

วิเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน
กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดเชียงใหม่

นางสาวฉัตรนดา โจว

ภาคนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาเอเชียศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2557

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หัวข้อบทความวิจัย	วิเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน
ชื่อนักศึกษา	นางสาวฉัตรนดา โจว
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ศศิพงศ์ โออินทร์
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

ภาคนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยรวบรวมข้อมูลชั้นปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ผ่านการสำรวจและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งเอกสาร สื่อออนไลน์ต่าง เพื่อรวบรวมตัวอย่างแพ็คเกจนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยวรายใหญ่ของประเทศจีน จากตัวอย่างแบบสอบถาม 30 ตัวอย่าง ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า เส้นทางการท่องเที่ยวที่ชาวจีนนิยมมากที่สุดคือ กรุงเทพฯ - จ.ชลบุรี(เมืองพัทยา) ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาการท่องเที่ยว 6 วัน เกณฑ์อัตราราคาโดยประมาณ 25,000-30,000 บาท ลักษณะที่พักส่วนมากเป็น โรงแรมประเภท 4 ดาว จากการสำรวจและสัมภาษณ์ สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็น 2 แบบจากปัจจัยและการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ในแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มแรกเป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยผู้ใหญ่ นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานะโสด ส่งผลให้ปัจจัยในการเลือกท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ทำเป็นลักษณะเน้นความบันเทิง และความตื่นเต้นแปลกใหม่เช่น การขี่ช้าง การได้สัมผัสความบันเทิงสีสันแห่งเมืองพัทยา เป็นต้น ซึ่งในกลุ่มนี้จะพบได้น้อยในการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ ต่อมาเป็นกลุ่มของวัยกลางคนจนถึงผู้สูงอายุ ช่วงอายุระหว่าง 41-70 ปี กลุ่มนี้พบมากในคณะทัวร์ เนื่องจากมีความสะดวกสบายต่อการท่องเที่ยว ปัจจัยการเลือกท่องเที่ยวเป็นลักษณะของการพักผ่อน เรียบง่าย ชมวิวทิวทัศน์ เช่น การนั่งเรือชมวิวสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา กิจกรรมที่ชื่นชอบสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ นวดแผนไทย หรือ นวดแผนโบราณ สินค้าที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ สินค้าแบบไทย และ สินค้าที่มีรูปช้าง

กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ ศศิพงศ์ โออินทร์ อาจารย์ที่ปรึกษา
วิจัย ที่ได้ให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ รวมถึงตรวจทานข้อบกพร่องต่างๆ จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษา
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณครอบครัวอันเป็นที่รัก ขอขอบคุณพ่อแม่ที่ได้ให้ความเข้าใจ และการสนับสนุน
อย่างเต็มที่ ตลอดจนบทความวิจัยฉบับนี้สำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบคุณสุภาพสตรี 3 สาว คุณฝากฟ้า คุณชลลดา และคุณสาวิณี ที่ให้ความช่วยเหลือ
เรื่องการเดินทาง สืบหาสถานที่และเก็บแบบสอบถาม รวมถึงคำแนะนำต่างๆ จนงานชิ้นนี้สำเร็จ

ขอขอบคุณ คุณพันธกร มีชอบ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือ แม้ในสถานการณ์ที่ไม่
สะดวกสบาย สำหรับการเดินทาง 16 ชม.บนรถไฟฟรี สืบหาและเก็บแบบสอบถามที่จังหวัด
เชียงใหม่

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยให้คำแนะนำ ให้กำลังใจผลักดันให้บทความวิจัยครั้งนี้
สำเร็จ รวมถึงขอขอบคุณคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่อบรมให้ความรู้ในศาสตร์ต่างๆ
ตลอดระยะเวลาการศึกษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
2 ทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
2.1.1 ความหมายการท่องเที่ยว	6
2.1.2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	7
2.2 ความรู้ทั่วไปธุรกิจนำเที่ยว	8
2.2.1 ประเภทธุรกิจท่องเที่ยว	8
2.2.2 บทบาทและหน้าที่ของธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว	9
2.2.3 ลักษณะตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวที่ดี	9
2.3 ความรู้ทั่วไปของบริษัททัวร์ หรือผู้ขายส่งทัวร์	10
2.3.1 โครงสร้างการบริหารของบริษัทนำเที่ยว	10
2.3.2 ประเภทของการจัดนำเที่ยว	12
2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ไทย	12

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.4.1	14
2.4.2	18
2.4.3	23
2.5	26
2.5.1	26
2.5.2	27
2.6	28
2.6.1	28
2.6.2	29
2.6.3	30
2.7	31
2.8	34
2.8.1	34
2.8.2	34
2.8.3	35
3	37
3.1	37
3.2	37
3.2.1	38
3.2.2	38
3.3	38
3.4	39
3.4.1	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4.2	39
3.4.3	39
4 ผลการศึกษา	41
4.1	41
4.2	50
5 สรุปผลการศึกษา	55
ปัญหาที่พบในการศึกษา	56
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	56
เอกสารอ้างอิง	57
ประวัติผู้ศึกษา	59

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่าง โครงสร้างองค์กรของบริษัทนำเที่ยวรายใหญ่รายหนึ่ง	11
ภาพที่ 2 แสดงแผนที่ภูมิศาสตร์ของประเทศไทย	13
ภาพที่ 3 แสดงภาพกรุงเทพมหานครยามค่ำคืน	14
ภาพที่ 4 แสดงผลการสำรวจเมืองที่ดีที่สุดในโลก ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2553	15
ภาพที่ 5 แสดงภาพการคมนาคมและขนส่ง ภายในกรุงเทพมหานคร	15
ภาพที่ 6 แสดงภาพวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	16
ภาพที่ 7 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวพระบรมมหาราชวัง	16
ภาพที่ 8 แสดงภาพพระที่นั่งวิมานเมฆ	17
ภาพที่ 9 แสดงแหล่งจับจ่ายใช้สอยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ศูนย์การค้าเอเชียทีค	17
ภาพที่ 10 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวพัทยา	18
ภาพที่ 11 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยา	19
ภาพที่ 12 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยว วัดเขาชีจรรย์ จ.ชลบุรี	20
ภาพที่ 13 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยว วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร จ.ชลบุรี	20
ภาพที่ 14 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวเกาะล้าน จ.ชลบุรี	21
ภาพที่ 15 แสดงภาพนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน จ.ชลบุรี	21
ภาพที่ 16 แสดงภาพกีฬาทางน้ำ	22
ภาพที่ 17 แสดงภาพการแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง	22
ภาพที่ 18 แสดงสถานที่ท่องเที่ยว พระธาตุคอกยสุเทพ จ.เชียงใหม่	23
ภาพที่ 19 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	24
ภาพที่ 20 แสดงระบบขนส่งรถแดงในตัวเมือง จ.เชียงใหม่	25
ภาพที่ 21 แสดงภาพนักท่องเที่ยวชาวจีน ถนนคนเดิน จ.เชียงใหม่	25
ภาพที่ 23 แสดงพาดหัวข่าวไทยรัฐออนไลน์	33
ภาพที่ 24 แสดงระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอน การดำเนินงาน	40
ภาพที่ 25 แสดงภาพรวมที่พักในแต่ละอัตราราคาของ โปรแกรมนำเที่ยว	46
ภาพที่ 26 แสดงกิจกรรมโดยสังเขปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน	47

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557	2
ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557	2
ตารางที่ 4.1 แสดงตัวอย่างเส้นทางการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวจีน	42
ตารางที่ 4.2 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวเกณฑ์ ราคา 5,000 – 10,000 บาท	43
ตารางที่ 4.3 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวเกณฑ์ ราคา 10,001 – 15,000 บาท	44
ตารางที่ 4.4 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวเกณฑ์ ราคาตั้งแต่ 15,001 บาท ขึ้นไป	45
ตารางที่ 4.5 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	48
ตารางที่ 4.6 แสดงผลสำรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 30 ตัวอย่าง	51
ตารางที่ 4.7 แสดงปัจจัยการท่องเที่ยวผ่าน การเลือกกิจกรรมที่ชื่นชอบ	52
ตารางที่ 4.8 แสดงผลสรุปการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน	54

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย ประเทศเล็กๆในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นักท่องเที่ยวหลากหลายชาติให้ความสนใจ และเลือกใช้เวลาวันหยุดพักผ่อนของพวกเขาที่ประเทศไทย เนื่องด้วยความสะดวกสบายและความงดงามของทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย รวมถึงอุปนิสัยของคนไทยที่เอื้ออำนวยในด้านการมีอัธยาศัยดี น้ำใจงามและมีรอยยิ้มที่เป็นมิตร ดังคำยกย่องที่ว่า “สยามเมืองยิ้ม” เสมือนเป็นสิ่งดึงดูดใจสำหรับผู้ที่เลือกมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยรู้สึกปลอดภัยและอบอุ่นใจมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆตามลำดับ ดังตารางที่ 1.1 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557 จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในบรรดาจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด นักท่องเที่ยวจีนอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อที่จะรองรับและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนมีงานมีรายได้ส่งผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังช่วยกระจายรายได้สู่ภูมิภาคท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งถือเป็นปัจจัยในการสร้างและพัฒนาฐานเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ประเทศเหล่านั้น นอกจากนี้ถือเป็นการส่งเสริมด้านความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน ด้วยเหตุนี้ประเทศต่างๆจึงมีการส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยว เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และดึงรายได้เข้าสู่ประเทศ (สาวิณี แก้วบุปผา, 2556)

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2553	15,936,400	12.63
2554	19,230,470	20.67
2555	22,353,903	16.24
2556	26,546,725	18.76
2557	24,779,768	-6.66

ที่มา : สถิตินักท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวและกีฬา (ปี พ.ศ. 2558)

ตารางที่ 1.2 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2553	1,122,219	7.04
2554	1,721,247	8.95
2555	2,786,860	12.47
2556	4,637,335	17.47
2557	4,623,806	18.66

ที่มา : สถิตินักท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวและกีฬา (ปี พ.ศ. 2558)

ในกรณีศึกษาประเทศไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนในปัจจุบัน วัฒนธรรมจีนได้แผ่ขยายอิทธิพลอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก และสังคมไทยเป็นสังคมที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมจีนที่ฝังรากลึกมาอย่างยาวนานจากการเข้ามาตั้งถิ่นฐานของชาวจีนโพ้นทะเล ในอดีตประเทศไทยนิยมใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติ แต่ปัจจุบันการเข้ามาอย่างถล่มทลายของชาวจีนในฐานะนักท่องเที่ยว ทำให้ภาษาอังกฤษไม่ใช่ภาษาหลักเพียงภาษาเดียวที่ใช้ในการติดต่อกับชาวต่างชาติ จะพบเห็นได้จากการใช้ภาษาจีนของผู้ค้ารายใหญ่อย่างธนาคาร ห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้าน และระบบอัตโนมัติต่างๆ อาทิ ตู้ฝาก/ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารของธนาคารต่างๆ ซึ่งมีการพัฒนาระบบเพียงรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเพิ่มภาษาจีนกำกับตามเมนูคำสั่ง ระบบเว็บไซต์ที่มีภาษาจีน นอกจากนี้ยังมีการคิดป้ายแปลเป็นภาษาจีนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือแม้กระทั่งบรรดาผู้ประกอบการร้านค้ารายย่อยตามสถานท่องเที่ยว ได้เรียนรู้ภาษาจีนระดับพื้นฐานสำหรับการติดต่อกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ทั้งนี้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาใช้บริการภายในประเทศ ดังตารางที่ 1.2 ตารางแสดงข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 – 2557 โดยยืนยันได้จากการรายงานสถิติของกรมการท่องเที่ยว ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทย มีจำนวน 1,122,219 คน ถัดมาปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 1,721,247 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 2,786,860 คน ในปี พ.ศ. 2555 ต่อมาในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนขึ้นสูงสุดที่ 4,637,335 คน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 84.08 จากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 3,598,479 คน จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับ ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ. 2557 จำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลงไปบ้างเนื่องจากสถานการณ์บ้านเมือง แต่ในแนวโน้มระยะยาวคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และสะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวจีน ยังกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินสดจากการท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของโลก รวมถึงปัจจัยที่ค่าเงินหยวนของจีนสูงขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2555 ใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวในต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีนสร้างสถิติสูงถึง 102,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปท่องเที่ยวต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดจาก 10 ล้านคน ของเมื่อปี พ.ศ. 2543 เป็น

83 ล้านคนในปี พ.ศ.2555 ทำให้จีนกลายเป็นตลาดที่เติบโตเร็วที่สุด (Yim & Lin, 2013) และเหตุการณ์ที่ผ่านมา คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้นำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวม โดยมีประกาศให้มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการขอรับการตรวจลงตรา (visa) ให้กับนักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางของจีน และจีนไทเป เป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่วันที่ 9 ต.ค. ถึง 8 พ.ย. พ.ศ. 2557 เนื่องจากเดือน ต.ค. เป็นช่วงการเฉลิมฉลองวันชาติของจีน และถือเป็นวันหยุดยาว ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก (<http://www.thairath.co.th>, 14 ต.ค. 2557) ซึ่งส่งผลให้ในเดือนต.ค. ที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสูงถึง 501,043 คน ซึ่งมากกว่าปีที่แล้ว โดยที่สถิติรอบเดือนต.ค. ในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 299,982 คน และนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยล้วนต้องการมาสัมผัสกับวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม สถานที่สำคัญต่างๆ ซึ่งมีความแตกต่างจากถิ่นฐานบ้านเกิด ทั้งนี้ความแตกต่างนี้ เป็นจุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเรียนรู้ประสบการณ์ความแปลกใหม่ ซึ่งสถานที่ที่ได้รับความนิยมสูงได้แก่ กรุงเทพมหานคร ตามมาด้วยภูเก็ต เกาะสมุย เมืองพัทยา กระบี่ เชียงใหม่ หัวหิน เกาะพะงัน เกาะพีพี เกาะเต่า (ณัฐพิชญ์ วงษ์สง่า, 2556) จากที่กล่าวมาข้างต้น จำนวนและปริมาณของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในแต่ละปี ซึ่งถือว่าสูงและจำนวนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องเป็นประจำในทุกๆปี ในขณะที่เดียวกันรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนก็จะมีแบบที่แตกต่างกันไป มีทั้งแบบกลุ่มทัวร์นำเที่ยว และแบบนักท่องเที่ยวอิสระ (Free and Independent Traveler : FIT) ซึ่งงานวิจัยนี้จะทำการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

โดยเลือกจากสถานที่ยอดนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทยที่ได้รับตำแหน่งชนะเลิศอันดับหนึ่ง ในรางวัลสุดยอดเมืองน่าท่องเที่ยวของโลก จากผลการสำรวจสุดยอดจุดหมายปลายทางของโลกประจำปี พ.ศ. 2556 ของ “Mastercard Global Destination Cities Index 2013” สถานที่ต่อมาคือเมืองพัทยา (Pattaya City) เมืองแห่งสีสันและความบันเทิงหลากหลายรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวนานาชาติ

และสุดท้ายจังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีภาพลักษณ์เฉพาะตัว ดินแดนที่เต็มไปด้วยศิลปวัฒนธรรมและภาษาแบบล้านนา และสภาพภูมิอากาศที่ปลอดโปร่ง อีกทั้งเชียงใหม่ยังมี

ระบบคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน โรงแรม ร้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยที่เลือกเดินทางไปพักผ่อน ณ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากที่กล่าวมาทั้งหมด เป็นเหตุที่ทำให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อวิเคราะห์เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 วิเคราะห์ เปรียบเทียบ เส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน
กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดเชียงใหม่
- 1.2.2 เพื่อศึกษาประเด็นหลักและปัจจัยอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว
ในประเทศไทย
- 1.2.3 ศึกษารูปแบบวิธีการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเลือกศึกษาเฉพาะพื้นที่ กรุงเทพฯ จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดเชียงใหม่

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ทำให้สามารถวิเคราะห์ และศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้
- 1.4.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย
- 1.4.3 สามารถเข้าใจในรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

บทความวิจัยเรื่องเปรียบเทียบและวิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน วิทยาลัยกรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และจังหวัดเชียงใหม่ฉบับนี้ มีเนื้อหาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อความเพลิดเพลินพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งต้องไม่ใช่ที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเดินทางที่ต้องประกอบด้วยเงื่อนไข 3 ประการ (ฉลอมศรี พิมลสมพงษ์, 2542) ได้แก่

- ก) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- ข) เดินทางด้วยความสมัครใจ
- ค) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ซึ่งความหมายของการท่องเที่ยวนี้ ถูกนิยามไว้โดย องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506

การท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ (praveetelearning, 2557) คือ

- คน หมายถึง นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางพร้อมเดินทางด้วยความสมัครใจ
- สถานที่ หมายถึง จุดหมายปลายทางหรือจุดผ่านที่ตั้งใจจะเดินทางไป
- เวลา หมายถึง ระยะเวลาที่พำนักเพื่อแสวงหาความสุข ความสบาย ความรู้ หรือประกอบธุรกิจแบบเป็นการชั่วคราว

การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้มีความหมายเฉพาะการเดินทางพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานอย่างคนส่วนมากเข้าใจกัน แต่การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา

เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมดินแดน ก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (กัญญามาศ อุทธา, 2555:6)

2.1.2 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมความหมายตามพจนานุกรม คือ การกระทำสิ่งใด ๆ เพื่อให้เป็นสินค้า แต่ปัจจุบันมีความหมายมากกว่านั้น คือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมีระบบการพาณิชย์ หรือการผลิตสาขาใดสาขาหนึ่ง

การท่องเที่ยว ก็คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรออกมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ผู้อยู่ในท้องถิ่นสามารถเก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านมาขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

ด้านเศรษฐกิจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้นๆ โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายและหมุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนในด้านของสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นต้องเปลี่ยนไป แต่ไม่ได้เป็นไปโดยทันทีทันทีจะเป็นในลักษณะค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้าๆ สุดท้ายในด้านของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยรักษาสภาพแวดล้อมกล่าวคือ เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นย่อมทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้มีการมีการช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้นและสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยว มาสนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของ

แหล่งท่องเที่ยวที่อื่นๆ อันเป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

2.2 ธุรกิจท่องเที่ยว

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มาตราที่ 3 ได้บัญญัติความหมายของธุรกิจนำเที่ยวว่า “ ธุรกิจนำเที่ยว หมายความว่า การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัด หรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พักอาหาร ที่พัก และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว ” (<http://www.kodmhai.com>, 31 มี.ค. 2558)

ธุรกิจนำเที่ยวประกอบด้วย ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว หรืออาจเรียกว่าบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel agent) และธุรกิจจัดนำเที่ยวหรือ เรียกว่า บริษัทนำเที่ยว (Tour Company) หรือ (Tour operator)

ก) **ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (Travel agent หรือ retail travel agent)** หมายถึง บุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่จัดตั้งกิจการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยว วันจัดตัวเครื่องบิน รถไฟ รถโดยสารและที่พักแรม ตลอดจนเป็นตัวแทนขายโปรแกรมนำเที่ยวให้บริษัทนำเที่ยวต่างๆ โดยการขายแต่ละครั้งจะได้รับค่าบริการจากการขาย 10 -15%

ข) **บริษัทนำเที่ยว (Tour Company) หรือ (Tour operator)** หมายถึง บุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยว ทั้งภายในประเทศ หรือ ภายนอกประเทศในขณะเดียวกัน ก็อาจทำหน้าที่ เป็นตัวแทนท่องเที่ยว รับจัดตัวเครื่องบินรถไฟ และจองโรงแรม (First Visitor) และไมคูนเคยหรือไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ มาก่อน

2.2.1 ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว

แบ่งตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 มี 3 ประเภท ได้แก่

ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่

เป็นการจัดนำเที่ยวในจังหวัดที่ดำเนินธุรกิจนำเที่ยวและจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกัน

ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ

เป็นการจัดนำเที่ยวไปยังจังหวัดต่างๆ ทัวราชอาณาจักร

ธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ

เป็นการจัดนำเที่ยวไปยังต่างประเทศ นำนักท่องเที่ยวต่างประเทศเที่ยวในประเทศไทย และนำนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวภายในประเทศทัวราชอาณาจักร (outbound inbound and domestic)

2.2.2 บทบาทและหน้าที่ของธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency)

จัดการราคาหรืออัตราสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น ราคาตั๋วเครื่องบิน ราคาห้องพัก ราคาเช่ารถ การจองใช้บริการยานพาหนะ การจองตั๋วเครื่องบิน เป็นการวางแผนการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง (Planning an itinerary) ซึ่งการเดินทางแต่ละช่วง (Flight segment) ต้องการข้อมูล ดังนี้ คือ จำนวนผู้โดยสารพร้อมชื่อและนามสกุล เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ ที่อยู่ทางไปรษณีย์ ชื่อผู้จอง ข้อมูลความต้องการ พิเศษ วันที่ออกบัตรโดยสาร และรูปแบบการชำระเงิน

จำนวนบัตร ARC (Airlines Reporting Corporation) จะให้ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency) ส่งรายงานเกี่ยวกับโดยสารที่ขายและจำนวนเงินที่ได้รับจากการขาย แล้วนำเงินเข้าบัญชี settlement account ซึ่ง ARC จะถอนเงินไปชำระให้แก่สายการบินต่างๆ โดยหักค่านายหน้า (commission) ให้แก่บริษัทนำเที่ยว (Travel Agency)

ARC คือ องค์กรที่ร่วมก่อตั้งขึ้นโดยสายการบินระดับประเทศของสหรัฐอเมริกา เพื่อรับผิดชอบดำเนินการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินแก่บริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนแล้วและเป็นองค์กรที่ปรับเปลี่ยนมาจากองค์กรเดิมคือ สมาคมการขนส่งทางอากาศ (ATA) ช่วยในการซื้อบัตรโดยสาร ช่วยวางแผนและหาข้อมูลในการท่องเที่ยว สามารถหาข้อเสนอหรือราคาที่ดีที่สุดได้ ช่วยให้ประหยัดเวลาและความลำบาก สามารถแก้ปัญหาได้เมื่อเกิดข้อผิดพลาด รวมถึงรู้จักผู้ประกอบการธุรกิจมากกว่า และรู้จักแหล่งท่องเที่ยวดีกว่า

2.2.3 ลักษณะของตัวแทนทางการท่องเที่ยว (travel agency) ที่ดี

ต้องสามารถเป็นที่ปรึกษาส่วนตัวของลูกค้าในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวได้ เป็นนักขาย นักจิตวิทยา มีความรู้ความชำนาญในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยว รู้ถึงข้อได้เปรียบ เสียเปรียบของการเดินทางในรูปแบบต่างๆ สามารถจัดหาบริการเดินทางให้เหมาะสมกับลูกค้าของตน มีความรู้เรื่องภูมิศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ดี สามารถอ่านตารางเวลาเข้า-ออกของยานพาหนะได้ทุกประเภทได้อย่างรวดเร็ว สามารถคิดค่าตัว และเขียนตัวได้ทุกประเภท มีความรู้เกี่ยวกับการสำรองที่นั่งบนเครื่องบินและห้องพักในโรงแรม มีความรู้เกี่ยวกับราคาที่พักรวมคุณภาพ ลักษณะร้านอาหาร สถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง ต้นตัว ติดตามข่าวสารบ้านเมือง เหตุการณ์ปัจจุบัน กฎระเบียบต่างๆ

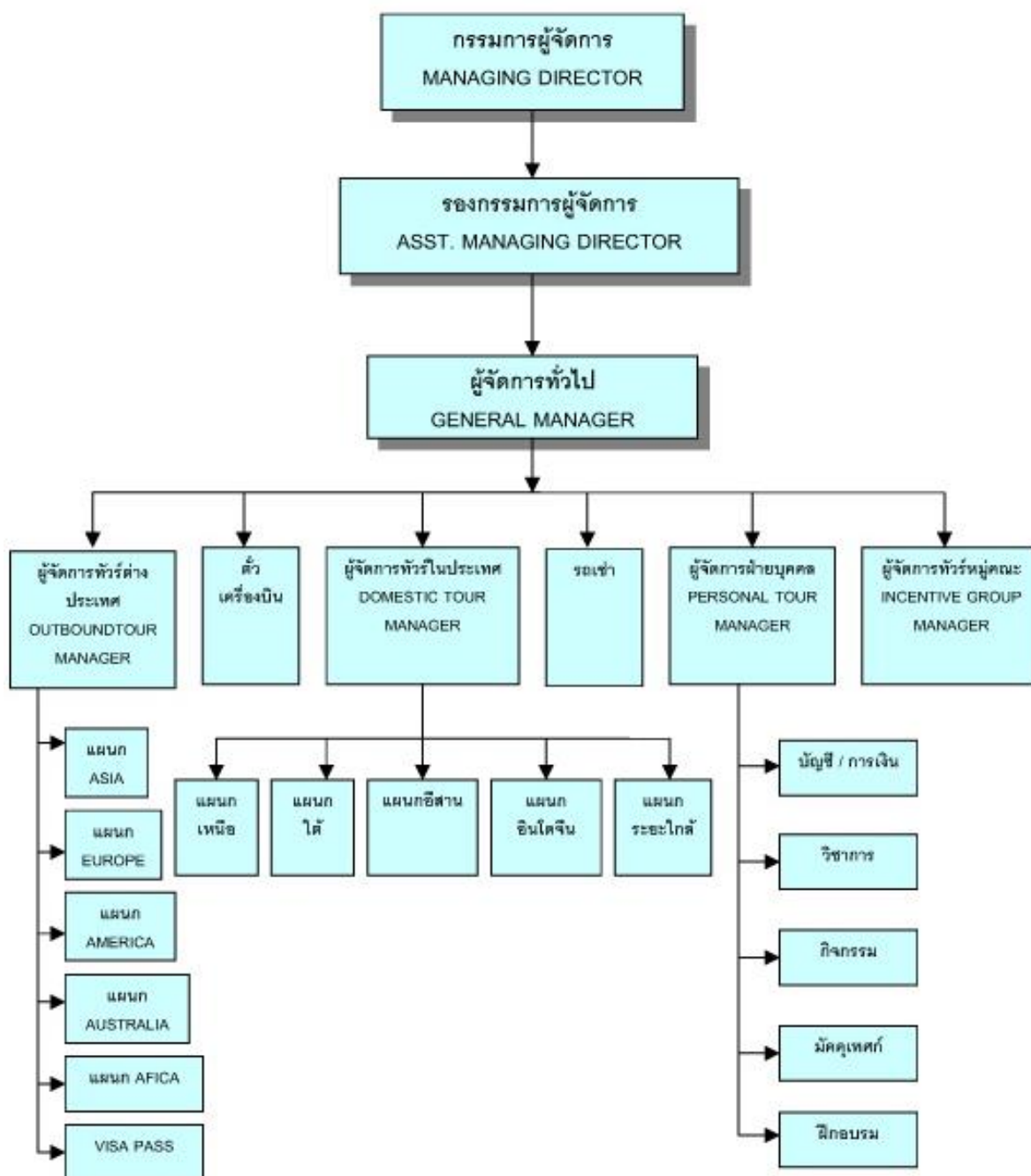
2.3 ความรู้ทั่วไปของบริษัททัวร์หรือผู้ขายส่งทัวร์

บริษัททัวร์ (ผู้ขายส่งทัวร์) หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่จัดทำโปรแกรมทัวร์แบบเหมาจ่าย หรือจัดนำเที่ยวโดยขายให้กับลูกค้าผ่านทางธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel agency)

ทัวร์ หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีการวางแผนล่วงหน้า (และชำระเงินล่วงหน้า) ซึ่งจะท่องเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งแห่งหนึ่งหรือมากกว่า โดยจะรวมองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างน้อย 2 ประเภทหรือมากกว่า เช่น อาจรวมบัตรโดยสารเครื่องบิน ที่พัก และบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3.1 โครงสร้างการบริหารของบริษัทนำเที่ยว

การบริหารและการจัดการของแต่ละบริษัทมีความแตกต่างกันออกไปแตกต่างกันไปในบริษัท อาจจะเรียกชื่อไม่เหมือนกัน ทั้งๆที่ทำหน้าที่คล้ายคลึงกัน การบริหารงานและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกก็จะขึ้นอยู่กับบริษัทว่า จะเห็นความสำคัญและต้องการเน้นที่แผนกใด ซึ่งโครงสร้างของบริษัทนำเที่ยวหรือแผนกจัดนำเที่ยว แบ่งเป็น โครงสร้างแบบแนวตั้ง (Vertical Structure) และ โครงสร้างแบบแนวนอน (Horizontal Structure) เป็นการจัดโครงสร้างตามการบริหารงาน หน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงาน ส่วนใหญ่จะจัดดำเนินการในบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรมาก แต่ละแผนกจะรับผิดชอบเฉพาะงาน



ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่าง โครงสร้างองค์กรของบริษัทนำเที่ยวรายใหญ่รายหนึ่ง

ที่มา : http://tour-excenter.com/Organizchart_Tourism.html

2.3.2 ประเภทของการจัดนำเที่ยว

ทัวร์แบบอิสระ (Independent Tour) เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะประกอบด้วยที่พักในโรงแรม บัตรโดยสารเครื่องบิน และการบริการรถรับ-ส่งจากสนามบินหรือรถเช่า ทัวร์แบบอิสระจะทำให้นักท่องเที่ยวมีเสรีที่จะวางแผนกิจกรรมต่างๆ ได้เอง ในขณะที่เดียวกันก็จะเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่สูงกว่าการจองผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยตรง

ทัวร์แบบไม่มีผู้นำเที่ยว (Hosted Tour) หมายถึง โปรแกรมทัวร์แบบเหมาจ่ายที่ได้รับการบริการจากตัวแทนของบริษัททัวร์ ณ แหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนบริษัททัวร์จะเข้ามาพบนักท่องเที่ยวเพื่อให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาในเวลาที่กำหนดไว้ในแต่ละวัน นักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์และการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป

ทัวร์แบบมีผู้นำเที่ยว (Escorted Tour) เช่น การจัดทัศนจร (Day Tour) หมายถึง โปรแกรมทัวร์ที่พานักท่องเที่ยวเดินทางโดยใช้เวลาไม่ถึง 24 ชั่วโมงเช่น การท่องเที่ยวชมเมือง (City Tour) มักจะจัดโดยรถโค้ชหรือรถบัสขนาดเล็ก บางครั้งผู้ขับรถโค้ชหรือรถบัสขนาดเล็ก บางครั้งผู้ขับรถโค้ชจะทำหน้าที่มัคคุเทศก์เอง ทัวร์แบบผจญภัย (Adventure Tours) เช่น การไปดำน้ำ ไปล่องแพ การเดินป่า เป็นต้น

2.4 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ไทย

ภูมิศาสตร์ทั่วไปของประเทศไทย

ประเทศไทยตั้งอยู่ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีเนื้อที่ 513,115 ตร.กม. ทิศเหนือติดต่อกับประเทศพม่าและลาว ทิศตะวันออกติดต่อกับประเทศลาวและกัมพูชา ทิศใต้ติดต่อกับประเทศพม่าและมาเลเซีย ทิศตะวันตกติดกับประเทศพม่า โดยมี กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวง ภาคเหนือเป็นเทือกเขาเรียงติดกันในแนวเหนือใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นที่ราบสูงและลาดต่ำไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ พื้นที่ภาคกลางมีพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มระดับพื้นที่ลาดลงมาทางใต้ ภาคตะวันออกมีลักษณะเป็นเทือกเขาและที่ราบ ทางตะวันตกและทางใต้ของภาคติดกับฝั่งทะเลอ่าวไทย ภาคตะวันตกเป็นแนวเขาติดต่อมาจากภาคเหนือมีแม่น้ำสายสำคัญหลายสายไหลมาบรรจบกัน

เป็นแนวยาว ภาคใต้เป็นคาบสมุทรขนานด้วยทะเลทั้งสองด้าน ด้านตะวันตกคือ ทะเลอันดามัน และ ด้านตะวันออกคืออ่าวไทย



ภาพที่ 2 แสดงแผนที่ภูมิศาสตร์ของประเทศไทย

ที่มา : <http://web.hanu.vn/tiengthai/mod/forum/discuss.php?d=16>

2.4.1 กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครของประเทศไทย มีพื้นที่ 1,568.7 ตร.กม เป็นเมืองที่กว้างที่สุดของโลก และเป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 73 ของโลก มีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งทอดตัวยาว 372 กม. พาดผ่านจังหวัด ทำให้กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลาง ตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งกรุงเทพมหานครไม่เพียงแต่เป็นเมืองหลวง เป็นศูนย์กลางด้านความเจริญต่างๆของประเทศ อาทิ การศึกษา เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง สาธารณสุข การสื่อสาร การคมนาคมและขนส่ง เป็นต้น หากแต่ยังเป็นเมืองหลวงที่ร่ำรวยไปด้วยวัฒนธรรมที่สอดคล้องกันอย่างลงตัวกับประวัติศาสตร์ที่ทรงคุณค่าอย่างยาวนาน มีแหล่งบันเทิงนาการมากมาย เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้จับจ่ายใช้สอย สัมผัสอาหารนานาชาติ ให้นักท่องเที่ยวทุกคน ได้เรียนรู้ถึงความเป็นเมืองแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อยู่ท่ามกลางความเจริญอีกด้วย (แผนพัฒนาการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร, 2555)



ภาพที่ 3 แสดงภาพกรุงเทพมหานครยามค่ำคืน ที่ผสมความลงตัวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าของประเทศ

ที่มา : <http://2g.pantip.com/cafe/blueplanet/topic/E12440853/E12440853.html>

เมืองท่องเที่ยว	ปี พ.ศ. ๒๕๕๓		ปี พ.ศ. ๒๕๕๒		ปี พ.ศ. ๒๕๕๑		ปี พ.ศ. ๒๕๕๐
	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ
Bangkok, Thailand	๑	๙๐.๓๐	๓	๘๖.๘๐	๑	๘๗.๖๑	๓
Chiang Mai, Thailand	๒	๘๙.๓๕	๕	๘๖.๑๘	-	-	-
Florence, Italy	๓	๘๙.๑๗	๖	๘๕.๖๑	๕	๘๖.๒๔	๑
San Miguel de Allende, Mexico	๔	๘๙.๐๙	-	-	-	-	-
Rome, Italy	๕	๘๘.๖๐	๙	๘๔.๖๓	๗	๘๕.๑๒	๔
Sydney, Australia	๖	๘๗.๙๙	๑๑	๘๔.๒๗	๔	๘๖.๔๙	๕
Buenos Aires, Argentina	๗	๘๗.๙๘	๔	๘๖.๒๒	๒	๘๗.๒๔	๒
Oaxaca, Mexico	๘	๘๗.๗๘	-	-	-	-	-
Barcelona, Spain	๙	๘๗.๗๑	-	-	-	-	-
New York, United States of America	๑๐	๘๗.๖๘	๘	๘๔.๖๕	๘	๘๕.๐๓	๖

ภาพที่ 4 แสดงผลการสำรวจเมืองที่ดีที่สุดในโลก เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลกและเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของเอเชีย โดยนิตยสารทราเวล แอนด์ เลเซอร์ ระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2553

ที่มา : <http://www.bangkoktourist.com/upload/document/masterplan.pdf>



ภาพที่ 5 แสดงภาพการคมนาคมและขนส่ง ภายในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : <http://www.bangkoktourist.com/upload/document/masterplan.pdf>

2.4.2.1 สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้ว สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในใจกลางเมืองหลวง กรุงเทพมหานคร สามารถพบเห็นนักท่องเที่ยวจำนวนมากหลากหลายเชื้อชาติศาสนา เข้ามาเยี่ยมชมในทุกๆวัน



ภาพที่ 6 แสดงภาพวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา : <http://th.wikipedia.org/วัดพระศรีรัตนศาสดาราม>



ภาพที่ 7 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวพระบรมมหาราชวัง

ที่มา : www.siamfreestyle.com



ภาพที่ 8 แสดงภาพพระที่นั่งวิมานเมฆ

ที่มา : <http://bj.tuniu.com/tours/22149773>



ภาพที่ 9 แสดงแหล่งจับจ่ายใช้สอยของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน ศูนย์การค้าเอเชียทีก

ที่มา : <http://bj.tuniu.com/tours/22149773>

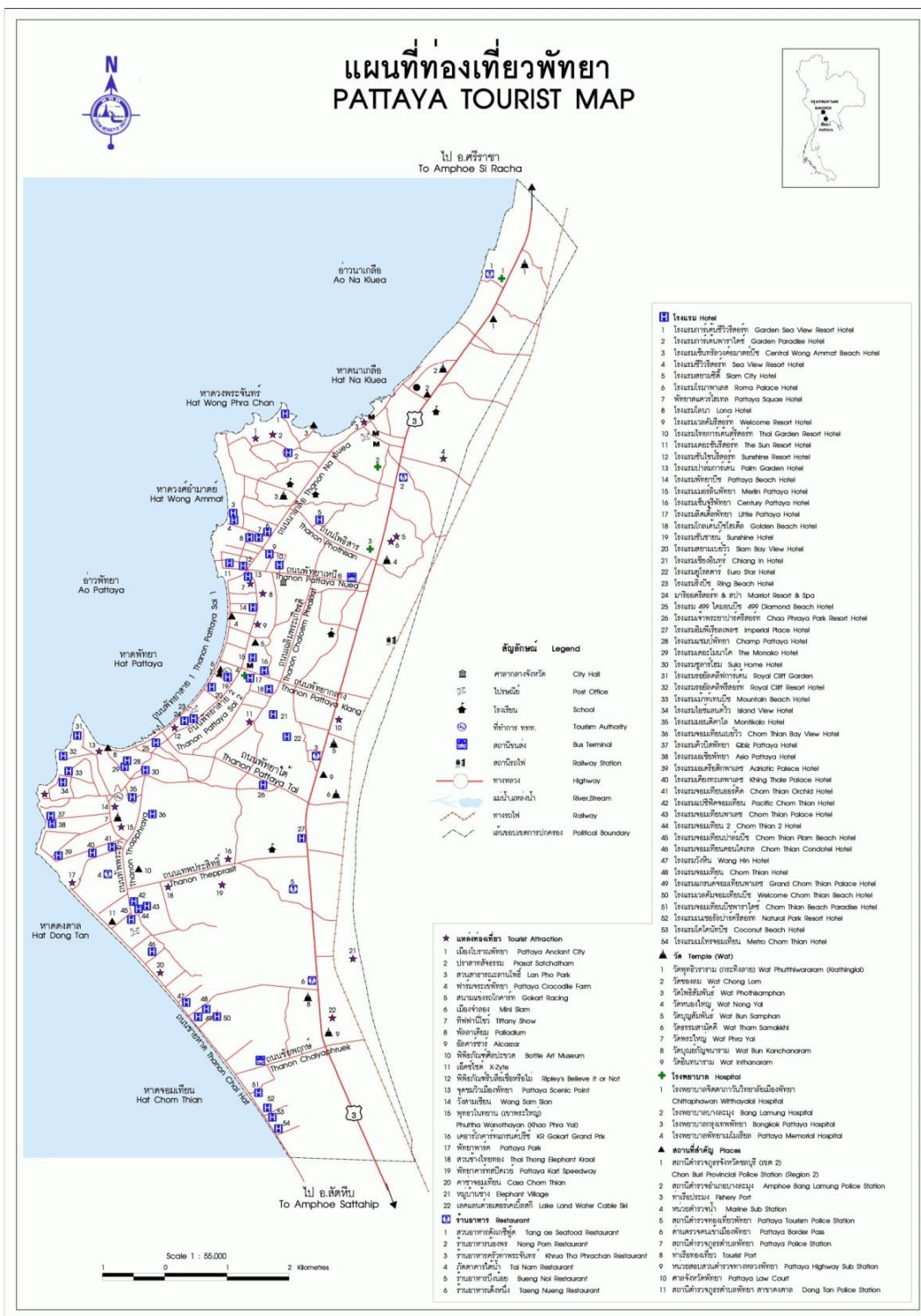
2.4.2 กรณีศึกษา จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา)

พัทยายู้อห่างจากกรุงเทพมหานคร 147 กิโลเมตร เป็นชายหาดที่นักท่องเที่ยวต่างรู้จักเป็นอย่างดี โดยเป็นชายหาดที่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งแบบที่เดินทางเป็นครอบครัว แบบคู่รัก หรือแม้กระทั่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางผู้เดียว ด้วยบรรยากาศที่ผ่อนคลาย และมนเสน่ห์ที่ร้อนแรง เมืองพัทยจะทำให้วันหยุดสุดสัปดาห์เป็นที่จดจำไปอีกนาน สำหรับการเล่นกีฬานั้น เมืองพัทยามีทุกอย่างที่ท่านต้องการ ไม่ว่าจะเป็นกีฬาทางบก หรือกีฬาทางน้ำ รวมทั้งกีฬาออล์ฟ กีฬาตกปลา และการดำน้ำลึกที่มีมาตรฐาน ไม่แพ้ชาติใดในเอเชีย นอกจากนี้ ที่พัทยายังมีสวนสนุก และพิพิธภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใคร สวนพฤกษศาสตร์เขียวจีที่สามารถจัดกิจกรรมตอบสนองสมาชิกในครอบครัวได้ทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเน้นไปในทางวัฒนธรรมหรือความบันเทิง ในช่วงค่ำ พัทยาซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองที่ไม่เคยหลับ มนต์สะกดด้วยแสงสี และความหลากหลายของร้านอาหาร ในตัวกลับ



ภาพที่ 10 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวพัทยา

ที่มา : ถ่ายจากสถานที่จริง



ภาพที่ 11 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ที่มา : www.hotsia.com

2.4.3.1 สถานที่ท่องเที่ยวใน จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 12 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยว วัดเขาชีจรรย์ จ.ชลบุรี

ที่มา : http://www.pattaya.go.th/wp-content/uploads/2012/01/MAY5962_resize.jpg



ภาพที่ 13 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยว วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร จ.ชลบุรี

ที่มา : <http://www.cozy-loft.com/media2.th.88db.com/DB88UploadFiles/2013/11/06/5B4B1D52-D90D-4073-B0E3-A48C43A31B2E.jpg>



ภาพที่ 14 แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวเกาะล้าน จ.ชลบุรี
ที่มา : ถ่ายจากสถานที่จริง



ภาพที่ 15 แสดงภาพนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน จ.ชลบุรี

ที่มา : <http://www.manager.co.th/asp-bin/Image.aspx?ID=2816627>



ภาพที่ 16 แสดงภาพกีฬาทางน้ำ
ที่มา : <http://pantip.com/topic/31227517>



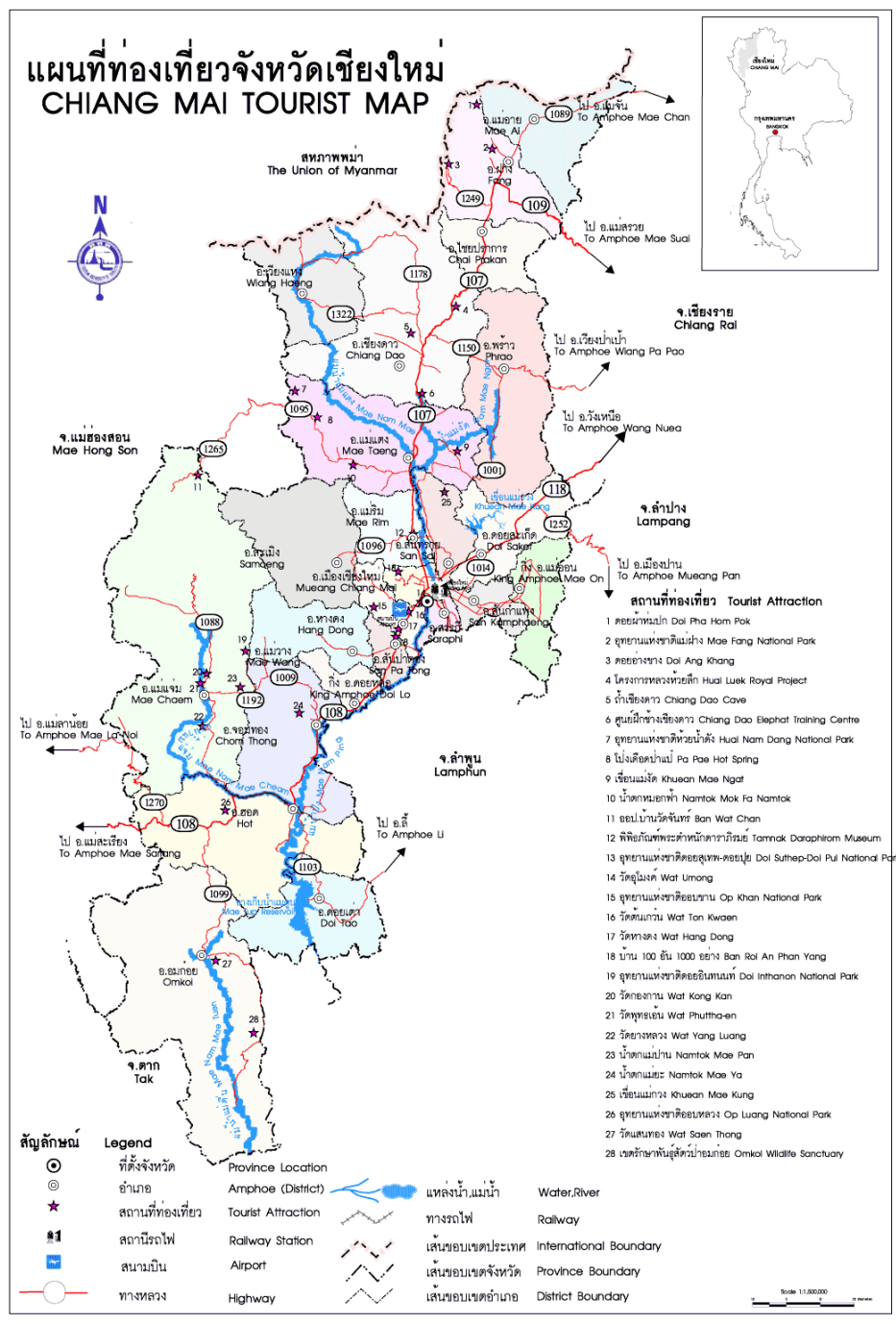
ภาพที่ 17 แสดงภาพการแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง
ที่มา : <http://repentant.exteen.com>

2.4.3 กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีภาพลักษณ์เฉพาะตัวแบบฉบับล้านนา ดินแดนที่เต็มไปด้วยศิลปวัฒนธรรมและภาษาถิ่นเมือง และสภาพภูมิอากาศที่ปลอดโปร่ง อีกทั้งเชียงใหม่ยังมีระบบคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น สนามบิน โรงแรม ร้านอาหาร ที่ได้ระดับมาตรฐานสากล



ภาพที่ 18 แสดงสถานที่ท่องเที่ยว พระธาตุดอยสุเทพ จ.เชียงใหม่
ที่มา : <http://thai.tourismthailand.org>



ภาพที่ 19 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ที่มา : www.folktravel.com



ภาพที่ 20 แสดงระบบขนส่งรถแดงในตัวเมือง จ.เชียงใหม่

ที่มา : <http://2g.pantip.com/cafe/blueplanet/topic/E12660596/E12660596-6.jpg>



ภาพที่ 21 แสดงภาพนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินจับจ่าย บริเวณคูเมือง ถนนคนเดิน จ.เชียงใหม่

ที่มา : <http://th.pattayadailynews.com/wp-content/uploads/2013/10/022.jpg>

2.5 รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้น ได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อ มุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดย พฤติกรรมภายนอกของ นักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะ ต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ในใจจะมีความสัมพันธ์ กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (ชวัลนุช อุทยาน, 2552)

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typology : a systematic classification or study of types) เพื่ออธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้มาจากข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์หรือการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอาจทำได้หลายวิธี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์และวิธีการที่ใช้ การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคปัจจุบันที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่า บุคคลนั้นเป็น นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยวคือ บุคคลซึ่งซื้อ รายการนำเที่ยวมาจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วย ตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

2.5.1 ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Perreault และ Dorden (1979)

ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มี รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและ มีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวผจญ ภัย

นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้อ่อนช้อย

นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

2.5.2 ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Cohen (1979)

ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ

นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

2.6 นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย

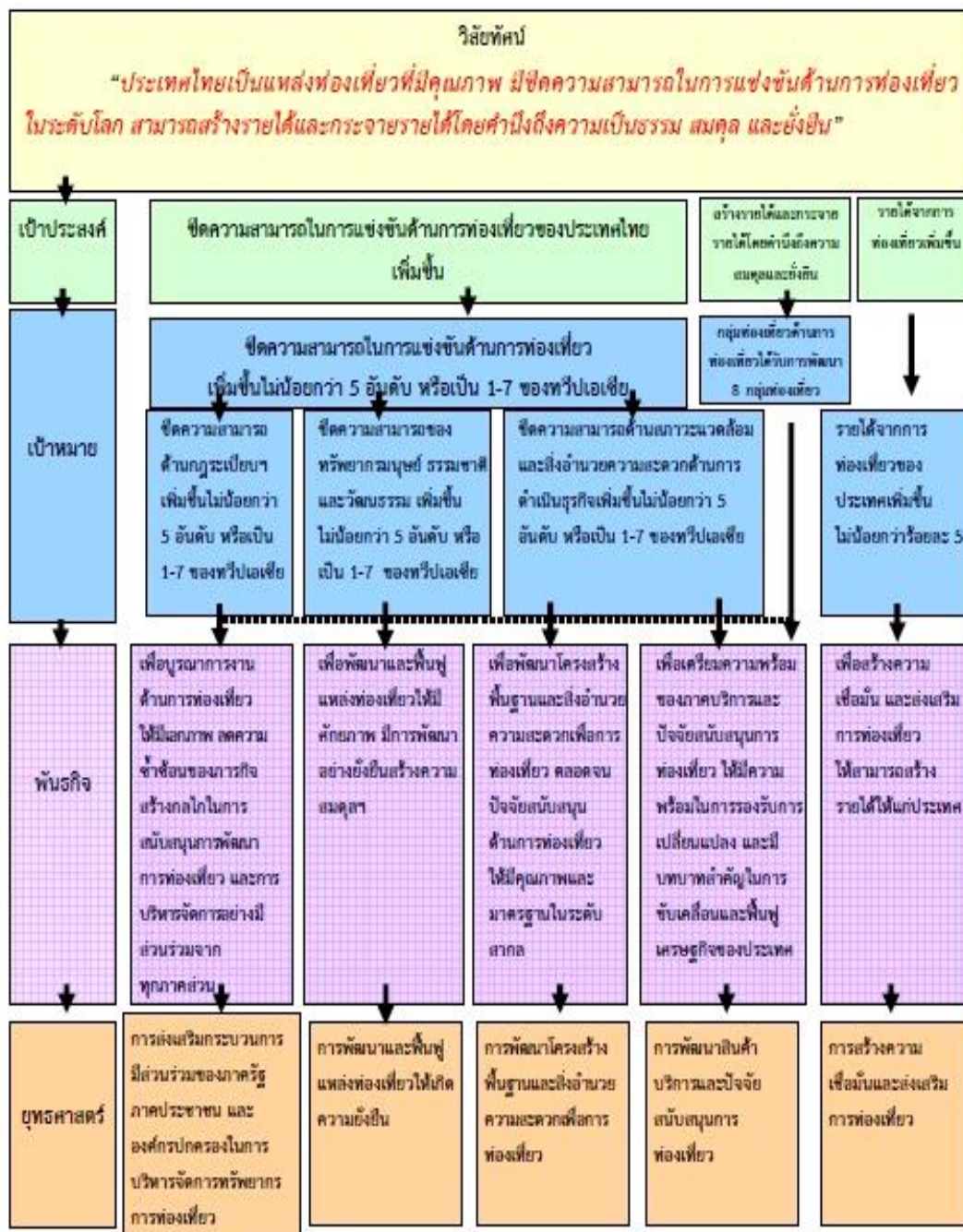
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างรวดเร็วกว่าการผลิต และการบริการอื่นๆ อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก็มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว อ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (ศูนย์วิจัยด้านการท่องเที่ยว, 2554)

2.6.1 ยุทธศาสตร์ : การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

2.6.2 วิสัยทัศน์



ภาพที่ 22 แสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์

ที่มา : http://intelligencecenter.tat.or.th/ewt_d1_link.php?nid=24

2.6.3 นโยบายรัฐบาลด้านการท่องเที่ยว นโยบายเร่งด่วนที่รัฐบาลต้องดำเนินการในปีแรก

คือการเร่งสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติและเร่งรัดมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ส่วนนโยบายตามแผนบริหารราชการ 4 ปี ได้แก่

ขยายฐานภาคบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ โดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาแรงงานฝีมือทั้งในด้านคุณภาพและความรู้ด้านภาษา และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรกรรมเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชน โดยรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนรวมทั้งจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยว และกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภาค และกลุ่มจังหวัดให้มีความเหมาะสมเกื้อกูลซึ่งกัน

พัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

พัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาดและกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนจุดขายที่มีความโดดเด่นของไทย ให้เป็นศูนย์กลางระดับโลก โดยเฉพาะความพร้อมของการให้บริการทางด้านศูนย์กลาง การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติระหว่างประเทศ และศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมดให้ทันสมัย และสนับสนุนซึ่งกันและกันและเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายทางด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

ซึ่งล่าสุดประกาศจากกระทรวงการต่างประเทศ เรื่อง การยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราให้นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเป (2 สิงหาคม 2557) นายสีหศักดิ์ พวงเกตุแก้ว ปลัดกระทรวงการต่างประเทศได้แถลงข่าวเรื่องการยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราให้นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเปว่า สืบเนื่องจากการประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทาง เศรษฐกิจ (กรอ.) ครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2557 ซึ่งมีหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติเป็นประธานภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เสนอให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราสำหรับนักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเป เพื่อส่งเสริมการเร่งฟื้นฟู

เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะต่อตลาดท่องเที่ยวของชาวจีน รวมทั้งเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการเฉลิมฉลองความสัมพันธ์ไทย – จีน 40 ปี ที่ประชุมจึงมีมติให้ยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ถือหนังสือเดินทางดังกล่าว เป็นเวลา 3 เดือน ในช่วงเดือนส.ค. – ต.ค. 2557 และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการ กระทรวงการต่างประเทศได้แจ้งกระทรวงมหาดไทยในฐานะหน่วยงานที่มีอำนาจโดยตรง ตามกฎหมายที่จะยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา โดยกระทรวงมหาดไทยจะนำเรื่องเข้าสู่การพิจารณาของคณะกรรมการพิจารณาร่าง กฎหมายของกระทรวงมหาดไทย ในวันจันทร์ที่ 4 ส.ค. 2557 เพื่อพิจารณาออกประกาศกระทรวงมหาดไทยยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราตามมติ ข้างต้น ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการได้ภายในสัปดาห์นี้ ในส่วนของกระทรวงการต่างประเทศ ได้สั่งการไปยังสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยในต่างประเทศแล้ว ให้เตรียมการยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราประเภทนักท่องเที่ยว (Tourist Visa) ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเป รวมทั้งได้ประสานกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองเพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราที่ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on Arrival – VOA) ให้แก่ผู้ถือหนังสือเดินทางดังกล่าว อนึ่ง การยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา มิใช่การยกเว้นการตรวจลงตรา ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเป ยังคงต้องขอรับการตรวจลงตรา แต่ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา อย่างไรก็ตาม สำหรับการตรวจลงตราประเภทอื่นๆ เช่น คนเดินทางผ่าน (Transit Visa) และคนอยู่ชั่วคราว (Non-Immigrant Visa) ยังคงต้องชำระค่าธรรมเนียมตามปกติ ทั้งนี้กระทรวงการต่างประเทศจะร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประเมินว่า มาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราข้างต้นจะมีส่วนช่วยกระตุ้นและฟื้นฟู เศรษฐกิจ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวของไทยจะได้ผลเพียงใดต่อไป (กระทรวงการต่างประเทศ, 2557)

2.7 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

เว็บไซต์ www.ctrip.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจีน ได้ระบุว่าประเทศไทย เกาะเชจู และเกาะบาหลิ เป็นจุดท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่ได้รับคามนิยมมากที่สุดสำหรับการเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีน โดยที่ไม่ต้องขอวีซ่าหรือที่ชาวจีนสามารถขอรับการตรวจลงตรา ณ ช่องทางอนุญาตของด่านตรวจคนเข้าเมือง (Visa on arrival) ปัจจุบัน มี 49 ประเทศ/ภูมิภาคที่ชาวจีนไม่ต้องขอวีซ่าหรือสามารถขอ Visa on arrival ได้ โดยส่วนใหญ่เป็นประเทศท่องเที่ยว จากการสำรวจ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากเซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง เทียนจิน กว่างโจว หางโจว เซินเจิ้น ฉิงตูหนานจิง อุฮั่น และเฉิงเหมิน โดยร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 24 – 34 และร้อยละ 30

มีอายุระหว่าง 35- 45 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายที่ประเทศไทยเฉลี่ยต่อหัวกว่า 3,000 หยวน ที่เกาะเชจูกว่า 4,000 หยวน ประเทศมัลดีฟส์และประเทศมอริเชียสกว่า 10,000 หยวน และสำหรับประเทศเซเชลส์สูงถึง 20,000 กว่าหยวน สิ่งที่น่าสนใจคือ นอกจากประเทศดังกล่าวจะมีข้อได้เปรียบในการยกเว้นวีซ่าแล้ว จุดท่องเที่ยวที่มีสายการบินที่บินตรงจากเมืองใหญ่ของจีนก็จะได้รับความนิยมเป็นพิเศษ ในปี 2557 ทางการบิน คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 100 ล้านคน และร้อยละ 70 จะท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยไม่ผ่านบริษัททัวร์ ซึ่งประเทศต่าง ๆ ก็เริ่มผ่อนปรนข้อจำกัดด้าน การขอวีซ่าของนักท่องเที่ยวจีนแล้ว ในส่วนของไทย ก็คงจะต้องแข่งกับอีกหลายประเทศและจะต้องหาวิธีดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้มา เที่ยวไทยแล้วกลับมาใหม่อีกครั้ง (ศูนย์ข้อมูลเพื่อการธุรกิจจีน, 2557)

Ctrip ได้ร่วมมือกับวงการท่องเที่ยวไทยจัดโปร โมชันครั้งใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวจีนเพื่อหวังช่วยฟื้นตลาดนักท่องเที่ยวจีนในระหว่างวันที่ 9 ส.ค. – 8 พ.ย. 2557 การจัด โปร โมชัน ในครั้งนี้ เว็บไซต์ Ctrip ได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบริษัทท่องเที่ยวไทยหลายแห่ง โดยโปร โมชัน ในช่วงแรกนี้จะ มีระยะเวลา 2 เดือน ครอบคลุม 34 เมืองในจีน โดยเว็บไซต์ Ctrip ได้จัดแพ็คเกจทัวร์เที่ยวไทยด้วยตนเองที่มีราคาเฉลี่ยต่ำกว่าราคาตามตลาดถึงครึ่งหนึ่ง โดยจะมีการจัดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ทั้งนี้ บริษัทท่องเที่ยวหลายรายมีความเห็นว่า การยกเว้นค่าวีซ่าครั้งนี้จะเป็นโอกาสสำคัญที่จะฟื้นฟูตลาดการท่องเที่ยวของไทย โดยบริษัทท่องเที่ยวจีนบางรายได้เพิ่มการจองห้องใน โรงแรมของไทยสำหรับการท่องเที่ยวในครึ่งปีหลังแล้ว รวมทั้งยังได้จัดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีราคาถูกและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ในขณะที่บริษัทท่องเที่ยวบางรายได้ให้ความเห็นว่า ปัจจัยที่จะสามารถกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวของไทยได้นั้นคือความมั่นคงทางการเมืองของไทยเสียมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากค่าวีซ่าคิดเป็นเพียงส่วนน้อยของค่าแพ็คเกจท่องเที่ยว ดังนั้นหากสามารถปรับนโยบายโดยเปลี่ยนให้เป็นการยกเว้นวีซ่าแทน น่าจะช่วยเหลือกระตุ้นให้ชาวจีนไปเที่ยวประเทศไทยได้มากกว่านโยบายเดิมซึ่งเป็นการยกเว้นค่าวีซ่าโดยบุคคลในวงการท่องเที่ยวหลายคนได้ให้ความเห็นว่า การยกเว้นค่าวีซ่านอกจากจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนแล้วยังเป็นแรงกระตุ้นใหม่ ๆ ในการฟื้นฟูตลาดการท่องเที่ยวของไทยอีกด้วย (ศูนย์ข้อมูลเพื่อการธุรกิจจีน, 2557)

ผู้ฟู VS เอือมระอา ได้หรือเสีย ทัวร์ จีนแท้เที่ยวเชียงใหม่

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 19 ก.พ. 2558 05:30



ภาพที่ 23 แสดงพาดหัวข่าวไทยรัฐออนไลน์

ที่มา : <http://www.thairath.co.th/content/482077> (19 ก.พ.2558)

กระแสจากหนังเรื่อง "Lost In ThaiLand" ที่ใช้ไทยเป็นสถานที่ถ่ายทำ ออกฉายเมื่อหลายปีก่อน จากนั้นกระแสตามรอยหนังของชาวจีนก็เริ่มขึ้น กรุ๊ปทัวร์จีนแท้แห่เหินเชียงใหม่ไม่ขาดสาย ข้อดีของการย้อนรอยหนัง ทำให้เม็ดเงินไหลเข้าประเทศจำนวนมาก แต่ก็ได้สร้างความไม่พอใจให้กับชาวไทย ที่นักท่องเที่ยวชาวจีน แสดงพฤติกรรม อาบน้ำที่น้ำพุ ถ่ายลงคุณคลอง ทั้งขวางขยะลงพื้นที่ต่างๆ ฯลฯ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้อาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ เจ้าของวัดร่องขุน ก็เคยประกาศแบนนักท่องเที่ยวจีนครึ่งวันมาแล้ว เพราะทิ้งกระดาษชำระที่ใช้แล้วลงในถังน้ำ โดยมีอุจจาระเประเปื้อน นอกจากนี้ล่าสุดที่บ้านคำ อ.ถวัลย์ ดัชนี ศิลปินแห่งชาติ นักเที่ยวจีนยังทำประติมากรรมเสียหายอีกด้วย นายวิสูตร บัวชุม ผอ.ททท. สำนักงานเชียงใหม่กล่าวว่า คนที่มาเที่ยวเชียงใหม่ร้อยละ 60 ยังเป็นชาวไทย ส่วนต่างชาติ ประมาณร้อยละ 40 เดิมมากที่สุดเป็นชาวยุโรป แต่ปัจจุบันเป็นกลุ่มชาวจีน ซึ่งปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวจีนมาเที่ยวเชียงใหม่กว่า 4 แสนคน จากทั้งหมด 2.2 ล้านคน โดยใช้เงินเฉลี่ยหัวละ 3,200 ซึ่งปัญหาที่ตามมาคือ อันดับ 1 คือ การส่งเสียงดัง และการเข้าสถานการศึกษาเช่นที่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จึงได้มีการพิมพ์คู่มือไปให้ต้นทางกงสุลไทยที่เมืองจีน มีการจัดระบบแล้วก็ดีขึ้น พยายามประชาสัมพันธ์ให้ทราบ รวมถึงกฏระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประเทศจีน

บริษัท ซี.เอส.เอ็น. แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด (2551) ทำการศึกษาเรื่อง “โครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประเทศจีน” นำเสนอให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของประเทศจีนถือว่าเป็นหนึ่งในหลายๆประเทศที่มีคนเดินทางออกนอกประเทศมากที่สุด เนื่องจากจำนวนประชากรที่มากทั้งในปัจจุบันขึ้นตอนต่างๆในการขอวีซ่าออกนอกประเทศทำได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ทำให้เกิดการเติบโตอย่างมากในตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การเติบโตที่ต่อเนื่องนี้เอง ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการเดินทางจากการท่องเที่ยวแบบกลุ่มคณะ กลายเป็นการท่องเที่ยวแบบอิสระมากขึ้น นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ยังคงจองโรงแรม/ที่พักล่วงหน้า จะมีส่วนน้อยที่ทำการจองเมื่อมาถึง โดยโรงแรม/ที่พักที่ได้รับความนิยมจะเป็นประเภท 4 ดาว แต่หากเป็นบริษัทนำเที่ยวจะเป็นประเภท 3 ดาว สำหรับการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวขึ้น จะให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ของประเทศ จุดท่องเที่ยว และการบริการมากที่สุด ในส่วนของจุดท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว ประเทศไทยมีบทบาทที่ดี ทั้งในเรื่องของราคา ความสะอาด หรือความหลากหลาย ส่งผลให้ประเทศไทยมีจุดเด่น แต่ควรที่จะเพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารของผู้คน เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่าความสามารถในการติดต่อสื่อสารของคนไทยนั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร

2.8.2 การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์

ไพรัตน์ สุระศิริานนท์ (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกร้านอาหาร โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยของเวลาที่ใช้ในการเดินทางมากที่สุด โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาคือ เซี่ยงไฮ้ และปักกิ่ง รวมกันกว่าร้อยละ 71 โดยที่ผู้อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ มักมีวิถีการดำรงชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้นึกถึงปัจจัยด้านเวลาในการเดินทางมากที่สุด ปัจจัยรองลงมาคือในด้านคำแนะนำจากเว็บไซต์ หรือจากเพื่อนฝูง ซึ่งมาจากความเป็นโลกาภิวัตน์ของโลกที่ทำให้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องที่ง่าย นอกจากนั้นผู้ที่ทำการแนะนำร้านอาหารในเว็บไซต์ย่อมมีความคิดที่มาจากความเป็นชาติเดียวกัน ทำให้เห็นถึงความเป็นชาตินิยมของชาวจีน

2.8.3 นักท่องเที่ยวจีนกำลังซื้อสำคัญของโลก

ฝ่ายวิจัยธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “นักท่องเที่ยวจีนกำลังซื้อสำคัญของโลก” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในฐานะนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับต้นๆ ประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ ประการแรก จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด มากจนแซงหน้ามาเลเซียที่ครองสัดส่วนสูงสุดมาตลอด 10 ปี อีกทั้งยังสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับประเทศไทย ทั้งนี้เป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมา ระดับรายได้ที่เพิ่มขึ้นตลอดจนการผ่อนคลายนโยบายควบคุมนักท่องเที่ยวของรัฐบาลจีนที่ทำให้การขอหนังสือเดินทาง หรือการนำเงินออกนอกประเทศได้มากขึ้น ประการต่อมา นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายสูงในการเดินทางแต่ละครั้ง ซึ่งเฉลี่ยติดอันดับที่ 3 ของโลกรองจากซาอุดีอาระเบียและออสเตรเลีย ธรรมชาติหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนพบว่า นักท่องเที่ยวจีนมักเลือกเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวหรือคณะทัวร์ เนื่องจากสะดวกและรู้สึกปลอดภัยมากกว่ามาเอง และนักท่องเที่ยวจีนจะใช้จ่ายในกิจกรรมท่องเที่ยวมาก เช่น การช้อปปิ้ง ด้วยลักษณะนิสัยของชาวจีนที่ชอบซื้อของฝากครอบครัว มิตรสหาย อีกทั้งสินค้าในประเทศไทยมีมูลค่าถูกกว่าสินค้าในจีน ถึงแม้จะเป็นชนิดเดียวกัน เนื่องจากมีการเก็บภาษีที่น้อยกว่า หรือปลอดภาษีมากกว่า ปัจจัยสำคัญอีกอย่างที่ทำให้ชาวจีนมีการใช้จ่ายที่สูง คือ ระบบอินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มักได้รับแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวจากสื่อ และขั้นตอนวิธีการในการจองที่พักและการเดินทางก็สะดวก โดยสามารถกระทำได้จากอินเทอร์เน็ตทั้งหมด ซึ่งจากที่กล่าวมาปัจจัยทั้งหลายล้วนเป็นแรงหนุนให้ชาวจีนมีบทบาทในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เนื่องด้วยอัตราของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งสามารถทำลายสถิติแซงหน้านักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เคยครองอันดับสูงสุดตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 นำขึ้นมาเป็นอันดับที่หนึ่งในปัจจุบัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเติบโตมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเที่ยวเลือกเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวของประเทศจีนมากกว่าเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งมาจากปัจจัยหลายๆประการ ทั้งในเรื่องของภาษาและวัฒนธรรมที่ไม่คุ้นเคย การเลือกมากับบริษัทนำเที่ยวจึงเป็นทางเลือกที่สะดวกที่สุด และโดยพื้นฐานลักษณะนิสัยของชาวจีนแล้ว ที่ส่วนใหญ่ใช้วิธีการดำเนิน

ชีวิตที่เรียบง่ายไม่เน้นความหรูหรา แต่เน้นความคุ้มค่าคุ้มราคา จึงเกิดเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะทำการวิจัย ในการเลือกสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน แพ้คเคจนำเที่ยวในระดับราคาต่างๆ และคุณภาพที่ได้รับ รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากชาวจีน ซึ่งประเด็นในการศึกษาของวิจัยเล่มนี้มุ่งสำรวจจากสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และจังหวัดเชียงใหม่ ขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา โดยทำการหาข้อมูลและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อสำหรับทำการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการศึกษาและดำเนินงาน

การศึกษาและวิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในขอบเขตการศึกษา 3 เส้นทาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ แบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล
2. วิธีการดำเนินงาน
3. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล
4. เครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

1.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.2 ใช้ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (Situation Analysis) เช่น กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ข้อมูลเรื่องธุรกิจนำเที่ยวบริษัทนำเที่ยวของจีน งานวิจัย สารนิพนธ์ และสื่อออนไลน์

2. วิธีการดำเนินงาน

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมมาเป็นฐานกระบวนการคิดในการศึกษาและสัมภาษณ์เส้นทางการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยตรง โดยจะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในกรณีศึกษา ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน สัมภาษณ์ถึงวิธีการท่องเที่ยว เก็บข้อมูลเรื่องราคาแพ็คเกจทัวร์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จะเสนอในรูปแบบของตาราง แผนภูมิ และสถิติเชิงพรรณนาต่อไป

2.1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

2.1.1 การวิจัยเอกสาร : ศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานข้อมูลด้านวิชาการ และข้อมูลสถิติ จากสื่อสิ่งพิมพ์ วารสาร และเอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ

2.1.2 การทบทวนวรรณกรรม (Documentary Review) รวบรวมแนวคิดทฤษฎี คำรา วิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ

2.1.3 รวบรวมฐานข้อมูล (Database) สินค้า/บริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เบื้องต้นจาก แหล่งข้อมูลทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา ฯลฯ

2.2 การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2.2.1 การสำรวจภาคสนาม (Field Survey)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และครอบคลุมขอบเขตการศึกษา จึงกำหนดวิธีการสำรวจ ภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face to Face Interview) เพื่อให้ได้ผลการศึกษาจาก นักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างแท้จริง ขอบเขตกรณีศึกษา 3 เส้นทาง การท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา) จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะสัมภาษณ์ประเด็นสำคัญที่ ครอบคลุมในรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

เส้นทาง/แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมที่เสนอขายในปัจจุบัน

พฤติกรรม การซื้อแพ็คเกจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

รูปแบบรายการนำเที่ยวที่ได้รับความนิยม

3. วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการศึกษารูปแบบเส้นทาง การท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในเส้นทางกรณีศึกษา โดยการนำข้อมูลจากเว็บไซต์ในเรื่องราคาและสถานที่ท่องเที่ยวที่ ทางบริษัทนำเที่ยวจีนจัดขึ้น เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ในแต่ละแพ็คเกจทัวร์ต่างๆ

3.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) นำผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และ ข้อมูลปฐมภูมิ ทั้งแนวความคิดและมุมมองที่ได้จากการสัมภาษณ์มาเป็นพื้นฐาน ในการวิเคราะห์

อย่างองค์รวม (Holistic View) ด้วยการบรรยายเชิงพรรณนา ประกอบผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามหลักวิชาการ โดยแสดงในรูปตาราง กราฟ แผนภาพ แผนภูมิ

4. เครื่องมือหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 บทสัมภาษณ์

เพื่อการสำรวจ พฤติกรรมการซื้อแพ็คเกจน้ำเที่ยว เส้นทาง การท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

4.2 แผนที่การท่องเที่ยว

ใช้ในการบอกสถานที่ พักแรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการหาเป้าหมายเพื่อกลุ่มสัมภาษณ์

4.2.1 กรุงเทพมหานคร

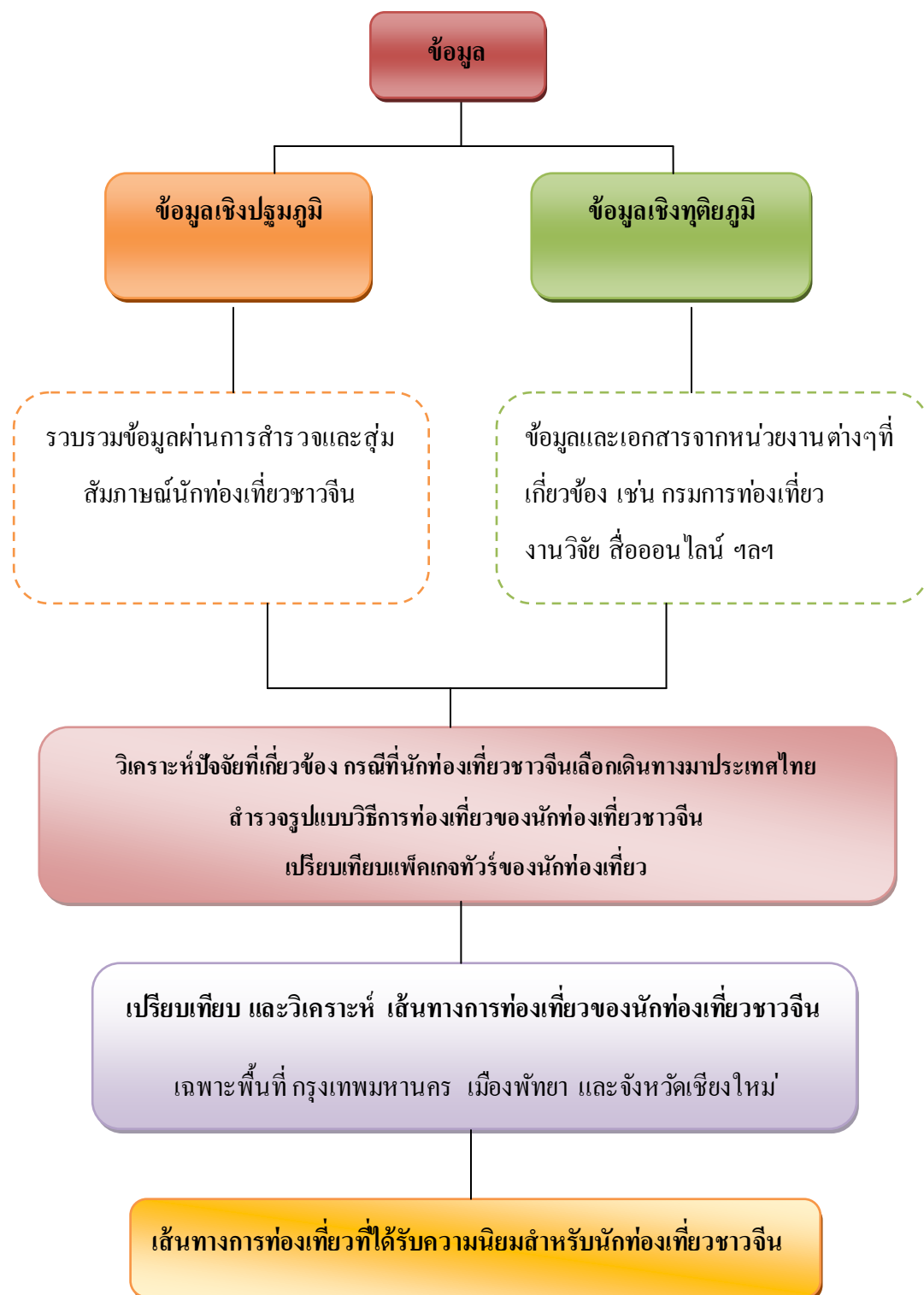
4.2.2 เมืองพัทยา

4.2.3 จังหวัดเชียงใหม่

4.3 การนำเสนอ

4.3.1 ตาราง

4.3.2 แผนภูมิ



ภาพที่ 24 แสดงระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการดำเนินงาน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4. วิเคราะห์ เปรียบเทียบ เส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงรูปแบบ การท่องเที่ยว และปัจจัยต่างๆที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษา เส้นทางกรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดเชียงใหม่

4.1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการสำรวจรูปแบบสอบถาม จำนวน 30 ตัวอย่าง พื้นที่กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดเชียงใหม่พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยว แบบหมู่คณะ โดยซื้อแพ็คเกจนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวที่จีน ผลการสำรวจรูปแบบสอบถาม พบว่า การมาท่องเที่ยวแบบหมู่คณะนี้ สามารถท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวกสบาย มีมีคฤเทศก์คอยให้ คำแนะนำปลอบความช่วยเหลือในการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ มีบริการรถบัสโดยสาร รับ-ส่ง อีกทั้งยังมีอาหารจัดรองรับ จัดปัญหาทางด้านภาษาและการติดต่อสื่อสาร ได้โดยง่าย

4.1.1 ระยะเวลาในการท่องเที่ยว

จากการศึกษาจากตัวอย่าง โปรแกรมนำเที่ยวของกลุ่มบริษัท จำนวน 40 ตัวอย่าง และจาก การสุ่มสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวเส้นทาง กรุงเทพฯ – จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา) แต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว ใช้ระยะเวลา 5-6 วัน มากที่สุด

4.1.2 กิจกรรมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มบริษัทนำเที่ยวจีน จำนวน 40 ตัวอย่าง แพ็คเกจนำเที่ยวของบริษัทจีน พบว่าแพ็คเกจนำเที่ยวของบริษัทจีนส่วนใหญ่ ที่นำเที่ยวเส้นทาง กรุงเทพฯ – พัทยา ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา 6 วัน กิจกรรมตารางนำเที่ยวโดยสรุปดังตารางที่ 4.1 ซึ่ง ไม่ต่างกันนักในแต่ละอัตราราคาของแพ็คเกจทัวร์นำเที่ยว โดยวันแรก เป็นวันที่เดินทางสู่ประเทศไทย พักผ่อนตามอสังหาริมทรัพย์ที่โรงแรมที่พัก เพื่อผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการเดินทาง และเริ่มท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในวันที่สอง สถานที่แรกคือวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) พระบรมมหาราชวัง ล่องเรือชมวิวน้ำและวิถีชาวบ้านริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำสายสำคัญของ

ประเทศไทย และเข้ารับประทานอาหารกลางวัน ณ โรงแรมไบฮกสกาย ชั้น 76 ช่วงค่ำชมโชว์การแสดงชุดต่างๆตามที่ระบุไว้เช่น การแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง การแสดงโชว์อนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นต้น จากนั้นกลับโรงแรมที่พัก วันที่สามนำเที่ยวฟาร์มจระเข้ ชมโชว์การแสดงจระเข้ และเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนชอบสินค้าที่ทำจากหนังจระเข้มาก จากนั้นไปยังหมู่บ้านช้าง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนชอบช้างมาก กิจกรรมขี่ช้างจึงถือเป็นไฮไลท์ของแพ็คเกจนี้ด้วย วันที่สี่เดินทางมุ่งสู่จังหวัดชลบุรี เที่ยวชมสถานที่ต่างๆ เช่น วัดญาณฯ วิหารเซียน ถ่ายรูปกับดอกไม้บานาพันธุ์สวนนงนุช ชมภาพพระพุทธรูปสลักบนภูเขาวัดเขาชีจรรย์ และเดินทางไปพักโรงแรมบริเวณเมืองพัทยาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมสิ่นตอนกลางคืนที่ถนนวอล์ก สตรีท วันที่ห้า ข้ามเรือไปเกาะล้าน รับประทานอาหารทะเลสดๆ พักผ่อนริมหาดตามอัธยาศัย และเดินทางกลับฝั่งตอนเย็น วันสุดท้าย เดินทางกลับกรุงเทพฯ โดยแวะสักการะท้าวมหาพรหมเอราวัณ ต่อด้วยซื้อปิ้งสินค้าแบรนด์เนมที่คิงพาวเวอร์ และขึ้นเครื่องเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ตารางเวลา	กิจกรรม	ตารางเวลา	กิจกรรม
วันที่ 1	ออกเดินทางจากจีน ถึงกทม. พักผ่อนตามอัธยาศัยที่โรงแรม	วันที่ 4	เดินทางมุ่งสู่ จ.ชลบุรี เดินทางเที่ยวตลาดน้ำ, วัดญาณฯ, วัดเขาชีจรรย์, วิหารเซียน, สวนนงนุช ฯลฯ
วันที่ 2	เที่ยวชมวัดพระแก้ว และพระบรมมหาราชวัง ล่องเรือชมวิวดวงฝั่งเจ้าพระยา อาหารเช้ากลางวัน : บุฟเฟต์ตราคาร ตึกไบฮก ชั้น 76 ช่วงค่ำ ชมการแสดงโชว์คาบาเรต์ของสาวประเภทสอง	วันที่ 5	ออกเดินทางมุ่งสู่เกาะล้าน และพักผ่อนตามอัธยาศัย รับประทานอาหารทะเลที่เกาะ
วันที่ 3	พาทำกิจกรรม เช่น เที่ยวชมฟาร์มจระเข้ ชมการแสดงโชว์จระเข้ เที่ยวชมหมู่บ้านช้าง ชี่ช้าง ฯลฯ	วันที่ 6	เดินทางกลับกทม. พาสักการะท้าวมหาพรหม และซื้อปิ้ง kingpower ก่อนเดินทางกลับประเทศจีน

ตารางที่ 4.1 แสดงตัวอย่างเส้นทางพานำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวจีน

ที่มา : <http://gz.tuniu.com/tours>

4.1.2 สถานที่พัก ใช้เกณฑ์ราคาของแพ็คเกจการท่องเที่ยว จำนวนไว้ 3 ประเภท เริ่มจากโรงแรมที่
พักตลอดระยะเวลาที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา ดังนี้

1) เกณฑ์ราคาที่ 1,000 – 2,000 หยวน หรือ 5,000 – 10,000 บาท โดยประมาณ

กรณีศึกษา กรุงเทพฯ – จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)

ชื่อที่พัก ราคา (หยวน)	สถานที่พัก กรุงเทพฯ ฯ					สถานที่พัก จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)				
	Rama Garden	Eastin Hotel makkasan	Luxor	Novotel Impact	Richmond	Boutique Hotel Pattaya	Kasarong resort	Jomtiem plam beach	Ramanya Resort	Chol chan
1,199	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-
1,431	●	●	-	●	●	-	●	-	●	●
1,433	●	●	-	●	-	-	-	-	●	●
1,619	-	-	●	-	-	●	-	●	-	-
1,641	-	-	●	-	-	●	-	●	-	●
1,643	-	-	●	-	-	●	-	-	●	●
1,719	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1,899	-	●	-	-	-	-	●	-	●	●
1,927	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1,973	-	-	-	-	-	●	-	-	-	-

ตารางที่ 4.2 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวเกณฑ์ราคา 5,000 – 10,000 บาท

ที่มา : ผลการสำรวจตัวอย่างแพ็คเกจนำเที่ยว จำนวน 10 ตัวอย่าง

<http://gz.tuniu.com/tours>

2) เกณฑ์ราคาที่ 2,001 – 3,000 หยวน หรือ 10,000 – 15,000 บาท โดยประมาณ

กรณีศึกษา กรุงเทพฯ – จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)

ชื่อที่พัก ราคา (หยวน)	สถานที่พัก กรุงเทพฯ ๑					สถานที่พัก จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)				
	Town in Town	Amari Donmuang	Cinnamon	Sofitel Bangkok sukhumvit	The Royal city	LK crystal Place	Montien pattaya	Jomtien Thani	Aiyara Grand	The residence Pattaya
2009	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2131	-	-	-	●	-	-	-	●	-	-
2159	●	-	-	-	●	-	-	-	-	-
2274	-	-	●	-	-	-	-	-	●	●
2499	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2529	-	●	-	-	-	-	-	●	●	-
2699	-	●	●	-	-	-	-	-	-	-
2828	-	-	●	-	-	●	-	-	-	-
2857	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2873	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.3 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจเที่ยวทะเลที่รวมเกณฑ์ราคา 10,001 – 15,000 บาท

ที่มา : ผลการสำรวจตัวอย่างแพ็คเกจเที่ยวทะเล จำนวน 10 ตัวอย่าง

<http://gz.tuniu.com/tours>

3) เกณฑ์ราคาตั้งแต่ 3,001 หยวน ขึ้นไป หรือ 15,001 บาท ขึ้นไป

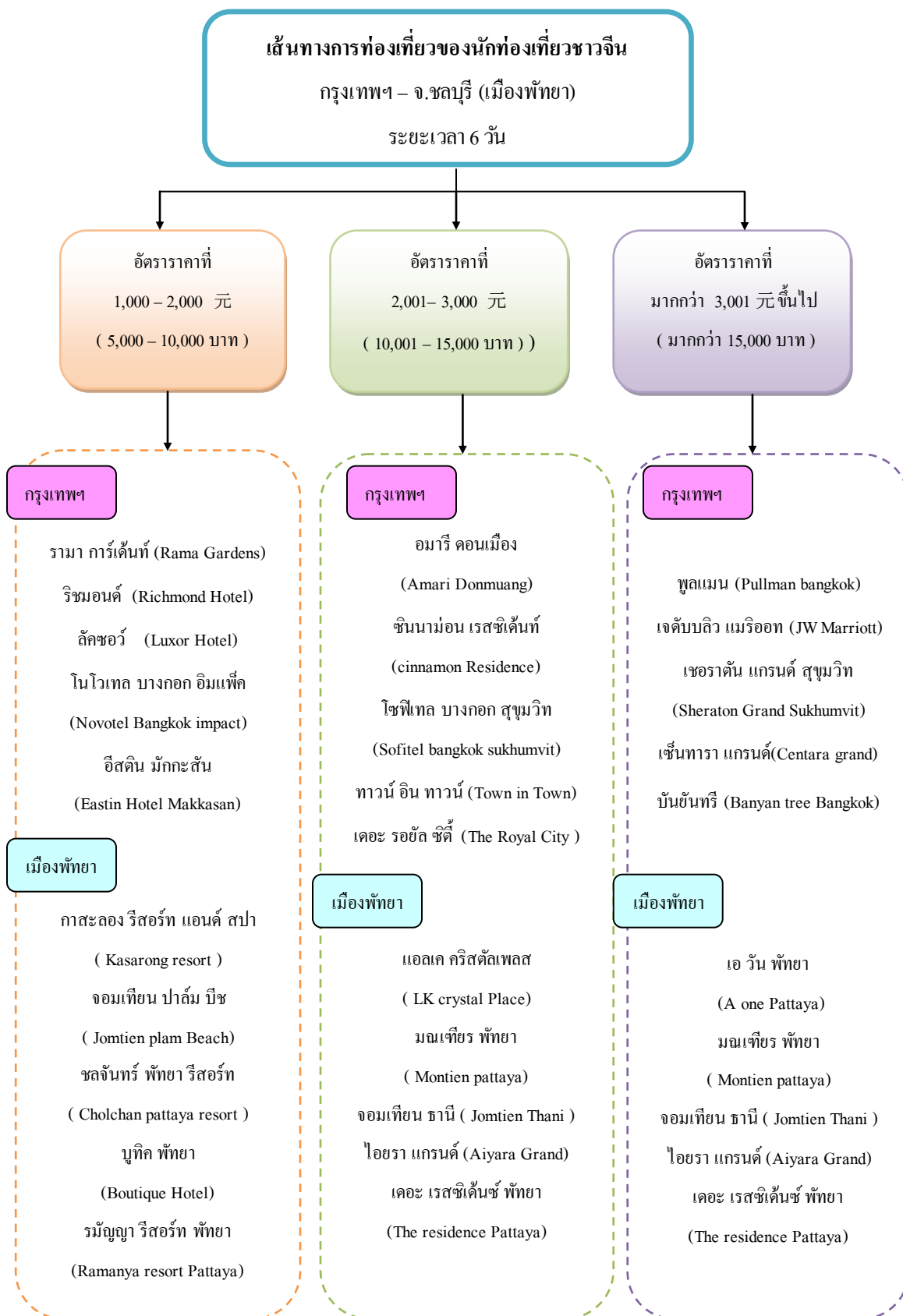
กรณีศึกษา กรุงเทพฯ – จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)

ชื่อที่พัก	สถานที่พัก กรุงเทพฯ ๑					สถานที่พัก จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)				
	Pullman bangkok	JW Marriott	Sheraton Grand Sukhumvit	Centara grand	Banyan tree Bangkok	A-One Pattaya	Montien pattaya	Jomtien Thani	Aiyara Grand	The residence Pattaya
ราคา (หยวน)										
3,060	-	-	-	●	-	-	-	●	●	-
3,079	-	-	-	●	-	●	-	-	-	-
3,099	-	●	-	-	-	●	-	-	-	-
3,274	-	-	-	●	-	-	●	-	-	●
3,669	-	-	-	-	●	-	-	●	●	-
4,164	-	●	-	-	-	●	-	-	-	●
4,496	-	-	-	-	●	-	-	-	●	-
4,653	●	●	●	-	-	-	●	-	-	-
4,888	-	-	-	-	●	-	-	-	●	-
5,023	●	●	●	-	-	-	-	●	●	-

ตารางที่ 4.4 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวเกณฑ์ราคาตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป

ที่มา : ผลการสำรวจตัวอย่างแพ็คเกจนำเที่ยว จำนวน 10 ตัวอย่าง

<http://gz.tuniu.com/tours>



ภาพที่ 25 แสดงภาพรวมที่พักในแต่ละอัตราค่าของโปรแกรมนำเที่ยว



ภาพที่ 26 แสดงกิจกรรมโดยสังเขปของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษา กรุงเทพฯ-จ.ชลบุรี

- 4) แสดงตัวอย่างราคาแพ็คเกจนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่' จำนวน 10 ตัวอย่าง
กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่'

ชื่อที่พัก ราคา (หยวน)	Khumphaya Resort & spa	Chiangmai Orchid	Shangri-la chiangmai	Khum Phucome	Amora Thapae
1,724				●	
2,606				●	
4,138					●
4,487		●			
4,730	●			●	
4,798	●			●	
5,150			●		
5,406					●
5,730		●			
5,932		●	●		

ตารางที่ 4.5 แสดงสถานที่พัก 5 อันดับของแพ็คเกจนำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่'

ที่มา : ผลการสำรวจตัวอย่างแพ็คเกจนำเที่ยว จำนวน 10 ตัวอย่าง

<http://gz.tuniu.com/tours>

กิจกรรม

วันแรก ประเทศจีน → จังหวัดเชียงใหม่

เมื่อเดินทางถึงโรงแรม รับประทานอาหารเย็น และพักผ่อนตามอัธยาศัย

วันที่ 2 ขึ้นคอยสุเทพ - คอยปุย เยี่ยมชมหมู่บ้านม้ง

เดินทางไปสันกำแพง บ่อสร้าง น้ำพุร้อนสันกำแพง

เยี่ยมชมหมู่บ้านหัตถกรรม และเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง

แวะเดินตลาดวโรรส ช่วงเย็นใกล้ค่ำเดินเที่ยวไนท์ซาฟารี/ถนนคนเดิน



วันที่ 3 ขึ้นคอยอินทนนท์ชมวิวดูจุดสูงสุดแดนสยาม

พักผ่อนที่น้ำตกวชิรธาร เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดม้ง



วันที่ 4 เดินทางไปสู่อำเภอเชียงราย ตามรอยภาพยนตร์

ที่โด่งดังจากประเทศจีน เรื่อง lost in Thailand

ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยเลือกเดินทางมาประเทศไทย

เนื่องจากอยากเข้าชมวัดนี้ ต่อด้วยเดินเที่ยวชมสามเหลี่ยมทองคำ



วันที่ 5 เดินทางกลับเชียงใหม่ ทำกิจกรรม ชีซ้าง ณ ปางช้างแม่สา

ชมโชว์การแสดงต่างๆของช้าง เดินทางไปต่อที่คุ่มเสือ ถ่ายรูปและ

เล่นกับเสือดาวใหญ่แบบใกล้ชิด



วันสุดท้าย → เดินทางกลับ ประเทศจีน



4.2 ปัจจัยต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

โดยศึกษาจากแบบสอบถามที่ลงพื้นที่สอบถามนักท่องเที่ยว จากการสุ่มสำรวจแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่าง ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งแรกให้คะแนนความพึงพอใจในด้านต่างๆ โดยสรุปได้ดังตาราง 4.6 แสดงผลสำรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มสัมภาษณ์	เป็นครั้งแรกที่มาประเทศไทย	ระยะเวลาท่องเที่ยว	ลำดับการให้คะแนนความพึงพอใจต่อประเทศไทย																	
			สถานที่ท่องเที่ยว					การบริการ อธิยาศีย์ ผู้คนท้องถิ่น					ด้านค่าใช้จ่าย							
			5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1			
ญ (30)	✓	6	#						#						#					
ช (39)	✓	6		#						#						#				
ญ (58)	✓	6	#						#						#					
ญ (30)	✓	6			#				#							#				
ช (35)	✓	6	#						#						#					
ช (29)	✓	6	#						#						#					
ญ (60)	✓	6	#						#						#					
ญ (22)	✓	6	#						#						#					
ญ (51)	✓	6	#						#						#					
ช (60)	✓	6			#					#						#				
ญ (47)	✓	6	#						#						#					
ญ (22)	✓	6		#						#					#					
ญ (50)	✓	6	#						#						#					
ญ (49)	✓	6		#						#						#				
ญ (38)	✓	6		#						#						#				
ญ (51)	✓	6	#						#						#					
ญ (51)	✓	6		#						#							#			
ญ (24)	✓	6		#						#						#				
ช (60)	✓	6			#						#				#					
ญ (52)	✓	6	#						#						#					
ช (56)	✓	6	#						#						#					
ญ (50)	✓	6		#						#						#				

ช (61)	✓	6	#				#						#				
ญ (28)	✓	6	#				#						#				
ญ (27)	✓	6	#				#					#					
ญ (61)	✓	6	#				#						#				
ญ (50)	✓	6	#				#						#				
ช (39)	✓	6	#				#					#					
ช (43)	✓	6	#				#						#				
ช (50)	✓	6	#				#						#				
รวมทั้งหมด 30 คน			15	12	3	-	-	22	7	1	-	-	15	9	6	-	-

ตารางที่ 4.6 แสดงผลสำรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

จำนวน 30 ตัวอย่าง

โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านการให้บริการ และอัธยาศัยไมตรีของผู้คนในท้องถิ่นนั้นๆ จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเป็นรายบุคคล หลายเสียงให้ความเห็นตรงกันว่าประทับใจในอัธยาศัยของคนไทย อี้มแอ้ม อ่อนน้อมและดูแลเป็นมิตร ทำให้การท่องเที่ยวของพวกเขาอบอุ่น และรู้สึกได้ถึงความปลอดภัย ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว และค่าใช้จ่าย การให้คะแนนความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก นักท่องเที่ยวชาวจีนหลายคนให้สัมภาษณ์ว่า รู้สึกตื่นเต้นและประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย นอกจากนี้จะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแล้ว บางแห่งก็มีความผสมผสานความเป็นจีนเข้าไว้ด้วยกัน เวลาเห็นสถาปัตยกรรมแบบนั้น ทำให้รู้สึกเหมือนมีความผูกพันและอบอุ่น ส่วนปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ไม่มีปัญหาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากค่าเงินหยวนสูงกว่า ทำให้จับจ่ายใช้จ่ายแบบคล่องมือและเต็มที่ สำหรับการช้อปปิ้งในประเทศไทย

แบบสอบถาม กลุ่มอายุ 20-40 ปี	กิจกรรมที่ชื่นชอบ					แบบสอบถาม กลุ่มอายุ 41-70 ปี	กิจกรรมที่ชื่นชอบ						
	จีซ่า	คนแดนไทย	ชมวัดวาอาราม	ชาวหาดบันเท็ง	สีสันเมืองพัทยา		ประเพณีของสงกรานต์	การแสดงสาวประเพณี	จีซ่า	คนแดนไทย	ชมวัดวาอาราม	ชาวหาดบันเท็ง	สีสันเมืองพัทยา
ญ (30)	#	#		#	#	ญ (58)		#	#				
ช (39)	#	#	#		#	ญ (60)		#	#				
ญ (22)	#			#	#	ญ (51)		#					#
ญ (30)	#	#		#		ช (60)			#				
ช (35)			#	#	#	ญ (47)	#	#	#				
ช (29)	#	#		#	#	ญ (51)		#	#				#
ญ (38)		#	#		#	ญ (50)	#	#					
ญ (22)	#			#	#	ญ (49)		#	#				
ญ (24)	#	#		#	#	ญ (52)		#					#
ญ (28)	#			#		ญ (51)		#	#				
ญ (27)		#		#	#	ช (56)			#				#
ช (39)				#	#	ช (50)	#	#			#		
รวม	8	7	3	10	10	ช (60)					#		#
						ญ (50)		#	#				
						ช (61)		#	#				#
						ญ (61)		#	#				#
						ญ (50)		#	#				
						ช (43)	#		#				
						รวม	4	14	13	3			7

ตารางที่ 4.7 แสดงปัจจัยการท่องเที่ยวผ่านการเลือกกิจกรรมที่ชื่นชอบ

จากการสุ่มแบบสอบถาม แบ่งประเภทได้เป็น 2 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ช่วงอายุเป็นตัววัดผล กลุ่มแรก ช่วงอายุ 20-40 ปี กลุ่มนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยกลางคน ส่วนใหญ่ของบุคคลในกลุ่มนี้มีสถานะโสด การเลือกกิจกรรมที่ทำเป็นลักษณะของบันเทิง และตื่นเต้น โดยจากการสำรวจปัจจัยในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย กลุ่มนี้พุ่งเป้าหมายทางด้านความบันเทิง สีสนของเมืองพัทยา และโชว์สุดอลังการของสาวประเภทสอง ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจเป็นพิเศษ ส่วนกิจกรรมรองลงมา คือ จีซ่า นวดแผนไทย และชมวัดวาอาราม

กลุ่มที่สอง ช่วงอายุ 41-70 ปี เป็นกลุ่มของผู้ใหญ่ถึงผู้สูงอายุ ลักษณะการท่องเที่ยวเน้นการพักผ่อน หย่อนใจ ชอบท่องเที่ยวตามสถานที่สถาปัตยกรรมไทย วัฒนาอาราม และอาคารบ้านเรือนแบบไทย กิจกรรมที่ชื่นชอบเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มนี้ คือ การนวดแผนไทย หรือแผนโบราณ ซึ่งหลังเมื่อย่ำจากการท่องเที่ยว ได้มีโอกาสมานวดผ่อนคลาย ทำให้การนวดแผนไทยประทับใจในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้มาก

4.3 รูปแบบวิธีการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

รูปแบบวิธีการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่จะพบเห็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดซื้อทัวร์รายการนำเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวจะทำหน้าที่คอยจัดการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พักอาหาร และการนำเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆเป็นหมู่คณะ ด้วยรถนำเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้นำทาง และบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเยือนสถานที่เป็นครั้งแรก และยังไม่คุ้นเคยหรือไม่ได้ศึกษามาก่อน การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนรูปแบบพื้นฐานที่สุดคือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง คือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็น นักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ นักเดินทาง (travelers) จากการสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ เป็นประเภท นักท่องเที่ยว คือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวมาจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งในประเภทนี้ จะเป็นการมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ในขณะที่ส่วนน้อยจะเป็นประเภท นักเดินทาง คือ บุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง ซึ่งส่วนมากในประเภทนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อนหน้านี้

ซึ่งการศึกษาวិเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยศึกษาจากตัวอย่างแพ็คเกจท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ได้ผลสรุปดังตารางที่ 4.8 ซึ่งเป็นข้อมูลในเกณฑ์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

ตารางสรุปผล				
การวิเคราะห์ เปรียบเทียบของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน				
หัวข้อ	ผลการศึกษา			
ช่วงอายุ	41- 70 ปี			
อัตราราคา	5,000 – 6,000 หยวน หรือ 25,000 – 30,000 บาท			
โปรแกรมนำเที่ยว	กรุงเทพฯ – จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา)			
	ตารางเวลา	กิจกรรม	ตารางเวลา	กิจกรรม
	วันที่ 1	ออกเดินทางจากจีน ถึงกทม. พักผ่อนตามอรรถาศัยที่โรงแรม	วันที่ 4	เดินทางมุ่งสู่ จ.ชลบุรี เดินทางเที่ยว ตลาดน้ำ, วัดญาณฯ, วัดเขาชี จรรย์, วิหารเซียน, สวนนงนุช ฯลฯ
	วันที่ 2	เที่ยวชมวัดพระแก้ว และ พระบรมมหาราชวัง ล่องเรือชมวิวสองฝั่งเจ้าพระยา อาหารกลางวัน : บุฟเฟ่ต์ตราคาร ค็อก ไบหยก ชั้น 76 ช่วงค่ำ ชมการแสดงโชว์คาบาเร่ต์ของ สาวประเภทสอง	วันที่ 5	ออกเดินทางมุ่งสู่เกาะล้าน และ พักผ่อนตามอรรถาศัย รับประทานอาหารทะเลที่เกาะ
	วันที่ 3	ทำกิจกรรม เช่น เที่ยวชมฟาร์มจระเข้ ชมการแสดงโชว์จระเข้ เที่ยวชม หมู่บ้านช้าง ขี่ช้าง ฯลฯ	วันที่ 6	กลับกทม. พาสักการะท้าว มหาพรหม และช้อปปิ้ง kingpower ก่อนกลับประเทศจีน
สถานที่พัก	เขตกรุงเทพฯ เลือกลักษณะที่พัก โรงแรมระดับ 4 ดาว เขตเมืองพัทยา เลือกลักษณะที่พักแบบ โรงแรมรีสอร์ท			
ระยะเวลาการ ท่องเที่ยว	6 วัน			

ตารางที่ 4.8 แสดงผลสรุปการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน
จากผลสำรวจตัวอย่างแฟ้มเจอนำเที่ยวจำนวน 30 ตัวอย่าง และแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่าง

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ผลของการศึกษา วิเคราะห์และเปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยรวบรวมข้อมูลขั้นปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ผ่านการสำรวจและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งเอกสาร สื่อออนไลน์ต่าง เพื่อรวบรวมตัวอย่างแพ็คเกจนำเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยวรายใหญ่ของประเทศจีน จากตัวอย่างแบบสอบถาม 30 ตัวอย่าง สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มแรก ช่วงอายุ 20 – 40 ปี และ 41 – 70 ปี ซึ่งกลุ่มแรกเป็นกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยผู้ใหญ่ นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่มีสถานะ โสด ส่งผลให้ปัจจัยการเลือกท่องเที่ยวและ กิจกรรมที่ทำเป็นลักษณะของบันเทิง และตื่นเต้น ต่อมาเป็นกลุ่มของวัยกลางคนจนถึงผู้สูงอายุ กลุ่มนี้พบมากในคณะทัวร์ เนื่องจากมีความสะดวกสบายต่อการท่องเที่ยว ปัจจัยการเลือกท่องเที่ยว เป็นลักษณะของการพักผ่อน เรียบง่าย ชมวิวทิวทัศน์ และท่องเที่ยวแบบหมู่คณะเพื่อนฝูงชวนกันมา ส่วนมากเส้นทางการท่องเที่ยวคือ กรุงเทพฯ – จ.ชลบุรี (เมืองพัทยา) ระยะเวลาท่องเที่ยว 6 วัน ราคาต่อรายบุคคลโดยประมาณ 25,000 – 30,000 บาท สถานที่พักในเขตกรุงเทพฯ จะเลือกที่พักเป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ส่วนที่เมืองพัทยาลักษณะที่พักจะเป็นแบบ โรงแรมรีสอร์ท กิจกรรมนำเที่ยว โดยวันแรกจะเป็นวันที่เดินทางสู่ประเทศไทย และพักผ่อนตามอสังหาริมทรัพย์ที่โรงแรมที่พัก เพื่อผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการเดินทาง จะเริ่มท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในวันที่สอง สถานที่แรกคือวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) พระบรมมหาราชวัง ล่องเรือชมวิวและ วิถีชาวบ้านริมสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำสายสำคัญของประเทศไทย และเข้ารับประทานอาหารกลางวัน ณ โรงแรมไบฮอกสกาย ชั้น 76 ช่วงค่ำชมโชว์การแสดงชุดต่างๆตามทีระบุไว้ เช่น การแสดงโชว์ของสาวประเภทสอง การแสดงโชว์อนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นต้น จากนั้นกลับโรงแรมที่พัก วันที่สาม นำเที่ยวฟาร์มจะเข้าชมโชว์การแสดงจะเข้ และเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนชอบสินค้าที่ทำจากหนังจะเข้มาก จากนั้น ไปยังหมู่บ้านช้าง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนชอบช้างมาก กิจกรรมที่ช้างจึงถือเป็นไฮไลท์ของแพ็คเกจนำเที่ยว วันที่สี่ เดินทางมุ่งสู่จังหวัดชลบุรี เที่ยวชมสถานที่ต่างๆ เช่น วัดญาณฯ วิหารเซียน ถ่ายรูปกับดอกไม้ นานาพันธุ์สวนนงนุช ชมภาพ

พระพุทธรูปสลักบนภูเขาวัดเขาชีจรรย์ และเดินทางไปพักโรงแรมบริเวณเมืองพัทยา เพื่อให้
 นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวชมสี่สัปดาห์ตอนกลางคืนที่ถนนวอคกิ้ง สตรีท วันที่ห้า ข้ามเรือไปเกาะล้าน
 รับประทานอาหารทะเลสดๆ พักผ่อนริมหาดตามอัชฌาศัย และเดินทางกลับฝั่งตอนเย็น วันสุดท้าย
 เดินทางกลับกรุงเทพฯ โดยแวะสักการะทำวมหภาพรหมเระาวัณ ต่อด้วยซื้อปิ้งสินค้าแบรนด์เนม
 ที่คิงพาวเวอร์ และขึ้นเครื่องเดินทางกลับโดยสวัสดิภาพ

ปัญหาที่พบในการศึกษา

1. อุปสรรคในการเก็บแบบสอบถามเนื่องจากลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนมาก ไม่นิยม
 พูดกับคนแปลกหน้า ทำให้การขอสัมภาษณ์ค่อนข้างยาก
2. การนำเที่ยวในแต่ละสถานที่ ระยะเวลาค่อนข้างน้อยและเร่งรีบ ทำให้ไม่สะดวกต่อการสัมภาษณ์
 จึงต้องมีการวางแผนค่อนข้างรอบคอบ
3. ข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นภาษาจีน อีกทั้งยังเป็นศัพท์เฉพาะ ทำ
 ให้ผู้ศึกษาต้องใช้เวลาในการแปลข้อมูลค่อนข้างมาก

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. วิเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น และ เกาหลี
2. วิเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย
 กรณีศึกษา ท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวไทย

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์.(2542). “การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว”. กรุงเทพฯ :

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นันทิชา วรรณถนอม.(2552). “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา

น้ำฝน ธรรมแท้.(2553). “วิเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ กรณีศึกษา

จังหวัดเชียงใหม่”.สารนิพนธ์อักษรศาสตร์บัณฑิต สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา.(2548). “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย”.

กรุงเทพฯ : ซีพี บุ๊ค สแตนดาร์ด.

สาวิณี แก้วบุปผา.(2556). “รูปแบบพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน”.สารนิพนธ์

อักษรศาสตร์บัณฑิต สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภาษาต่างประเทศ

Cohen, E., (1972). “Towards a Sociology of International Tourism,” Social Research, 39, pp. 64- 82.

Perreault, W.D., Dorden, D.K., and Dordon, W.R., (1979). “A Psychological Classification of Vacation Life-styles,” Journal of Leisure Research, 9, pp. 208-24.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมการท่องเที่ยว.(2557). “สรุปสถานการณ์ชาวต่างชาติ”. เข้าถึงได้จาก:

<http://www.tourism.go.th/home/listcontent/11/222/91>. (23 พฤศจิกายน 2557).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2557). “นโยบายการบริหารราชการของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ประจำปี 2554”. เข้าถึงได้จาก :

http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=67 .(26 พฤศจิกายน 2557).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2554) “ยุทธศาสตร์ การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว”. เข้าถึงได้จาก :

http://intelligencecenter.tat.or.th/ewt_dl_link.php?nid=24 . (17 มิถุนายน 2554).

- กระทรวงการต่างประเทศ. “การยกเว้นค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราให้แก่นักท่องเที่ยวที่ถือหนังสือเดินทางจีนและหนังสือเดินทางจีนไทเป”. (2557). เข้าถึงได้จาก : <https://www.facebook.com/ThaiMFA/posts/817424191630924>. (30 พฤศจิกายน 2557).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2557). “ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงตลาด”. เข้าถึงได้จาก : http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=163&filename. (1 ธันวาคม 2557)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2557). “สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม”. เข้าถึงได้จาก : <http://thai.tourismthailand.org/home>. (27 พฤศจิกายน 2557).
- ชวัลนุช อุทยาน.(2552).“พฤติกรรมนักท่องเที่ยว”. เข้าถึงได้จาก : <http://touristbehaviour.wordpress.com/1/>. (30 พฤศจิกายน 2557).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. “นักท่องเที่ยวจีน กำลังซื้อสำคัญของโลก”. (2556). เข้าถึงได้จาก : <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/42554.pdf>. (2 พฤศจิกายน 2557).
- “รายงานฉบับสมบูรณ์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร”. (2555). เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkoktourist.com/upload/document/masterplan.pdf>. (1 เมษายน 2558).
- พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535. เข้าถึงได้จาก <http://www.kodmhai.com/m4/m4-7/H6/m1-5.html>. (31 มีนาคม 2558)
- แพ็คเกจทัวร์ประเทศไทยโดยบริษัททัวร์จีน. เข้าถึงได้จาก : <http://www.tuniu.com>. (23 พฤศจิกายน 2557).
- ศูนย์ข้อมูลธุรกิจจีนในจีน.(2557). “ข่าวสารสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน”. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/>. (14 สิงหาคม 2557).

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - สกุล	นางสาวนัตริณดา โจว
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2536
ที่อยู่	47/38 ซอยชินเขต 2/10 ถนนงามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. 2553	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ศิลป์ภาษาจีน - อังกฤษ จากโรงเรียนราชวินิตบางเขน
ปี พ.ศ. 2554	ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบโอนลิขสิทธิ์บทความวิจัย

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า นางสาวฉัตรนดา โจว

นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี

ชื่อบทความวิจัย วิเคราะห์ เปรียบเทียบเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน
กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี (เมืองพัทยา) และจังหวัดเชียงใหม่

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย อาจารย์ศศิพงษ์ โออินทร์

ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังจบการศึกษา 47/38 ซอยชินเขต 2/10 ถนนงามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

หมายเลขโทรศัพท์ 096 - 851 - 6013

ลิขสิทธิ์ของบทความวิจัยอันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ
หลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติ
ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการ
คุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน

(นางสาวฉัตรนดา โจว)

ลงนามผู้รับโอน

()

วันที่ 8 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558