



ภาคนิพนธ์

เรื่อง วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้านวัฒนธรรม

โดย

นางสาว ชลลดา ปิยวรพงศ์

รหัสนักศึกษา 05540534

เสนอ

อาจารย์ คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา

ภาคนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2557



ภาคนิพนธ์

เรื่อง วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้านวัฒนธรรม

โดย

นางสาว ชลลดา ปิยวรพงศ์

รหัสนักศึกษา 05540534

เสนอ

อาจารย์ คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา

ภาคนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2557

คำนำ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในสาขาเอเชียศึกษา หลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต ซึ่งเป็นการศึกษานโยบายและมาตรการต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย และผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ภาคนิพนธ์ฉบับนี้จะเกิดคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อไป

นางสาวชลลดา ปิยวรรณพงศ์

ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

ภาคินิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษา
งานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ ตลอดจน
ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยตระหนักถึงความ
ตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวยุวชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความ
อนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาปัจจุบันตะวันออก (ภาษาจีน) คณะอักษร
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์ฉวี ย่าหนาน ที่ได้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามใน
การแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน

ขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ได้ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือ

ภาคินิพนธ์นี้สำเร็จล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและผู้มีพระคุณอย่าง
ยิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ให้ความกรุณาอนุมัติอุดหนุนทุน
วิจัยจำนวน 3,000 บาท (สามพันบาทถ้วน) เพื่อใช้ในการดำเนินงาน

อนึ่งผู้วิจัยหวังว่าคุณค่าและประโยชน์อันเนื่องมาจากภาคินิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอขอบความดี
ทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ผู้มีพระคุณทุกท่านและครอบครัวที่ได้ให้การ
สนับสนุนการศึกษา ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการศึกษา อีกทั้งคอยเป็นกำลังใจที่ดีตลอด
มาที่คอยผลักดันให้ผู้วิจัยมีแรงใจในการทำงานภาคินิพนธ์นี้จนสำเร็จล่วงได้ด้วยดี

นางสาวชลลดา ปิยวรวงศ์

เมษายน 2558

ชื่องานวิจัย วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้าน
วัฒนธรรม

ชื่อผู้วิจัย นางสาวชลลดา ปิยวรพงศ์

รหัสนักศึกษา 05540534

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา

ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

ในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว การศึกษาและเรียนรู้เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือต้องการหรือที่เรียกว่ารู้เขารู้เรา ย่อมเป็นข้อได้เปรียบที่ดียิ่ง การศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนและผลกระทบทางวัฒนธรรมจึงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญในการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมายังประเทศไทยมากที่เป็นสุดอันดับหนึ่ง ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจด้วยการทำแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน120คน รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 12 คน ในบริเวณกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี ในช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ.2558 ผลการศึกษาพบว่าทางภาครัฐได้พยายามส่งเสริมและผลักดันการท่องเที่ยวนอกจากกรุกตลาดสำคัญอย่างปักกิ่งและเซี่ยงไฮ้แล้วยังรุกตลาดเมืองรองของจีนด้วย อาทิ เชียงเมิน ซีอาน เป็นต้น และได้หามาตรการรับมือกับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยการประชาสัมพันธ์และออกแผ่นพับหรือคู่มือ ในส่วนของรูปแบบและการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-35 ปี และนิยมเดินทางเข้ามากับบริษัททัวร์ โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และยังพบว่ามี ความประทับใจในอัธยาศัยไมตรีของคนไทย ทักษะภาษาที่สวยงาม กิจกรรมการท่องเที่ยวของไทยที่มีเอกลักษณ์ ในส่วนของผลกระทบทางวัฒนธรรมนี้พบว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันในเรื่องของ ภาษา วัฒนธรรมการแสดง การแต่งกาย ภูมิปัญญาและอาหารการกิน งานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

คำสำคัญ นักท่องเที่ยวชาวจีน พฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลกระทบทางวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร
จังหวัด ชลบุรี

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตของการศึกษา	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
ความรู้ทั่วไป	3
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
นโยบาย/มาตรการ	8
ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ศึกษา	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24

บทที่ 3 วิธีการศึกษา

แหล่งข้อมูลและวิธีการศึกษา	26
ขั้นตอนการศึกษา/วิเคราะห์	27
เทคนิค/เครื่องมือ	27

บทที่ 4 ผลการศึกษา

นโยบายและมาตรการต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	28
รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย	29
ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน	35

บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการศึกษา	41
การอภิปรายผล	42
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	43
ข้อเสนอแนะงานวิจัย	44

บรรณานุกรม	45
-------------------	----

ภาคผนวก

ผนวก ก แบบสอบถามวิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้านวัฒนธรรม (ฉบับภาษาไทย)	50
ผนวก ข แบบสอบถามวิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย	

ประเด็นด้านวัฒนธรรม (ฉบับภาษาจีน)	54
ผนวก ค ตาราง: แสดงข้อมูลทั่วไปและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทาง มาท่องเที่ยวประเทศไทย	58
ประวัติผู้ศึกษา	จ

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และยุทธศาสตร์	9
2	วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	15
3	พระที่นั่งอนันตสมาคม	16
4	พระที่นั่งวิมานเมฆ	18
5	เจดีย์พุทธคยาจำลอง	20
6	พระมหามณฑปพุทธบาท ภปร. สก.	20
7	พระพุทธรูปแกะสลักบนหน้าผาเขาชีจรรย์	22
8	แสดงป้ายประกาศถึงการแต่งตั้งที่เหมาะสมในการเข้าขมนิทรรศการบริเวณพระที่นั่งอนันตสมาคม	38
9	แสดงป้ายรายการบอกชื่อผลไม้เป็นภาษาจีน	39
10	แสดงการแต่งกายของนักท่องเที่ยวชาวจีนบริเวณวัดเขาชีจรรย์ในขณะที่กำลังพูดคุยกับคนขายของมีทั้งที่แต่งกายเหมาะสมและไม่เหมาะสม	39
11	แสดงถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมถ่ายรูปคู่กับสถานที่ท่องเที่ยวและช่างภาพที่สื่อสารกับชาวจีนด้วยภาษาจีน	40

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย พื้นที่สำรวจ : กรุงเทพมหานคร	31
2 แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย พื้นที่สำรวจ : จังหวัดชลบุรี	31
3 แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย พื้นที่สำรวจ : กรุงเทพมหานคร	33
4 แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย พื้นที่สำรวจ : จังหวัดชลบุรี	33
5 แสดงสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบในด้านสังคมหรือวัฒนธรรมของไทย พื้นที่สำรวจ : กรุงเทพมหานคร	34
6 แสดงสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบในด้านสังคมหรือวัฒนธรรมของไทย พื้นที่สำรวจ : จังหวัดชลบุรี	35

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (2557) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมา ระบุว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการผ่อนคลายนโยบายควบคุมนักท่องเที่ยวของรัฐบาลจีนที่ทำให้การขอหนังสือเดินทางหรือการนำเงินออกไปใช้ภายนอกประเทศทำได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ชาวจีนมีทางเลือกออกไปท่องเที่ยวในต่างประเทศมากขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจภาคบริการที่สำคัญต่อเศรษฐกิจไทย จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย และลาว เป็นนักท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ในปี พ.ศ.2557 เดือนมกราคมถึงพฤษภาคม จำนวน 10,357,388 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนกว่า 1,590,364 คน ก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนถึง 63,536.56 ล้านบาท ในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทยนี้ มีการเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (กฤษณะ สุกันตพงศ์ ,2557)

ก้องภพ ภูสุวรรณ (2557) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมาก กล่าวถึงประเด็นที่เป็นที่น่าสนใจ คือ การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาครวมทั้งอิทธิพลจากภาพยนตร์ โดยเฉพาะเรื่อง “ lost in Thailand ” ซึ่งส่วนใหญ่ถ่ายทำที่จังหวัดเชียงใหม่ อีกทั้งมีการแนะนำสถานที่ถ่ายทำ การเดินทางท่องเที่ยวในไทย และจังหวัดเชียงใหม่ในเว็บไซต์ต่างๆอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ภาพยนตร์ไทยเรื่อง “ สิ่งเล็กๆที่เรียกว่ารัก ” ยังทำให้หนุ่มสาวชาวจีนสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในไทย

ด้วยความที่มีคลื่นนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทยเป็นจำนวนมากก่อให้เกิดการกล่าวกันในวงกว้างไปในหลายทิศทางถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น (นพนันท์ อรุณวงศ์ ณ อยุธยา ,2558) ได้กล่าวว่าภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศจีนในแต่ละพื้นที่ต่างกันมาก อาหารการกิน ภาษาพูด วัฒนธรรมก็ต่างกัน ดังนั้นคนจีนในแต่ละพื้นที่จึงมีบุคลิกและนิสัยใจคอที่แตกต่างกัน เมื่อเดินทางเข้ามาในประเทศไทยด้วยความต่างทางวัฒนธรรมย่อมส่งผลกระทบต่อเกิดขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษานโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อช่วยลดผลกระทบจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนและคนในสังคมเพื่อปรับปรุงและวางแนวทางมาตรการเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงยกระดับและดูแลคุณภาพชีวิต วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นให้ดียั่งยืนสืบไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษานโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

3. ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการสำรวจสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนและบุคคลท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดชลบุรี

4. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม

ในการศึกษางานวิจัยได้ให้นิยาม ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นซึ่งอาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต เป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบ และอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และมีใช้กลุ่มเป้าหมาย หรือกระทบต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งทางตรง และทางอ้อมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับรู้นโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย
3. ได้ทราบถึงรูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรม ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ทั่วไป

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ (n.p.,n.d.: online) ,(2557) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยว ว่าหมายถึง การเดินทางใดๆก็ตามที่เป็นการเดินทางโดยเป็นไปตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว
- 2) การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
- 3) การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม ที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541:1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขเป็นสากล 3 ประการ เช่นกัน ได้แก่

- 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) การเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ

การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบดังนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, (2540)

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งปีเตอร์ Peter ,1969 อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2545) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้คือ

1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions)

2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ

3) แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)

4) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions)

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุทยานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอก โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสียหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆรวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆในทางกลับกัน สิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดี เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลยนอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้วการท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้นได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการการท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดี แหล่งท่องเที่ยวต่างๆจึงมี

ความจำเป็นที่ต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรม

นิยามของวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

วัฒนธรรม คือแบบแผนในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมในสังคมต่าง ๆ นั้น เป็นผลมาจากการมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันไป วัฒนธรรมคือแบบแผนของพฤติกรรม ความเชื่อ รสนิยม และค่านิยม นั้นหมายความว่า พฤติกรรมหลายต่อหลายอย่างของบุคคล ความเชื่อ รสนิยมและค่านิยมของบุคคลนั้น กระทำและดำรงอยู่ในแบบแผนอย่างหนึ่ง เมื่อปฏิบัติจริงๆ จะเห็นว่ามี ความแตกต่างกันระหว่างพฤติกรรมในอุดมคติและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง

วัฒนธรรมคือแบบแผนของพฤติกรรม, ความเชื่อ, รสนิยม และค่านิยม นั้นหมายความว่า พฤติกรรมหลายต่อหลายอย่างของบุคคล, ความเชื่อ, รสนิยมและค่านิยมของบุคคลนั้น กระทำและดำรงอยู่ในแบบแผนอย่างหนึ่ง ไม่ใช่เป็นสิ่งที่ต่างคนต่างคิดกระทำขึ้นเองตามใจชอบทั้งหมด แบบแผนเครื่องมือของความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือเพราะคนเป็นสัตว์สังคม ความสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงเป็นสิ่งจำเป็น (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2538)

ผลกระทบ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดผลสิ่งหนึ่งตามมาซึ่งเป็นที่ทั้งทางบวกและทางลบ

ผลกระทบจากการท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรม : ผลกระทบด้านคุณภาพชีวิตของประชาชนสภาพความเป็นอยู่ทั้งทางร่างกาย จิตใจและอารมณ์ ซึ่งมีผลจากสภาพแวดล้อมทั้งกายภาพ สังคมและเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม

ในการศึกษางานวิจัยได้ได้ให้ค่านิยม ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม มนุษย์ที่อยู่ที่ภูมิภาคไหนแห่งใดแห่งหนึ่ง สถานที่ สมาคม อาชีพ ฐานะทางสังคม คุณภาพชีวิต การศึกษา วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตได้รับผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นผลที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคตเป็นที่ทั้งทางบวกและทางลบและอาจเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และมีใช้กลุ่มเป้าหมายหรือกระทบต่อสถานการณ์ต่างๆทั้งทางตรง และทางอ้อม

2.แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและองค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) พอสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้ โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวทำให้สามารถค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นที่สำคัญจะช่วยให้การพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึงพฤติกรรมการแลกเปลี่ยนต่างๆที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิดและความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึง บุคคลที่แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์และประเมินสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ โดยนักท่องเที่ยวมีเงิน ทรัพยากรที่สามารถใช้เพื่อแลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่เขาต้องการคือ เงิน เวลา และความพยายาม ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าเขาต้องการซื้อบริการท่องเที่ยวอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไหร่ ซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วเขาจะประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร หากต้องการเอาชนะใจของนักท่องเที่ยว หรือทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเรียนรู้ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจเจกส่วนตัวและปัจจัยกลุ่มที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่สำคัญจะมี 7 องค์ประกอบ คือ

2.2.1) เป้าหมาย หมายถึง ทุกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวที่ทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2.2.2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขา ปีนหน้าผา จะต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจและสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้ เป็นต้น

2.2.3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำกิจกรรมในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำกิจกรรมในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง เป็นต้น

2.2.4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาที่สมควรเป็นเวลาให้นักท่องเที่ยวจะต้องหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน เป็นต้น

2.2.5) การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้เลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เป็นต้น

2.2.6) ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้กำหนดการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุดปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ เป็นต้น

2.2.7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายและไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกล้มความต้องการ เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การเกิดการจลาจลในแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้เกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลในเรื่อง

ความปลอดภัย และ อาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า เป็นต้น

3.นโยบาย/มาตรการ

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 ในเดือนเมษายน 2554 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

ดังนั้นแผนฉบับนี้จึงได้มุ่งเน้น การป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “ เศรษฐกิจพอเพียง ” และ “ คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน

เนื้อหาหลักของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ประกอบด้วย การได้วิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวทั้งของโลกและประเทศไทย การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยและประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมายและพันธกิจที่วางไว้ (ดูแผนภาพ) รวมทั้งการกำหนดกลไกการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ในแผนไปสู่การปฏิบัติทั้งนี้ แผนฯ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยที่สำคัญไว้ดังนี้

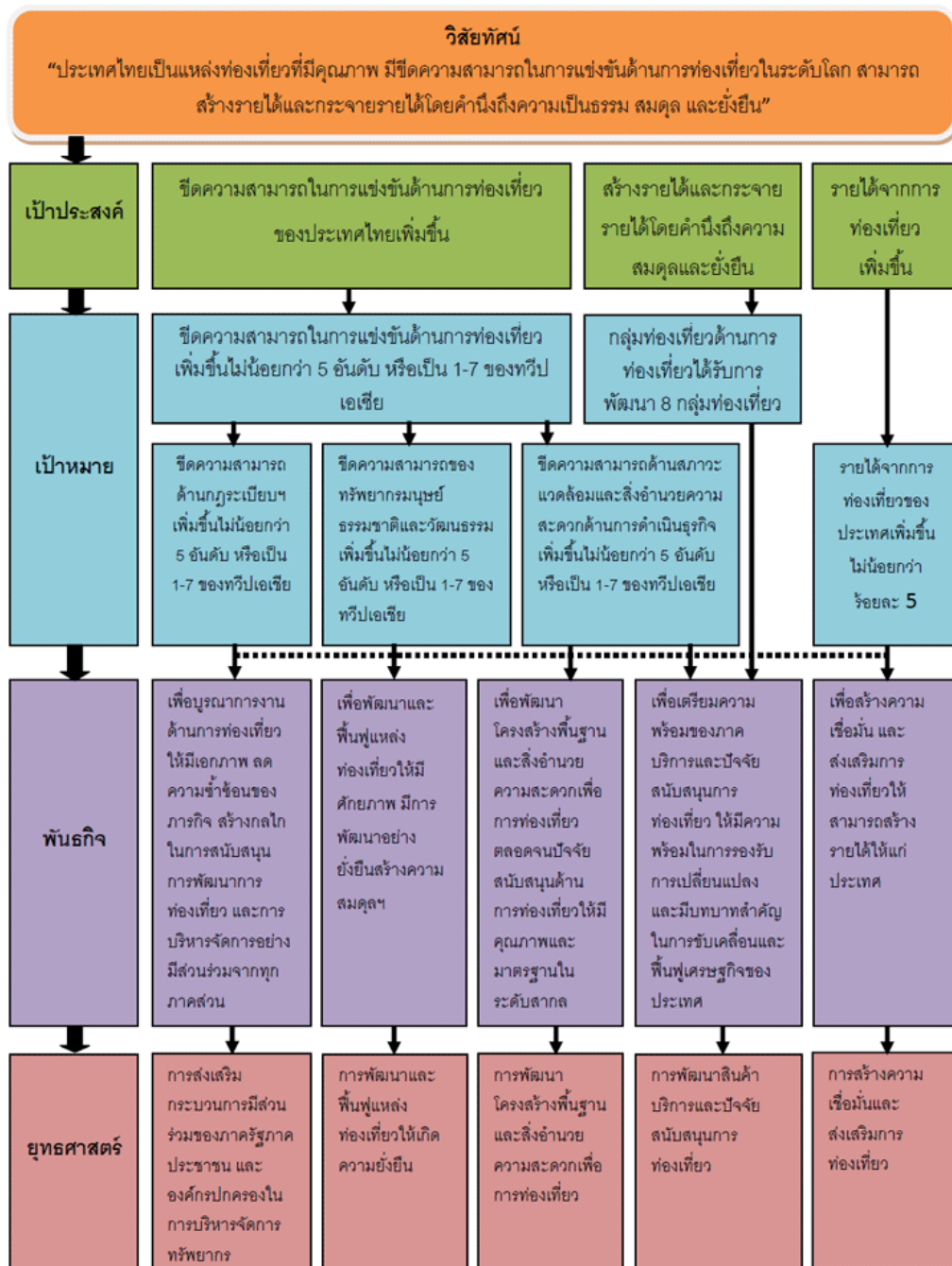
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคประชาชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว



ภาพที่1: แสดงความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และ ยุทธศาสตร์

ที่มา : <http://www.tourismkm-asean.org> (2557)

3.2 นโยบายของ ททท. แนวทางการดำเนินงานปี 2557

3.2.1. แนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

1) เสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย โดยการสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้แข็งแรงและแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน เน้นนำเสนอภาพลักษณ์เชิงคุณค่าของไทยสู่จิตใจของนักท่องเที่ยวด้วยเอกลักษณ์ “ความเป็นไทย” และการสร้างความประทับใจผ่านประสบการณ์ที่น่าจดจำ เพื่อการเป็นจุดหมายปลายทางที่ใฝ่ฝันของนักท่องเที่ยว

2) เร่งการเติบโตของรายได้ทางการท่องเที่ยว พร้อมสร้างสมดุลสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวใน 3 มิติหลัก คือ มิติโครงสร้างทางการตลาด : ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควบคู่กับการส่งเสริมตลาดคนไทย ให้ความสำคัญกับการขยายตลาดลูกค้าเก่า ควบคู่การเจาะตลาดลูกค้าใหม่และการเติบโตของตลาดระดับบนและตลาดระดับกลาง ให้ความสำคัญกับการกระจายการเดินทางทั้งในเชิงพื้นที่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง และช่วงเวลาท่องเที่ยวระหว่าง High Season และ Low Season

มิติมูลค่า-คุณค่า: ให้ความสำคัญกับการ “เพิ่มมูลค่า” ทางการตลาดควบคู่กับการนำเสนอ “คุณค่า” ทางจิตใจแก่นักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย พร้อมส่งมอบคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ดีสู่สังคมมากกว่าการมุ่งเน้นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

มิติประโยชน์จากการดำเนินงาน: สร้างประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เกิดผลเชิงบวกทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

3) ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่า (Value Oriented) ในสินค้าและบริการที่สามารถเข้าถึงจิตใจและสร้างประสบการณ์ร่วมแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

4) บูรณาการทำงานอย่างสร้างสรรค์และพัฒนาเครือข่ายภาคีทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการประสานความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับพันธมิตรคู่ค้า (Strategic Partners) และกระชับความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

5) เสริมสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Thailand and Beyond) เปลี่ยนคู่แข่งชั้นเป็นคู่ค้าเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด และรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นทั้งจุดเริ่มต้น (Entry) และจุดส่งท้าย (Exit) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน

3.2.2. แนวทางการบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

1) พัฒนาข้อมูลเชิงยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้องค์กร ททท. เป็นศูนย์กลางปฏิบัติการอัจฉริยะด้านการท่องเที่ยว (Intelligence Center) และเป็นสถาบันชั้นนำด้านการตลาดการท่องเที่ยว (TAT Academy) ในภูมิภาคอาเซียน พร้อมทั้งผลักดันให้มีการดำเนินงานเชิงรุกในการกำหนดทิศทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ และการวางแผนกลยุทธ์เพื่อรับมือความเสี่ยงและภาวะวิกฤตทุกรูปแบบ

2) พัฒนาระบบสารสนเทศองค์กรและการบริหารจัดการเชิงคุณภาพตามมาตรฐานสากล รวมทั้งการลดระยะเวลาและขั้นตอนการทำงานให้คล่องตัวมากขึ้น มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ควบคุม และตรวจสอบได้

3) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารบุคลากรและพัฒนาบุคลากรรวมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีคิด (Mindset) เสริมสร้างค่านิยมองค์กร TAT' SPIRITS ควบคู่ไปกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรชั้นนำที่มีความสำคัญระดับประเทศ (National Significance)

3.3 ความสัมพันธ์ไทย-จีน ทางด้านการท่องเที่ยว

รัฐบาล ไทยและจีนได้ทำความตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2536 เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการตลาดและการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลจีนได้อนุญาตให้ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศโดยให้อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาลเท่านั้น ประเทศไทยเป็นกลุ่มแรกร่วมกับสิงคโปร์และมาเลเซียที่ได้รับอนุญาตให้ชาวจีน เดินทางออกไปท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ ทำรายได้ให้แก่ประเทศไทยอย่างมาก โดยในขณะเดียวกันจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวชาวจีนก็เพิ่มมากขึ้น โดยปัจจุบันจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 6 แสนคน/ปี(2556)

ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมายังประเทศไทยจำนวน 4,700,000 คน เพิ่มขึ้น 68% จากปี 2555 จีนจึงเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเยอะที่สุดไปเที่ยวไทย (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง ,2557)

3.4 สถานการณ์การท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2556

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2556 (มกราคม-มิถุนายน) มีทิศทางสดใสต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ 13.07 ล้านคน หรือมีอัตราการเติบโตก้าวกระโดดถึงร้อยละ 23 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา สร้าง

รายได้ทางการท่องเที่ยวประมาณ 559,425 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 (ข้อมูลรายได้เป็นข้อมูลเบื้องต้นจากกรมการท่องเที่ยว ณ เดือนกรกฎาคม) ทั้งนี้ คาดว่าเมื่อถึงสิ้นปีการท่องเที่ยวของไทยจะมีรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเกินเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน

ภูมิภาคที่มีการขยายตัวสูงสุด ได้แก่ ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ขยายตัวร้อยละ 56 โดยได้รับแรงเสริมจากเที่ยวบินที่เพิ่มขึ้น ปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือและกระแสความนิยมในการเดินทางมาประเทศไทยยังมีต่อเนื่อง โดยเฉพาะกระแสการเดินทางตามรอยภาพยนตร์ Lost in Thailand จากตลาดจีน รองลงมาคือ ตลาดภูมิภาคอาเซียน ขยายตัวร้อยละ 18 จากการเติบโตที่แข็งแกร่งของตลาดอินโดนีเซียและตลาดเกิดใหม่เช่นพม่า รวมทั้งตลาดมาเลเซียที่เป็นตลาดฐานใหญ่ก็ยังสามารถขยายตัวก้าวกระโดดได้เช่นกัน

สำหรับตลาดระยะไกลจากยุโรป ขยายตัวร้อยละ 11 จากแรงขับเคลื่อนที่ดีของตลาดรัสเซียและยุโรปตะวันออก ตลาดภูมิภาคอเมริกา ขยายตัวร้อยละ 8 จากปัจจัยบวกด้านเศรษฐกิจของภูมิภาคอเมริกาเหนือและละตินอเมริกาที่มีทิศทางปรับตัวดีขึ้นทุกตลาด กอปรกับ ททท. ได้เน้นการเจาะตลาดใหม่ในพื้นที่ละตินอเมริกามากขึ้น ส่วนตลาดเอเชียใต้ มีการเติบโตร้อยละ 6 จากกระแสการเติบโตของตลาดอินเดีย บังคลาเทศ และปากีสถาน

สำหรับตลาดที่มีปัญหาเข้าสู่ภาวะถดถอย ส่วนใหญ่เป็นตลาดขนาดเล็ก ได้แก่ ตลาดภูมิภาคตะวันออกเฉียงกลาง ลดลงร้อยละ 3 เป็นผลมาจากการมาตรการคว่ำบาตรที่สหรัฐอเมริกา มีต่ออิหร่าน ทำให้ตลาดปรับตัวลดลงถึงร้อยละ 40 และจุดให้ภาพรวมของภูมิภาคลดลงตามไปด้วย นอกจากนี้ตลาดสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตต์บางส่วนยังหันเหไปเที่ยวยุโรปมากขึ้น เนื่องจากค่าเงินยูโรที่ต่ำลงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ส่วนภูมิภาคแอฟริกา และโอเชียเนีย ปรับตัวลงร้อยละ 5 และร้อยละ 2 ตามลำดับ เนื่องจากนักท่องเที่ยวแอฟริกาหันไปเดินทางระยะไกลมากขึ้น เพราะประสบปัญหาเศรษฐกิจเริ่มชะลอตัว ในขณะที่ค่าเงินดอลลาร์ออสเตรเลียแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวออสเตรเลียบางส่วนเลือกเดินทางไปเที่ยวสหรัฐอเมริกามากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากการประชุมเฉพาะกลุ่ม กับผู้ประกอบการหลักของไทย เชื่อว่า การชะลอตัวของตลาดออสเตรเลียเป็นเพียงระยะสั้นๆ เท่านั้น และยังไม่น่าเป็นห่วงนัก โดยคาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวได้เร็ววัน

4. ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ศึกษา

4.1 ลักษณะทั่วไปของกรุงเทพมหานคร

ภูมิประเทศ

กรุงเทพมหานครมีพื้นที่ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 68 ของไทย โดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งทอดตัวยาว 372 กิโลเมตรพาดผ่านจังหวัด ทำให้กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก พื้นที่ส่วนมากในกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม ตั้งอยู่บนพื้นที่บริเวณ

ดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงจากทิศเหนือสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้งในช่วงฤดูมรสุม

อาณาเขตติดต่อ

กรุงเทพมหานครมีอาณาเขตทางบกติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนอาณาเขตทางทะเลอ่าวไทยตอนใน ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทิศเหนือ	มีอาณาเขตติดต่อกับ จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี
ทิศตะวันออก	มีอาณาเขตติดต่อกับ จังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศใต้	มีอาณาเขตติดต่อกับ จังหวัดสมุทรปราการ และอ่าวไทย
ทิศตะวันตก	มีอาณาเขตติดต่อกับ จังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครปฐม

ภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในเขตร้อน มีภูมิอากาศร้อนแบบทุ่งหญ้าสะวันนา (Aw) ตามเกณฑ์การแบ่งภูมิอากาศโลกของเวลาดีมีร์ เคิปเป็นคือ อุณหภูมิเฉลี่ยในเดือนที่มีอุณหภูมิต่ำสุดสูงกว่า 18 องศาเซลเซียส มีอย่างน้อย 1 เดือนที่ปริมาณน้ำฝนต่ำกว่า 60 มิลลิเมตร และเดือนที่มีฝนตกน้อยที่สุด จะมีปริมาณน้ำฝนน้อยกว่า 100 ลบปริมาตรน้ำฝนเฉลี่ยรายปี ทารด้วย 25

อากาศของกรุงเทพมหานครได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (กลางเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม) และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (เดือนพฤศจิกายน-กลางเดือนกุมภาพันธ์) ทำให้มีฝนตกในช่วงบ่ายถึงค่ำอย่างสม่ำเสมอ และยังก่อให้เกิดร่องมรสุมพาดผ่านในเดือนพฤษภาคมกับเดือนกันยายน ซึ่งทำให้มีฝนตกหนักกว่าปกติ แต่ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ร่องมรสุมนี้จะเลื่อนขึ้นไปพาดผ่านทางเหนือ ทำให้ฝนตกน้อยลง เดือนพฤศจิกายน เมื่อซีกโลกเหนือหันออกจากดวงอาทิตย์ หย่อมความกดอากาศสูงจากประเทศจีนจะแผ่ลงมา มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งพัดเอาความแห้งแล้งและหนาวเย็นมา ทำให้อากาศเย็นและแห้ง ท้องฟ้าแจ่มใส ไม่มีเมฆและฝนตกน้อย ครึ่งหลังของเดือนกุมภาพันธ์ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจะอ่อนกำลังลง เป็นการเปลี่ยนเข้าสู่ฤดูร้อน อากาศจะร้อนขึ้นเรื่อย ๆ กระแสลมในช่วงนี้จะพัดมาจากทางใต้ หรือตะวันออกเฉียงใต้ เรียกว่าลมตะเภา

แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

วัดพระศรีรัตนศาสดารามหรือวัดพระแก้ว

เป็นวัดที่ประดิษฐานพระแก้วมรกต ภายในมีอาณาบริเวณกว้างขวางรัชกาลที่ 1 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นพร้อมกับพระบรมมหาราชวังและกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นการสร้างวัดในพระราชวังตามอย่างวัดพระศรีสรรเพชญ์ของกรุงศรีอยุธยา วัดนี้อยู่ในเขตพระราชฐานชั้นนอกทางทิศตะวันออกมีพระระเบียงล้อมรอบเป็นบริเวณ เป็นวัดคู่กรุงที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษาใช้เป็นที่บวชนาคหลวง และประชุมข้าทูลละอองพระบาทถือน้ำพระพิพัฒน์สัตยา

ตัวอย่างสิ่งที่น่าสนใจในวัดพระแก้ว

พระแก้วมรกต

เป็นพระประทับนั่งอย่างสมาธิราบในสกุลช่างล้านนา ประมาณพุทธศตวรรษที่ 20 ถือเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง ซึ่งรัชกาลที่1ได้ทรงอัญเชิญมาจากเมืองเวียงจันทน์เป็นพระพุทธรูปปางสมาธิ ซึ่งแกะสลักมาจากหยกสีเขียวเข้มที่มีค่าและหายากมากพระแก้วมรกตจะมีเครื่องทรงที่แตกต่างกันไปในแต่ละฤดูซึ่งเครื่องทรงเหล่านี้ทำด้วย ทองคำประดับเพชรและสิ่งมีค่าชนิดต่าง ๆ ถือเป็นพระราชนิพนธ์กิจสำคัญประการหนึ่งของ พระมหากษัตริย์ ตั้งแต่รัชกาลที่ 1 จนถึงรัชกาลปัจจุบันที่จะต้องเสด็จไปทรงเปลี่ยนเครื่องทรงประจำฤดูด้วยตนเอง

รายละเอียดเพิ่มเติม

เวลาทำการ:

ทุกวัน 08.30-15.30 น. คนไทยเข้าชมฟรี ชาวต่างชาติ 200 บาท

กิจกรรม-เทศกาล :

วันอาทิตย์ เทศนาธรรม 13.00 น.

วันพระ: เทศนาธรรม 09.00 น. และ 13.00 น.

มัคคุเทศก์ 10.00 น. และ 14.00 น.

ข้อห้าม:

ห้ามถ่ายรูปในพระอุโบสถ การแต่งกาย

ผู้ชาย: ห้ามใส่กางเกงขาสั้น รองเท้าแตะ

ผู้หญิง: ห้ามใส่เสื้อกล้าม ใส่เสื้อไม่มีแขนกางเกงสามส่วน รองเท้าแตะ



ภาพที่ 2: วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา : kotchawong1127.files.wordpress.com (2558)

พระที่นั่งอนันตสมาคม

พระที่นั่งอนันตสมาคม ตั้งอยู่ใกล้กับพระบรมรูปทรงม้าและพระที่นั่งวิมานเมฆ พระที่นั่งอนันตสมาคมเริ่มก่อสร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 แล้วเสร็จในสมัยรัชกาลที่ 6 ใช้เวลาในการก่อสร้างทั้งสิ้น 8 ปี เพื่อเป็นที่รับรองแขกเมืองและประชุมปรึกษาราชการแผ่นดิน พระที่นั่งอนันตสมาคมลักษณะเป็นอาคารหินอ่อนแบบโดมคลาสสิกของโรมัน สร้างด้วยศิลปะอิตาเลียนเรอเนซองส์และแบบนีโอคลาสสิก ภายนอกประดับด้วยหินอ่อนจากเมืองคารารา ประเทศอิตาลีบางส่วนยังแกะสลักเป็นรูปพันธุ์พฤกษา และรูปคนเพื่อประดับอาคารอีกด้วยมี รูปทรงของพระที่นั่งอนันตสมาคมนี้แบบเดียวกับวิหารเซนต์ปีเตอร์แห่งโรม และโบสถ์เซนต์ปอล กรุงลอนดอนอีกด้วย และหากมองลงมาจากบนอากาศ ก็จะได้เห็นผังของพระที่นั่งเป็นรูปไม้กางเขนแบบลาติ ลักษณะเด่นของพระที่นั่งอนันตสมาคมก็อยู่ที่ช่วงบนของอาคารซึ่งเป็นรูปโดมซึ่งทำจากทองแดง มีโดมใหญ่อยู่ตรงกลาง และโดมเล็กๆ อยู่รายรอบอีก 6 โดมด้วยกันภายในพระที่นั่งบนเพดานโดมตกแต่งด้วยภาพเขียนเฟรสโก (ภาพเขียนสีบนปูนเปียก) เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจที่สำคัญของพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 1-6 แห่งราชวงศ์จักรี จำนวน 6 ภาพ ใต้โดมกลางเป็นโดมใหญ่ที่สุดมีจารึกพระปรมาภิไธยย่อ "จปร." ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวผู้ทรงมีพระราชดำริก่อสร้างพระที่นั่งอนันตสมาคม ที่เพดานนับจากใต้โดม

ตลอดทั้งบริเวณท้องพระโรงกลางมีจารึกพระปรมาภิไธยย่อ "จปร." สลับกับ "วปร." อันเป็นพระปรมาภิไธยย่อของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวซึ่งเป็นช่วงเวลาทีพระที่นั่งอนันตสมาคมได้ก่อสร้างแล้วเสร็จ บันไดหินอ่อนโค้งสวยงามทอดตัวนำไปยังชั้นบนที่มีลักษณะเป็นห้องโถงยาว เพดานสูง นอกจากนี้ยังมีลวดลายอันงดงามตั้งแต่เพดานซึ่งทำเป็นรูปโค้งเชื่อมหัวเสาทั้งสองด้าน ส่วนตัวเสาก็สร้างด้วยหินอ่อนทั้งต้น มีลวดลายการแกะสลักอย่างงดงาม โดยเฉพาะเสาที่เรียกว่าเป็นแบบ “โครีนเธียน” ที่หัวเสาสลักด้วยลวดลายใบไม้อันสวยงาม เป็นแบบที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ นอกจากนั้น เหนือพระทวาร หรือประตูทุกประตู ก็ยังมีตุ๊กตาแบบโรมันแกะสลักจากหินอ่อนมีพวงมาลัยหินอ่อนคล้องคอประดับไว้อย่างน่าชม แต่เดิมพระที่นั่งอนันตสมาคมใช้เป็นทีประกอบพระราชพิธีรัฐพิธีต่างๆ และเคยใช้เป็นทีประชุมรัฐสภา ภายหลังจึงได้ย้ายการประชุมมายังรัฐสภาใหม่ซึ่งอยู่ด้านหลังของพระที่นั่งนี้ ปัจจุบันใช้เป็นสถานที่จัดแสดงนิทรรศการถาวร ศิลป์แผ่นดิน โดยสถาบันสิริกิติ์ สวนจิตรลดา เปิดให้เข้าชมวันอังคาร-วันอาทิตย์เวลา 10.00-17.00 น. (ปิดขายบัตร 17.00 น.) ปิดวันจันทร์ วันปีใหม่ วันสงกรานต์ ต้องแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยอัตราค่าเข้าชมผู้ใหญ่ 150 บาท เด็ก 75 บาท



ภาพที่ 3 : พระที่นั่งอนันตสมาคม

ที่มา : <http://vipawan1.blogspot.com/2015/02/blog-post.html> (2558)

พิพิธภัณฑพระที่นั่งวิมานเมฆ

พิพิธภัณฑพระที่นั่งวิมานเมฆ ตั้งอยู่บริเวณหลังพระที่นั่งอนันตสมาคม ในเขตพระราชวังดุสิต เป็นพระที่นั่งที่สร้างด้วยไม้สักทองทั้งหลัง พระที่นั่งหลังเดิมสร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ตั้งอยู่บนเกาะสี่ซัง ต่อมาได้ชะลอมาไว้ ณ สถานที่ตั้งปัจจุบัน เมื่อปีพ.ศ. 2444

พิพิธภัณฑพระที่นั่งวิมานเมฆ ประกอบด้วยห้องต่าง ๆ 81 ห้อง มีคลองล้อมรอบตัวอาคาร อาทิ คลองคาบแผ่นกระຈก คลองรางเงิน อ่างหยก ภายในบริเวณมีต้นไม้มากมายให้บรรยากาศร่มรื่น สร้างด้วยไม้สักทองที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่งดงามประณีตและได้รับอิทธิพลการก่อสร้างแบบตะวันตก องค์พระที่นั่งเป็นรูปอักษรตัวแอลในภาษาอังกฤษ คือสร้างเป็นรูปสองแฉกตั้งฉากกัน แต่ละด้านยาว 60 เมตร สูง 20 เมตร เป็นอาคาร 3 ชั้นเฉพาะในส่วนที่เป็นที่ประทับเรียกบริเวณดังกล่าวว่า “แปดเหลี่ยม” มี 4 ชั้น ชั้นล่างสุดก่ออิฐถือปูน ชั้นถัดขึ้นไปสร้างด้วยไม้สักทอง ห้อง การจัดแสดงบางห้องยังคงลักษณะบรรยากาศในอดีตไว้ เช่น หมู่ห้องพระบรรทม ห้องพระโรง และห้องทรง เป็นต้น บางห้องจัดแสดงศิลปวัตถุแยกตามประเภทเช่น ห้องจัดแสดงเครื่องเงิน ห้องจัดแสดงเครื่องกระเบื้องลายคราม ห้องจัดแสดงเครื่องแก้วเจียรระโน และห้องจัดแสดงเครื่องงา เป็นต้น นอกจากนี้ภายในเขตพระราชวังดุสิตยังมีสถานที่น่าสนใจอื่นๆ อีก ได้แก่พิพิธภัณฑศิลปาชีพ พระที่นั่งอภิเชษฐดุสิต พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมหาราชโพรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2447 จุดเด่นที่สวยงามของพระที่นั่งองค์นี้คือ ลายไม้ฉลุแบบสมัยพระนางเจ้าวิคตอเรียแห่งประเทศอังกฤษ ปัจจุบันปรับแต่งเป็นพิพิธภัณฑแสดงผลงานหัตถกรรมที่ประดิษฐ์ขึ้นโดยสมาชิกของมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพ ในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ภายในพิพิธภัณฑมีงานหัตถกรรมหลากหลายให้ชม อาทิ เครื่องเงิน คร่ำ ผ้าทอ ผ้าปัก ถมเงิน ถมทอง งานประดับด้วยปีกแมลงทับ เป็นต้น สำหรับในส่วนของพิพิธภัณฑรถม้าพระที่นั่ง เป็นสถานที่รวบรวมรถม้าพระที่นั่งโบราณซึ่งใช้ในสมัยรัชกาลที่ 5 รถม้าแต่ละคัน เคยร่วมในพระราชพิธีสำคัญต่าง ๆ มีความสง่าสวยงาม และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ที่สวยงามไม่แพ้ที่อื่นต้องยกให้กับพระตำหนักสวนสี่ฤดู แต่เดิมเคยเป็นพระตำหนักที่ประทับของสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ สมเด็จพระอัครมเหสีในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมหาราช นอกจากนี้ภายในเขตพระราชวังดุสิตยังมีอาคารที่จัดทำเป็นพิพิธภัณฑต่าง ๆ ได้แก่ พิพิธภัณฑภาพถ่ายฝีพระหัตถ์ พิพิธภัณฑนาฬิกาโบราณ พิพิธภัณฑผ้าโบราณ พิพิธภัณฑเครื่องราชูปโภค และพระสาทิสลักษณ์ พิพิธภัณฑภาพพระราชพิธี

ผู้สนใจสามารถเข้าชมได้ทุกวันอังคาร ถึง วันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 09.30 น. - 16.00 น. ปิดจำหน่ายบัตรเวลา 15.15 น. หยุดทำการทุกวันจันทร์, วันปีใหม่ 1 มกราคม, วันสงกรานต์ 13 -15 เมษายน, วันปิยมหาราช 23 ตุลาคม, วันรัฐธรรมนูญ 10 ธันวาคม และวันสิ้นปี 31 ธันวาคม



ภาพที่ 4 : พระที่นั่งวิมานเมฆ

ที่มา : <http://travel.kapook.com/view96266.html> (2558)

4.2 ลักษณะทั่วไปของจังหวัดชลบุรี

ลักษณะทางภูมิศาสตร์

จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทย หรือริมฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอ่าวไทย มีระยะห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศตะวันออก ตามทางหลวงแผ่นดินสายบางนา- ตราด ประมาณ 81 กิโลเมตร เนื้อที่รวมทั้งจังหวัดประมาณ 4,363 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,726,875 ไร่

อาณาเขต

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดฉะเชิงเทรา
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดระยอง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	ฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย

สภาพภูมิประเทศ

พื้นที่เป็นภูเขา พื้นที่ราบลุ่ม และที่ราบติดชายฝั่งทะเล รวมทั้งเกาะใหญ่น้อยอีกมากมาย

สภาพภูมิอากาศ

จังหวัดชลบุรี โดยทั่วไป ฤดูร้อน ไม่ร้อนจัด ฤดูหนาวอากาศไม่แห้งแล้งมาก มีฝนตกชุก สลับกับแห้งแล้ง บริเวณใกล้ภูเขา มีฝนตกมากกว่าบริเวณชายทะเล ลักษณะภูมิอากาศเป็นแบบมรสุมเมืองร้อน แบ่งฤดูกาลออกเป็น 3 ฤดู สภาพอากาศ ของจังหวัดชลบุรีแบ่งได้เป็น 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม อุณหภูมิอยู่ระหว่าง 18.7 - 35.4 องศาเซลเซียส ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน ถึงเดือนตุลาคม อุณหภูมิอยู่ระหว่าง 22.1 - 33.9 องศาเซลเซียส และ ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์ อุณหภูมิอยู่ระหว่าง 12.9 - 30.4 องศาเซลเซียส

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี

วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร

วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร คืออีกหนึ่งวัดที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นพระอารามหลวงที่สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2519 เพื่อถวายสมเด็จพระญาณสังวรฯ สมเด็จพระสังฆราช และต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงรับเป็นองค์อุปถัมภ์ บริเวณทางเข้าวัดมีศาลานานาชาติ ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมประจำชาติของประเทศต่างๆ ตั้งอยู่เรียงรายริมสระน้ำ

ภายในบริเวณวัดมีมณฑปประดิษฐานรอยพระพุทธรูปจำลอง พระเจดีย์ใหญ่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า และพระธาตุของพระอรหันต์สาวก วิหารพระญาณเรศร์ วิหารพระศรีอริยมเตไตรย พระพุทธรูปไพฑูริยา ฯลฯ

วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร เป็นวัดที่ร่มรื่น พื้นที่กว้างใหญ่ และมีการวางผังการจัดสร้างถาวรวัตถุอย่างสวยงาม และด้วยสภาพภูมิศาสตร์ที่ตัววัดตั้งอยู่บนเนินเขาสูง เมื่อมองลงมาจะเป็นทัศนียภาพอันงดงามของเขตวัดไปจนถึงเมืองพัทยา การจัดสร้างวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อเทิดทูนพระมหากษัตริย์ไทย ดังจะเห็นได้จากนามของสิ่งก่อสร้างต่างๆ ภายในวัด นอกจากนี้ยังต้องการให้เป็นที่ยอมรับผู้ที่ต้องการปฏิบัติธรรม บรรยากาศภายในวัดจึงร่มรื่นและเงียบสงบ

นอกจากนี้ภายในวัด ยังมีสถานที่น่าสนใจอีกหลายแห่ง เช่น มณฑปพระพุทธรูป พระเจดีย์พุทธรักษา วิหารเซียน ฯลฯ สิ่งที่เป็นจุดเด่นที่น่าสนใจ ในเรื่องพระบรมสารีริกธาตุและพระธาตุของสถานที่นี้คือ บอร์ดที่มีการแสดงด้วยพระธาตุองค์จริง ซึ่งจัดแสดงพระบรมสารีริกธาตุ และ

พระอรหันตธาตุตามตำราโบราณ ทั้ง 47 พระองค์ ประดิษฐานในพระบรมธาตุเจดีย์มหาจักรีพิพัฒน์ ให้ชมได้อย่างใกล้ชิด

สถานที่ตั้ง : ต. ห้วยใหญ่ อ. บางละมุง จ. ชลบุรี

เวลาเปิดทำการ: ทุกวัน เวลา 08.00 - 16.00 น.



ภาพที่ 5 : เจดีย์พุทธคยาจำลอง

ที่มา : <http://www.yellowpages.co.th/chonburi-city> (2558)



ภาพที่ 6 : พระมหามณฑปพุทธบาท ภปร. สก.

ที่มา : <http://www.manager.co.th/Dhamma> (2558)

วัดเขาชีจรรย์

เขาชีจรรย์สถานที่เที่ยวที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดชลบุรี เริ่มมีการกล่าวขานมากขึ้น เมื่อได้มีการจัดสร้างพระพุทธรูปแกะสลักในลักษณะพระพุทธรูปที่ใหญ่ที่สุดในโลกเพื่อเป็นพระพุทธรูปประจำรัชกาลที่ 9 น้อมเกล้าถวายเป็นพระราชกุศลเนื่องในวโรกาสทรงครองสิริราชสมบัติปีที่ 50 ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เป็นพระพุทธรูปแบบประทับนั่งปางมารวิชัยเลียนแบบพระพุทธรูปราชูปถัมภ์ศิลปะสุโขทัยผสม ล้านนา ความสูง 109 เมตร

เขาชีจรรย์ถูกสร้างขึ้นมาจากพระราชดำริของสมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายก เมื่อครั้งยังดำรงตำแหน่งเป็น สมเด็จพระญาณสังวร เจ้าอาวาสวัดบวรนิเวศวิหาร ซึ่งทรงเสียดายเขาชีจรรย์ที่มีภูมิทัศน์ยิ่งใหญ่สง่างามตามธรรมชาติ แต่กำลังถูกระเบิดทำลายทุกวัน จึงทรงดำริที่จะอนุรักษ์เขาชีจรรย์ให้คงชื่ออยู่คู่กับเขาชีโอนซึ่งมีส่วนหนึ่งอยู่ในเขตสังฆาวาสของวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร ด้วยการสร้างพระพุทธรูปแกะสลักบนหน้าผาเขาชีจรรย์ให้เป็นปูชนียสถานสำคัญทางพระพุทธศาสนา เป็นพระพุทธรูปประทับนั่งปางมารวิชัยเลียนแบบพระพุทธรูปราชูปถัมภ์ศิลปะสุโขทัยผสมล้านนา ขนาดความสูง 109 เมตรหน้าตักกว้าง 70 เมตรฐานบัวหรือบัวบัลลังก์ สูง 21 เมตรรวมความสูงขององค์พระและบัลลังก์ทั้งสิ้น 130 เมตรเป็นแบบนูนต่ำ โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มีพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาต พระราชทาน นามพระพุทธรูปว่า " พระพุทธมหาวชิร อดตโมภาสศาสดา " มีความหมายว่า " พระพุทธเจ้าทรงเป็นศาสดา ที่รุ่งเรืองสว่างประเสริฐ ดุจดั่งมหาวชิระ "

คำแนะนำการเที่ยวชม

การเยี่ยมชมเปิดให้เข้าชมได้ตั้งแต่เวลา 06.00 น. - 18.00 น. การเยี่ยมชมควรแต่งกายด้วยความสุภาพ - ปฏิบัติตามป้ายเตือนอย่างเคร่งครัด งดเสียงดัง และควรระวังไม่เข้าไปใกล้องค์พระเกินกว่าที่กำหนดเพราะอาจเกิดอันตรายจากหินที่อาจร่วงหล่นลงมาได้ พระพุทธรูปแกะสลักหน้าผาเขาชีจรรย์ เปิดให้เข้าเยี่ยมชมโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น

ชั้นที่ 3 เป็นที่ประดิษฐานขององค์เง็กเซียนฮ่องเต้ ที่เรารู้จักกันดีว่าท่านเป็นผู้เป็นใหญ่แห่งสวรรค์ ข้าราชการนิยมมากราบไหว้เพื่อขอพรท่านให้ได้เลื่อนตำแหน่งในหน้าที่การงาน และยังมีองค์เทพเจ้า ที่ชาวจีนให้ความเคารพอีกมากมาย



ภาพที่ 7 :พระพุทธรูปแกะสลักบนหน้าผาเขาชีจรรย์
ที่มา : ผู้วิจัย (2558)

เกาะล้าน

เกาะล้าน เป็นเกาะในอ่าวไทย อยู่ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตั้งอยู่ในแนบขนานกับหาดพัทยา ห่างจากชายฝั่งเมืองพัทยาเพียง 7 กิโลเมตร เป็นชายหาดที่นักท่องเที่ยวชอบมาเล่นกีฬาทางน้ำ เช่น เรือลาก เรือสกี ดำน้ำ ดูปะการัง เหมาะแก่การพักผ่อน

สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะล้าน

หาดตาแหวน อยู่ทางตอนเหนือของเกาะ เป็นหาดทรายยาวประมาณ 750 เมตร มีความงามทางธรรมชาติมาก เพราะมีหาดทรายที่ขาวสะอาดและน้ำทะเลใสสีคราม ปลายหาดทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีสันสวยงาม อีกทั้งมีร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกตั้งเรียงรายตลอดแนวชายหาด

หาดสังวาลย์ เป็นหาดอีกหาดหนึ่งที่อยู่ติดกับหาดตาแหวนมีความยาว 150 เมตร มีความสงบ จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ชอบนอนอาบแดด หาดสังวาลย์จะสวยงามมากที่สุดในช่วงเดือนธันวาคม – เมษายน

หาดตายาย เป็นชายหาดส่วนตัวที่มีสภาพสงบและร่มรื่น มีน้ำทะเลที่ใส หาดทรายขาวสะอาด ความยาวประมาณ 100 เมตร เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่ชอบนอนอาบแดด สองฝั่งของชายหาดประกอบไปด้วยหินก้อนใหญ่ เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่ชอบความเป็นส่วนตัว และในช่วงหน้าหนาวปลายปีต้นไม้บริเวณนั้นจะเปลี่ยนเป็นสีส้มสวยงามมาก

หาดแสม อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะ เป็นหาดทรายยาวประมาณ 700 เมตร มีโขดหินและพื้นป่าที่ค่อนข้างสมบูรณ์มีความสวยงาม เงียบสงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อนและการเล่นน้ำ มีน้ำทะเลสีครามและหาดทรายที่ขาวสะอาด ปัจจุบันมีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรวมทั้งปลูกต้นไม้สร้างลานอเนกประสงค์ อาคารร้านค้าร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน รวมถึงเส้นทางสัญจรที่สามารถเดินทางไปได้สะดวกจึงเป็นชายหาดอีกแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อนเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะชาวต่างชาติแถบยุโรป อีกทั้งยังเป็นสถานที่ตั้งของอาคารปลากระเบนสำหรับควบคุมการผลิตไฟฟ้าด้วยกังหันลมและโซลาร์เซลล์ ทำให้มีหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและประชาชนทั่วไปให้ความสนใจเข้ามาศึกษาดูงานการใช้พลังงานทดแทนในสถานที่ดังกล่าวอยู่เป็นประจำ

หาดเทียน เป็นหาดที่สวยงามแห่งที่สองมีความยาวของหาดประมาณ 500 เมตร อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดทรายแห่งนี้มีความสวยงามไม่แพ้หาดตาแหวนแต่มีขนาดเล็กและเงียบสงบจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

หาดนวล อยู่ทางตอนใต้ของเกาะล้าน เป็นหาดขนาดเล็กยาวประมาณ 250 เมตร เป็นพื้นที่ที่มีกรรมสิทธิ์เป็นของเอกชน สภาพสิ่งแวดล้อมชายหาดเป็นปะการังอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวมากนัก

จุดชมวิวนาฬิกา เป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่สุดของเกาะล้านตั้งอยู่บริเวณเขานมใกล้ ๆ กับหาดแสมที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินหรือใช้บริการรถมอเตอร์ไซด์รับจ้างขึ้นไปชมความสวยงามของท้องทะเลสีครามกับตัวเมืองพัทยา ที่ธรรมชาติช่างสร้างสรรค์ได้งดงามกลมกลืนดูภาพวาด ที่ทุกคนต้องประทับใจ และบริเวณนี้ยังเป็นสถานที่สำหรับนักปั่นจักรยานเสือภูเขาที่ชื่นชอบธรรมชาติ

จุดชมวิวกังหันลม เป็นจุดชมวิวน่าสนใจอีกแห่งหนึ่งบนเกาะล้าน เพราะมีกังหันลมที่ใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าสำหรับเกาะล้านเรียงรายกันอยู่มากมาย นอกจากนั้นหากขึ้นขึ้นไปอีกหน่อย จะพบจุด

ชมวีทที่สามารถเดินดูได้รอบด้าน เป็นจุดชมวีทที่สวยงามมากที่สุด แต่การขับชี่ยานพาหนะอาจจะต้องระวัง เพราะทางค่อนข้างชัน

การเดินทาง : การเดินทางไปเกาะล้าน ต้องเดินทางด้วยเรือซึ่งจะมีเรือโดยสารให้บริการเที่ยวไป ตั้งแต่เวลา 07.00 น.-18.30 น. ส่วนเที่ยวกลับ เวลา 06.30 น.-18.00 น.ซึ่งเรือโดยสารจะออกจากท่าเรือแหลมบาลีฮาย และจะจอดส่งผู้โดยสารที่ท่า หน้าบ้าน และหาดตาแหวน คิดค่าโดยสารในอัตรา คนละ 30 บาท

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า เพราะความมีวัฒนธรรมที่เด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีความเห็นว่าประเทศไทยมีความน่าสนใจด้านเทศกาล ประเพณี ทะเล และชายหาด สปา การนวด และกิจกรรมดำน้ำ

กรวรรณ สังขจร ,และคณะ(2556) ได้ศึกษาเรื่องอาหาร กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ที่ชาวจีนนิยมเมื่อเดินทางมาประเทศไทย พบว่าเป็น อาหารไทยภาคกลาง รองลงมา อาหารไทยภาคเหนือ กิจกรรมที่นิยมทำคือ ชี่ซ้าง ชมการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น เรียนทำอาหาร นวดแผนโบราณ สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไป อันดับต้นๆ วัดพระธาตุดอยสุเทพ ไนท์บาซาร์ ปางช้างแม่สา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นผลดีและถือเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้กับชาวต่างชาติได้รับรู้ ของที่ระลึกที่ซื้อกลับไปเป็นงานที่แสดงออกถึงความเป็นไทย เช่น งานผ้าและงานไม้ เป็นต้น เห็นได้ว่าเป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมให้ยั่งยืนสืบไป

Steven Schipanani (2008) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบจากการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในเอเชียและแปซิฟิก พบว่า การเปลี่ยนแปลงชีวิตของคนในท้องถิ่นและไม่ว่าจะเปลี่ยนไปในทางบวกหรือลบ คนจำนวนหนึ่งใน Luang Namtha ต้องการความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากการอุปโภคและบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการว่าจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเวลาเดียวกันกับพบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งมีการใช้จ่ายและการค่าบริการทางเพศในเด็กและสตรี

Zhiqiang, Hou (2012) ได้ศึกษาเรื่องความเข้าใจถึงประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเข้าใจที่ผิดพลาดมายาวนาน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยบางอย่าง ตัวอย่างเช่น ผลจากปัญหาเพศที่สาม (สาวประเภทสอง) กับการ

แสดงออกอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคิดในเชิงบวกและเชิงลบ ว่าเรื่องดังกล่าวเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่พบปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น การละเมิดศีลธรรม การทุจริตราคา อาชญากรรมทางเพศ และ ธรรมชาติของมนุษย์ เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การดำเนินงานวิจัย วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้านวัฒนธรรม ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรีเชิงเปรียบเทียบ โดยการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในสังคมท้องถิ่นบริเวณที่เกี่ยวข้องในการศึกษาและนอกจากนี้แล้วผู้วิจัยได้ศึกษาสอบถามถึงปัจจัยและสาเหตุในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินงาน 2 ขั้นตอนหลัก คือ การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สัมภาษณ์บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบริเวณท่องเที่ยวถิ่นนั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.แหล่งข้อมูลและวิธีการศึกษา

1.1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Research) การศึกษานี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนวรรณกรรมจากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ.2552-2557 สถิติและเว็บไซต์ รวมถึงหน่วยงานราชการและสถาบันต่างๆดังนี้ ศูนย์ข้อมูลไทยในจีน ณ กรุงปักกิ่ง สถาบันวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

1.2 การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณ (Quantitative) และ เชิงคุณภาพ (Qualitative) เพื่อให้ได้ข้อมูลต้องตามวัตถุประสงค์ต่อไปนี้ ศึกษานโยบายและมาตรการต่างๆของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ศึกษาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อเสนอแนะการพัฒนามาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในส่วนของแบบสอบถามที่ใช้ในการสอบถามและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้วิจัยได้แปลแบบสอบถามทั้งหมดเป็นภาษาจีน โดยได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาจากคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ x

ภาควิชาภาษาปัจจุบันตะวันออก (ภาษาจีน) คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยในแบบสอบถาม ได้ระบุ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่พัก รูปแบบการเดินทาง จำนวนวันที่พำนักอยู่ในไทย ค่าใช้จ่ายต่อวัน เป็นต้น และยังได้สัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวถึงผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นต้น

2. ขั้นตอนการศึกษา / วิเคราะห์

2.1 ศึกษานโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.2 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรม ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากธนาคารแห่งประเทศไทย สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.4 ศึกษาพัฒนาการมาตรการในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยว

หลังจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เราจะทำการบันทึกข้อมูลในรูปแบบคุณภาพและปริมาณ หลังจากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบผลกระทบจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยทำการเปรียบเทียบในกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรีถึงวัฒนธรรมว่าได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงไร และ อย่างไร

3. เทคนิค/เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ โดยมีในรูปแบบภาษาไทยและภาษาจีน โปรแกรมไมโครซอฟท์ Word และ Excel

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) อุปสรรค(Threats) มาปรับใช้เป็นข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการวางมาตรการรองรับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวจีนต่อไป Contest Analysis คือ ตารางสรุปจากข้อมูลแล้วนำมาตั้งเป็นข้อสังเกตประมวลผลการศึกษาดารารางประเมินประสิทธิผลสถิติเชิงพรรณนา

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้านวัฒนธรรม กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร จังหวัดชลบุรี ประเด็นที่ศึกษาได้แก่ นโยบาย และมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย วิเคราะห์ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

4.1 นโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาพรวมปี พ.ศ.2558 ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ยึดตามแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งนโยบายของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ มาเป็นกรอบในการดำเนินงาน โดยจะมุ่งเน้นใน 2 ด้านที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว คือ การฟื้นฟูความเชื่อมั่นและเร่งรัดวางรากฐานที่ดีของประเทศ และการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม

ประเด็นการเร่งฟื้นฟูความเชื่อมั่นต่อตลาดนักท่องเที่ยว เป็นการวางเป้าหมายลำดับแรก ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวนโยบายของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ด้วยการนำเสนอความสุข สนุกแบบไทยที่แตกต่างจากชาติอื่น ภายใต้การรณรงค์การสื่อสารหลักที่เน้นย้ำภาพลักษณ์ “Amazing Thailand ; Happiness Within” พร้อมความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมพิเศษระดับนานาชาติเป็นปฏิทินท่องเที่ยวตลอดทั้ง 12 เดือน เพื่อทำให้เกิดการใช้จ่ายและพักนานวัน ควบคู่กับการสร้างสรรค์สินค้าท่องเที่ยวเชิงคุณค่า ขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวและสร้างการเชื่อมโยงการเดินทางในประชาคมอาเซียน โดยดำเนินการส่งเสริมตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ทิศทางด้านตลาดต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะรุกตลาดเมืองรองของจีน อาทิ เซี่ยเหมิน อุ๋ฮั่น ซีอาน ฉางฉวน ซึ่งเป็นเมืองที่มีสภาพเศรษฐกิจดี พร้อมทั้งเข้าถึงกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในเมืองเดิม เช่น จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย เจาะกลุ่มครอบครัว นักบริหารรุ่นใหม่ และสาวออฟฟิศที่มีกำลังซื้อสูง โดยสินค้าที่อยู่ในความสนใจเกี่ยวกับวิถีทางการดำเนินชีวิตแฟชั่น สุขภาพความงามและอาหารไทย

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะวางตำแหน่งทางการตลาดให้ประเทศไทยเป็น ASEAN Connectivity ใช้โอกาสของไทยเป็นจุดขาเข้า ขาออกที่สำคัญ เพื่อดึงตลาดประเทศที่สาม ทั้งในกลุ่มตลาดระยะใกล้ เช่น สิงคโปร์ จีนและกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) รวมถึงตลาดระยะไกลเข้ามาท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างเร่งทำการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยอย่างเข้มข้น ทั้งจัดกิจกรรมภายในประเทศ และทำการตลาดในประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของไทย ภายใต้การรณรงค์ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558 หรือ 2015 Discover Thainess” เพื่อเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมไทย

ทั้งนี้ภาครัฐได้หามาตรการรับมือกับคลื่นนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อช่วยลดผลกระทบจากนักท่องเที่ยวกับความเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อรักษาความสัมพันธ์ของประเทศ ด้วยการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวรวมถึงกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพึงปฏิบัติ ในรูปแบบแผ่นพับหรือคู่มือ บนพื้นฐานของความชัดเจนและความเป็นมิตร โดยให้ทุกฝ่ายยอมรับและเข้าใจข้อมูลและกฎเกณฑ์ต่างๆ

4.2 รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

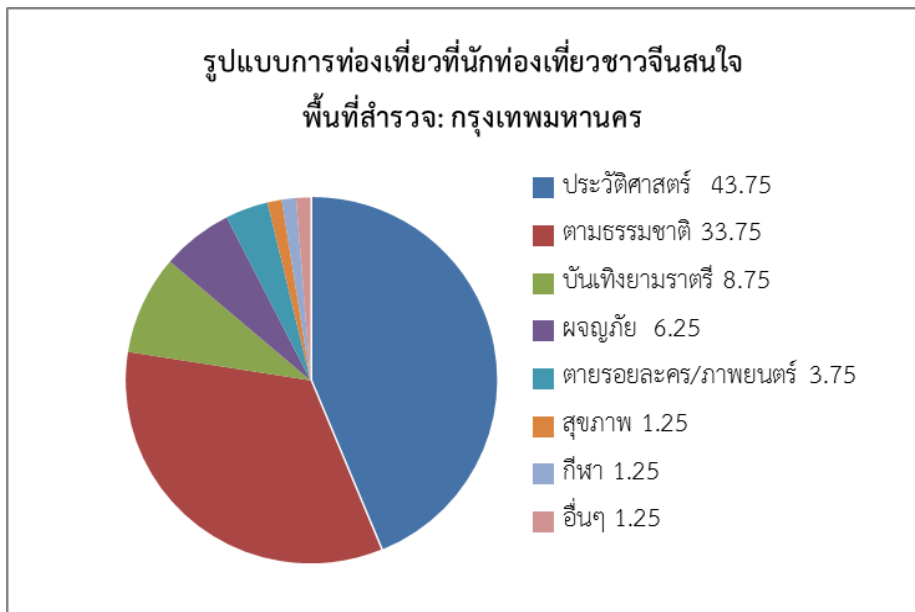
การศึกษารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ ได้ผลการศึกษาจากการทำแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมด 120 ชุด โดยทำการสำรวจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 60 ชุด บริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระที่นั่งอนันตสมาคม พื้นที่จังหวัดชลบุรี 60 ชุด บริเวณวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร วัดเขาชีจรรย์ ในเดือนมีนาคม 2558

จากการวิเคราะห์การสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 85 คน เพศชายจำนวน 35 คน บริเวณกรุงเทพมหานคร เพศหญิง 43 คน เพศชาย 17 คน บริเวณจังหวัดชลบุรี เพศหญิง 42 คน เพศชาย 18 คน พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางมาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วง

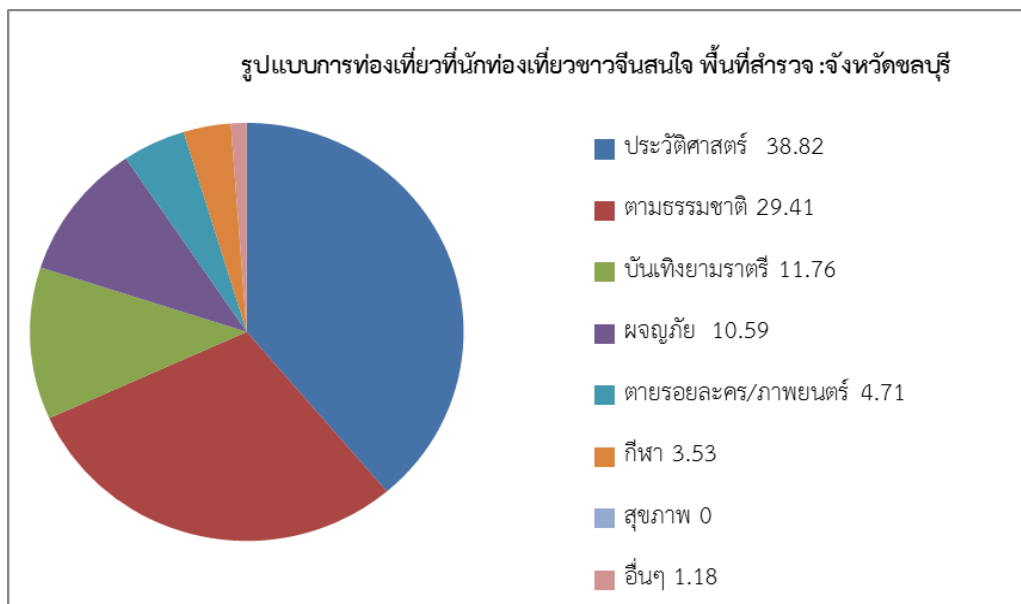
อายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ Generation Y คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี จำนวน ร้อยละ 45.83 เป็นพื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 38.33 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 53.77 รองลงมาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยว คือ Generation B อายุ 51 – 69 ปี จำนวนร้อยละ 28.33 เป็นพื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 35 พื้นที่จังหวัด ชลบุรี ร้อยละ 21.67

นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจาก บริษัททัวร์ถึงร้อยละ 34.92 ในส่วนของกรุงเทพมหานครได้รับข้อมูลจากบริษัททัวร์ ร้อยละ 41.38 จังหวัด ชลบุรี ร้อยละ 29.41 รองลงมา คือ รับรู้ข้อมูลจากเพื่อน ร้อยละ 25.93 โดย กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 25.29 จังหวัด ชลบุรี ร้อยละ 26.47 น้อยสุด คือ นิทรรศการจัดการแสดง การท่องเที่ยวภายในประเทศมีเพียงร้อยละ 2.12 พื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็น 2.30 จังหวัด ชลบุรี คิดเป็นร้อยละ 1.96 เหตุที่นิทรรศการจัดการแสดงการท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้รับความสนใจเพียงส่วนน้อยเพราะการทำตลาดการท่องเที่ยวของไทยยังไม่จริงจังและการประชาสัมพันธ์ยังไม่ดีเท่าที่ควร ทั้งนี้ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ร้อยละ 66.25 เป็นการมาพักผ่อน โดยแบ่งเป็นพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 66.67 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 65.88 รองลงมา บางส่วนที่วัตถุประสงค์หลัก คือการเดินทางมาซื้อสินค้า ร้อยละ 28.13 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 28.00 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 28.24 ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 53.33 เดินทางมากับเพื่อน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 59.32 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ เดินทางมากับครอบครัว เฉลี่ยรวมร้อยละ 30.83 เป็นพื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 25.42 พื้นที่จังหวัดชลบุรีร้อยละ 36.67 และเป็นการเดินทางมากับกลุ่มบริษัททัวร์ในอัตราที่สูงมากถึง ร้อยละ 89.74 โดยพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีอัตรายู่ที่ ร้อยละ 91.38และพื้นที่จังหวัดชลบุรีสูงถึงร้อยละ88.14



แผนภูมิที่ 1: แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พื้นที่สำรวจ :กรุงเทพมหานคร
ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)



แผนภูมิที่ 2: แสดงรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พื้นที่สำรวจ:จังหวัดชลบุรี
ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)

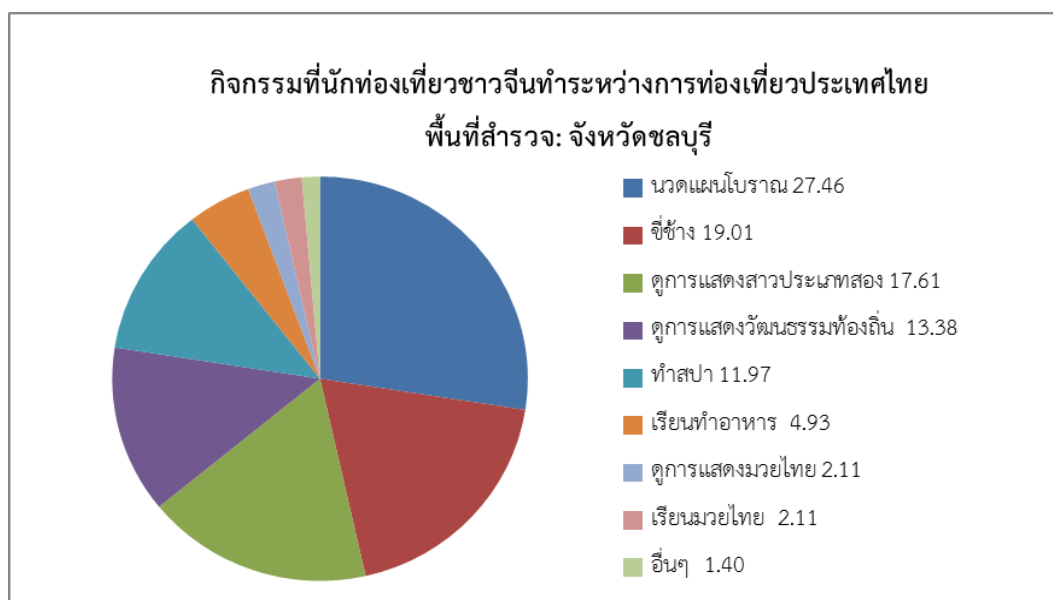
รูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้ชาวจีนตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอันดับแรก ดังแสดงผลในแผนภูมิที่ 1 และ 2 คือการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เฉลี่ยรวมร้อยละ 41.21 โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากรุงเทพมหานคร มีความสนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ถึงร้อยละ 43.75 และในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 38.82 เนื่องจากมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ดั้งเดิม รองลงมาให้ความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวตามธรรมชาติเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ร้อยละ 31.52 พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 33.75 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 29.41 และรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจน้อยที่สุดคือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้รับความสนใจเพียง ร้อยละ 0.61 โดยเป็นพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 1.25

ลักษณะการเลือกที่พักอาศัยโดยส่วนใหญ่แล้วถึงร้อยละ 90.60 เลือกพักโรงแรม ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 86.74 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 97.74 รองลงมาเป็นรีสอร์ท เป็นสัดส่วนโดยรวมอยู่ที่ ร้อยละ 6.84 แบ่งเป็นพื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 11.67 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 1.75 ที่เป็นเหตุนี้เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัททัวร์หรือบริษัทท่องเที่ยวการพักในสถานที่เดียวกันและจัดการได้ง่ายคือโรงแรมและด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันใช้จ่ายเพื่อความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

พาหนะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้ในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 40.33 เป็นการเดินทางโดยรถทัวร์ซึ่งจะสอดคล้องถึงลักษณะการจัดการการท่องเที่ยว พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 67.61 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 71.43 รองลงมาจะเป็นการนั่งเรือ เป็นการนั่งเรือข้ามฟาก หรือ การเดินทางต่อไปยังเกาะต่างๆ พื้นที่กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 11.27 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 10



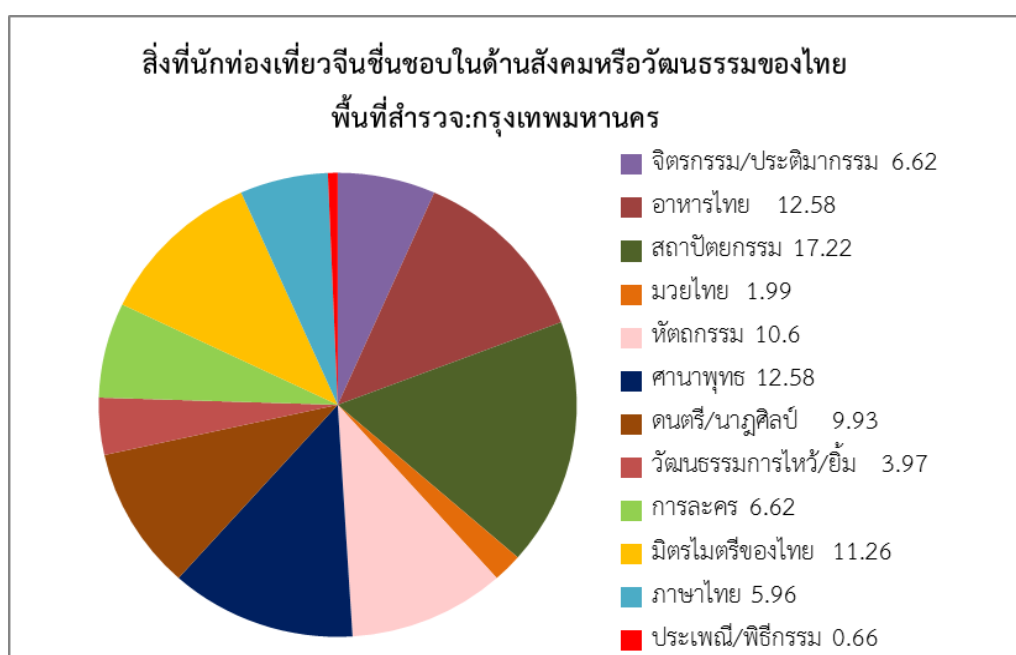
แผนภูมิที่ 3: แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำระหว่างการท่องเที่ยวประเทศไทย
พื้นที่สำรวจ: กรุงเทพมหานคร
ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)



แผนภูมิที่ 4: แสดงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนทำระหว่างการท่องเที่ยวประเทศไทย พื้นที่สำรวจ: จังหวัดชลบุรี
ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)

กิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่างเลือกทำระหว่างท่องเที่ยวประเทศไทย ดังแสดงผลในแผนภูมิที่ 3 และแผนภูมิที่ 4 คือ นวดแผนโบราณ สัดส่วนรวมอยู่ที่ร้อยละ 30.18 พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 32.87 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 24.76 รองลงมาจะเป็นการช้อปปิ้ง และการดูโชว์ของสาวประเภทสองในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมทำ ได้รับอิทธิพลมาจากการชมภาพยนตร์ “Lost in Thailand ” ซึ่งภายในเรื่องมีการถ่ายทอดถึง การนวดแผนโบราณ การช้อปปิ้ง มวยไทย แต่การเรียนรู้มวยไทย จะได้รับความสนใจน้อยลงมาหน่อย ได้เพียงร้อยละ 2.11

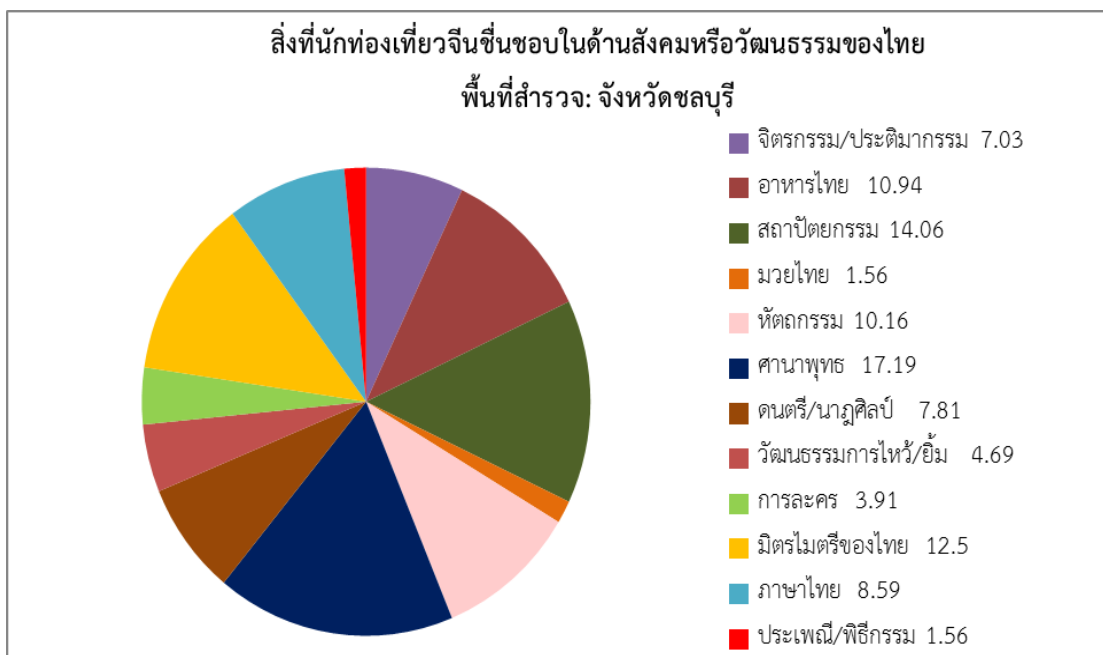
ประเภทอาหารที่เลือกรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ อาหารจีน ร้อยละ 45.26 พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 52.24 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 38.57 รองลงมา คือ อาหารไทย ร้อยละ 40.15 อาหารของไทยที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจ เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย ของหวาน เช่น ข้าวเหนียวมะม่วง ผลไม้ เช่น มะม่วง ทุเรียน มะพร้าว สับปะรด อาหารตะวันตก ร้อยละ 11.68



แผนภูมิที่ 5: แสดงสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบในด้านสังคมหรือวัฒนธรรมของไทย

พื้นที่สำรวจ : กรุงเทพมหานคร

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)



แผนภูมิที่ 6: แสดงสิ่งที่นักท่องเที่ยวจีนชื่นชอบในด้านสังคมหรือวัฒนธรรมของไทย พื้นที่สำรวจ: จังหวัดชลบุรี
ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)

สิ่งที่นักท่องเที่ยวจีนมีความสนใจหรือชื่นชอบด้านสังคมและวัฒนธรรมของไทยมากที่สุดคือ ด้านสถาปัตยกรรม ร้อยละ 15.77 พื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 17.22 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 14.06 รองลงมา คือ พระพุทธศาสนา ร้อยละ 14.7 พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 12.58 พื้นที่ในจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 17.19 ลำดับถัดมา มีอัตราส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 11.83 คือ อาหารไทย และ วัฒนธรรมการไหว้/ยืม อาหารไทย พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 12.58 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 10.94 วัฒนธรรมการไหว้/ยืม ร้อยละ 11.83 พื้นที่กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 11.26 พื้นที่จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 12.5

4.3 ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

เมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่างถูกถามว่ามีความพึงพอใจต่อสิ่งใดบ้างและเป็นอย่างไรในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี พบว่า อัยาศัยไมตรีของผู้คนได้รับความประทับใจมากที่สุดถึงร้อยละ 65.22 โดยชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมีความประทับใจมากที่สุดถึงร้อยละ 53.45 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 52.63 รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทิวทัศน์ที่สวยงาม ประทับใจมากที่สุด โดยรวมถึง ร้อยละ 53.04 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53.45 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 52.63

ภาพรวมในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ประทับใจมากที่สุดถึงร้อยละ 58.72 กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 62.5 จังหวัดชลบุรี ร้อยละ 54.72

ผลกระทบกับกลุ่มบุคลากรหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบริเวณนั้น ได้แบ่งผลกระทบทางวัฒนธรรมออกเป็น 2 ด้าน คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ และวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ

วัฒนธรรมทางวัตถุ

เสื้อผ้า : ผลกระทบด้านลบ เนื่องจากอากาศที่ร้อนของประเทศไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใส่กางเกงขาสั้นหรือเสื้อกล้ามเข้าไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา ซึ่งถือว่าไม่เหมาะสม แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นตัวนักท่องเที่ยวเองไม่เข้าใจถึงวัฒนธรรมในข้อนี้ มีคฤศเทศก์ควรให้คำแนะนำก่อนการเดินทาง

ผลกระทบด้านบวก นักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อมีการผลัดเปลี่ยนผ้าก่อนที่จะเข้าชมสถานที่ แล้วได้เห็นผ้าถุงหรือผ้าถุงต่างสนใจแล้วอยากได้กลับไป บางทีเดินออกมาหาซื้อบริเวณใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยว

อาหารการกิน : อาหารไทย เช่นต้มยำกุ้ง ผลไม้ของไทย เช่น มะพร้าว มะม่วง กุ้ง สับปะรด ทุเรียน จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากผลไม้ของไทยมีรสชาติที่อร่อยถูกปากและประเทศจีนนั้นไม่มี หรือขนมที่มีผลไม้เป็นส่วนประกอบก็ได้รับความสนใจเช่นเดียวกัน นมอัดเม็ด สวนจิตรลดา นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมซื้อกลับจำนวนมาก เห็นผู้อื่นรับประทานอะไรอยู่ก็เกิดความสนใจอยากที่จะรู้และทานด้วย

พาหนะ : ใช้รถทัวร์ในการเดินทางเป็นหลัก เนื่องจากส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มทัวร์และกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าการขนส่ง การเดินทางของไทยไม่ครอบคลุมและไม่สะดวกเท่าที่ควร

ที่พัก : นิยมนอนโรงแรม เนื่องจากบริษัททัวร์จัดให้และนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันได้ใช้จ่ายเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ตนเองมากขึ้น

วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ

ลักษณะทางสังคม : นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนและครอบครัว เมื่อเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย กิจกรรมที่ทำมีทั้งการนวดแผนโบราณ ไหว้พระ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบ เจ้าหน้าที่บริเวณวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหารได้บอกเล่าให้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการเรียนรู้วัฒนธรรม ไหว้พระธาตุตามที่มีคฤศเทศก์ทำและสักการะต้นโพธิ์ที่ในหลวงได้ทรงปลูก

วัฒนธรรมประเภทการควบคุมทางสังคม : มีทั้งในส่วนที่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับและไม่ได้ปฏิบัติตามกฎ

ปฏิบัติตามกฎ : เคารพ กราบไหว้ สถานที่

ไม่เคารพกฎกติกา : ไม่เคารพกฎกติกาการท่องเที่ยว เช่น เรื่องความสะอาด การทานอาหาร และขนม ทานเสร็จแล้วไม่ทิ้งให้เรียบร้อย ห้องน้ำใช้ไม่ค่อยสะอาดหรือจะเป็นการขับถ่ายบริเวณอื่นที่ไม่ใช่ห้องสุขาสุภาพหรือจัด เมื่อเจ้าหน้าที่กล่าวตักเตือนแล้วมีทั้งกลุ่มที่เชื่อฟังและไม่เชื่อฟัง

มารยาท : ไม่พอใจมารยาทของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่คุยกันเสียงดัง รับประทานอาหารแล้วชอบแย่งกันบางทีก็แย่งของกันดู เดินไม่มองถนน การนั่งยกขาขึ้นไว้บนโต๊ะ การไม่ต่อคิวในการเข้าห้องน้ำหรือการซื้อของ บ้วนน้ำลายลงพื้น มัคคุเทศก์ควรจะบอกกล่าวนักท่องเที่ยวให้ชัดเจนว่าสิ่งใดที่ควรทำหรือสิ่งใดไม่ควรทำ

ประเพณีความเชื่อค่านิยม : นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจวัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาของไทย ไม่เข้าใจเรื่องความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ศิลปะ : ด้วยความที่ประเทศไทยมีความโดดเด่นทางศิลปะเฉพาะตัว จึงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ทั้งสถาปัตยกรรมทั้งดงาม งานหัตถกรรมฝีมือ การร่ายรำต่างๆ

ภาษา : นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้ภาษาจีนในการติดต่อสื่อสาร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหลายได้มีการเรียนรู้และฝึกภาษาเพิ่มเติม โดยการจำรูปแบบประโยคหรือคำศัพท์ที่จำเป็น ถ้ามัคคุเทศก์ หรือให้มััคคุเทศก์ช่วยสื่อสารให้ พอสื่อสารรู้เรื่องบ้างเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่แล้วสื่อสารกันไม่ค่อยรู้เรื่อง เพราะไม่ได้มีการเรียนรู้อย่างจริงจัง นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการช่วยในการสื่อสาร มีนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนน้อยที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร และนักท่องเที่ยวชาวจีนอยากที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมของไทยโดยการใช้ภาษาไทย อย่างเช่นคำกล่าว ทักทาย สวัสดีค่ะ/สวัสดีครับ ขอขอบคุณค่ะ/ขอขอบคุณครับ นักท่องเที่ยวชาวจีนบางส่วนได้มีการสอนภาษาจีนให้คนไทยและขอให้คนไทยสอนภาษาไทยให้กับเขาด้วย สำหรับบุคคลที่ศึกษาอย่างจริงจัง นอกจากศึกษาภาษาจีนที่ใช้สำหรับสื่อสารแล้ว ยังได้ศึกษาด้านสังคมและวัฒนธรรม เมื่อได้ถามเจ้าหน้าที่มีเจ้าหน้าที่บางสถานที่ที่ได้อบรมภาษา เจ้าหน้าที่กล่าวว่า ได้มีการเรียนรู้คำศัพท์ที่จำเป็นในการบอกทิศทาง ศัพท์ง่ายๆ พื้นฐาน เป็นต้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอยากให้ภาครัฐเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพิ่มเติมเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

พิธีกรรม: นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สักการะด้านพุทธศาสนา

เมื่อถามถึงภาพรวม ส่วนใหญ่แล้วพึงพอใจเพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาส่งผลให้เศรษฐกิจประเทศไทยดีขึ้น แล้วโดยส่วนตัวมีความเข้าใจถึงความต่างทางด้านวัฒนธรรมแต่อยากให้ปรับปรุงในเรื่องพฤติกรรม มารยาท ให้ดียิ่งขึ้นอีกนิตหนึ่ง อยากที่จะให้ภาครัฐช่วยดูแลนักท่องเที่ยวพร้อมประชาสัมพันธ์ถึงการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพรวมถึงการคัดกรองมัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมดูแลทัวร์

คนเรามีทั้งข้อดีและข้อเสีย ด้านดีและด้านไม่ดี นักท่องเที่ยวชาวจีนมีทั้งนักท่องเที่ยวที่ดีและไม่ดี ขึ้นอยู่กับว่าใครจะมองออกมาอย่างไร อัตลักษณ์ความเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แสดงออกมาสู่สายตาอาจไม่ใช่ภาพลักษณ์นักท่องเที่ยวที่ดีมากนัก ซึ่งทางการเงินเองก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ ได้ออกคู่มือแนะนำการปฏิบัติตนในประเทศสำคัญรวมทั้งประเทศไทยด้วย ซึ่งบริษัททัวร์ของจีนหลายแห่งได้แจกคู่มือดังกล่าวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนก่อนเดินทางไปต่างประเทศ คาดว่าในระยะยาวจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนมากขึ้น



ภาพที่ 8: แสดงป้ายประกาศถึงการแต่งตัวที่เหมาะสมในการเข้าชมนิทรรศการบริเวณพระที่นั่งอนันตสมาคม

ที่มา : ผู้วิจัย (2558)



ภาพที่ 9 : แสดงป้ายรายการบอกชื่อผลไม้เป็นภาษาจีน
ที่มา : ผู้วิจัย (2558)



ภาพที่ 10 : แสดงการแต่งกายของนักท่องเที่ยวชาวจีนบริเวณวัดเขาชีจรรย์
ในขณะที่กำลังพูดคุยกับคนขายของมีทั้งที่แต่งกายเหมาะสมและไม่เหมาะสม
ที่มา : ผู้วิจัย (2558)



ภาพที่ 11 :แสดงถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมถ่ายรูปคู่กับสถานที่ท่องเที่ยว และช่างภาพที่สื่อสารกับชาวจีนด้วยภาษาจีน

ที่มา : ผู้วิจัย (2558)

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาถึงพฤติกรรมและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยได้สรุปผลการศึกษาถึงประเด็นด้านนโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย วิเคราะห์ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนและมีการอภิปรายผล ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนองานวิจัย ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. นโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานของภาครัฐมีความพยายามในการฟื้นฟูความเชื่อมั่นและเร่งรัดการวางรากฐานที่ดีของประเทศ โดยการรณรงค์การสื่อสารหลักที่เน้นย้ำภาพลักษณ์ “Amazing Thailand ;Happiness Within” พร้อมการจัดกิจกรรมพิเศษระดับนานาชาติเป็นปฏิทินท่องเที่ยวตลอดทั้ง 12 เดือน

ในส่วนทิศทางด้านตลาดต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรุกตลาดเมืองรองของจีน อาทิ เซียะเหมิน อุ๋ฮั่น ซื่ออัน ฉางฉวน ซึ่งเป็นเมืองที่มีสภาพเศรษฐกิจดีพร้อมทั้งเข้าถึงกลุ่มตลาดใหม่ในเมืองเดิม

ทั้งนี้ภาครัฐได้หามาตรการรับมือกับนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อช่วยลดผลกระทบจากนักท่องเที่ยว โดยการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวรวมถึงกฎเกณฑ์ต่างๆที่นักท่องเที่ยวพึงปฏิบัติ ในรูปแบบแผ่นพับหรือคู่มือ บนพื้นฐานความชัดเจนและเป็นมิตร โดยให้ทุกฝ่ายยอมรับและเข้าใจข้อมูลและกฎเกณฑ์ต่างๆ

2. รูปแบบการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี ได้รับข้อมูลจากบริษัททัวร์มากที่สุด รับรู้ข้อมูลจากเพื่อน

รองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมากับเพื่อนในลักษณะกรุ๊ปทัวร์ ทราบข้อมูลจากนิทรรศการการท่องเที่ยวไทยน้อยมาก การเดินทางเข้ามาในประเทศไทยวัตถุประสงค์หลักคือการพักผ่อน โดยสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และเลือกที่จะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวของไทยคือ นวดแผนโบราณ นอกจากนี้ยังมีความสนใจด้านวัฒนธรรมของไทย คือด้านสถาปัตยกรรมอันงดงาม เพราะมีลักษณะที่ละเอียดวิจิตรบรรจงและเป็นลักษณะที่ต่างออกไปจากสถาปัตยกรรมในประเทศของตนเอง เมื่อถามถึงอาหารที่ได้รับความนิยมกลับเป็นอาหารจีน ลักษณะของการเลือกที่พักทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรีต่างเลือกโรงแรม มีรถทัวร์เป็นพาหนะหลัก

3. วิเคราะห์ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรีต่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่ออรรถาธิบายไม่ตรีของผู้คนและมีความประทับใจสถานที่ท่องเที่ยว ทิวทัศน์ที่สวยงาม มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ของไทย ผลไม้ไทยเป็นอย่างมาก อาทิ สับปะรด มะพร้าว ทุเรียน เป็นต้น สนใจในด้านสถาปัตยกรรมท้องถิ่นที่แสดงออกถึงความเป็นไทย สนใจวัฒนธรรมการไหว้ การกล่าวทักทาย สวัสดีค่ะ/ครับ ขอขอบคุณค่ะ/ครับ มีการใช้บ้างในบางโอกาส ด้วยวัฒนธรรมที่แตกต่าง เรื่องการแต่งกายไปยังสถานที่ซึ่งเป็นวัดหรือสถานที่สำคัญยังมีความไม่เหมาะสม

นอกจากการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบกับการสังเกตพบว่า บุคคลซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้มีการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนบ้าง มีการใช้ภาษาจีนโดยการเรียนรู้ด้วยตัวเองหรือถามจากมัคคุเทศก์เป็นคำหรือประโยคสั้นๆง่ายๆที่ใช้ในการสื่อสารบ่อยครั้งและมีการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษามือ ภาษากายในการสื่อสาร เขียนป้ายสินค้าเป็นภาษาจีน มีความเข้าใจถึงตัวนักท่องเที่ยวชาวจีนในความแตกต่างทางวัฒนธรรม รวมทั้งนักท่องเที่ยวยังให้ความสนใจกับการเรียนรู้วัฒนธรรมของไทย อาทิ การแสดงศิลปวัฒนธรรม อาหารและสินค้าของที่ระลึกอีกด้วย

การอภิปรายผล

นโยบายและมาตรการต่างๆในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นควรสร้างความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยและเร่งรัดการวางรากฐานที่มีในการพัฒนาประเทศส่งเสริมข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของการท่องเที่ยวของประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามามีความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมควรมีการปรับความเข้าใจและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากการศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีและนโยบายแล้วยังไม่เป็นไปตาม

เป้าหมายที่วางไว้ในเรื่องของการพัฒนาบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยวหรือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น ประเทศไทยยังถือได้ว่าอยู่ในช่วงกำลังค่อยเป็นค่อยไป

เมื่อถามถึงวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ในพื้นที่ของ กรุงเทพมหานครและจังหวัดชลบุรี คือการพักผ่อนและนักท่องเที่ยวชาวจีนชอบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของไทย ประทับใจในทัศนียภาพที่สวยงามและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมคือ นวดแผนไทยโบราณ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ กรวรรณ สังขกร (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่” ที่พบว่าสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาเชียงใหม่ก็ด้วยความโดดเด่นมีชื่อเสียงด้านศิลปวัฒนธรรม ทัศนียภาพที่สวยงามและเดินทางมาเพื่อการพักผ่อนเป็นสำคัญ กิจกรรมที่เลือกทำระหว่างการท่องเที่ยวประเทศไทย คือ การนวดแผนโบราณ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนยังมีความสนใจชื่นชอบด้านวัฒนธรรมของไทย เราควรนำสิ่งที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบหรือจุดเด่นในด้านต่างๆมาส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยโดยผ่านมุมมองด้านวัฒนธรรม ทั้งความชื่นชอบทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หรือ จะเป็นการนวดแผนไทย เป็นต้น

ในแง่ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีความพยายามในการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในแต่ละบุคคลมากขึ้นแตกต่างกันออกไป ทั้งในภาษาและการบริการ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการรับมือกับนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างจริงจัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้เข้าใจถึงกฎระเบียบ วัฒนธรรมประเพณีของไทยและลดผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนผ่านสื่อต่างๆ
2. มีการอบรมมัคคุเทศก์ให้มีประสิทธิภาพเพราะจากการสอบถามเจ้าหน้าที่ การสังเกตพบเจอกับตัวเอง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเชื่อฟังและปฏิบัติตามที่มัคคุเทศก์บอกกล่าว มีส่วนน้อยที่จะไม่เชื่อฟัง ถ้าเรามีมัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวชาวจีนก็จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้วย
3. จัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยให้มีประสิทธิภาพผ่านการประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาจทำโดยการผ่านนักร้อง นักแสดงของไทยที่ชาวจีนชื่นชอบ

4. มีการจัดอบรมความรู้ด้านภาษา วัฒนธรรม สังคม ประเพณีของจีนให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อความเข้าใจในภาษาจีนและวัฒนธรรมที่ต่างกัน จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารของบุคลากรเป็นไปอย่างไม่ราบรื่นนัก เพราะไม่ได้เรียนรู้อย่างจริงจัง เป็นการเรียนรู้ด้วยการถามว่าศัพท์คำนี้ภาษาจีนเรียกว่าอะไรกับมีคศุเทศก์บ้าง ภาษากายบ้าง เป็นต้น ถ้าเรามีการสื่อสารที่เข้าใจกันรู้เรื่อง จะเป็นการช่วยเสริมความเข้าใจอันดีได้ เพราะชาวจีนก็ประทับใจในอัธยาศัยไมตรีของไทยอยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

การเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาตินั้นว่ามีผลต่อการจัดการ การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเป็นที่สนใจแล้วยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆอีกที่เดินทางมาท่องเที่ยวมากเป็นลำดับต้นๆ เช่น มาเลเซีย รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีประเด็นในการนำเสนองานวิจัยในอนาคตในการศึกษารูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชาติที่ได้กล่าวมาข้างต้นซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของไทยได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

สื่อสิ่งพิมพ์

- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). **หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: บริษัทรามการพิมพ์จำกัด
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2555). **เอกสารคำสอนการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา**. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)**. นนทบุรี: หจก.เฟิร์นข้าหลวง 프린ต์แอนด์พับลิชชิง
- สินธุ์ สโรบล. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ**. เชียงใหม่: วนิตา เพรส
- สาวิณี แก้วบุปผา. (2556). **รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน : กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร**. งานวิจัยคณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Brent W. Ritchie. (2005). **Tourism research methods**. Usa : CABI Publishing
- C. Michael Hall and Stephen J. Page. (2002). **The geography of tourism and recreation**. New york : Great Britain by Bell&Bain Ltd,Glasgow

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กรมการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559**. เข้าถึงเมื่อ 7ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourismkm-asean.org>
- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2556). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่**. เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน. เข้าถึงได้จาก www.sri.cmu.ac.th/~cct/wp-content/uploads/2013/11/Chinese-Tourist-in-Chiang-Mai-061153
- ก้องภพ ภูสุวรรณ. (2557). **ปรับเชิงรุก ปลุกเชิงรับ จับกระแสนักท่องเที่ยวจีน**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน. เข้าถึงได้จาก www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Publication/FAQ.../FAQ_89
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **โครงการสำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนเชิง**

รุกในการเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ สำหรับ 4 ตลาดในเอเชีย (จีน ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และ ไต้หวัน). เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม. เข้าถึงได้จาก tourisminvest.tat.or.th/งานวิจัย/สำรวจทัศนคตินักท่องเที่ยว-4ตลาด

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ททท.ปี 2555.** เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/about-tat/policy-marketing-plan>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). **พระที่นั่งอนันตสมาคม.** เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม/รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว/พระที่นั่งอนันตสมาคม—56

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **พิพิธภัณฑสถานพระที่นั่งวิมานเมฆ.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม/รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว/พระที่นั่งวิมานเมฆ—2064

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). **วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร.** เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน เข้าถึงได้จาก thai.tourismthailand.org/สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม/รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว/วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร--561

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). **สถานที่ท่องเที่ยว เชียงใหม่.** เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/ข้อมูลจังหวัด/เชียงใหม่/สถานที่ท่องเที่ยว>

คณิตา เลขะกุล. (2557). **ภูมิศาสตร์พระนครศรีอยุธยา.** เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://haab.catholic.or.th/history/history04/ayutaya/ayutaya.html>

จารุภา ศิริธวานนท์. (2551). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.** เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.pnru.ac.th/offi/arit/upload-files/uploadfile/38/9d229931fc543fe23c99ac934db8bb7d>

ฉัตรวดี อินทะสา และคณะ. (2557). **ทัศนคติของผู้ประกอบการร้านค้า/ร้านอาหารในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน.** เข้าถึงเมื่อ 23 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก

www.slideshare.net

ชมรมสื่อมวลชนส่งเสริมการท่องเที่ยว. (2557). **แผนตลาดรวมปี 58**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <http://mtpgroup.org/index.php/2011-08-04-08-15-41/73-58>

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2556). **นักท่องเที่ยวจีนกำลังซื้อสำคัญของโลก**. เข้าถึงเมื่อ 23 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.exim.go.th/doc/newsCenter/42554>.

นพพันธ์ อรุณวงศ์ ณ อยุธยา. (2558). **รู้และเข้าใจจีน**. เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน. เข้าถึงได้จาก https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=350423288501742&id=284140515130020&substory_index=0

เนชั่นทีวี. (2558). **จีนขึ้นบัญชีต่านักท่องเที่ยวพฤติกรรมยอดเยี่ยมให้บริษัททัวร์-สายการบิน “หลีกเลียง”**. เข้าถึงเมื่อ 20 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <http://www.nationtv.tv/main/content/foreign/378440702/>

บ้านจอมยุทธ. (2558). **ปัจจัยในการสร้างความแตกต่างของนักท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก http://www.baanjommyut.com/library_2/extension-3/tourist/index.html

ปรีดี โชติช่วง. (2551). **นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว**. เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://203.151.20.203/moi/images/stories/docs/paper142.pdf>

ไปด้วยกันดอทคอม. (2558). **เขาชีจรรย์**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก http://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/cheechan.html

ภัสสรกรณ์ ลังกาฟ้า. (2553). **ผลกระทบด้านสังคมของการท่องเที่ยวในชุมชนหมู่บ้านดอยปู่ย จังหวัดเชียงใหม่**. เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer751409/2553/Exer2553_no238

มริวรรณ ผิวนิม และอัญญารัตน์ ธรรมวรรณ. (2557). **การศึกษาผลกระทบทางสังคม และวัฒนธรรมจากการจัดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา เมืองเชียงคาน ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย**. เข้าถึงเมื่อ 25 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://gsbooks.gs.kku.ac.th/57/grc15/files/hmp43>

วิกิพีเดีย. (2558). **กรุงเทพมหานคร**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก th.wikipedia.org

/wiki/กรุงเทพมหานคร

วิกิพีเดีย. (2558). **เกาะล้าน**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก th.wikipedia.org

/wiki/เกาะล้าน

วิกิพีเดีย. (2558). **ชลบุรี**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก th.wikipedia.org/wiki/ชลบุรี

วิกิพีเดีย. (2558). **วัดญาณสังวรมหาวิหาร**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก th.wikipedia.org/wiki/วัดญาณสังวรมหาวิหาร

ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2557). **TAT Tourism Journal ฉบับไตรมาส 4/2557**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://intelligencecenter.tat.or.th>

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (2557). **หนึ่งดั่งทำ...ไทยพัง?**. เข้าถึง 23 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก http://research.cru.ac.th/RDI_NEWS/RDI_NEWS_NO-7

แสนดี สีสุทธิโพธิ์. (2551). **ธุรกิจท่องเที่ยวไทย: ฟังบริษัทนำเที่ยวจีนแนะตลาดนักท่องเที่ยวจีนในไทย**. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน. เข้าถึงได้จาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/articles/detail.php?IBLOCK_ID=70&SECTION_ID=515&ELEMENT_ID=13412

อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man_Econ/Atchara_S.pdf

เอเอสทีวี วิทยุ. (2558). **การท่องเที่ยวไทยกลางมรสุมของการแข่งขัน**. เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <http://manager.co.th/AstvWeekend/ViewNews.aspx?NewsID=9580000038883>

เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์. (2556). **หลายเหตุผล ทำไมนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงไม่น่ารัก**. เข้าถึงเมื่อ 13 เมษายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/China/ViewNews.aspx?NewsID=9560000095668>

Peterson, Sanne Leuenhagen. (2009). **Chinese Tourists' Travel Motivations and Their Resultant Preferred Travel Activities**. Accessed October 11. Available

from <http://www.odense.dk/Topmenu/Borger/ByMiljoe/Odense>

Steven Schipani. (2008). **Impact: The Effects of Tourism on Culture and the Environment in Asia and the Pacific Alleviating Poverty and Protecting Cultural and Natural Heritage through Community-Based Ecotourism in Luang Namtha**. Accessed October 3. Available from <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001826/182645e.pdf>

Zhiqiang,Hou. (2012). **Tourism Perception to Thailand of the Chinese Mainland Tourists-Content Analysis on the We Media**. Paper presented to First Thai-Chinese Strategic Research Seminar. Accessed October 9. Available from <http://www.nrct.go.th/th/>

Study of Cultural differences of tourist behavior: German, Chinese and Indian. Accessed October 9. Available from http://www.suic.org/wpcontent/uploads/research3/mba_research/31Korakoch_TRAITHONGYOO.pdf

--	--	--



แบบสอบถาม

เรื่อง : วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้านวัฒนธรรม

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี รายวิชาการศึกษานอกเทศ สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสอบถาม 1ชุดมีจำนวน 3 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2: พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตอนที่ 3: ค่าใช้จ่ายต่อกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยว/แบบประเมินความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย

เก็บข้อมูล ณ..... วันที่

บันทึกข้อมูล ณ วันที่

สถานที่จัดเก็บข้อมูล.....

นางสาว ชลลดา ปิยวรรณพงศ์

นักศึกษาปริญญาตรี อักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ตอนที่1: ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ ปี
3. รายได้ต่อเดือน หยวน

ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() เพื่อน	() อินเทอร์เน็ต
() หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร /สื่อสิ่งพิมพ์	() บริษัททัวร์
() นิทรรศการจัดการแสดงการท่องเที่ยว ภายในประเทศ	() อื่นๆ (โปรดระบุ)
2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย

() พักผ่อน	() ซื้อสินค้า	() ทักษะศึกษา
() บริการทางการแพทย์	() ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	() เยี่ยมญาติหรือเพื่อน
() อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
3. ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกับท่าน

() เดินทางมาคนเดียว	() เพื่อน	() คู่รัก
() ครอบครัว	() อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
4. ลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย

() จัดการด้วยตนเอง	() เดินทางมากับบริษัททัวร์
---------------------	-----------------------------
5. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่าน.....หยวน
6. ท่านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย.....วัน
7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

() การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	() การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
() การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	() การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
() การท่องเที่ยวตามรอยละคร/ภาพยนตร์	() การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

- () การท่องเที่ยวบันเทิงยามราตรี () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. ลักษณะการเลือกที่พักอาศัยของท่าน
- () โรงแรม () บ้านเพื่อน/บ้านญาติ () รีสอร์ท
() ห้องเช่ารายวัน () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
9. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในครั้งนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () รถตุ๊กตุ๊ก () รถตู้ () รถจักรยาน
() รถแท็กซี่ () รถมอเตอร์ไซด์ () เรือ
() รถทัวร์ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. กิจกรรมที่ท่านทำระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () นวดแผนโบราณ () ทำสปา () ชี่ช้า () ดูโชว์วัฒนธรรมท้องถิ่น
() เรียนทำอาหาร () ดู lady boy () เรียนมวยไทย () ดูโชว์มวยไทย
() เรียนภาษาไทย () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
11. ประเภทอาหารที่ท่านเลือกรับประทานเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- () อาหารไทย () อาหารจีน () อาหารตะวันตก () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
12. ท่านมีความสนใจหรือชื่นชอบด้านสังคมหรือวัฒนธรรมของไทยด้านใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () จิตรกรรม/ประติมากรรม () อาหารไทย () สถาปัตยกรรม
() มวยไทย () หัตถกรรม () ศาสนาพุทธ
() ดนตรี/นาฏศิลป์ () วัฒนธรรมการไหว้/ยืม () การละคร
() มิตรไมตรีของไทย () ภาษาไทย
() ประเพณี/พิธีกรรม (โปรดระบุ)..... () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
13. สินค้าที่นิยมเลือกซื้อในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () จิวเวลรี่ เครื่องประดับ () เครื่องสำอางค์ของไทย () เช่าพระ
() ของที่ระลึกของประเทศไทย () สินค้าแฟชั่น () สินค้าแบรนด์เนม
() ผ้าไหมไทย () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3: ค่าใช้จ่ายต่อกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยว

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างต่อไปนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่าย (หยวน)

แบบประเมินความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
สถานที่ท่องเที่ยว					
ผู้คน/อัยาศรัยไมตรี					
ค่าใช้จ่าย					
ภาพรวม					

ข้อเสนอแนะ / ข้อคิดเห็น

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาทำแบบสอบถาม

调查表

文化影响的旅行：中国人来泰国旅行经典案例

说明：请您按照实际情况和自己的真实想法回答问题。

第一部分：个人资料

1. 性别 男 女
2. 年龄岁
3. 你的月收入.....元

第二部分：中国旅游者来泰旅游所做的活动。

1. 您在何处获得关于泰国旅游景点及活动资料。（可多选）

- 朋友 网络
- 报纸,刊物 旅游公司
- 国内旅游展览会 其它（请填写）.....

2. 来泰旅游的目的。（可多选）

- 放松身心 购物 工作 / 开会
- 直观教育 医疗服务 探亲/ 探望朋友
- 其它(请填写)

3. 您与谁一起 来泰旅游。

- 自己 朋友 对象
- 家庭 其它（请填写）.....

4. 您旅行社来泰国旅游。

11. 在泰国旅游时你喜欢吃哪种菜?

- 泰国菜 中国菜 西餐
 其它 (请填写)

12. 你对泰国哪个文化感兴趣? (可多选)

- 雕塑 泰国菜 建筑
 泰式拳击 手工艺 佛教
 泰国佛教的文化 音乐/舞蹈戏剧艺术 泰语
 泰国人的友好 传统 / 佛事
 其它 (请填写)

13. 您最喜欢购买泰国什么商品。

- 珠宝 泰国化妆品 买 佛像
 泰国的纪念品 时尚商品 品牌商品
 泰国的丝 其它 (请填写)

第三部分:中国游客来台旅游花的费用。

说明:请填写下面的空格。

旅行的活动	费用(元)

泰国旅游的感受关于主意。

满意	满意度				
	非常满意	满意	一般	不满意	非常不满意
	5	4	3	2	1
著名景点					
和蔼的人					
费用					
大体					

反馈 / 主意

.....

.....

非常感谢您的参与

ตาราง: แสดงข้อมูลทั่วไปและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไป	พื้นที่จัดเก็บข้อมูล (ร้อยละ)		
	กรุงเทพ	ชลบุรี	รวม
1. เพศ			
ชาย	28.13	30	29.16
หญิง	71.67	70	70.83
2. อายุ			
ต่ำกว่า 18ปี	1.67	0	0.83
18-35 ปี	38.33	53.33	45.83
36-50 ปี	23.33	21.67	22.5
51-69 ปี	35	21.67	28.33
70 ปีขึ้นไป	1.67	3.33	2.5
3. รายได้ต่อเดือน (หยวน)			
ต่ำกว่า 7050	90	90	90
7,051 -14,100	6.67	10	8.33
มากกว่า 21,151	3.33	0	1.67
ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย			
1. ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
เพื่อน	25.29	26.47	25.93
อินเทอร์เน็ต	24.14	25.49	24.87
หนังสือพิมพ์ /นิตยสาร /สื่อสิ่งพิมพ์	6.9	13.73	10.58
บริษัททัวร์	41.38	29.41	34.92
นิทรรศการจัดการแสดงการท่องเที่ยว ภายในประเทศ	2.3	196	2.12
อื่นๆ	0	2.94	1.59

2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย			
พักผ่อน	66.67	65.58	66.25
ซื้อสินค้า	28	28.24	28.13
ทัศนศึกษา	1.33	0	0.63
บริการทางการแพทย์	0	3.53	1.88
ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	1.33	1.18	1.25
อื่นๆ	3.33	1.18	1.88
3. ผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยกับท่าน			
เดินทางมาคนเดียว	6.78	1.67	4.17
เพื่อน	59.32	48.33	53.33
คู่อีก	6.78	5	5.83
ครอบครัว	25.42	36.67	30.83
อื่นๆ	1.69	8.33	5
4. ลักษณะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย			
จัดการด้วยตนเอง	8.62	8.47	8.55
เดินทางมากับบริษัททัวร์	91.38	88.14	89.74
อื่นๆ	0	3.39	1.71
5. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (หยวน)			
น้อยกว่า 4,995	23.81	55	52.17
4,996 - 9,990	44.44	30	46.74
9,991 - 14,985	30.16	15	1.09
14,986 หยวนขึ้นไป	1.59	0	0
6. จำนวนวันที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย			
น้อยกว่า 3 วัน	6.67	5	5.83
4 - 7 วัน	85	90	87.5
8 - 11 วัน	3.33	3.33	3.33
12 วัน ขึ้นไป	5	1.67	3.33

7. รูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย			
การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	43.75	38.82	41.21
การท่องเที่ยวตามธรรมชาติ	33.75	29.41	31.52
การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	6.25	10.59	8.48
การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	1.25	0	0.61
การท่องเที่ยวตามรอยละคร/ภาพยนตร์	3.75	4.71	4.24
การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	1.25	3.53	2.42
8. ลักษณะการเลือกที่พักอาศัยของท่าน			
โรงแรม	86.67	97.74	90.6
บ้านเพื่อน/บ้านญาติ	1.67	1.75	1.71
รีสอร์ท	11.67	1.75	6.84
อื่นๆ	0	1.75	0.85
9. พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆในครั้งนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
รถตุ๊กตุ๊ก	2.82	0	1.42
รถตู้	5.63	2.86	4.26
รถจักรยาน	1.41	4.29	2.84
รถแท็กซี่	5.63	4.29	4.96
รถมอเตอร์ไซด์	2.82	2.86	2.84
เรือ	11.27	10	10.64
รถทัวร์	67.61	71.43	69.5
อื่นๆ	2.82	4.29	3.55
10. กิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวประเทศไทย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
นวดแผนโบราณ	32.87	27.46	30.18
ทำสปา	8.39	11.97	10.18
ช้อปปิ้ง	17.48	19.01	18.25

ดูโชว์วัฒนธรรมท้องถิ่น	13.29	13.38	13.33
เรียนทำอาหาร	4.9	4.93	4.91
ดู lady boy	16.78	17.61	17.19
ดูโชว์มวยไทย	2.1	2.11	2.11
เรียนมวยไทย	2.8	2.11	2.46
อื่นๆ	1.4	1.4	1.4
11. ประเภทอาหารที่เลือกรับประทานเมื่อเดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทย			
อาหารไทย	38.81	41.43	40.15
อาหารจีน	52.24	38.57	45.26
อาหารตะวันตก	8.96	14.29	11.68
อื่นๆ	0	5.71	2.92
12. ท่านมีความสนใจหรือชื่นชอบด้านสังคมหรือ วัฒนธรรมของไทยด้านใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
จิตรกรรม/ประติมากรรม	6.62	7.03	6.81
อาหารไทย	12.58	10.94	11.83
สถาปัตยกรรม	17.22	14.06	15.77
มวยไทย	1.99	1.56	1.79
หัตถกรรม	10.6	10.16	10.39
ศาสนาพุทธ	12.58	17.19	14.7
ดนตรี/นาฏศิลป์	9.93	7.81	8.96
วัฒนธรรมการไหว้/ยืม	3.97	4.69	4.3
การละคร	6.62	3.91	5.38
มิตรไมตรีของไทย	11.26	12.5	11.83
ภาษาไทย	5.96	8.59	7.17
ประเพณี/พิธีกรรม	0.66	1.5	1.08
13. สินค้าที่นิยมเลือกซื้อในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			

จีวเวอร์รี่ เครื่องประดับ	19.19	18.48	18.85
เครื่องสำอางค์ของไทย	19.19	15.22	17.28
เช่าพระ	5.05	3.26	4.19
ของที่ระลึกของประเทศไทย	23.23	28.26	25.65
สินค้าแบรนด์เนม	12.12	5.43	8.9
ผ้าไหมไทย	5.05	11.96	8.38
อื่นๆ	1.01	3.26	2.09

ที่มา: รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2558)

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวชลลดา ปิยวรพงศ์
วันเกิด 09 พฤศจิกายน พ.ศ.2534
ที่อยู่ 1303/26-27 ถ.กรุงเทพ – นนทบุรี แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ
กรุงเทพมหานคร 10800

ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. 2546 สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนดาราทร
กรุงเทพมหานคร
ปี พ.ศ. 2553 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสตรีนนทบุรี
จังหวัดนนทบุรี
ปี พ.ศ.2557 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัด นครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์

สาขา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า นางสาว ชลลดา ปิยวรรณพงศ์
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอก เอเชียศึกษา วิชาโท ภาษาจีน
ชื่อภาคนิพนธ์ วิเคราะห์ผลกระทบจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประเด็นด้าน
วัฒนธรรม
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ อาจารย์คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา 1303/26-27 ถ.กรุงเทพ-นนทบุรี แขวง วงศ์สว่าง
เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800
หมายเลขโทรศัพท์ 081-995-0802

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์ฉบับนี้อันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ
หลักสูตรระดับปริญญาบัตรบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่ง
พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนด
ตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน

()

ลงนามผู้รับโอน

()

วันที่

