนำ

ในช่วงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนที่มีมูลค่านับแสนล้านบาท ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (ที่มา : สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกรมการท่องเที่ยว) บทบาทที่เด่นชัดบทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พักภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจาย รายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสน ล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554, น. 5)

ปี พ.ศ.2557 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จีน 2.8 ล้านคน มาเลเซีย 2.6 ล้านคน และรัสเซีย 1.3 ล้านคน นอกจากนี้ในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมายังพบว่ามียกนักท่องเที่ยวจากอินเดียเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จนมีสัดส่วนในตลาดท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นแซงหน้ามาเลเซียที่ครองสัดส่วนสูงสุดมาตลอด 10 ปีที่ผ่านมาเป็นผลจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมา (<http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/42554.pdf>)

ความสวยงาม ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยถือเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ความงดงามของวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ผสมกับความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำคัญของการท่องเที่ยว และเป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมากโดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือ GDP จากสาขาการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการ มีสัดส่วนมากกว่าภาคการผลิตอื่นๆ หรือมากกว่าร้อยละ 50 ของ GDP ทั้งประเทศ (<http://th.aectourismthai.com/content2/103>) ในขณะที่รายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ปี พ.ศ.2557 แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก พร้อมกับชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อเนื่องในมิติเชิงเศรษฐกิจและสังคม โดยรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวจะเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจพร้อมกับช่วยสร้างงานทั้งในภาคการท่องเที่ยว การบริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคม และสาธารณูปโภคต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ประเทศไทย และสมาชิกอีก 9 ประเทศได้จับมือร่วมกันเพื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ประเทศไทยจึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่าทุกภาคส่วนทั้ง ภาคการผลิต ภาคการบริการ และภาคการค้า ต้องตื่นตัว และเรียนรู้ภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ และปรับตัวเพื่อการแข่งขันในอาเซียน ในการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง

ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องภายใต้กรอบอาเซียนแต่ขณะเดียวกันก็ทำให้มีความเป็นไปได้สูงว่าแนวโน้มการแข่งขันในอนาคตจะยิ่งทวีความเข้มข้นเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน การเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในเมืองไทยด้วยการถือครองสัดส่วนการถือหุ้นที่เพิ่มมากขึ้น จากคู่แข่งทั้งรายเดิมและรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาดเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งในตลาดการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมีขนาดใหญ่ขึ้นตามแนวโน้มมูลค่าเศรษฐกิจของภูมิภาคอาเซียน (<http://th.aectourismthai.com/content2/103>) แหล่งท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาตินิยม 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล อันดับที่ 1 คือ หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ อันดับที่ 2 เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี อันดับที่ 3 หาดพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นต้น หากจะเปรียบเทียบสัดส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียน กับปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2554 มีมากกว่า 19 ล้านคน มีอัตราการเติบโตร้อยละ 20 และเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 26 และในปี 2555 (มกราคม – เมษายน) ประเทศไทยยังคงมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 24 ที่เห็นได้ชัด คือ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาค (<http://senate.bsru.ac.th/19.html>)

อาเซียนคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ ASEAN ที่ให้ความนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ มาเลเซีย ลาว และ สิงคโปร์ ตามลำดับ และเห็นได้ชัดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2554 มีเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2553 ทุกประเทศ (<http://th.aectourismthai.com/content2/103>)

สำหรับสถานการณ์ตลาดภายในประเทศนั้น ภาคบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยนับว่ามีศักยภาพค่อนข้างสูง ทั้งในส่วนของความพร้อมในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งการเปิดเสรีภาคการท่องเที่ยวน่าจะช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เพื่อเข้ามาใช้บริการ โดยเฉพาะด้านโรงแรมที่พักซึ่งเป็นเครือข่ายของนักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทย อันจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามมา ผู้ประกอบการไทยควรเร่งปรับตัวโดยใช้ประโยชน์จากการเป็นอาเซียนเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาด รวมทั้งการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยอาศัยจุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวของไทย โดยเฉพาะการเป็นที่ยอมรับในด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย การมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และรสชาติอาหารที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น ระบบการชำระเงิน ที่ควรเพิ่มความสะดวกเรื่องการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเงินสดมากขึ้นขณะเดียวกันควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น มีการพัฒนาด้านแอปพลิเคชัน รวมทั้งเว็บไซต์ เพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอำนวยความสะดวกการจอง รวมทั้งใช้ช่องทางนี้ให้นักท่องเที่ยวได้แบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยว ซึ่งที่กล่าวมานั้นถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จะนำไปใช้และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้มากยิ่งขึ้นนั่นเอง (<http://www.thai-aec.com/518>)

จากข้อมูลที่ได้ศึกษามานี้ ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความน่าสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของชาวจีนที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงได้ทำการศึกษาการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของชาวจีน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.2 เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย
- 2.3 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในอนาคต

3. การดำเนินการวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาใช้แบบเชิงคุณภาพ (Quality Research) และ แบบเชิงปริมาณ (Quantity Research) สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากประชากรผู้โดยสารขาเข้า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 200 คน และวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว การวิจัยเอกสารด้วยการเก็บข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความวิชาการ สื่อออนไลน์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการวิจัยภาคสนามด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัย ได้แบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check – List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended) ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบ รายการ (Check–list) ประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของ แหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ การซื้อสิ่งของที่ระลึก ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว แหล่งที่ได้มาของข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended) ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ประกอบด้วย ลักษณะที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา มีดังนี้

1) ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายที่ 1 ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ การซื้อสินค้าของที่ระลึก จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว แหล่งที่ได้มาของ ข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

2) ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายที่ 2 ได้แก่ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

- 2.1) เพศ (1) ชาย (2) หญิง

- 2.2) อายุ ต่ำกว่า 20 ปี, 20-29 ปี, 30-39 ปี, 40-49 ปี, 50-59 ปี, 60 ปีขึ้นไป
- 2.3) ระดับการศึกษา (1) มัธยมศึกษา, อนุปริญญา, ปริญญาตรี (2) สูงกว่าปริญญาตรี
- 2.4) สถานภาพสมรส โสด, สมรส, หย่าร้าง
- 2.5) อาชีพ- นักเรียน/นักศึกษา, แม่บ้าน, ข้าราชการ, พนักงานบริษัท, ธุรกิจส่วนตัว
- 2.6) รายได้ต่อเดือน
- 2.7) ลักษณะที่พัก
- 2.8) แหล่งท่องเที่ยว

2.9) การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสาร วารสาร บทความวิชาการ สื่อออนไลน์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการวิจัยภาคสนามมาจัดลำดับความสำคัญของแต่ละประเด็นให้มีความเชื่อมโยง และมีความเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน เพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามในการวิจัย

3.2.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 1) สถิติพื้นฐาน เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้สถิติพื้นฐานดังนี้ 2) ร้อยละ (Percentage) การคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูล รวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดมีค่าเป็นร้อยละ คำนวณจากสูตร เมื่อ $X =$ จำนวนข้อมูล(ความถี่ที่ต้องการนำ มาหาค่าร้อยละ $N =$ ข้อมูลทั้งหมด ค่าเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าคะแนนตัวหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการเอาค่าคะแนนทุกตัวมารวมกัน แล้วหารด้วยจำนวนของคะแนนทั้งหมด เพื่อต้องการทราบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

3.2.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร 2 ตัวแปร เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) คำนวณจากสูตร การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ตัวอย่าง และนำผลที่ได้มาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน และ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวประเทศไทยของ นักท่องเที่ยวชาวจีน ผลของการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นเพศชายและหญิง ในจำนวนใกล้เคียงกัน เป็นเพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนใหญ่และมี ค่าใช้จ่ายให้กับบริษัททัวร์มากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้ง และ

ค่าใช้จ่ายต่อวันสูงกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายต่อการเดินทาง ครั้งนี้มากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งสูง ที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นปัจจัยอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ประเทศไทย ข่าวสารในการท่องเที่ยวที่ได้รับมากที่สุด คือ ทางอินเทอร์เน็ต

ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้ เพศนักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 อายุนักท่องเที่ยวมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 64 คน รองลงมา อายุ 20-29 ปี จำนวน 59 คน คน อายุ 40-49 ปี จำนวน 43 คน อายุ 50- 59ปีจำนวน16คน อายุต่ำกว่า20ปีจำนวน7คน และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน ระดับการศึกษานักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 113 คน สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน อนุปริญญา จำนวน 36 คน และมีธยมศึกษา จำนวน 27 คน สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวเป็นสมรสจำนวน94 คน โสด จำนวน 65 ค และหย่าร้างจำนวน 14 คน อาชีพ นักท่องเที่ยวมีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 79 คน รองลงมาคือ ข้าราชการ จำนวน 68 คน นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 25 คน ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 18 คน และแม่บ้าน จำนวน 10 คน

1. ผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัททัวร์มากที่สุด จำนวน 123 คน รองลงมาคือเดินทางมาด้วยเพื่อนจำนวน32 คน เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ จำนวน 28 คน เดินทางมาคนเดียว จำนวน 10 คน และเดินทางมา กับที่ทำงานน้อยที่สุด จำนวน 7 คน

2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.9 รองลงมาคือมี วัตถุประสงค์ทำบุญ/ไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 28.8 เยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประชุม/สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 1.8 ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.3

3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอันดับ1 คือการท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมได้แก่กรุงเทพมหานคร พัทยา และภูเก็ต นักท่องเที่ยวจีนยังให้ความสนใจที่จะไปเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ เช่น เกาะสมุย ระยอง และเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน นิยมท่องเที่ยวเชิงแหล่งวัฒนธรรมเป็นอันดับ2 เช่น วัดพระแก้ว วัดอรุณ พระบรมมหาราชวัง เป็นต้น อันดับ3คือการท่องเที่ยวแบบสนใจพิเศษ ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการผจญภัย วิทยาศาสตร์ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่ที่ 6-7วัน

4. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว จำนวน 6,001 – 7,000 หยวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ จำนวน 5,001 – 6,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 27.8 จำนวน 7,001 – 8,000 หยวน คิด เป็นร้อยละ 13.0 ต่ำกว่า 5,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และมากกว่า 8,001 หยวน คิดเป็นร้อยละ 8.5

5. การซื้อสินค้าของที่ระลึก สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุดคือ จิวเวลรี่คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ เครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 24.3 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 16.8 เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 15.3 รังนก คิดเป็นร้อยละ 6.8 เชา้พระ คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0

6. จำนวนครั้งที่เดินทางมา นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.0 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.0

7. จำนวนวันเฉลี่ยที่เดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 6-7 วันต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ 8-9 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.5 4-5 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.8 10 วันขึ้นไป ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5

8. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันลาพักผ่อนประจำปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 และเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.5

9. ช่วงเดือนในการเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ ตุลาคม-ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 26.8 เมษายน-มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 19.5 กรกฎาคม-กันยายน คิดเป็นร้อยละ 3.5

10. แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็น ร้อยละ 32.3 รองลงมาคือการท่องเที่ยวของประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 23.8 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.5 บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 14.8

11. สถานที่พัก นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ รีสอร์ทคิดเป็น ร้อยละ 13.5 บ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ที่พักในอุทยาน คิดเป็นร้อยละ 2.5

12. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 80.8 และไม่ต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 19.3

13. รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวมีรายได้ 4,001-6,000 หยวนต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือมีรายได้ 6,001-8,000 หยวนต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รายได้ 2,001-4,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ต่ำกว่ารายได้ 2,000 หยวนต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ รายได้ 8,001-10,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และรายได้มากกว่า 10,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ด้านลักษณะที่พัก ปัจจัยด้านลักษณะที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะอาดของสถานที่พัก มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 ความสวยงามของ สถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 สิ่งอำนวยความสะดวกสบายในสถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 ความปลอดภัยของสถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 ด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความหลากหลาย ของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีน

จีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 การเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82 และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น การออกบูธแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างๆ มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 การกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่องมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08

4.2 อภิปรายผล

ประเทศไทย นับว่าเป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการแข่งขันกับตลาดท่องเที่ยวในประเทศอื่น เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล หาดทราย ป่า น้ำตก สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ผนวกกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศและที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวจีนทำให้เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นและการขยายเที่ยวบินตรงจากเมืองต่างๆ ของจีนมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย จะทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนยังคงมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ก่อให้เกิดรายได้ ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและจัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยว ชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

5. บทสรุป

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมา เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมากับบริษัททัวร์มากที่สุด เนื่องจากราคาค่าทัวร์ค่อนข้างถูก เพราะมีการแข่งขันในด้านราคาของบริษัททัวร์ อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ อยู่ในวัยทำงานที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่งจึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน จึงมักต้องการที่จะมาท่องเที่ยวแต่เนื่องจาก ส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรกจึงซื้อแพ็คเกจจากรับบริษัททัวร์ นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนมากที่สุดซึ่งอาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากร

ทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผสมกับ วัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยตัดสินใจ เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพราะสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งของประเทศไทย อยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมากนักใช้เวลาเดินทางไม่นาน ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งอาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผสมกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาค ของประเทศจึงทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินระหว่าง 4,001 – 6,000 หยวน สำหรับสิ่งต่างๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่างๆ โดยนิยมใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เป็นจิวเวลรี่มากที่สุดเพราะส่วนใหญ่ถ้ามาที่บริษัททัวร์จะมี โปรแกรมนำนักท่องเที่ยวเข้าร้านเพื่อซื้อสินค้าที่มีการจำหน่ายอัญมณีประเภท หับทิม ไพลิน มรกต ฯลฯ ให้กับนักท่องเที่ยว

การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรกเป็น ส่วนใหญ่ และเดินทางมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดคือ วันหยุดตามเทศกาล ช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือเดือนมกราคม-มีนาคม เนื่องจากช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วงวันหยุดเทศกาลของประเทศจีนและ ค่อนข้างยาวโดยเฉพาะวันตรุษจีนซึ่งเป็นช่วงที่ชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อ พักผ่อนมากขึ้น นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์- นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ได้ซื้อโปรแกรมทัวร์ไว้ แล้วอีกทั้งเป็นที่พักที่หาง่าย สะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งเนื่องจากเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอดิสร ฉายแสง ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติด้านที่พักมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย/ครั้ง/คน ในการท่องเที่ยวของชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกัน

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ผลจากการศึกษาพบว่า เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน

จากผลการศึกษาพบว่า ในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมา กับบริษัททัวร์มากที่สุดเนื่องจากราคาทัวร์ค่อนข้างถูกเพราะมีการแข่งขันในด้านราคาของบริษัททัวร์และ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกจึงใช้บริการบริษัททัวร์ อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัย ทำงานที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดีจากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่ง จึงมีความต้องการพบเห็นสิ่ง ใหม่ ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ทำให้วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มากที่สุด ซึ่งอาจเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมาก นัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน มีความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่งดงามและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันจัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยอย่าง ต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็น จำนวนเงินระหว่าง 4,001 – 6,000 หยวน สำหรับสิ่งต่างๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่างๆ โดยนิยมใช้จ่ายซื้อสินค้าของ

ที่ระลึกที่เป็นจิวเวลรี่มากที่สุดเพราะส่วนใหญ่เข้ามา กับบริษัททัวร์จะมีโปรแกรมนำนักท่องเที่ยวเข้าร้านเพื่อซื้อสินค้าที่มีการจำหน่ายอัญมณีประเภท ทับทิม ไพลิน มรกต ฯลฯ นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจาก หนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุดเนื่องจากส่วนใหญ่ได้ซื้อ โปรแกรมทัวร์ไว้แล้วอีกทั้งเป็นที่พักที่ต่างๆ สะดวกสบายและนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแลตรวจสอบในส่วนของ สินค้าและบริการในด้านต่างๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอาเปรียบจนเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอดิสร ฉายแสง ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย/ครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

3. จากผลการศึกษาพบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทยครั้งแรกเป็นส่วนใหญ่และเดินทางมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดคือ วันหยุดตามเทศกาล ช่วงเดือนที่ นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เดือนมกราคม-มีนาคมเนื่องจากช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วง วันหยุดเทศกาลของประเทศจีนและค่อนข้างยาวโดยเฉพาะ วันตรุษจีนซึ่งเป็นช่วงที่ชาวจีนส่วนใหญ่นิยม เดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนมากขึ้น ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลของไทยให้เป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีน สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอันดับ 1 คือ การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมได้แก่ตลาดน้ำต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เกาะและทะเลที่พัทยา และภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวจีนยังให้ความสนใจที่จะไปเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ เช่น เกาะสมุย ระยอง และเชียงใหม่เช่นกัน นิยมท่องเที่ยวเชิงแหล่งวัฒนธรรมเป็นอันดับ 2 เช่น วัดพระแก้ว วัดอรุณ พระบรมมหาราชวัง เป็นต้น อันดับ 3 คือ การท่องเที่ยวแบบสนใจพิเศษ ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการผจญภัยศาสนา ระยะเวลาในการท่องเที่ยวเฉลี่ยอยู่ที่ 6-7 วัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริอร ทองมั่ง เรื่องทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเกาะพัง

4. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะที่พัก เช่น ความสะอาดของสถานที่พัก, ความสวยงาม ของสถานที่พัก, สิ่งอำนวยความสะดวกสบายในสถานที่พัก, ความปลอดภัยของสถานที่พัก มีผลต่อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ดังนั้น ภาคเอกชนควรให้ความร่วมมือในการให้บริการด้านสถานที่พัก นอกจากนี้ยังต้องเน้นรักษาความสะอาดจัดสถานที่ให้มีความสวยงามและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอดิสร ฉายแสง ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติด้านที่พักมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย/ครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกัน

5. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว, ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก, ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ดังนั้น

ภาครัฐควรมีการทำนุบำรุง ดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้สวยงามอย่างสม่ำเสมอและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติมีทัศนียภาพที่สวยงามมีความร่มรื่นเพื่อสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของอดิศร ฉายแสง ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่าย/ครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกัน

ประเทศไทยนับว่าเป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการแข่งขันกับตลาดท่องเที่ยวในประเทศอื่น เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล หาด ทราย ป่า น้ำตก สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ผสมกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละ ภาคของประเทศและที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวจีนทำให้เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นและการขยายเที่ยวบินตรงจากเมืองต่างๆ ของจีนมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย จะทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนยังคงมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ก่อให้เกิดรายได้ ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาดังพฤติกรรมการท่องเที่ยวและ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและจัดทำแผนกระตุ่นการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยว ชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

คาดการณ์ว่าในอนาคต ชนชั้นกลางทั่วโลกจะขยายตัวเพิ่มขึ้น กลุ่มคนผู้มีกำลังซื้อจะเติบโตขึ้นอีก มาก พวกเขาพร้อมจะใช้จ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของตัวเอง ซึ่งรวมถึงกิจกรรม นันทนาการ อย่างเช่น การท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำหรือสายการบินราคาประหยัดที่เติบโตอย่าง ต่อเนื่องช่วยสนับสนุนให้เดินทางท่องเที่ยวกันมากขึ้น เนื่องจากช่วยในเวลาการเดินทางด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงเกินไป นัก และยังคงสะดวกสบาย อีกทั้งเส้นทางการบินใหม่ๆ ยังทำให้เข้าถึงเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ในแต่ละประเทศได้โดยตรง บริษัททัวร์ในปัจจุบันมีราคาถูกเพราะมีทัวร์เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก มีการแข่งขันสูง จึงทำให้ราคาทัวร์ในปัจจุบันมี ราคาที่ไม่แพง สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันอย่างมาก โดยเฉพาะด้านการติดต่อสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น ในแต่ละวันมีรูปถ่ายกว่า 1.8 พันล้านรูปที่ถูก Load และ Share แบบเรียลไทม์ ไม่ว่าจะรูปถ่ายสินค้าอาหารกิจกรรมต่างๆ รวมถึง สถานที่ท่องเที่ยว

นับว่าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความอยากที่จะออกเดินทางที่ดียิ่ง นอกจากนี้ ยุคสมัย Internet of Things ทำให้ การเชื่อมต่อทางธุรกิจเป็นไปอย่างง่ายดาย เช่น การจองที่พักแบบ Online ผ่านเอเยนซี่ฯ ที่รวบรวมที่พักหลากหลายแห่งเข้าไว้ด้วยกัน หรือโรงแรมบางแห่งสร้าง Application ของตัวเอง เช่น Hilton Honors app เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า สามารถเลือกจองห้องพักและ Check-in/out ผ่านสมาร์ตโฟนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ชี้ชวนให้มั่นใจว่า สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต โดยประเทศไทยถือว่ามีจุดแข็งมากมาย ตั้งแต่ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ พร้อมกับวัฒนธรรมอันน่าตื่นตาและดึงดูดใจ ด้วยเหตุนี้อาจไม่เกินจริงจนเกินไปที่จะบอกว่าการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในความสำเร็จทางธุรกิจของไทย ผู้ที่

เล็งเห็นโอกาสบนเส้นทางสายนี้จำเป็นต้องพัฒนาปรับทิศทางและรูปแบบธุรกิจ เพื่อให้ตอบรับแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

5.2 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยสำรวจนักท่องเที่ยวชาวจีนเท่านั้น หากผู้ใดสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมสามารถค้นคว้าศึกษาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2554). นักท่องเที่ยวจีน...กำลังซื้อสำคัญของโลก. สืบค้น 15

พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/42554.pdf>

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555 – 2559. (ม.ป.ป.). สืบค้น 19 เมษายน 2558, จาก

http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?mid=4147

พันธิสรา สัตยาวิวิฎฐ. (2558). วิเคราะห์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านแม่กลางหลวง หมู่ 17 อำเภอ

จอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้น 19 เมษายน 2558, จาก [http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/](http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2556/Exer2556_no124)

[Exer751409/2556/Exer2556_no124](http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2556/Exer2556_no124)

รูปแบบของการท่องเที่ยว. (2554). สืบค้น 15 พฤษภาคม 2558, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.(2552). มุมมองการท่องเที่ยวไทยตลอดระยะเวลา 40 ปี ที่ผ่านมา.

สืบค้น 15 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.tourismkm-asean.org/wp-content/pdf>

อัจฉรา สมบัตินนทนา. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. สารนิพนธ์ของ มหาวิทยาลัยศรี

นครินทรวิโรฒ. สืบค้น 20 เมษายน 2558, จาก: http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man_Econ/Atchara_S.pdf