



บทความวิจัย

เรื่อง รูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาว สาวิณี แก้วบุปผา

รหัสนักศึกษา 05530696

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 460 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2556

คำนำ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาในรายวิชา 450460 การศึกษาเอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ เนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอีกกลุ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น โดยศึกษาถึงรูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจ หากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สาวิณี แก้วบุปผา

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ข
สารบัญ	ค
บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
วิธีการดำเนินงานวิจัย	2
ทบทวนวรรณกรรม	3
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ผลการศึกษา	7
สรุปและอภิปรายผล	13
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	15
ข้อเสนอแนะงานวิจัย.....	16
บรรณานุกรม	16
ภาคผนวก	

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพให้ประชาชนชนมีงานมีรายได้ เป็นผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้ประเทศต่างๆจึงพยายามดึงนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนให้มากที่สุด เพื่อให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากข้อมูลของUNWTO ซึ่งในปี พ.ศ.2493 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรวม 25 ล้านคน ต่อมาในปี พ.ศ.2523 มีจำนวน 278 ล้านคน ในปี พ.ศ.2538 มีจำนวน 528 ล้านคน และในปี พ.ศ.2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรวมมากถึง 1,035 ล้านคน แนวโน้มในระยะยาวจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 3.3 ต่อปี จากปี พ.ศ.2553 ถึง ปี พ.ศ.2572 และจะมากถึง 1.8 พันล้านคนในปี พ.ศ.2572 (UNWTO, 2013)

โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมหาศาล (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) โดยในปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับคานิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวม 22,353,903 คน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3,123,433 คน หรือคิดเป็นร้อยละ16.24 จากปี พ.ศ. 2554 ซึ่งตลาดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ จีน มาเลเซีย และญี่ปุ่น (กรมการท่องเที่ยว, 2555)

ปัจจุบันจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จาก 10 ล้านคนของเมื่อปี พ.ศ. 2543 เป็น 83 ล้านคนในปี พ.ศ. 2555 ทำให้จีนกลายเป็นตลาดที่เติบโตเร็วที่สุด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนก็เป็นกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง และมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมการท่องเที่ยว, 2555) โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยล้วนต้องการมาสัมผัสกับสถานที่สำคัญต่างๆภายในประเทศไทย ซึ่งจังหวัดที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ณัฐพิชญ์ วงษ์สง่า, 2556)

จากความน่าสนใจดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษามีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงรูปแบบพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยบริเวณกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และเพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดแผนการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ในกรุงเทพมหานครต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน
3. เพื่อวิเคราะห์แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการศึกษาวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ศึกษารูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิ จากการจัดทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งหมด 30 คน ในวันที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2556 โดยสอบถามถึงอายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ความประทับใจในประเทศไทยในด้านต่างๆ เป็นต้น
2. ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ดำเนินการสัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยวของประเทศไทยเป็นจำนวน 2 แห่ง คือ บริษัท CCT GROUP และ บริษัท LEADING THAI GROUP และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบทั้งความเหมือน และความต่างจากโปรแกรมการท่องเที่ยวของทั้งสองบริษัท โดยใช้หลักการวิเคราะห์โดยวิธีการ Content Analysis
3. วิเคราะห์แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินการสัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยวของประเทศไทยเป็นจำนวน 2 แห่ง คือ บริษัท CCT GROUP และ บริษัท LEADING THAI GROUP และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบทั้งความเหมือน และความต่างจากโปรแกรมการท่องเที่ยวของทั้งสองบริษัท โดยใช้หลักการวิเคราะห์โดยวิธีการ Content Analysis

ทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2542) คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (ชวัลนุช อุทยาน, 2552)

ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
2. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น

3. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนทางการตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ตรงกับชนิดของสินค้า และบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการ
4. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความได้เปรียบต่อคู่แข่งรายอื่นๆ (เจษฎา ขวัญเมือง และคณะ, 2554)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นสถานที่แรก กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร แบ่งออกเป็น 50 เขต กรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทพระราชวังและวัด แหล่งท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสัตว์ สวนสนุก การแสดง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทสินค้าที่ระลึก ห้างสรรพสินค้าต่างๆมากมาย ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก



รูปภาพที่ 1 แสดงแผนที่กรุงเทพมหานคร

ที่มา : thai.siammap.info (2556)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรวรรณ สังขกร (2551) ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยและ GMS ภายใต้การขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวจีน” ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน เรียนหนังสือ และติดต่อธุรกิจ ซึ่งสิ่งที่ดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ชายหาด/ทะเล แหล่งช้อปปิ้ง อาหารไทย สปา และความอภัยไมตรีของคนในประเทศ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นจุดดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศไทย

วิภา อุดมฉันทน์ และคณะ (2548) ทำการศึกษาเรื่อง “สภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีน” ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ประเทศไทยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมากเป็นพิเศษ พิจารณาได้เป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางประวัติศาสตร์และการเมือง กับ ปัจจัยทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน ปัจจัยทางประวัติศาสตร์และการเมือง ประการแรก คือ ไทยมีความสัมพันธ์อันดีกับจีน เนื่องจากตั้งแต่ในยุคสงครามเย็น ไทยเป็นประเทศแรกๆที่ยอมรับสถานภาพของจีน และสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตกับจีน ดังนั้นการที่จีนอนุญาตให้พลเมืองของตนเดินทางมาไทย เป็นเครื่องพิสูจน์ว่าจีนเห็นไทยเป็นมิตรเก่าแก่ที่ไว้ใจได้ ประการที่สอง คือ ไทยไม่เป็นอันตรายต่อความมั่นคงของจีน กล่าวคือ ไทยไม่มีนโยบายในการแทรกแซงกิจการภายในของจีนทุกกรณี และไทยยังไม่ใช่ประเทศเป้าหมายที่ชาวจีนต้องการจะหลบหนีเพื่อลี้ภัยเหมือนกับประเทศในยุโรป ประการสุดท้าย คือ ไทยมีชาวจีนโพ้นทะเลที่กลมกลืนดีกับสังคมไทย ปัจจัยทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน ประการแรก คือ ไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจีน เนื่องด้วยประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ด้วยเอกลักษณ์ที่แตกต่างกับจีน จึงเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมาก เช่น สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ตลอดจนสถานบันเทิงต่างๆ ประการที่สอง คือ ค่าใช้จ่ายถูก กล่าวได้ว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศนั้น เมื่อเทียบกับการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศอื่น การท่องเที่ยวที่ประเทศไทยประหยัดมากกว่า เพราะประเทศไทยกับจีนอยู่ใกล้กัน ค่าครองชีพและราคาสินค้าในประเทศไทยก็ใกล้เคียงกับจีน ขณะที่อาหารหลายอย่างยังถูกกว่าเมื่อมาท่องเที่ยว

ประเทศไทย ประการสุดท้าย คือ ไทยมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่คล้ายคลึงกับจีน เนื่องจากประเทศไทยกับจีนมีการแลกเปลี่ยนและผสมกลมกลืนกันทางวัฒนธรรมอย่างช้านาน ทั้งประเทศไทยก็มีชาวจีนโพ้นทะเลและชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหาร เรื่องที่อยู่ ภาษาที่สื่อสารกันพอรู้เรื่อง และบรรยากาศโดยทั่วไปล้วนมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความรู้สึกสบาย เป็นกันเอง และคุ้นเคยได้ง่าย

Hou Zhiqiang (2012) ทำการศึกษาเรื่อง “Tourism perception to Thailand of the Chinese mainland tourists” ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบของการตัดสินใจการบริโภคด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ อาหาร ที่พัก การเดินทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง และความบันเทิง ซึ่งองค์ประกอบด้านอาหาร พบว่าอาหารไทยมีชื่อเสียงในประเทศจีนเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมรับประทานอาหารมีคุณค่าในภัตตาคาร ขนมท้องถิ่น ผลไม้ และเครื่องดื่มรสชาติดี เมื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการตัดสินใจเลือกโรงแรมโดยพิจารณาจากราคาที่เหมาะสม การบริการที่ดี สภาพแวดล้อม และระบบรักษาความปลอดภัย องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการเดินทาง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการตัดสินใจในการเลือกการเดินทางท่องเที่ยว ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ตามลำดับ องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ ทะเลต่างๆของจังหวัดภูเก็ต เกาะพีพี เกาะสมุย แหล่งท่องเที่ยวประเภทเมืองเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ ประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆในเมือง การช้อปปิ้ง นวดแผนไทย ชมการแสดงทิวฟานี่ไซว์ของสาวประเภทสอง แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ เชียงใหม่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนาและวัฒนธรรม ได้แก่ วัด พระราชวัง พิพิธภัณฑ์ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมที่สงบ ได้แก่ กิจกรรมดำน้ำ ว่ายน้ำ กระดานโต้คลื่น องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการช้อปปิ้ง พบว่าสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมซื้อเมื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ สินค้าที่ระลึก เครื่องสำอางราคาถูก ของใช้แบรนด์ดัง เครื่องประดับ สินค้าหรูหรา และสินค้าประเภทอื่นๆ องค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านความบันเทิง พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทย นิยมมาชมการแสดงทิวฟานี่ไซว์ของสาวประเภทสอง สถานบันเทิงต่างๆ นวดแผนไทย ท่องเที่ยวชมสัตว์ และความบันเทิงชนิดอื่นๆ

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัย ทำให้ทราบถึงรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน และ แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยปรากฏผลการศึกษาดังนี้

1. รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

จากการวิเคราะห์การสำรวจจากแบบสอบถาม พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย บริเวณกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 5,000 หยวนขึ้นไป (มากกว่า 25,000 บาท) โดยส่วนใหญ่เป็นคนหนุ่มสาว และวัยทำงาน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ โดยมีเหตุผลหลักที่ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงสุด ได้แก่ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย นอกจากนี้ยังพบว่าสินค้าที่นิยมเลือกซื้อในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงสุด ได้แก่ สินค้าแฟชั่น เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า เครื่องหนัง เป็นต้น ซึ่งต่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่อยู่ในกลุ่มรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 หยวน (ต่ำกว่า 25,000 บาท) พบว่าสินค้าที่นิยมเลือกซื้อสูงสุด ได้แก่ สินค้าทางวัฒนธรรมไทย เช่น สินค้าหัตถกรรม งานแกะสลัก งานจักสาน เป็นต้น



รูปภาพที่ 2 แสดงสินค้าแฟชั่น กระเป๋าแบรนด์ NARAYA

ที่มา : daitaoha.wordpress.com (2556)

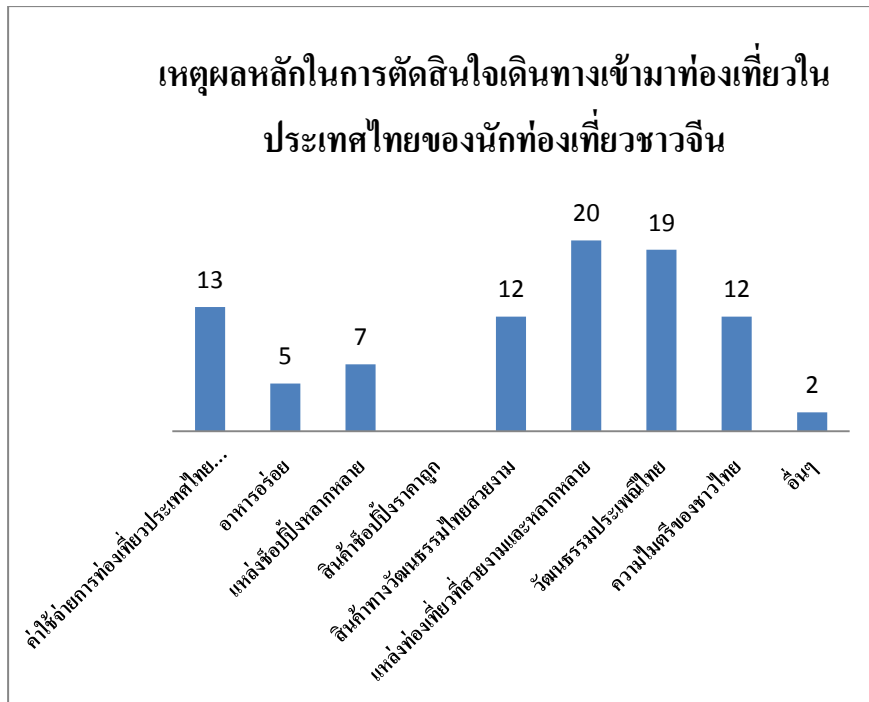
ตารางที่ 1 แสดงเหตุผลหลักในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของ

นักท่องเที่ยวชาวจีน จากแบบสำรวจทั้งหมด 30 ชุด

เหตุผลหลักในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	รวม
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยราคาถูก	13
อาหารอร่อย	5
แหล่งช้อปปิ้งหลากหลาย	7
สินค้าช้อปปิ้งราคาถูก	-
สินค้าทางวัฒนธรรมของไทยสวยงาม	12
แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย	20
วัฒนธรรมประเพณีไทย	19
ความไม่ตรีของชาวไทย	12
อื่นๆ	2

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2556)

จากตารางพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเหตุผลหลักในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ เนื่องจาก ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลายมากที่สุด เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น รองลงมา ได้แก่ ความงดงามของวัฒนธรรมประเพณีของประเทศไทย เช่น ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น และ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยราคาถูก เป็นเหตุผลหลักในลำดับที่สาม



แผนภูมิที่ 1 แสดงเหตุผลหลักในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2556)

2. แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน จากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ทั้ง 2 แห่ง คือ บริษัท CCT GROUP และ บริษัท LEADING THAI GROUP พบว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมสูงสุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ พัทยา จังหวัดชลบุรี เหตุผลเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ทะเล การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การบริการนวดแผนไทย สปา การแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง (ทิฟฟานี่โชว์) ใหว่พระ กิจกรรมการช้อปปิ้ง รวมไปถึงสถานที่เรีงรมย์ เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนลำดับรองลงมา ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เหตุผลเนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่งดงาม เช่น วัด เป็นต้น โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในการเดินทาง

มาท่องเที่ยวประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) และ พระบรมหาราชวัง

ตารางที่ 2 แสดงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

คำถามสัมภาษณ์	บริษัททัวร์ CCT GROUP	บริษัททัวร์ LEADING THAI GROUP	ผลการสัมภาษณ์ที่เหมือนกันของ ทั้งสองบริษัท
ทางบริษัทมีการจัดโปรแกรมนำ เที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวภายใน กรุงเทพมหานครที่ใดบ้าง	วัดพระแก้ว, พระบรมหาราชวัง, วัดโพธิ์, วัดอรุณ, พระที่นั่งอนันต สมาคม, วิมานเมฆ, แม่น้ำเจ้าพระยา, พิพิธภัณฑ์บ้าน จิม ทอมป์สัน	วัดพระแก้ว, พระบรมหาราชวัง, ซาฟารีเวิลด์, ครีเมิลด์	วัดพระแก้ว, พระบรมหาราชวัง
สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมใน การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาว จีน	พัทยา จ.ชลบุรี	พัทยา จ.ชลบุรี	พัทยา จ.ชลบุรี
สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมใน การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณ กรุงเทพมหานคร	วัดพระแก้ว, พระบรมหาราชวัง, แม่น้ำเจ้าพระยา (ล่องเรือชมแม่น้ำ เจ้าพระยา)	วัดพระแก้ว, พระบรมหาราชวัง	วัดพระแก้ว, พระบรมหาราชวัง

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2556)



รูปภาพที่ 3 แสดงภาพการแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง(กัฟฟานี่โชว์)

ที่มา : blog.daum.net (2556)



รูปภาพที่ 4 แสดงภาพวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา : blog.daum.net (2556)

3. แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ทั้ง 2 แห่ง คือ บริษัท CCT GROUP และ บริษัท LEADING THAI GROUP พบว่าแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ King power และ Gems Gallery เหตุผลเนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง มีสินค้าจำหน่ายที่มีคุณภาพ และ ร้าน Gems Gallery เป็นร้านจิวเวลรี่ที่มีสินค้าจำหน่ายที่ได้มาตรฐาน ราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับจิวเวลรี่ในประเทศจีน นอกจากนี้ยังพบว่า สินค้าที่เป็นที่นิยมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จิวเวลรี่ และ เครื่องหนัง ซึ่งตรงกับการสำรวจจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในกลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 5,000 หยวนขึ้นไป (มากกว่า 25,000 บาท) พบว่าสินค้าที่นิยมเลือกซื้อในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สามลำดับแรก ได้แก่ สินค้าแฟชั่น ลำดับที่สอง ได้แก่ สินค้าทางวัฒนธรรมไทย และลำดับที่สาม ได้แก่ จิวเวลรี่

นอกจากนี้จากการสำรวจรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน จากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณกรุงเทพมหานคร และจากการสัมภาษณ์บริษัททัวร์ทั้ง 2 แห่ง ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไม่ได้มากับบริษัททัวร์ และ นักท่องเที่ยวที่มาด้วยบริษัททัวร์ที่มีการใช้เวลาออกเหนือจากโปรแกรมการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมท่องเที่ยวในการนิยมเลือกซื้อสินค้าที่เป็นสินค้าแฟชั่น จำพวกสินค้าแบรนด์เนม เช่น กระเป๋าแบรนด์ Naraya เสื้อผ้าแบรนด์ Nautica และ Paul Frank ยีนส์แบรนด์ Levi's เป็นต้น โดยมีแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมในการเลือกซื้อสินค้าดังกล่าว ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า Central world

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มรายได้ต่อเดือนมากกว่า 5,000 หยวนขึ้นไป (มากกว่า 25,000 บาท) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ และมีกำลังซื้อสูง

ตารางที่ 3 แสดงแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสามลักษณะ	บริษัททัวร์ CCT GROUP	บริษัททัวร์ LEADING THAI GROUP	ผลการสัมภาษณ์ที่ เหมือนกันของทั้งสอง บริษัท
ทางบริษัทมีการจัดนำเที่ยวในสถานที่ที่เป็นแหล่งช้อปปิ้งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไต่บ้างโปรแกรมทัวร์ เพราะเหตุใดจึงเลือกสถานที่ดังกล่าว	King power, Gems Gallery, Central world, Siam paragon, พิพิธภัณฑ์บ้าน จิม ทอมป์สัน	King power, Gems Gallery, Royal Gems	King power, Gems Gallery
แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร	King power, Gems Gallery	Gems Gallery, Royal Gems	Gems Gallery
สินค้าที่เป็นที่นิยมในการเลือกซื้อในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร	จิวเวลรี่, เครื่องหนัง	จิวเวลรี่, เครื่องหนัง, ผลไม้, สินค้าหัตถกรรม, เสื้อผ้าแบรนด์ Nautica และ Paul Frank, ยีนส์แบรนด์ Levi's	จิวเวลรี่, เครื่องหนัง

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2556)



รูปภาพที่ 5 แสดงภาพร้าน Gems Gallery กรุงเทพมหานคร

ที่มา : highflyholidays.com (2556)



รูปภาพที่ 6 แสดงภาพ King Power เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

ที่มา : highflyholidays.com (2556)

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2555 สามลำดับแรกได้แก่ จีน มาเลเซีย และ รัสเซีย ตามลำดับ โดยในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 5,000 หยวนขึ้นไป (มากกว่า 25,000 บาท) โดยส่วนใหญ่เป็นคนหนุ่มสาว และวัยทำงาน ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ โดยมีเหตุผลหลักที่ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย วัฒนธรรมประเพณีไทย และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวราคาถูก

2. แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เมืองพัทยา เหตุผลเนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ทะเล การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การบริการนวดแผนไทย สปา การแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง (ทิวฟานี่โชว์) ใหัวพระ กิจกรรมการจีซ้าง รวมไปถึงสถานที่เรีงรมย์ เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนลำดับรองลงมา ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เหตุผลเนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่งดงาม เช่น วัด เป็นต้น โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) และ พระบรมหาราชวัง

3. แหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่าแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย บริเวณกรุงเทพมหานคร ได้แก่ King power และ Gems Gallery เหตุผลเนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง มีสินค้าจำหน่ายที่มีคุณภาพ และ ร้าน Gems Gallery เป็นร้านจิวเวลรี่ที่มีสินค้าจำหน่ายที่ได้มาตรฐาน ราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับจิวเวลรี่ในประเทศจีน นอกจากนี้ยังพบว่า สินค้าที่เป็นที่นิยมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จิวเวลรี่ และ เครื่องหนัง โดยเฉพาะสินค้าแฟชั่น ได้แก่ กระเป๋าแบรนด์ Naraya เสื้อผ้าแบรนด์ Nautica และ Paul Frank ยีนส์แบรนด์ Levi's เป็นต้น



รูปภาพที่ 7 แสดงภาพกระเป๋าแบรนด์ Naraya

ที่มา: www.rumruay.com (2556)



รูปภาพที่ 8 แสดงภาพเสื้อผ้าแบรนด์ Nautica

ที่มา : search.weloveshopping.com (2556)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย วัฒนธรรมประเพณีไทย และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวราคาถูก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ กรวรรณ สังขกร (2551) ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยและ GMS ภายใต้การขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวจีน” พบว่าสิ่งที่ดึงดูดใจในด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ชายหาด ทะเล แหล่งช้อปปิ้ง อาหารไทย สปา และ

ความอหิชาศัยไมตรีของคนในประเทศ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นจุดดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศไทย และสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ วิชา อุดมจันทร์ และคณะ (2548) ทำการศึกษาเรื่อง “สภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีน” พบว่าสาเหตุที่ประเทศไทยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมากเป็นพิเศษ ประการแรก เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ตลอดจนสถานบันเทิงต่างๆ ประการที่สอง คือ ค่าใช้จ่ายถูกเมื่อเทียบกับการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศอื่น จึงเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า สินค้าที่เป็นที่นิยมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณกรุงเทพมหานคร ได้แก่ จิวเวลลี่ และ เครื่องหนัง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ Hou Zhiqiang (2012) ทำการศึกษาเรื่อง “Tourism perception to Thailand of the Chinese mainland tourists” องค์ประกอบของการตัดสินใจการบริโภคด้านการท่องเที่ยว ในเรื่องขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการช้อปปิ้ง พบว่าสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมซื้อเมื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ สินค้าที่ระลึก เครื่องสำอางราคาถูก ของใช้ แบรินด์ดัง เครื่องประดับ สินค้าหรูหรา และสินค้าประเภทอื่นๆ

อย่างไรก็ดีผลการศึกษาพบว่า อาหารไทยกลับได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนน้อย ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นเนื่องจาก อาหารไทยถูกนำเสนอต่อบทบาทของนักท่องเที่ยวชาวจีนน้อย หรือนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่ทราบแหล่งจำหน่ายอาหารไทย ที่เป็นที่นิยม อร่อย หรือมีชื่อเสียงที่เพียงพอ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย รวมทั้งมีความงดงามของวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ดังนั้นหากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ควรมีกกลยุทธ์ในการพัฒนาเรื่องแหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรมประเพณีไทย ให้เป็นที่นิยมมากขึ้น โดยมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย อนุรักษ์ธรรมชาติ ความ

สะอาด และมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเรื่องวัฒนธรรมประเพณีไทย ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทยมากขึ้น มีการใช้ชุดประจำชาติไทยมาผนวกกับการละเล่นประเพณีไทย เช่น มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวสวมชุดประจำชาติไทยเล่นสาดน้ำ ในประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยควรมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเรื่องอาหารไทย ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นเหตุผลหนึ่งต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สำคัญในอนาคต และต้องสนองความต้องการที่ตรงจุดต่อนักท่องเที่ยว โดยจะเป็นการนำมาซึ่ง โอกาสที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

นอกจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตแล้ว ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี และนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ก็มีแนวโน้มที่ควรจับตามองเป็นอย่างยิ่งเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีประเด็นในการนำเสนองานวิจัยในอนาคต ในเรื่องของ การเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีน กับ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี หรือนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตเพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2556). “สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี2555-2555”. กรุงเทพฯ

กรวรรณ สังขกร. (2551). “กลยุทธ์การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยและ GMS ภายใต้การ

ขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวจีน”. เชียงใหม่: บริษัท นพบุรีการพิมพ์ จำกัด.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”. กรุงเทพฯ :

ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

วิภา อุดมฉันทน์ และคณะ. (2548). “สภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีน”.

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาต่างประเทศ

Hou Zhiqiang. (2012). “Tourism perception to Thailand of the Chinese mainland tourists”.

College of Tourism, Huaqiao University, PRC.

The United Nations World Tourism Organization. (2013). “UNWTO Tourism Highlights 2013

Edition”. Available : http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr_0.pdf. July 4, 2013.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมการท่องเที่ยว. (2556). “สถิตินักท่องเที่ยวไทย”. เข้าถึงได้จาก

<http://61.19.236.137/tourism/th/home/index.php>. (11 สิงหาคม 2556).

ชวัลนุช อุทยาน. (2552). “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว”. เข้าถึงได้จาก :

<http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>. (21 สิงหาคม 2556).

ณัฐพิชญ์ วงษ์สง่า. (2556). “ไทยสุดยอดเมืองท่องเที่ยว”. เข้าถึงได้จาก :

http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1369992009. (4 กรกฎาคม 2556).

เจษฎา ขวัญเมือง และคณะ. “รูปแบบการท่องเที่ยว”. เข้าถึงได้จาก :

<http://tourismatbuu.wordpress.com>. (11 สิงหาคม 2556).

การสัมภาษณ์

ธนัญญา นาวาวรรณ. สัมภาษณ์เรื่อง “แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวจีนและแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขต
กรุงเทพมหานคร”. เมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2556

วรรณวิทย์ ชูพินิจรอบคอบ. สัมภาษณ์เรื่อง “แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เป็นที่นิยมของกลุ่ม

นักท่องเที่ยวชาวจีนและแหล่งช้อปปิ้งที่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขต
กรุงเทพมหานคร”. เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2556

ภาคผนวก

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลทั่วไปและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไป	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่า 5,000 หยวน	5,000 หยวน ขึ้นไป	ไม่ระบุ	
1. เพศ				
ชาย	3	9	2	14
หญิง	4	6	6	16
2. อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	-	-
21-30 ปี	3	9	5	17
31-40 ปี	1	4	1	6
41-50 ปี	2	1	2	5
51-60 ปี	1	1	-	2
60 ปีขึ้นไป	-	-	-	-
3. ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	2	1	4
ปริญญาตรี	6	12	6	24
สูงกว่าปริญญาตรี	-	1	1	2
ไม่ระบุ	-	-	-	-
4. อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	-	-	1	1
แม่บ้าน	-	-	1	1
ข้าราชการ	-	-	-	-
พนักงานบริษัท	4	9	6	19
ธุรกิจส่วนตัว	1	4	-	5
อื่นๆ	2	2	-	4
5. เหตุผลหลักในการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยราคาถูก	3	5	5	13
อาหารอร่อย	1	3	1	5
แหล่งช้อปปิ้งหลากหลาย	2	2	3	7
สินค้าช้อปปิ้งราคาถูก	-	-	-	-
สินค้าทางวัฒนธรรมของไทยสวยงาม	4	6	2	12

แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย	6	10	4	20
วัฒนธรรมประเพณีไทย	6	11	2	19
ความไม่ตรีของชาวไทย	3	8	1	12
อื่นๆ	-	2	-	2
6. ลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย				
เดินทางมาด้วยตนเอง	1	4	3	8
เดินทางมากับบริษัททัวร์	6	8	5	19
อื่นๆ	-	3	-	3
7. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
พักผ่อน	6	12	8	26
ทำบุญ/ไหว้พระ	4	3	2	9
ช้อปปิ้ง	3	4	3	10
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	-	-	-	-
ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	-	2	-	2
ประชุม/สัมมนา	-	1	-	1
อื่นๆ	1	-	-	1
8. สิ่งที่ประทับใจมากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	3	5	3	11
วัฒนธรรมประเพณีไทย	7	12	4	23
แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย	5	12	7	24
แหล่งช้อปปิ้งที่หลากหลาย	2	3	1	6
สินค้าช้อปปิ้งราคาถูก	2	4	3	9
อื่นๆ	-	1	-	1
9. สินค้าที่นิยมในการเลือกซื้อในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
จิวเวลรี่	2	6	1	9
เครื่องสำอาง	2	5	3	10
เช่าพระ	2	4	1	7
สินค้าทางวัฒนธรรมไทย	4	7	1	12
สินค้าแฟชั่น	2	8	4	14
อื่นๆ	-	1	1	2
10. สถานที่พักในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย				
โรงแรม	1	-	1	2
รีสอร์ท	-	1	-	1
เกสต์เฮาส์	6	13	6	25
อพาร์ทเมนท์/คอนโดรายวัน	-	1	-	1
บ้านญาติ/เพื่อน	-	-	-	-

อื่นๆ	-	-	1	1
11. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย				
ต่ำกว่า 5,000หยวน	2	1	1	4
5,000หยวนขึ้นไป	4	12	4	20
ไม่ระบุ	1	2	3	6
12. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย (รวมครั้งนี้)				
1 ครั้ง	6	7	5	18
2 ครั้ง	-	4	3	7
มากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป	-	4	-	4
ไม่ระบุ	1	-	-	1
13. จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเฉลี่ยต่อครั้ง				
3-5 วัน	1	-	-	1
5-7 วัน	4	15	3	22
มากกว่า 7 วัน ขึ้นไป	1	-	3	4
ไม่ระบุ	1	-	2	3
14. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
เทศกาลขึ้นปีใหม่	2	4	1	7
เทศกาลตรุษจีน	-	1	-	1
เทศกาลสงกรานต์	-	-	-	-
วันแรงงานสากล	1	1	-	2
เทศกาลไหว้พระจันทร์	-	-	-	-
เทศกาลไหว้พระจันทร์	-	-	-	-
วันชาติจีน	3	-	-	3
อื่นๆ	3	11	7	21
15. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
เพื่อน	1	5	5	11
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์	1	4	1	6
อินเทอร์เน็ต	3	6	2	11
บริษัททัวร์	5	6	2	13
นิทรรศการ/จัดแสดงการท่องเที่ยวภายในประเทศ	-	1	1	2
อื่นๆ	-	-	-	-
16. ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกหรือไม่				
ต้องการกลับมาอีก	6	15	8	29
ไม่ต้องการกลับมาอีก	1	-	-	1

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2556)