



สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

โดย

นางสาว กมลวรรณ เร่งเจริญ

รหัสนักศึกษา 05590661

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

โดย

นางสาว กมลวรรณ เร่งเจริญ

รหัสนักศึกษา 05590661

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตร์บัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์	การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง
ผู้เขียน	นางสาวกมลวรรณ เร่งเจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ “การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยว พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองในประเทศไทย มีวิธีการศึกษาโดย เก็บข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว การเลือกที่พัก ร้านอาหาร ความพึงพอใจในท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 20 คน โดยการเก็บแบบสอบถาม บริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร และนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองจำนวนมากอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี และใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 10 วัน จังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมไปนอกจากกรุงเทพมหานครคือ ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี และราชบุรี แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวได้รับจากอินเทอร์เน็ต และเพื่อน นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมการเลือกที่พักจากโรงแรม และAirbnb อีกทั้งไม่นิยมนวางแผนการเลือกร้านอาหารมาก่อน แต่ปัจจัยในการเลือกคือ ราคา รองลงมาคือ ความสะอาด ส่วนการเดินทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ Grab รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจ ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านความสะดวก เรื่องที่ควรปรับปรุงคือ ระยะเวลาการเดินทาง ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสวยงาม เรื่องที่ควรปรับปรุงคือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ความสะอาดบริเวณที่พัก เรื่องที่ควรปรับปรุงคือ ความสะอาดของที่พัก และนักท่องเที่ยวชาวจีนพอใจกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง, การท่องเที่ยว, จตุจักร, ถนนข้าวสาร

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ เนื่องจากความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก บัณฑิตสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์นี้ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำ แก้ไขจุดบกพร่อง และช่วยเหลือด้วยความทุ่มเท ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ Chen Yuanyuan ที่คอยช่วยในการตรวจทานแบบสอบถามภาษาจีนให้ถูกต้องสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวจีนทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามครั้งนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัว เพื่อน และทุกคนบนโลกใบนี้ ที่คอยช่วยเป็นกำลังใจ อยู่เคียงข้างตลอดการทำภาคนิพนธ์ และทำให้งานวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

กมลวรรณ เร่งเจริญ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญภาพ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2.....	4
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง.....	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎี.....	5
2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (The concept of tourist motivation).....	5
2.2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)	6
2.2.3 ทฤษฎีความคาดหวัง และความพึงพอใจ.....	7
2.2.4 ทฤษฎีปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง (The Theory of push and pull factors)	8
2.2.5 ทฤษฎีมาสโลว์.....	8
2.2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	11
2.3 นโยบาย/มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	11
2.3.1 แผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)	11

2.3.2	สถานการณ์ด้านการแข่งขันของประเทศไทยในแต่ละภูมิภาค.....	13
2.4	ภูมิศาสตร์กรุงเทพมหานคร.....	14
2.4.1	ที่ตั้งและภูมิประเทศ	14
2.4.2	ภูมิอากาศ.....	14
2.4.3	แหล่งท่องเที่ยว.....	14
2.5	ภูมิศาสตร์ชลบุรี.....	18
2.5.1	ที่ตั้งและภูมิประเทศ	18
2.5.2	ภูมิอากาศ.....	19
2.5.3	แหล่งท่องเที่ยว.....	19
2.6	ภูมิศาสตร์ภูเก็ต.....	21
2.6.1	ที่ตั้งและภูมิประเทศ.....	21
2.6.2	ภูมิอากาศ.....	21
2.6.3	แหล่งท่องเที่ยว.....	21
2.8	ระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานคร.....	24
2.9	ประเภทที่พัก.....	26
2.10	เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3	32
3.1	แหล่งที่มาของข้อมูล	32
3.1.1	ข้อมูลปฐมภูมิ.....	32
3.1.2	ข้อมูลทุติยภูมิ.....	32
3.2	ขั้นตอนการดำเนินการ.....	32
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	33
3.4	เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
บทที่ 4	34

4.1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	34
4.2 พฤติกรรมการเลือกที่ใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน	37
4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง.....	47
บทที่ 5.....	53
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	53
5.1.1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง	53
5.1.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง	53
5.1.3 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง	54
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	55
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	57
5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	57
5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิจัย	57
5.4 ข้อจำกัด	57
บรรณานุกรม.....	58
ประวัติผู้วิจัย.....	81
แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์.....	82

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	6
2. พระบรมมหาราชวัง.....	15
3. ตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์.....	16
4. เยวราช.....	17
5. ถนนข้าวสาร.....	17
6. ตลาดนัดสวนจตุจักร.....	18
7. ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา.....	19
8. สวนสัตว์เปิดเขาเขียว.....	20
9. หาดพัทยา.....	20
10. หาดป่าตอง.....	22
11. แหลมพรหมเทพ.....	22
12. ภูเก็ตแฟนตาซี.....	23
13. BTS.....	24
14. MRT.....	24
15. รถแท็กซี่.....	25
16. รถโดยสาร.....	25
17. Grab.....	26
18. โรงแรม.....	26
19. Hostel.....	27
20. Resort.....	27
21. Airbnb.....	28
22. Guesthouse.....	28
23. Apartment.....	29
24. ถนนข้าวสาร.....	34
25. หัวหิน.....	39
26. พัทยา.....	39

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
27. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก.....	39
28. อาหารไทย.....	43
29. สำหรับอาหารไทย.....	44

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	35
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
3. แหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
4. แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว.....	40
5. การวางแผนเลือกที่พัก.....	41
6. ประเภทที่พัก.....	41
7. ปัจจัยการเลือกที่พัก.....	42
8. การวางแผนเลือกร้านอาหาร.....	43
9. ปัจจัยการเลือกร้านอาหาร.....	44
10. สัญชาติอาหาร.....	45
11. การวางแผนการเดินทาง.....	45
12. ระบบขนส่งที่ใช้เดินทาง.....	46
13. ความพึงพอใจ.....	49

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศถือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศรูปแบบหนึ่ง ทั้งยังเป็นรากฐานที่ทำให้ประชาชนทั้งสองฝ่าย เกิดทัศนคติที่ดีต่อกัน เกิดการไว้วางใจกัน จนเกิดเป็นธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ หากความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเสียไป อาจส่งผลให้ภาพลักษณ์ของประเทศเปลี่ยนไปด้วย ความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีนดำเนินมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 ซึ่งทั้งสองประเทศเริ่มความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวได้เร็วและยาวนานกว่าประเทศอื่นในโลก ประชาชนชาวจีนนิยมมาเที่ยวที่ประเทศไทย จนไทยติดอันดับที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของประเทศจีน (วิภา อุตมฉันทและคณะ, 2548)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญต่อสังคม ทั้งในท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยวและยังขยายส่งผลไปถึงระดับประเทศด้วย นักท่องเที่ยวชาวจีนมีส่วนช่วยให้ประเทศไทยได้รับรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ ซึ่งรายได้ดังกล่าวเป็นสินค้าส่งออกประเภท “ไม่เห็นตัวสินค้า” (Invisible Export) มีผลให้ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศดีขึ้น (นิศา ชัชกุล, 2550 :53-54)

ทั้งนี้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนในไทยจากรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 เป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวจีนที่ท่องเที่ยวในไทยสูงถึง 10.54 ล้านคน เติบโตร้อยละ 7.4 จากปีก่อน และรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่ท่องเที่ยวไทยมีมูลค่า 580,699 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 11.5 จากปีก่อน และคาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลังของ ปี พ.ศ.2562 (<https://voicetv.co.th/read/T2Cu7GCSC>, 2562)

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปลี่ยนไปจากการก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวง่ายขึ้น เกิดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเองหรือเรียกว่ากลุ่ม FIT เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องขณะที่การท่องเที่ยวในรูปแบบกรุ๊ปทัวร์ปรับตัวลดลง และยังมีการแข่งขันของสายการบินต้นทุนต่ำทำให้ราคาตั๋วโดยสารถูกลง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองเพิ่มขึ้นจาก

กระแสการท่องเที่ยวเมืองโดยบุคคลผู้มีชื่อเสียงต่าง ๆ นิยมท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น ด้วยลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปลี่ยนไปตามเทรนด์อาจทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเองกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดในอนาคตได้

(<https://www.prachachat.net/tourism/news-288676>, 2562)

เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองส่งผลสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ดังนั้นการเรียนรู้ที่จะเข้าใจรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองเป็นสิ่งสำคัญเพื่อหาแนวทางพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตของไทย ให้ทั้งภาคเอกชนและรัฐบาลวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองในประเทศไทย
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองในประเทศไทย

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

สารนิพนธ์ชิ้นนี้จะทำการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง ขอบเขตพื้นที่การศึกษาบริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร เท่านั้น

1.4 นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเองหรือ FIT (Foreign Independent Travelers) คือ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตัวเองโดยอิสระและไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว (<https://dekgenius.com>, 2562)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง
- 2) ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้ใช้ผลการวิจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง
- 3) ทำให้รัฐบาลสามารถกำหนดนโยบายส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง

องค์การท่องเที่ยวโลกหรือ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) ได้ให้นิยาม การท่องเที่ยว (Tourism) ไว้ว่า “Travel refers to the activity of travelers. A traveler is someone who move between different geographic locations, for any purpose and any duration. The visitor is a particular type of traveler and consequently tourism is a subset of travel” ซึ่งสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมของนักเดินทาง ซึ่งนักเดินทาง คือ คนที่ย้ายที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะด้วยจุดประสงค์หรือเวลาใดก็ตาม นอกจากนี้ ผู้ที่มาเยี่ยมเยือนก็นับเป็นนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง

นริศา มัจฉริยกุล (2559) ผู้เขียนวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะใต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวแบบอิสระ หรือ FIT (Free Independent Travel) คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดย Alastair M. Morrison กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบ FIT มี 2 ความหมาย คือ 1. การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางโดยลำพัง 2. การท่องเที่ยวทั้งโดยลำพัง หรือเป็นกลุ่ม แต่ไม่ได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวที่มีตารางท่องเที่ยวที่แน่นอน แต่อาจจะมีบริการบางอย่างจากบริษัทนำเที่ยวได้

Ana Figueroa (2562) ผู้เขียนบทความ “FIT Travel: All About Independence” ได้ให้นิยามของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเองหรือ FIT (Foreign Independent Travelers) คือ นักท่องเที่ยวที่วางแผนการท่องเที่ยวและการเดินทางด้วยตัวเอง ไม่ได้ท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ หรือท่องเที่ยวตามตารางเวลาที่ผู้อื่นกำหนด แต่ไม่ได้หมายความว่ากลุ่ม FIT จะไม่ใช้บริการบริษัทท่องเที่ยวต่าง ๆ เพียงแต่บริษัทเหล่านี้ปรับตัวด้านการบริการให้เข้ากับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น เช่น โกด้นำเที่ยวส่วนตัว มีชั้นเรียนสอนทำอาหารส่วนตัว โดยที่นักท่องเที่ยวยังคงเป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวและกิจกรรมที่อยากทำ อีกทั้งยังมีโอกาสในการเลือกที่พักตามที่ต้องการได้ ซึ่งอาจจะพักที่โฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้าน

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (The concept of tourist motivation)

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (The concept of tourist motivation) ของ Swarbrooke and Horner ได้เสนอว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 6 มิติ ได้แก่

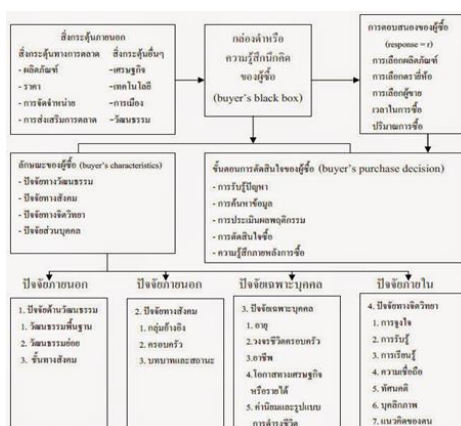
- 1) แรงจูงใจทางด้านกายภาพ (physical motivations) เช่น ความต้องการพักผ่อน หย่อนใจ ความต้องการให้ผิวเป็นสีแทน
- 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (cultural motivations) เช่น ความต้องการชม เมือง และความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของสถานที่อื่นๆ
- 3) แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ (emotional motivations) เช่น ความต้องการได้รับความรัก ความต้องการผจญภัย ความต้องการได้อยู่ในโลกแห่งความเพ้อฝัน
- 4) แรงจูงใจทางด้านสถานะ (status motivations) เช่น ความต้องการเป็นบุคคลที่สำคัญ ความต้องการเป็นผู้นำสมัย ความต้องการที่จะใช้จ่ายได้อย่างฟุ้งเฟ้อ
- 5) แรงจูงใจส่วนบุคคล (personal motivations) เช่น ความต้องการไปเยี่ยมเยียน เพื่อนและญาติ ความต้องการผูกมิตรกับบุคคลอื่น
- 6) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง (personal development motivations) เช่น ความต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติม ความต้องการได้เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ

2.2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior)

รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์ (2557) กล่าวว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ (Need) ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ มีอิทธิพลอิทธิพล ทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยสามารถเรียกว่าโมเดลที่ใช้อธิบายระบบนี้ได้ชื่ออีกลักษณะว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

- 1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจ เน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และ สิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้
- 2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
- 3) การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ



ภาพที่ 1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : <https://poundtv5.blogspot.com> (2561)

กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

- 1) พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด
- 2) พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น
- 3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม

2) ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

3) ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

4) ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วยการจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อ เจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

2.2.3 ทฤษฎีความคาดหวัง และความพึงพอใจ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) กล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีนักวิชาการจำนวนมากที่ได้คิดค้นและนำเสนอทฤษฎี แต่ผู้วิจัยขออธิบายเฉพาะแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ได้แก่

ทฤษฎีความคาดหวัง และความพึงพอใจ (The expectancy-valence theory) โดย Witt and Wright ได้คิดค้นและเสนอทฤษฎีนี้ ซึ่งแนวคิดหลักของทฤษฎีมองว่านักท่องเที่ยวจะถูกจูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวจากความคาดหวังที่เขาสร้างขึ้น หรือจินตนาการขึ้นมาว่า เขาจะได้รับประโยชน์ (outcome) เฉพาะด้านอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายด้านจากการเดินทางท่องเที่ยว

2.2.4 ทฤษฎีปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง (The Theory of push and pull factors)

ทฤษฎีปัจจัยผลัก และปัจจัยดึง (The Theory of push and pull factors) ของ Dann ซึ่งแนวคิดหลักของทฤษฎีนี้ คือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

1) ปัจจัยผลัก (push factors) หมายถึง ปัจจัยภายใน หรือความต้องการ และความคาดหวังที่เกิดขึ้นในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2) ปัจจัยดึง (pull factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจ และความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว

โดยปัจจัยผลักจะเกิดขึ้นก่อน จากนั้นปัจจัยดึงจะเกิดขึ้นตามมา ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวก่อน เช่น อยากพักผ่อน เป็นปัจจัยผลัก จากนั้นนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ที่จะท่องเที่ยว พิจารณาจากความน่าสนใจ และความดึงดูดใจของสถานที่ที่เป็นปัจจัยดึง การเสนอทฤษฎีนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการให้ความสำคัญกับจุดเด่น และลักษณะของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ

2.2.5 ทฤษฎีมาสโลว์

เมธา หริมเทพาธิป (2561) กล่าวถึง แอברהฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) เป็นนักจิตวิทยาและนักมนุษยวิทยาเสนอทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ว่าจะมีความต้องการเป็นระดับต่างๆ ลาเฮย์ กล่าวถึง กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีมาสโลว์ ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากพื้นฐานไปยังระดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นฐานคิดหรือสมมติฐานของทฤษฎี กล่าวคือ

1) มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุด และมากขึ้นเรื่อย ๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับ หรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจัยที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมของมนุษย์อีก แต่ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจต่อไป

3) ความต้องการของมนุษย์มีลำดับของสำคัญแตกต่างกัน ความต้องการมีหลายด้าน บุคคลมีการแบ่งระดับความสำคัญ ความเร่งด่วนต่อชีวิตแตกต่างกัน และจะแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่ความต้องการที่มีความสำคัญมากกว่าก่อนเสมอ

แต่เดิมนั้น ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) แบ่งออกเป็น 5 ชั้น ได้แก่

- 1) ความต้องการทางร่างกายหรือสรีระ (Physiological Needs)
- 2) ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัย (Safety Needs)
- 3) ความต้องการความรักและความผูกพัน (Love and Belonging Needs)
- 4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs)
- 5) ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองให้สมบูรณ์ (Need for self-actualization)

ในปัจจุบัน ความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ได้ถูกแบ่งออกเป็น 8 ชั้น โดยที่ เดอพอย และกิลสัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเสริมคุณค่าความเป็นมนุษย์

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการลำดับต่ำสุด และเป็นพื้นฐานของชีวิต เป็นแรงผลักดันทางชีวภาพ เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ตลอดจนทั้งมีสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม เช่น ความสะอาด ความสว่าง การระบายอากาศที่ดี การบริการสุขภาพ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (need for safety) เป็นความต้องการที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ ความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองอย่างไม่ขาดแคลนแล้ว หมายถึง ความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากอันตรายทั้งทางกาย และจิตใจ ความมั่นคงในงาน ในชีวิต และสุขภาพ การสนองในลักษณะนี้ทำได้หลายอย่าง เช่น การประกันชีวิตและสุขภาพ กฎระเบียบ ข้อบังคับที่ ยุติธรรม การให้มีสภาพแรงงาน ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ฯลฯ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับ (need for love and acceptance) เมื่อมีความ ปลอดภัยในชีวิตและมั่นคงในการทำงานแล้ว คนเราจะต้องการความรัก มิตรภาพ ความใกล้ชิด ผูกพัน ความต้องการเพื่อน การมีโอกาสนำเข้าสมาคมสังสรรค์กับผู้อื่น ได้รับการยอมรับเป็นสมาชิกในกลุ่มใด กลุ่มหนึ่ง หรือหลายกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ความต้องการนับถือตนเองและได้รับการเคารพจากผู้อื่น (need for self-esteem) เมื่อความ ต้องการความรัก และการยอมรับได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของ ตัวเองให้สูงเด่น มีความภูมิใจ และสร้างความนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ

ความรู้สึกมั่นคงในตนเองและมีเกียรติ ความต้องการเหล่านี้ เช่น ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ทำหาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ ฯลฯ

ขั้นที่ 5 ความต้องการรู้และเข้าใจตนเอง (knowledge and understanding needs) ในด้านความสามารถ ความสนใจ สิ่งที่ชอบ สิ่งที่ทำแล้วเกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเอง และสังคมอย่างแท้จริง โดยไม่ยึดติดกับตำแหน่งหน้าที่ในการทำงาน แต่ทำทุกอย่างที่เป็นความสบายใจของตนเอง และเกิดประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 6 ความต้องเข้าถึงสุนทรียะความงดงามของชีวิต (need for aesthetics/beauty) มีความสามารถในการมองเห็นสิ่งสวยงามที่อยู่รอบตัวที่คนอื่นมองไม่เห็น เข้าใจอย่างแจ่มแจ้งว่าตนเองและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก ทุกสิ่งในโลกนี้ล้วนสวยงามและมีคุณค่าในตนเอง

ขั้นที่ 7 ความต้องเข้าถึงศักยภาพแห่งตน (self-actualization needs) คือ ต้องการจะเติมเต็มศักยภาพของตนเอง ต้องการความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาของตนเอง ความเจริญก้าวหน้าในการพัฒนาทักษะความสามารถให้ถึงขีดสุดยอด มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจ และคิดสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ การก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในอาชีพและการงาน

ขั้นที่ 8 ความต้องเป็นบุคคลที่ยอดเยี่ยมในการอุทิศตนเพื่อมวลมนุษยชาติ (transcendence) เป็นอัจฉริยะบุคคลที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับมนุษยชาติอย่างถึงที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ มีชีวิตอยู่เพื่อผู้อื่น

2.2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

ศิริวัฒน์ ชนะคุณ (2561) กล่าวถึง ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อไว้ว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

ขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของบริโภค ดังนี้

- 1) การรับรู้ปัญหา
- 2) การแสวงหาข้อมูล
- 3) การประเมินผลทางเลือก
- 4) การตัดสินใจซื้อ
- 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.3 นโยบาย/มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.3.1 แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

แนวโน้มการเปลี่ยนของโลกที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย คือ ชนชั้นกลางจะเติบโตกว่าร้อยละ 5 จนถึงปี พ.ศ. 2573 โดยเฉพาะจีน และอินเดียซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทย สายการบินต้นทุนต่ำได้รับความนิยมสูงในกลุ่มชนชั้นกลาง มีสัดส่วนผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปต่อประชากรโลกเพิ่มขึ้น สื่อสังคมออนไลน์มีส่วนสำคัญในการเพิ่มความสะดวกสบายตลอดการเดินทางท่องเที่ยว และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแสวงหาประสบการณ์ที่มากกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม ผ่านการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คน และประเพณีท้องถิ่นมากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทยปี พ.ศ. 2579 “ ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ” นำไปสู่ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน แนวทางการพัฒนา 1)พัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน 2)พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน 3)สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนา 1)พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว 2)พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 3)พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนา 1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด 2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนา 1) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพ และความปลอดภัยให้กับประเทศไทย 2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ 3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทย และของแต่ละท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา 5) ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ แนวทางการพัฒนา 1)ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ 2)ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง 3)สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชน และการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว 4)ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.3.2 สถานการณ์ด้านการแข่งขันของประเทศไทยในแต่ละภูมิภาค

ฟิลิปปินส์ กรมการท่องเที่ยวฟิลิปปินส์ (DOT) มุ่งเจาะตลาดใหม่ ๆ สำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบของการดำน้ำที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังหวังจะเพิ่มจำนวนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร “Farm Tourism” ด้วยการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมสุดยอด Global Farm Tourism Summit ในเดือนกรกฎาคม 2561 ที่ผ่านมา เนื่องจากความต้องการของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังเติบโตขึ้น โดยแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบนี้ได้รับความสนใจมากขึ้นหลังจากมีการเปลี่ยนรูปแบบของการท่องเที่ยว จากเดิมAgritourism เป็น Farm Tourism

ในปี 2561 ประเทศอินโดนีเซีย ใช้แคมเปญ Visit Wonderful Indonesia (VIWI) 2018 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2561 ไว้ที่ 17 ล้านคน และ 19 ล้านคนในปี 2562 โดยแคมเปญนี้ได้เสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวจำนวน 208 ชนิดสินค้า ในพื้นที่ท่องเที่ยว 18 แห่ง (5 แห่งในเกาะสุมาตรา, 5 แห่งในเกาะชวา, 5 แห่งในบาหลีปาปัน และ 3 แห่งในสุลาเวสีและราชาอัมพัต) ในรูปแบบของแพคเกจเฉพาะแต่ละตลาด ได้แก่ ยุโรป 62 แพคเกจ, ตะวันออกกลาง 13 แพคเกจ, เอเชียใต้ 31 แพคเกจ, จีน 18 แพคเกจ, ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ 21 แพคเกจ, เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 53 แพคเกจ และออสเตรเลีย 10 แพคเกจ โดยสินค้าเสนอขายแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ Hot Deals ขึ้นอยู่กับฤดูกาลของประเทศอินโดนีเซีย Colors of Indonesia กิจกรรม อีเว้นท์ และเทศกาลต่าง ๆ ในช่วง Low Season และ Digital Destination Products การเสนอผลิตภัณฑ์ตลอดจนประสบการณ์ตลอดทั้งปี

สิงคโปร์ใช้แคมเปญ Singapore: Passion Made Possible ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเปลี่ยนมุมมองและทัศนคติที่มีต่อประเทศสิงคโปร์ ด้วยการให้ประชาชนชาวสิงคโปร์ถ่ายทอดเรื่องราว passion ที่เกิดขึ้นจริงในสิงคโปร์จากประสบการณ์ของแต่ละคน ภายใต้แนวคิด “From Big Heroes to Everyday Locals”

2.4 ภูมิศาสตร์กรุงเทพมหานคร

2.4.1 ที่ตั้งและภูมิประเทศ

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย บริเวณละติจูดที่ 13.45 องศาเหนือ ลองจิจูด 100.28 องศาตะวันออก มีพื้นที่ประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร และมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือ จะค่อย ๆ ลาดเอียงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ตั้งอยู่บนพื้นที่ ซึ่งในทางภูมิศาสตร์เรียกว่า บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา (Alluvium) โดยเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย (The Lower General Plain of Thailand) เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวและพืชประเภทต่าง ๆ

2.4.2 ภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานครนั้นมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น โดยอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ชนิด ได้แก่ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งก่อให้เกิดฤดูกาลที่แตกต่างกัน 3 ฤดู ได้แก่

ฤดูร้อน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน

ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม – เดือนตุลาคม

ฤดูหนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – เดือนมกราคม

2.4.3 แหล่งท่องเที่ยว

พระบรมมหาราชวัง

พระบรมมหาราชวังตั้งอยู่ที่ ถนนหน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200 โดยมีประวัติความเป็นมาคือ พระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 จนกระทั่งถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 สร้างขึ้นพร้อมสถาปนากษัตริย์สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อแรกสร้างประกอบด้วย 3 ส่วน คือ พระมหาปราสาท พระราชมณเฑียรสถาน และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีเนื้อที่ 132 ไร่ ในอดีตบริเวณที่ประทับของพระมหากษัตริย์มีการสร้างวัดไว้ภายในบริเวณพระบรมมหาราชวังด้วย เช่น ในสมัยกรุงศรีอยุธยามีการสร้างวัดพระศรีสรรเพชญ์ภายในที่ตั้งพระบรมมหาราชวัง จึงมีแบบแผนการก่อสร้างที่คล้ายคลึงกับในอดีต โดยมีวัด

พระศรีรัตนศาสดาราม อยู่ภายในบริเวณพระบรมมหาราชวัง ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 4 และรัชกาลที่ 5 เริ่มรับอิทธิพลจากตะวันตกทำให้สถาปัตยกรรมมีลักษณะผสมผสานทางตะวันตกมากขึ้น

ในปัจจุบัน พระบรมมหาราชวังใช้เป็นสถานที่ประกอบพระราชพิธีสำคัญต่าง ๆ ตามพระราชประเพณี เป็นที่รับแขกเมืองและพระราชอาคันตุกะ รวมทั้งเป็นที่ตั้งพระบรมศพ และพระศพของพระบรมวงศานุวงศ์ชั้นสูง พื้นที่พระบรมมหาราชวังจะแบ่งออกเป็นส่วนของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และเขตพระราชฐาน ซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับเป็นที่ประทับ และบริหารราชการแผ่นดินของพระมหากษัตริย์ เขตพระราชฐานนั้นแบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ เขตพระราชฐานชั้นหน้า เขตพระราชฐานชั้นกลาง และเขตพระราชฐานชั้นใน

เขตพระราชฐานชั้นหน้า นับตั้งแต่ประตูวิเศษไชยศรีถึงประตูพิมานไชยศรี รวมทั้งบริเวณรอบนอกกำแพงชั้นในของพระบรมมหาราชวัง ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของหน่วยราชการต่าง ๆ เช่น สำนักพระราชวัง สำนักราชเลขาธิการ ราชบัณฑิตยสถาน

เขตพระราชฐานชั้นกลาง นับตั้งแต่ประตูพิมานไชยศรีถึงประตูสนามราชกิจ ปัจจุบันใช้ประกอบพระราชพิธีสำคัญ ๆ เช่น พระราชพิธีบรมราชาภิเษก พระราชพิธีฉัตรมงคล เขตพระราชฐานชั้นกลางนี้เป็นที่ตั้งของปราสาทราชมณเฑียร ซึ่งประกอบด้วย หมู่พระมหามณเฑียร หมู่พระที่นั่งจักรีมหาปราสาท หมู่พระมหาปราสาท และพระที่นั่งบริเวณสวนศิवालัย

เขตพระราชฐานชั้นใน นับตั้งแต่ประตูสนามราชกิจจนถึงแถวเต็ง (ตึกแถวยาวที่เคยเป็นกำแพงวังสมัยรัชกาลที่ 1) ทางด้านทิศใต้ เป็นเขตสำหรับผู้หญิงล้วน ผู้ชายที่อายุ 13 ปีขึ้นไปห้ามเข้า (ยกเว้นองค์พระมหากษัตริย์) เป็นที่ตั้งของพระตำหนัก ตำหนัก เรือน ของพระมเหสี พระราชเทวี พระชายา พระราชธิดา เจ้าจอมมารดา เจ้าจอม ข้าราชการบริวาร และข้าราชการฝ่ายใน ซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้เป็นที่อยู่อาศัยของเจ้านายฝ่ายในอีกต่อไป

พระบรมมหาราชวังเปิดให้เข้าชมทุกวัน เวลา 08.30 - 16.30 น. ปิดขายบัตรเวลา 15.30 น. ชาวไทยไม่เสียค่าเข้าชม ชาวต่างชาติคนละ 500 บาท



ภาพที่ 2 พระบรมมหาราชวัง

ที่มา <https://www.prachachat.net> (2562)

ตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์

ตลาดนัดรถไฟ ศรีนครินทร์ตั้งอยู่ที่ ซอยศรีนครินทร์ 51 ถนนศรีนครินทร์ แขวงหนองบอน กรุงเทพมหานคร ซึ่งสถานที่นี้เป็นตลาดนัดกลางคืนที่ขยายตัวมาจากตลาดนัดรถไฟไปสวนจตุจักร ต่อมาตลาดนัดรถไฟสวนจตุจักรปิดตัวลง ที่แห่งนี้จึงได้รับความนิยมขึ้นมาเนื่องจากมีสินค้าทุกประเภท ทั้งสินค้ามือหนึ่งและสินค้ามือสอง โดยเฉพาะสินค้าแนววินเทจ

ตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์เปิดทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ โชนพลาซ่า เปิดวันอังคาร-วันอาทิตย์ เวลา 15.00-23.00 น. โชนตลาดนัดกลางแจ้ง เปิดวันศุกร์-วันอาทิตย์ เวลา 15.00 - 24.00 น.



ภาพที่ 3 ตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์

ที่มา <https://www.dek-d.com> (2562)

เยาวราช

เยาวราชตั้งอยู่ที่ ถนนเยาวราช แขวงเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร เป็นถนนที่มีความยาวประมาณ 1 กิโลเมตร ย่านที่มีชาวจีนโพ้นทะเลมาอาศัยรวมกันเป็นจำนวนมาก และยังเป็นตลาดที่ได้ชื่อว่าตลาดสองภาค คือ ภาคกลางวัน และภาคกลางคืน โดยในตอนกลางวันจะเต็มไปด้วยผู้คนรุ่นกลางคนขึ้นไปมาจับจ่ายซื้อสินค้า ทั้งอาหาร เครื่องเซ่นไหว้ เครื่องยาจีน ขนมตามเทศกาล เกาลัด หูฉลาม เป็นต้น แต่ก็มีผู้คนบางส่วนที่มาเพื่อหาของกินซึ่งย่านนี้จะขึ้นชื่อเรื่องอาหารจีน เมื่อเข้าสู่เวลาเย็นจะมีร้านขายอาหารตั้งอยู่ระหว่างสองฟากถนนเยาวราชจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งทานอาหารริมทาง และชมบรรยากาศ แสงไฟ ที่เป็นเอกลักษณ์ของเยาวราชได้ ซึ่งตลาดกลางคืนจะเปิดตั้งแต่วันอังคาร-วันอาทิตย์ เวลา 17.00 - 23.00 น. ส่วนของตลาดกลางวันจะมีร้านค้าเปิดให้บริการตั้งแต่ 08.00 น. เป็นต้นไป



ภาพที่ 4 เยวราช

ที่มา <http://www.thaiticketmajor.com> (2562)

ถนนข้าวสาร

ถนนข้าวสารตั้งอยู่ที่ ถนนข้าวสาร เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ใกล้ย่านบางลำพู และถนนราชดำเนินกลาง เดิมทีบริเวณนี้เป็นย่านการค้าขายข้าวสารที่เจริญรุ่งเรืองมากในสมัย ร.6 แต่ในปัจจุบันกลายเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาเยือนมากที่สุดแห่งหนึ่ง เพราะบริเวณถนนข้าวสาร จะมีที่พักประเภทเกสต์เฮาส์จำนวนมาก จึงสะดวกเรื่องที่พัก ซึ่งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง อย่างวัดพระแก้ว วัดสระเกศ วัดราชนันทดา อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ในยามค่ำคืน ถนนข้าวสารจะเป็นศูนย์รวมของร้านอาหารนานาชาติ ทั้งที่เป็นร้านประจำ และร้านที่ขายริมถนน ชาวต่างชาติสามารถชิมอาหารไทยต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีร้านสำหรับนั่งฟังเพลงอีกหลายร้าน รวมถึงร้านขายสินค้านานาชาติ ร้านรับบริการต่าง ๆ ซึ่งร้านค้าจะเปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่ 15.00 – 02.00 น.



ภาพที่ 5 ถนนข้าวสาร

ที่มา <https://thai.tourismthailand.org> (2563)

ตลาดนัดสวนจตุจักร

ตลาดนัดสวนจตุจักรตั้งอยู่ที่ สวนจตุจักร ถนนกำแพงเพชร2 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เป็นตลาดนัดในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนแผงค้าทั้งหมดมากกว่า 8,000 แผงค้า แบ่งเป็น 27 โครงการ มีสินค้า 8 ประเภท ได้แก่ ผัก ผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และเบ็ดเตล็ด ตลาดนัดสวนจตุจักรจะเปิดให้บริการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 09.00 – 18.00 น.



ภาพที่ 6 ตลาดนัดสวนจตุจักร

ที่มา <https://sites.google.com/> (2563)

2.5 ภูมิศาสตร์ชลบุรี

2.5.1 ที่ตั้งและภูมิประเทศ

จังหวัดชลบุรีตั้งอยู่ในภาคตะวันออกของประเทศไทย หรือริมฝั่งทะเลตะวันออกของอ่าวไทย ประมาณเส้นรุ้งที่ 12 องศา 30 ลิปดา ถึง 13 องศา 43 ลิปดาเหนือ และเส้นแวงที่ 100 องศา 45 ลิปดา ถึง 101 องศา 45 ลิปดาตะวันออก มีพื้นที่ทั้งสิ้น 2,726,875 ไร่ (4,363 ตารางกิโลเมตร) คิดเป็นร้อยละ 0.85 ของพื้นที่ประเทศไทย (พื้นที่ของประเทศไทยประมาณ 320,696,875 ไร่ หรือ 513,115 ตารางกิโลเมตร) ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดชลบุรี มีการผสมผสานกันมากถึง 5 แบบ ทั้งที่ราบลูกคลื่น และเนินเขา ที่ราบชายฝั่งทะเล ที่ราบลุ่มแม่น้ำบางปะกง พื้นที่สูงชัน และภูเขา รวมถึงเกาะน้อยใหญ่อีกมากมาย

2.5.2 ภูมิอากาศ

จังหวัดชลบุรีมีลักษณะอากาศแบบมรสุมเขตร้อน (Tropical Climate) โดยได้รับอิทธิพลจากทั้งลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม และได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ ส่งผลให้จังหวัดชลบุรีมีฤดูกาลแตกต่างกันอย่างชัดเจน 3 ฤดู ได้แก่

ฤดูร้อน ระหว่างเดือนมีนาคม-เดือนพฤษภาคม อากาศค่อนข้างอบอ้าว แต่ไม่ถึงกับร้อนจัด

ฤดูฝน ระหว่างเดือนสิงหาคม-เดือนตุลาคม มีฝนตกกระจายทั่วไป โดยตกหนักในเขตป่าภูเขา

ฤดูหนาว ระหว่างพฤศจิกายน-เดือนกุมภาพันธ์ อากาศไม่หนาวจัด ท้องฟ้าสดใส มีแดดตลอดวัน

2.5.3 แหล่งท่องเที่ยว

ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา

ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยาตั้งอยู่ที่ 451/304 หมู่ 12 ถนนสุขุมวิทพัทยา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี สถานที่แห่งนี้เป็นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม การจำลองบ้านเรือนไทยแบบโบราณของแต่ละภาค จำลองชุมชนริมน้ำในอดีต มีกิจกรรมหลากหลายเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรม โดยได้รวบรวมสินค้าทั้ง 4 ภาคมาไว้ในตลาดน้ำนี้ ทั้งสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของแต่ละภาค ยังรวมถึงมีการแสดงวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมไทย การชมแปลงเกษตรสาธิต สมุนไพรไทย โดยตลาดน้ำจะเปิดทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการหรือนักชัตตกฤษ เวลา 09.00-20.00 น.



ภาพที่ 7 ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา

ที่มา <https://www.thailandholidayhomes.com> (2562)

สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

สวนสัตว์เปิดเขาเขียวตั้งอยู่ที่ ตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เปิดทำการมา ยาวนานกว่า 60 ปี บนพื้นที่กว่า 5,000 ไร่ โดยมีนโยบายหลัก 4 ประการ คือ การอนุรักษ์สัตว์ป่า การ ให้การศึกษา การค้นคว้าวิจัย และการเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นสวนสัตว์เปิดที่นักท่องเที่ยว สามารถขับรถส่วนตัวเข้าชมภายในสวนสัตว์ได้ และภายในสวนสัตว์ก็มีบริการเช่ารถกอล์ฟ หรือ บริการรถรางชมรอบสวนสัตว์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้นำรถส่วนตัวมา สวนสัตว์จะเปิดบริการทุก วัน เวลา 08.00 – 18.00 น.



ภาพที่ 8 สวนสัตว์เปิดเขาเขียว

ที่มา <https://th.tripadvisor.com> (2562)

หาดพัทยา

พัทยาดั้งอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี ชายหาดมีความยาวประมาณ 3 กิโลเมตรเศษ และมีถนน เลียบชายหาดที่ร่มรื่น ชายหาดทางด้านเหนือเป็นบริเวณที่ค่อนข้างเงียบสงบ นักท่องเที่ยวนิยมไปเล่น น้ำนึ่งพักผ่อนชายหาดที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของเมืองพัทยา และเป็นเหมือนศูนย์กลางกิจกรรมทาง ทะเลสำหรับผู้ที่มาพักผ่อน ไม่ว่าจะป็นนอนอาบแดด เล่นกีฬาทางน้ำ เล่นเครื่องร่อนพาราเซลล์ ซึ่ง ตลอดแนวชายหาด เรียงรายไปด้วยโรงแรม ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หาดพัทยา เปิดทุกวัน



ภาพที่ 9 หาดพัทยา

ที่มา <https://travelblog.expedia.co.th> (2562)

2.6 ภูมิศาสตร์ภูเก็ต

2.6.1 ที่ตั้งและภูมิประเทศ

จังหวัดภูเก็ตตั้งอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย ด้านตะวันตกติดชายฝั่งทะเลอันดามัน มหาสมุทรอินเดีย ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 7 องศา 45 ลิปดา ถึง 8 องศา 15 ลิปดาเหนือ และเส้นแวง ที่ 98 องศา 15 ลิปดาถึง 98 องศา 40 ลิปดาตะวันออก ประกอบด้วยเกาะภูเก็ต ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเกาะบริวารอีก 12 เกาะ รวมเนื้อที่ประมาณ 570 ตารางกิโลเมตร ส่วนที่ กว้างที่สุดของเกาะภูเก็ตเท่ากับ 21.3 กิโลเมตร ส่วนที่ยาวที่สุดของเกาะภูเก็ตเท่ากับ 48.7 กิโลเมตร พื้นที่จังหวัดภูเก็ตประมาณร้อยละ 70 เป็นภูเขาสลับซับซ้อนทอดจากแนวทิศเหนือถึงทิศใต้ส่วนใหญ่ อยู่ทางด้านตะวันตกของเกาะ และอีกประมาณร้อยละ 30 เป็นพื้นที่ราบที่อยู่ตอนกลางและตะวันออก ของเกาะ ส่วนพื้นที่ฝั่งตะวันตกเป็นภูเขาและหาดทราย นอกจากนี้ยังมีคลองเล็ก ๆ อาทิ คลองบางใหญ่ คลองท่าจีน เป็นต้น

2.6.2 ภูมิอากาศ

จังหวัดภูเก็ตมีลักษณะภูมิอากาศแบบเขตศูนย์สูตรอยู่ในเขตอิทธิพลลมมรสุม อากาศจึง อบอุ่นและชุ่มชื้นตลอดปี มีเพียง 2 ฤดู ได้แก่ ฤดูฝน ระหว่างเดือนพฤษภาคม – เดือนพฤศจิกายน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ฤดูร้อน ระหว่างเดือนธันวาคม – เดือนเมษายน ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ

2.6.3 แหล่งท่องเที่ยว

ป่าตอง

หาดป่าตองตั้งอยู่ที่ อำเภอกระทุ้ง ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 15 กิโลเมตร เป็นชายหาดรูปตัวยู (U) ยาวประมาณ 9 กิโลเมตร มีแนวภูเขาคั่นหัวและท้าย ช่วยบังคลื่นลม น้ำทะเลสีเขียวมรกต ป่าตองยังเป็นศูนย์รวมของธุรกิจ และความบันเทิงหลายรูปแบบ ทั้งบริการนำเที่ยว นั่งช้าง เดินป่า พายเรือ อีกทั้งยังมีห้างสรรพสินค้า และร้านขายของที่ระลึกมากมาย หาดป่าตองเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอด 24 ชั่วโมง



ภาพที่ 10 หาดป่าตอง

ที่มา <http://phuketteawthai.blogspot.com> (2562)

แหลมพรหมเทพ

แหลมพรหมเทพตั้งอยู่ที่ ตำบลราไวย์ อำเภอเมือง เป็นจุดชมวิวพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามแห่งหนึ่งของภูเก็ต อยู่ทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต ห่างจากหาดราไวย์ประมาณ 2 กิโลเมตร บริเวณแหลมพรหมเทพมีขอบปูนให้นั่งชมพระอาทิตย์ตกดิน แหลมพรหมเทพมีลักษณะเป็นแหลมหินยื่นไปในทะเล กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำคือ การนั่งรอพระอาทิตย์ตกดิน ถ่ายรูป แหลมพรหมเทพเปิดให้บริการทุกวันตลอดทั้งปี



ภาพที่ 11 แหลมพรหมเทพ

ที่มา <https://www.museumthailand.com> (2562)

ภูเก็ตแฟนตาซี

ภูเก็ตแฟนตาซีตั้งอยู่ที่บริเวณหาดกมลา 99 หมู่ 3 ตำบลกมลา อำเภอกะทู้ เป็นแหล่งบันเทิงยามราตรี ที่นำเสนอศิลปวัฒนธรรมไทยด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ภายในบริเวณมีร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และหัตถกรรมไทย การแสดงที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวคือ การแสดงจินตมยา ในวังไอยรา เป็นการนำเอกลักษณ์ของไทยทั้งด้านวรรณคดี วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม มาผสมผสาน ภูเก็ตแฟนตาซีเปิดบริการทุกวัน ยกเว้นวันหยุดห้สบัติ ตั้งแต่เวลา 17.30 – 23.30 น.



ภาพที่ 12 ภูเก็ตแฟนตาซี

ที่มา <https://travel.kapook.com> (2562)

2.8 ระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานคร

รถไฟฟ้า BTS (Bangkok Transit System - BTS)

เป็นระบบขนส่งมวลชนความจุสูงแบบมาตรฐาน ที่ใช้กันแพร่หลายในเมืองใหญ่ทั่วไป ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าในการขับเคลื่อน วิ่งบนรางคู่ยกระดับ แยกทิศทางไปและกลับ โดยมีรางป้อนกระแสไฟฟ้าอยู่ด้านข้าง (Third Rail System) สามารถให้บริการแก่ผู้โดยสารได้มากกว่า 1,000 คนต่อขบวนให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ใจกลางกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์รวมของธุรกิจการค้า ย่านที่พักอาศัย แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำ และสถานที่ท่องเที่ยวหลักจำนวนมาก



ภาพที่ 13 BTS

ที่มา <https://www.bts.co.th/> (2563)

รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT (Mass Rapid Transit - MRT)

เป็นระบบขนส่งหลักที่มีการให้บริการครอบคลุมย่านธุรกิจทั้งภายในเมือง และรอบนอกเมือง โดยผ่านพื้นที่การค้า ที่อยู่อาศัย และสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง การซื้อเหรียญโดยสาร สามารถซื้อได้หลายประเภท ได้แก่ เหรียญโดยสารประเภทเที่ยวเดียว หลายเที่ยว และบัตรเติมเงิน โดยบัตรเติมเงินบางประเภทจะมีส่วนลดแก่ผู้ใช้งานประจำ



ภาพที่ 14 MRT

ที่มา <http://op.swu.ac.th/> (2563)

รถแท็กซี่

รถทุกคันจะมีการติดตั้งมิเตอร์แสดงค่าโดยสารเริ่มต้นที่ 35 บาท โดยผู้โดยสารที่ต้องการโดยสารรถแท็กซี่สามารถเรียกได้จากถนนหรือโทรจองกับศูนย์บริการ การใช้บริการรถแท็กซี่จากบริษัทที่ได้รับการรับรองจากสนามบินทั้งสองแห่งในกรุงเทพมหานคร จะมีการคิดค่าบริการเพิ่มเติม และค่าทางด่วนจะถูกคิดเพิ่มจากตัวเลขที่แสดงบนมิเตอร์ สำหรับชาวต่างชาติสังเกตรถแท็กซี่ที่ติดป้าย “We love farang” ซึ่งเป็นเครื่องหมายบอกว่าคนขับสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้



ภาพที่ 15 รถแท็กซี่

ที่มา <https://busy.org/> (2563)

รถโดยสารประจำทาง

เป็นระบบขนส่งที่มีการให้บริการครอบคลุมเขตกรุงเทพมหานคร ปทุมธานี สมุทรสาคร สมุทรปราการ มีรถวิ่งบริการในเส้นทางต่าง ๆ รวม 456 เส้นทาง มีจำนวนรถทั้งสิ้น 13,461 คัน (ณ 31 มีนาคม 2562) แยกเป็นรถ ขสมก. ธรรมดา 1,543 คัน รถปรับอากาศ 1,501 คัน รถPBC(รถเช่า) 117 คัน มีรถของบริษัทเอกชนที่ร่วมวิ่งบริการเป็น รถร่วมบริการ ธรรมดา 1,870 คัน รถร่วมบริการ รถปรับอากาศ 1,396 คัน รถมินิบัส 882 คัน รถเล็กในซอย 2,052 คัน รถตู้โดยสารปรับอากาศ 4,013 คัน และรถตู้ CNG เชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 87 คัน



ภาพที่ 16 รถโดยสาร

ที่มา <https://thematter.co/> (2563)

Grab

เป็นแอปพลิเคชันเรียกรถที่ให้บริการรถแท็กซี่ รถยนต์ และรถจักรยานยนต์ แบ่งเป็น แกร็บคาร์ (GrabCar) ให้บริการเรียกรถส่วนบุคคล แกร็บแท็กซี่ (GrabTaxi) ให้บริการเรียกรถแท็กซี่สำหรับผู้โดยสารผ่านแอปพลิเคชัน และแกร็บไบค์ วิน (GrabBike Win) ให้บริการรับส่งผู้โดยสารแบบทันทีด้วยรถมอเตอร์ไซด์ ซึ่งแอปพลิเคชันนี้สามารถใช้งานได้หลายประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



ภาพที่ 17 Grab

ที่มา <https://thethaiger.com/> (2563)

2.9 ประเภทที่พัก

โรงแรม

ห้องพักจะมีรูปแบบมาตรฐานคล้ายกันทั้งหลัง ใช้พักผ่อนในช่วงสั้น ๆ แบ่งระดับของโรงแรมด้วยดาว ตั้งแต่โรงแรม 1 ดาว จนถึงโรงแรม 5 ดาว ภายในห้องจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ตู้เสื้อผ้า โต๊ะ เตียง ห้องน้ำ เป็นต้น



ภาพที่ 18 โรงแรม

ที่มา <https://r-cf.bstatic.com/> (2563)

Hostel

ที่พักราคาประหยัด ส่วนมากจะนอนรวมกัน และใช้ห้องน้ำร่วมกัน สำหรับนักเดินทางที่ยากมีที่นอนก็พอ ไม่ค่อยมีความเป็นส่วนตัว

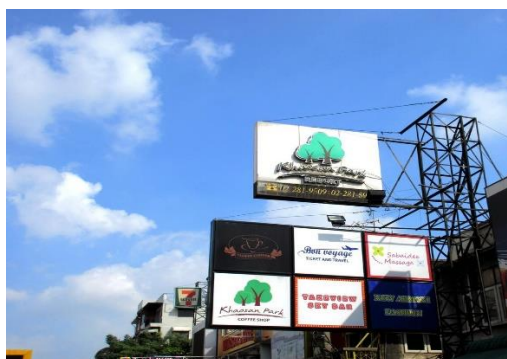


ภาพที่ 19 Hostel

ที่มา <https://www.agoda.com/> (2563)

Resort

ที่พักที่เน้นการพักผ่อนเป็นหลัก ส่วนใหญ่จะออกแบบให้แนบชิดไปกับธรรมชาติเพื่อช่วยผ่อนคลาย อาจมีการตกแต่งพิเศษเพิ่มความสวยงามมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละห้อง

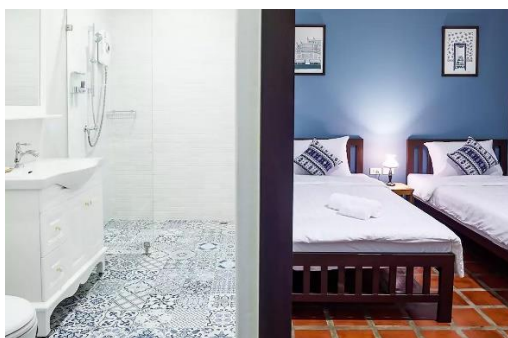


ภาพที่ 20 Resort

ที่มา <https://www.booking.com/> (2563)

Airbnb

เป็นสตาร์ทอัพเกี่ยวกับการแบ่งปันที่พักที่ได้รับความนิยม โดยมีที่พักก็มีให้เลือกหลากหลาย ราคาตั้งแต่หลักร้อยจนถึงหลักหมื่นบาทต่อคืน โดยที่คนทั่วไปสามารถเป็นเจ้าของบ้านเปิดห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก มีการเปิดให้ใช้บริการทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ แอปพลิเคชันบนมือถือ ทั้งในระบบ iOS และ Android



ภาพที่ 21 Airbnb

ที่มา <https://thestandard.co/> (2563)

Guesthouse

มีลักษณะเป็นบ้านที่แบ่งเป็นห้องพักเล็ก ๆ เพียงไม่กี่ห้อง มีเตียงให้นอนพร้อมอาหารเช้า ผู้เป็นเจ้าของอาจเป็นคนนอก และไม่ได้พักอยู่ในที่พักนั้นด้วย



ภาพที่ 22 Guesthouse

ที่มา <https://www.agoda.com/> (2563)

Apartment

เป็นอาคารที่พักอาศัย โดยมีจุดประสงค์เพื่อการให้เช่า โดยผู้เช่าพักอาศัย หรือเช่าอพาร์ท-
เมนท์นั้น ๆ มีสิทธิ์ได้แค่เพียงเช่าอยู่เท่านั้น ภายในห้องพักต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พัดลม ,
ตู้เย็น , โทรทัศน์ , เครื่องปรับอากาศ เป็นต้น



ภาพที่ 23 Apartment

ที่มา www.renthub.in.th (2563)

2.10 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพรัตน์ สุระศิริภานนท์ (2556) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร” วัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกไปยังร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาความหลากหลายของแหล่งที่มาต่อการเลือกร้านอาหารของนักท่องเที่ยวชาวจีน 3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ไปเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง และการจัดการ องค์ประกอบทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์นั้น ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยของระยะเวลาในการเดินทาง คำแนะนำจากเพื่อน และเว็บไซต์ ในการเลือกไปยังร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความใกล้ชิดสนามบิน และนอกจากนี้ยังได้เรียนรู้ถึงความต้องการของบริการที่แตกต่างจากวัฒนธรรมไทยคือ ก็คือบริการน้ำชุป และเมนูภาษาจีน เนื่องจากคนจีนมักจะรับประทานชุปร้อน ๆ เป็นเครื่องเคียงในการทานอาหารแต่ละมื้อ ซึ่งแม้การจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวของคนจีนเหล่านี้ก็ยังต้องการรับประทานน้ำชุปอยู่ ในส่วนของเมนูภาษาจีนนั้นจากการออกภาคสนามโดยส่วนใหญ่แล้วคนจีนไม่สามารถที่จะสนทนาภาษาอังกฤษได้ดีมากนัก จึงเป็นเหตุผลที่เมนูภาษาจีนยังเป็นที่ต้องการสำหรับนักท่องเที่ยว

อนุสราน นำสีสุกุลชัย (2560) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง “รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์” วัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ 2. เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ 3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ประเทศไทย ส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อน รองลงมาคือ ซื้อสินค้า โดยเดินทางมาด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับเพื่อน และคู่รักเป็นส่วนใหญ่ โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่นักท่องเที่ยวเลือกไปมากที่สุด คือ วัดพระแก้ว รองลงมาคือวัดโพธิ์ และวัดอรุณ ตามลำดับ โดยมีพาหนะที่นิยมใช้ในการเดินทาง คือ รถยนต์เช่า และรถ แท็กซี่ ด้านที่พักนักท่องเที่ยวเลือกพักอาศัยในโรงแรม และนิยมรับประทานอาหารไทย ประเภทของฝาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าทางวัฒนธรรมไทย และยาสมุนไพร เช่น ยาหม่อง

Diana K. Parr (1989) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง “Free independent travellers: The unknown tourists” มีวัตถุประสงค์เพื่อ อธิบายและตรวจสอบส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเข้าช่วงวันหยุดในประเทศนิวซีแลนด์ ที่เลือกเดินทางโดยไม่ได้ทำการจองล่วงหน้า โดยข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว FITs ได้มาจากการสัมภาษณ์ในสนามบินระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ และ มีนาคม พ.ศ. 2531 ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มคนบางส่วน และวันหยุดยาวมีผลอย่างมากต่อการเลือกท่องเที่ยวแบบอิสระ 2. การแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยว FITs แบ่งจากการดำเนินชีวิตได้ 5 กลุ่ม คือ คนชอบเล่นกีฬา คนที่มีงบจำกัด คนที่ชอบท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม คนที่เน้นการท่องเที่ยวแบบครอบครัว และคนที่ชอบความสะดวกสบาย แต่ละวิถีชีวิตมีความสัมพันธ์กับจำนวนรวมเดินทาง และวันหยุดยาวมีผลสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

Gustav Visser (2004) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง “The developmental impacts of backpacker tourism in South Africa” วัตถุประสงค์ 1. นำเสนอข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และที่พักแบบโฮสเทลของแบ็คแพ็คเกอร์ในบริบทของแอฟริกาใต้ 2. แสดงให้เห็นว่าทำไมนักท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คเกอร์ และโฮสเทลมีศักยภาพต่อการพัฒนาท้องถิ่นในแอฟริกาใต้ ผลการวิจัยพบว่า การขยายตัวของนักท่องเที่ยวประเภทแบ็คแพ็คเกอร์ในแอฟริกาใต้มีศักยภาพในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ แม้การท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คเกอร์ในท้องถิ่นจะอยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่ผู้ประกอบการที่พักแบบโฮสเทลมีอัตราการจ้างงานสูงขึ้น และการท่องเที่ยวยังพัฒนาท้องถิ่นจะเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชน

Cài liángxīn (2017) ได้นำเสนอวิจัยเรื่อง “การศึกษาการใช้ภาษาจีนธุรกิจในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน กรุงเทพมหานคร” วัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการใช้ภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นในและปัญหา 2. สสำรวจความพึงพอใจ และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนต่อการใช้ภาษาจีน ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า พิพิธภัณฑ์บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นในมีการใช้ภาษาจีน แต่ยังคงมีจำนวนธุรกิจที่ให้บริการไม่มากนัก และยังไม่สมบูรณ์ อีกทั้งพบปัญหาการแปลภาษาจีนในป้ายต่าง ๆ นอกจากนี้ ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อการบริการภาษาจีนพบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมเรียงลำดับมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มัคคุเทศก์ สิ่งอำนวยความสะดวก ศูนย์/ซุ้มข้อมูล นักท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ ร้านอาหาร ร้านค้า แผงลอย และที่พักตามลำดับ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง แบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอนได้แก่ แหล่งที่มาของข้อมูล ขั้นตอนการดำเนินการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

โดยการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว การเลือกที่พัก ร้านอาหาร ความพึงพอใจในท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 20 คน โดยการเก็บแบบสอบถาม บริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

โดยการหาข้อมูลแผนการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

3.2 ขั้นตอนการดำเนินการ

3.2.1 ศึกษาแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามบริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร เกี่ยวกับระยะเวลาในการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องไป จำนวนผู้ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจ จำนวน 20 ชุด ในช่วงเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ.2563 และนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา จากนั้นนำมาเสนอในรูปแบบการบรรยายประกอบรูปแบบตาราง

3.2.2 ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร และการเดินทาง โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามบริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร เกี่ยวกับการเลือกที่พักร้านอาหาร การเลือกใช้บริการคมนาคม จำนวน 20 ชุด และนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา จากนั้นนำมาเสนอในรูปแบบการบรรยายและรูปแบบตาราง

3.2.3 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามบริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร ในด้านความสะดวกในการเดินทาง ความ

สะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวน 20 ชุด และนำมาวิเคราะห์ในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา จากนั้นนำมาเสนอในรูปแบบการบรรยาย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถาม (Questionnaires)

3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลการศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง” โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 20 ชุด ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2563

4.1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการลงพื้นที่ถนนข้าวสารและจัตุจักรเพื่อเก็บแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถ้าเป็นกลุ่มช่วงวัย 20-29 ปี มักจะแต่งกายด้วยเสื้อยืด กางเกงลายซ้าง บางส่วนก็ใส่กางเกงขาสั้น บางส่วนก็ใส่กระโปรงยาว กลุ่มคนอายุ 30 ปีขึ้นไป ก็จะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่สะดวกต่อการเคลื่อนไหวร่างกาย กางเกงขายาว เสื้อยืด สวมหมวก การแต่งกายเหล่านี้ไม่สามารถทำให้คนภายนอกแยกออกได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูง หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ปานกลาง ผู้วิจัยยังพบว่าบางส่วนเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มเดียวกัน มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก



ภาพที่ 24 ถนนข้าวสาร

ที่มา <https://pantip.com> (2563)

ตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยคิดเป็นร้อยละ 75 และมีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 80 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วงปริญญาตรีร้อยละ 85 และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษาร้อยละ 60 ส่วนรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ที่กลุ่มรายได้น้อยกว่า 3000 หยวนต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.1 คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะ	F	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	5	25
หญิง	15	75
รวม	20	100
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
20-29	16	80
30-39	2	10
40-49	1	5
50-59	1	5
รวม	20	100
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษา	3	15
ปริญญาตรี	17	85
ปริญญาโท	0	0
ปริญญาเอก	0	0
รวม	20	100
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	12	60
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	5
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	3	15
พนักงานบริษัท	2	10
นักธุรกิจ	1	5
แม่บ้าน	1	5
รวม	20	100

ตารางที่ 4.1 คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

คุณลักษณะ	F	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน (หยวน)		
น้อยกว่า 3,000	8	40
3,001-4,500	0	0
4,501-6,000	2	10
6,001-7,500	1	5
7,501-9,000	4	20
มากกว่า 9,000	5	25
รวม	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

4.2 พฤติกรรมการเลือกที่ใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจาก ตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 75 แต่ไม่พบกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับคนรัก และระยะเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 10 วัน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบการท่องเที่ยว	F	ร้อยละ
ข้อมูลผู้ร่วมเดินทาง		
ครอบครัว	5	25
เพื่อน	15	75
รวม	20	100
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว		
น้อยกว่า 5 วัน	4	20
5-7 วัน	6	30
8-10 วัน	2	10
มากกว่า 10 วัน	8	40
รวม	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน และกลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่ม

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองไม่เพียงแต่ท่องเที่ยวเพียงแค่จังหวัดเดียว แต่ยังเดินทางไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน ไปเที่ยวหัวหินถึง ร้อยละ 53.85 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน เดินทาง

ไปท่องเที่ยวที่หัวหิน เพียงร้อยละ 46.15 และจังหวัดที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปรองลงมาคือ ชลบุรี ราชบุรี และเชียงใหม่ ส่วนสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ไปคือ เขาวราช ผู้วิจัยคาดว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองมีความสนใจในการท่องเที่ยวทะเลในประเทศไทย โดยไม่ได้จำกัดเพียงที่ใดที่หนึ่งเป็นพิเศษ อีกทั้งตลาดน้ำก็ยังเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยว จากผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน มีการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดเยอะกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน

ตารางที่ 4.3 แหล่งท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

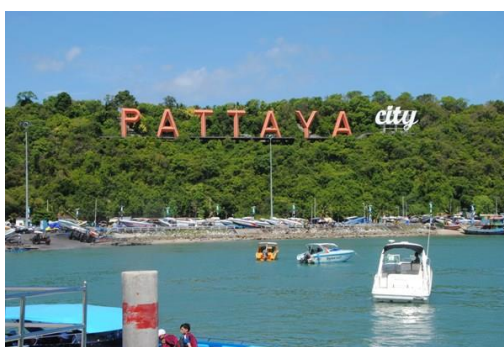
แหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
หัวหิน (ประจวบคีรีขันธ์)	7	53.85	6	46.15	13	100
พัทยา (ชลบุรี)	4	44.44	5	55.56	9	100
ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ราชบุรี)	6	66.67	3	33.33	9	100
ตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์	6	66.67	3	33.33	9	100
เชียงใหม่	5	71.43	2	28.57	7	100
พระบรมมหาราชวัง	3	60	2	40	5	100
กาญจนบุรี	3	60	2	40	5	100
ชะอำ (เพชรบุรี)	1	50	1	50	2	100
หมู่เกาะพีพี (กระบี่)	1	100	0	0	1	100
ไม่เคยไปสถานที่เหล่านี้	0	0	1	100	1	100
ท่องเที่ยวแค่ในกรุงเทพ	0	0	1	100	1	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)



ภาพที่ 25 หัวหิน

ที่มา <https://travel.kapook.com/> (2563)



ภาพที่ 26 พัทยา

ที่มา www.atsiamtour.com (2563)



ภาพที่ 27 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก

ที่มา www.เที่ยวราชบุรี.com (2563)

ด้านแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน ได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 56.25 ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 43.75 ผู้วิจัยคาดว่า การก้าวเข้าสู่โลกยุคโลกาภิวัตน์ทำให้อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อผู้คนปัจจุบัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มนี้ ตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลท่องเที่ยว อีกทั้งจากการลงพื้นที่สำรวจนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองพบว่า นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางเพียงลำพัง แต่เดินทางเป็นกลุ่ม 2-3 คน ดังนั้นเพื่อนจึงเป็นแหล่งข้อมูลของการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4 แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว

แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเทศไทยของผู้ตอบ แบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
อินเทอร์เน็ต	9	56.25	7	43.75	16	100
เพื่อน	8	57.14	6	42.86	14	100
บริษัททัวร์	2	66.67	1	33.33	3	100
นิตยสารสิ่งพิมพ์	1	33.33	2	66.67	3	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ด้านที่พักอาศัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน วางแผนในการจองที่พักล่วงหน้า ร้อยละ 80 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน วางแผนในการจองที่พักล่วงหน้า ร้อยละ 100 ในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่จองที่พักมาล่วงหน้า ได้ใช้เว็บไซต์ 飞猪 , 旅行社 , Agoda , Hotel.com, Airbnb ในการจองที่พัก ผู้วิจัยพบว่า บางส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน ไม่ได้วางแผนเลือกที่พัก ขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งไม่พบคนที่ไม่ได้วางแผนในการเลือกที่พัก

ตารางที่ 4.5 การวางแผนเลือกที่พัก

การวางแผนเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
วางแผน	8	80	10	100	18	90
ไม่ได้วางแผน	2	20	0	0	2	10
รวม	10	100	10	100	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ประเภทที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน พักในโรงแรม ร้อยละ 30 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน พักในโรงแรมถึง ร้อยละ 80 และพบว่าทั้ง 2 กลุ่ม ไม่มีใครพักประเภท Hostel และ Resort การเลือกประเภทที่พักของทั้ง 2 กลุ่ม แตกต่างกัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ส่วนใหญ่พักที่โรงแรม ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน พักที่ Airbnb

ตารางที่ 4.6 ประเภทที่พัก

ประเภทที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
โรงแรม	3	30	8	80	11	55
Airbnb	4	40	1	10	5	25
Guesthouse	2	20	0	0	2	10
Apartment	1	10	1	10	2	10
รวม	10	100	10	100	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ปัจจัยการเลือกที่พื้พบว่า กลุ่มที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน สนใจเรื่องของราคาร้อยละ 52.63 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน สนใจเรื่องของราคาร้อยละ 47.37 รองลงมาคือ สนใจเรื่องใกล้สถานที่ท่องเที่ยว มีอินเทอร์เน็ต และอาหารเข้า ส่วนห้องอาหารไม่มีผลต่อการเลือกที่พื้ ผู้วิจัยพบว่าทั้ง 2 กลุ่ม มีปัจจัยในการเลือกที่พื้ที่ใกล้เคียงกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ต้องการที่จอดรถอีกกลุ่มไม่พบนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่จอดรถ

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยการเลือกที่พื้

ปัจจัยการเลือกที่พื้ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
ราคา	10	52.63	9	47.37	19	100
ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว	8	57.14	6	42.86	14	100
อินเทอร์เน็ต (Wi-Fi)	7	53.85	6	46.15	13	100
อาหารเข้า	4	36.36	7	63.64	11	100
ความสะอาด	4	40	6	60	10	100
ใกล้ร้านอาหาร	2	40	3	60	5	100
ระเบียงห้อง	2	40	3	60	5	100
สระว่ายน้ำ	3	60	2	40	5	100
ที่จอดรถ	0	0	1	100	1	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ด้านการเลือกร้านอาหารพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน ไม่ได้วางแผนในการเลือกร้านอาหารล่วงหน้า ร้อยละ 80 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ไม่ได้วางแผนในการเลือกร้านอาหารล่วงหน้า ร้อยละ 60 ในส่วนของผู้ที่วางแผนเลือกร้านอาหารล่วงหน้าได้ใช้เว็บไซต์ Google, Instagram ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร พฤติกรรมการไม่ได้วางแผนเลือกร้านอาหารของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน มีจำนวนมากกว่า ทำให้กลุ่มนี้อาจมีอัตราในการเลือกซื้ออาหารข้างทางมากกว่าอีกกลุ่ม

ตารางที่ 4.8 การวางแผนเลือกร้านอาหาร

การวางแผนเลือกร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
ไม่ได้วางแผน	8	80	6	60	14	70
วางแผน	2	20	4	40	6	30
รวม	10	100	10	100	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ปัจจัยการเลือกร้านอาหารพบว่า กลุ่มที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน ต้องการปัจจัยด้านราคา ร้อยละ 50 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ต้องการปัจจัยด้านราคา ร้อยละ 50 รองลงมาคือ ความสะอาด และการเดินทางสะดวก ทั้ง 2 กลุ่ม มีปัจจัยในการเลือกร้านอาหารคล้ายกัน



รูปที่ 25 อาหารไทย

ที่มา www.thairath.co.th (2563)

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยการเลือกร้านอาหาร

ปัจจัยการเลือกร้านอาหาร สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
ราคา	8	50	8	50	16	100
ความสะอาด	6	46.15	7	53.85	13	100
เดินทางสะดวก	5	50	5	50	10	100
รีวิว	4	50	4	50	8	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

สัญชาติอาหารที่กลุ่มที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน รับประทานบ่อย ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวเมืองไทยพบว่า รับประทานอาหารไทยถึง ร้อยละ 80 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน รับประทานอาหารไทย ร้อยละ 90 ผู้วิจัยคาดว่านักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ในการรับประทานอาหารประจำชาตินั้น ๆ จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวส่วนมากทั้ง 2 กลุ่มตัดสินใจเลือกที่จะรับประทานอาหารไทย และจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากเลือกซื้ออาหารจากศูนย์อาหารที่ได้มาตรฐานมากกว่าร้านอาหารข้างทาง และอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมคือ ต้มยำกุ้ง ส้มตำ ผัดไทย ก๋วยเตี๋ยว และข้าวเหนียวมะม่วง



รูปที่ 26 สำหรับอาหารไทย

ที่มา www.thaipr24.com (2563)

ตารางที่ 4.10 สัญชาติอาหาร

สัญชาติอาหารที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับประทานระหว่างมาท่องเที่ยว	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
ไทย	8	80	9	90	17	85
จีน	1	10	0	0	1	5
เกาหลี	0	0	1	10	1	5
อาหารตะวันตก	1	10	0	0	1	5
รวม	10	100	10	100	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ด้านการเดินทางพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน วางแผนในการเดินทางล่วงหน้า ร้อยละ 80 ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน วางแผนในการเดินทางล่วงหน้า ร้อยละ 70 และในส่วนของผู้ที่วางแผนเลือกการเดินทางล่วงหน้าได้ใช้เว็บไซต์ Google map และ Grad ในการตัดสินใจเลือกการเดินทาง พฤติกรรมการวางแผนเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ค่อนข้างเหมือนกัน

ตารางที่ 4.11 การวางแผนการเดินทาง

การวางแผนการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถาม	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
วางแผน	8	80	7	70	15	75
ไม่ได้วางแผน	2	20	3	30	5	25
รวม	10	100	10	100	20	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

ระบบขนส่งที่ใช้ในการเดินทางพบว่า ทั้ง 2 กลุ่ม ที่ใช้ระบบขนส่ง Grab ร้อยละ 50 และระบบขนส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดใช้รองลงมาคือ การใช้รถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT แต่ไม่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการรถโดยสารประจำทาง รถตู้โดยสาร และเรือ พฤติกรรมการเลือกใช้ระบบขนส่งในการท่องเที่ยวของทั้ง 2 กลุ่ม ค่อนข้างเหมือนกัน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ใช้บริการของแท็กซี่ และการเดินมากกว่าอีกกลุ่ม

ตารางที่ 4.12 ระบบขนส่งที่ใช้เดินทาง

ระบบขนส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	รายได้น้อยกว่า 6,000 หยวน		รายได้มากกว่า 6,001 หยวน		รวม	
	F	%	F	%	F	%
Grab	8	50	8	50	16	100
รถไฟฟ้า BTS	6	40	9	60	15	100
รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT	6	42.86	8	57.14	14	100
แท็กซี่	4	40	6	60	10	100
เดิน	2	33.33	4	66.67	6	100

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

4.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน ด้านการเดินทาง ร้อยละ 50 พอใจมากกับระยะเวลาในการเดินทาง ร้อยละ 60 พอใจมากกับความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 50 พอใจมากกับความปลอดภัยในการเดินทาง ด้านแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 70 พอใจมากกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 90 พอใจมากกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 60 พอใจมากกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ร้อยละ 50 พอใจมากที่สุดกับความสะอาดของบริเวณที่พัก ร้อยละ 50 พอใจมากที่สุดกับความสะอาดของห้องพัก ร้อยละ 50 พอใจมากที่สุดกับความสะอาดของร้านอาหาร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ร้อยละ 50 พอใจมากกับความคุ้มค่าของราคาที่พัก ร้อยละ 50 พอใจมากที่สุดกับความคุ้มค่าของราคาอาหาร ร้อยละ 50 พอใจมากกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ร้อยละ 50 พอใจมากกับราคาสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่มีการประเมินเกี่ยวกับความพึงพอใจในข้อที่น้อยและน้อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ด้านการเดินทาง ร้อยละ 50 พอใจมากกับระยะเวลาในการเดินทาง ร้อยละ 50 พอใจมากกับความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 60 พอใจมากกับความปลอดภัยในการเดินทาง ด้านแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 50 พอใจมากที่สุดกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 60 พอใจมากกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 50 พอใจมากกับความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ร้อยละ 60 พอใจมากกับความสะอาดของบริเวณที่พัก ร้อยละ 50 พอใจมากที่สุดกับความสะอาดของห้องพัก ร้อยละ 60 พอใจมากกับความสะอาดของร้านอาหาร ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ร้อยละ 60 พอใจมากกับความคุ้มค่าของราคาที่พัก ร้อยละ 70 พอใจมากกับความคุ้มค่าของราคาอาหาร ร้อยละ 80 พอใจมากกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ร้อยละ 80 พอใจมากกับราคาสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่มีการประเมินเกี่ยวกับความพึงพอใจในข้อที่น้อยและน้อยที่สุด

ความพอใจในด้านการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มค่อนข้างคล้ายกัน ความพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน มีความพึงพอใจปานกลางเยอะกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง ด้านที่พัก นักท่องเที่ยวที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน มีความพึงพอใจปานกลางบางส่วน ขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งไม่มีการให้คะแนนความพึงพอใจปานกลาง ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีความพึงพอใจปานกลางต่างกันเล็กน้อย ผู้วิจัยคาดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการที่ทำอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และการบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น ส่วนปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนพบคือ ปัญหาเกี่ยวกับรสชาติของอาหาร ภาษาใน

การสื่อสาร ไม่สามารถสื่อสารกับคนขับรถได้ จึงควรมีการพัฒนาด้านภาษาต่อผู้ที่ทำอาชีพเกี่ยวกับการบริการในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และปรับรสชาติอาหารให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน น้อยกว่า 6000 หยวน (ต่อ)											
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.ความคุ้มค่าของราคาที่พัก	3	30	5	50	2	20	0	0	0	0	10	100
2.ความคุ้มค่าของราคาอาหาร	5	50	3	30	2	20	0	0	0	0	10	100
3.ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3	30	5	50	2	20	0	0	0	0	10	100
4.ราคาสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3	30	5	50	2	20	0	0	0	0	10	100

ความพึงพอใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม	รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน มากกว่า 6,001 หยวน											
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
ด้านการเดินทาง												
1.ระยะเวลาในการเดินทาง	4	40	5	50	1	10	0	0	0	0	10	100
2.ความสะดวกในการเดินทาง	4	40	5	50	1	10	0	0	0	0	10	100
3.ความปลอดภัยในการเดินทาง	3	30	6	60	1	10	0	0	0	0	10	100
ด้านแหล่งท่องเที่ยว												
1.ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	5	50	4	40	1	10	0	0	0	0	10	100
2.ความหลากหลายของแหล่ง ท่องเที่ยว	3	30	6	60	1	10	0	0	0	0	10	100
3.ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3	30	5	50	2	20	0	0	0	0	10	100
ด้านที่พัก												
1.ความสะอาดของบริเวณที่พัก	3	30	6	60	1	10	0	0	0	0	10	100

ความพึงพอใจของผู้ตอบ แบบสอบถาม	รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน มากกว่า 6001 หยวน (ต่อ)											
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
2.ความสะอาดของห้องพัก	5	50	3	30	2	20	0	0	0	0	10	100
3.ความสะอาดของร้านอาหาร	3	30	6	60	1	10	0	0	0	0	10	100
ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว												
1.ความคุ้มค่าของราคาที่พัก	3	30	6	60	1	10	0	0	0	0	10	100
2.ความคุ้มค่าของราคาอาหาร	2	20	7	70	1	10	0	0	0	0	10	100
3.ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	1	10	8	80	1	10	0	0	0	0	10	100
4.ราคาสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	1	10	8	80	1	10	0	0	0	0	10	100

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยว พฤติกรรมการใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง และศึกษาความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์จะใช้รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนเป็นตัวแบ่งข้อมูล ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน ได้ข้อสรุปการศึกษาและอภิปราย ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง

จากการศึกษาโดยเก็บข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร บริเวณถนนข้าวสารและจัตุจักร จำนวนทั้งสิ้น 20 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-29 ปี โดยระดับการศึกษาช่วงปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด อาชีพที่มีจำนวนมากที่สุดคือ นักเรียน นักศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้อ่อนกว่า 6,000 หยวน และกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้อ่อนกว่า 6,001 หยวน จำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน และใช้เวลาในการเดินทางมากกว่า 10 วัน นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มนี้ ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวแค่ในกรุงเทพมหานคร แต่จำนวนมากเดินทางไปท่องเที่ยวที่ จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี และราชบุรี ซึ่งแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้รับส่วนใหญ่มาจากอินเทอร์เน็ต เพื่อน ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง

จากการศึกษาโดยเก็บข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร บริเวณถนนข้าวสารและจัตุจักร จำนวนทั้งสิ้น 20 คน พบว่าการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวรายได้อ่อนกว่า 6,000 หยวน จำนวนมากวางแผนในการเลือกที่พักก่อนมาท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่คนจำนวนมากในกลุ่มนี้เลือกคือ Airbnb ส่วนนักท่องเที่ยวรายได้อ่อนกว่า 6,001 หยวน ทั้งหมดวางแผนในการเลือกที่พักก่อนมา

ห้องเที่ยว และประเภทที่พักที่คนจำนวนมากในกลุ่มนี้เลือกคือ โรงแรม ปัจจัยการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ค่อนข้างคล้ายกันโดยเลือกจาก ราคา ใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยว มีอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ การใช้บริการร้านอาหารของทั้ง 2 กลุ่ม ค่อนข้างคล้ายกันโดยจำนวนมากไม่ได้วางแผนเลือกร้านอาหารมาก่อน ปัจจัยในการเลือกใช้บริการคือ ราคา และสัญชาติอาหารที่รับประทานคือ อาหารไทย รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม โดยจำนวนมากจะวางแผนการเดินทางมาก่อน และระบบขนส่งที่เลือกใช้คือ Grab รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ตามลำดับ

5.1.3 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง

จากการศึกษาโดยเก็บข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร บริเวณถนนข้าวสารและจัตุจักร จำนวนทั้งสิ้น 20 คน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน มีความพึงพอใจในด้านความสะดวกและความปลอดภัยของการใช้ระบบคมนาคมในประเทศไทย ในส่วนเรื่องที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือเรื่องระยะเวลาในการเดินทาง ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน พึงพอใจในด้านระยะเวลา ความสะดวก และความปลอดภัย ความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมพบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พึงพอใจในเรื่องความสวยงาม และความหลากหลาย ส่วนเรื่องที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจในด้านที่พัก กลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน มีความพึงพอใจในความสะดวกบริเวณห้องที่พัก ห้องพัก และร้านอาหาร ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน มีความพึงพอใจในความสะดวกบริเวณที่พักและร้านอาหาร ส่วนเรื่องที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ ความสะอาดของที่พัก ความพึงพอใจในด้านค่าใช้จ่าย กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม โดยรวมพอใจกับความคุ้มค่าของที่พัก ราคาอาหาร การเดินทาง และสินค้าบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ในกรุงเทพมหานคร บริเวณถนนข้าวสารและจตุจักร พบว่า ทั้งกลุ่มผู้ที่รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 หยวน และกลุ่มผู้ที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 6,001 หยวน จำนวนมากเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 10 วัน และนอกจากท่องเที่ยวบริเวณกรุงเทพมหานครแล้ว นักท่องเที่ยวยังเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี ราชบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายเช่น ทะเล สวนสัตว์ ตลาดน้ำ โดยนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลของแหล่งเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และเพื่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของไพรัตน์ สุระศิรินันท์ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยของระยะเวลาในการเดินทาง คำแนะนำจากเพื่อน และเว็บไซต์ ในการเลือกไปยังร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นวิธีการเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในตอนนี้ยังคงเหมือนเดิม

ศิริวัฒน์ ชนะคุณ (2561) กล่าวถึง ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อว่า การตัดสินใจหมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ จากผลการวิจัยพบว่าในประเภทที่พักของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวนมากเลือกที่พักประเภทโรงแรม และAirbnb โดยปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจคือ ราคา ใกล้เคียงสถานที่ท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ตตามลำดับ และไม่พบผู้ที่เลือกพักใน Hostel และ Resort สอดคล้องกับงานวิจัยของอนุสราน นาสือสกุลชัย (2560) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในด้านการเลือกที่พักอาศัย คือ เลือกพักอาศัยที่โรงแรมมากที่สุด ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองมีพฤติกรรมการเลือกที่พักไม่เหมือนกับนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ชาวตะวันตกและญี่ปุ่นที่เลือกพัก Hostel นักท่องเที่ยวชาวจีนอาจต้องการ ความเป็นส่วนตัว ความสะอาด ความปลอดภัย

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองจำนวนมากเลือกพักที่โรงแรม รองลงมาคือ Airbnb และไม่พบกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกพักที่ Hostel และ Resort ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Gustav Visser (2004) ที่ศึกษาเรื่อง The developmental impacts of backpacker tourism in South Africa กล่าวว่า นักท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็คเกอร์ และโฮเทลมีศักยภาพต่อการพัฒนาท้องถิ่น ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแบบโฮเทลมีอัตราการจ้างงานสูงขึ้นในแอฟริกาใต้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยนั้นไม่ได้เลือกพัก Hostel แตกต่างกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแอฟริกาใต้ การพัฒนารูปแบบที่พักภายในประเทศไทยจึงควรพัฒนาศักยภาพทางด้านโรงแรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากยิ่งขึ้น

นักท่องเที่ยวชาวจีนบางส่วนมีข้อเสนอแนะเรื่องภาษา การติดขัดด้านการสื่อสารกับคนขับรถ หรือผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งควรพัฒนาการใช้ภาษาจีนในการบริการและเขียนป้ายภาษาจีนบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว การเขียนรายการอาหารเป็นภาษาจีน เพื่ออำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cai liangxi ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้ภาษาจีนธุรกิจในเขตเกาะรัตนโกสินทร์ชั้นใน กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า พบปัญหาการแปลภาษาจีนในป้ายต่าง ๆ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยข้างต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลไปปรับกลยุทธ์เพื่อวางแผนสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองในประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดราชบุรี ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนหลายคนได้เดินทางไปท่องเที่ยว ผู้ประกอบการควรสร้างศูนย์อาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมากเลือกรับประทานอาหารในศูนย์อาหารมากกว่าอาหารริมทาง และศูนย์อาหารที่อยู่บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีอย่างจำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิจัย

นอกจากการศึกษารูปแบบนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองบริเวณกรุงเทพมหานคร ควรศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเมืองรองของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเอง และศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางด้วยตัวเองเลือกพักในการท่องเที่ยวแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันตก อีกทั้งเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาให้มากขึ้น

5.4 ข้อจำกัด

5.4.1 ช่วงเก็บข้อมูลของกลุ่มประชากรตัวอย่าง เกิดการระบาดของไวรัสโคโรน่าหรือที่เรียกว่า COVID-19 ทำให้ไม่สามารถเก็บจำนวนประชากรตัวอย่างได้

5.4.2 ข้อจำกัดเชิงงบประมาณและเวลา ส่งผลให้ได้รับข้อมูลอย่างจำกัด

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

นิศา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Tourist Behavior**. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์,

วิภา อุตมฉันทและคณะ. (2548). **สภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีน**. ม.ป.ท.:
ศูนย์จันศึกษาสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

ข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.
2560 - 2564)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.thai-germancooperation.info/admin/uploads/publication/1be798cb24ee07703c498fc4d7cbb44den.pdf>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี
งบประมาณ 2562**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก
<https://portal.tourismthailand.org/fileadmin/downloads/pdf/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%8F%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-%E0%B8%97%E0%B8%97-%E0%B8%9B%E0%B8%B52562%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%9A%E0%B8%B9%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C.pdf>

จังหวัดชลบุรี. (2560). **ที่ตั้ง และอาณาเขต**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก
http://www.chonburi.go.th/website/about_chonburi/about5

จังหวัดชลบุรี. (2560). **สภาพทางกายภาพ**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก

http://www.chonburi.go.th/website/about_chonburi/about7

ซิลไปไหน. (2555). **มารู้จักที่พักประเภทต่างๆกันจ้า**. เข้าถึงเมื่อ 9 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก

<https://www.chillpainai.com/scoop/827/>

ประชาชาติธุรกิจ. (2562). **“บริษัททัวร์” เร่งปรับตัว รับเทรนด์นักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT โตแรง**.

เข้าถึงเมื่อ 30 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://www.prachachat.net/tourism/news-288676>

เมธา ทริมเทพาธิป. (2560) **ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์(Maslow’s**

Hierarchy of need). เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/629839>

รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer**

Behavior). เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก

[https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.](https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdIqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34xRUu0L4Ldhi7KN33zQ)

[html?m=1&fbclid=IwAR0brdIqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH3](https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdIqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34xRUu0L4Ldhi7KN33zQ)

[4xRUu0L4Ldhi7KN33zQ](https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdIqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34xRUu0L4Ldhi7KN33zQ)

วิทยาลัยสารพัดช่างพระนคร. (2516) **ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด จังหวัดกรุงเทพมหานคร**.

เข้าถึงเมื่อ 23 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก

<http://itcenter.bpc.ac.th/data/province.pdf>

ศิริวัฒน์ ชนะคุณ. (ม.ป.ป.). **ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ**. เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/>

[0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81](https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/)

[%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8](https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/)

[%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0](https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/)

[%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/](https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/)

องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ. (ม.ป.ป.). **การบริการ**. เข้าถึงเมื่อ 9 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก

<http://www.bmta.co.th/th/services>

Am2b. (ม.ป.ป.). **Airbnb คืออะไร? มาทำความรู้จักกันเถอะ.** เข้าถึงเมื่อ 9 มีนาคม 2563.

เข้าถึงได้จาก <https://www.am2bmarketing.co.th/web-development-article/airbnb/>

Amazing ไทยเท่. (ม.ป.ป.). **สถานที่ท่องเที่ยว พระบรมมหาราชวัง.** เข้าถึงเมื่อ 23 กันยายน

2562. เข้าถึงได้จาก <https://thai.tourismthailand.org/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7/%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%87—52>

Amazing ไทยเท่. (ม.ป.ป.). **หาดพัทยา.** เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%B2>

Amazing Thailand. (ม.ป.ป.). **ตลาดนัดสวนจตุจักร.** เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม 2563, เข้าถึงได้จาก

<https://thai.tourismthailand.org/Shop/%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%88%E0%B8%95%E0%B8%B8%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A3>

Amazing Thailand. (ม.ป.ป.). **ถนนข้าวสาร.** เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม 2563, เข้าถึงได้จาก

<https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%96%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3>

- APARTMENTS-WORLD. (2561). **อพาร์ทเมนท์คืออะไร**. G-hk57เมื่อ9 มีนาคม 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.apartments-world.com/%E0%B8%AD%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%97%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B9%8C%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%84%E0%B8%A3/>
- BTS. (2561). **ประวัติความเป็นมา**. เข้าถึงเมื่อ8 มีนาคม 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.bts.co.th/info/info-history.html>
- CBRE. (2562). **ระบบขนส่งในกรุงเทพมหานคร**. เข้าถึงเมื่อ9 มีนาคม 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.cbre.co.th/th/guides/bangkok-apartment-rental-transport>
- DekGenius. (ม.ป.ป.). **Mean of Foreign Independent Traveler**. เข้าถึงเมื่อ31 สิงหาคม 2562, เข้าถึงได้จาก <https://dekgenius.com/dictionary/travelglossary/Foreign-Independent-Traveler-FIT--214.htm>
- Emagtravel. (ม.ป.ป.). **หาดป่าตอง ภูเก็ต**. เข้าถึงเมื่อ1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.emagtravel.com/archive/pathong-beach.html>
- Emagtravel. (ม.ป.ป.). **แหลมพรหมเทพ จุดชมวิว ภูเก็ต**. เข้าถึงเมื่อ1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.emagtravel.com/archive/promthep-cape.html>
- Grab. (ม.ป.ป.). **แกร็บ ประเทศไทย**. เข้าถึงเมื่อ9 มีนาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://grabdriverth.com/grab-services>
- MGR ONLINE. (2562). **“สวนสัตว์เปิดเขาเขียว” ชวนชมสัตว์นานาพันธุ์ ท่ามกลางธรรมชาติร่มรื่น**. เข้าถึงเมื่อ1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9620000000167>
- PAIDUAYKAN.COM. (ม.ป.ป.). **ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา**. เข้าถึงเมื่อ30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.paiduaykan.com/76_province/east/chonburi/floating4market.html

PhuketThailand-Travel. (ม.ป.ป.). **ทัวร์ภูเก็ตแฟนตาซีโชว์ จองตั๋วภูเก็ตแฟนตาซี**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.phuketthailand-travel.com/th/day-tours-th/tour-phuket-fantasea-th/>

Thaiticketmajor. (2555). **เที่ยวไชน่าทาวน์ เยวราช มหัตศจรรย์ของกินของใช้ กลางเมืองกรุง**. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiticketmajor.com/variety/travel/1609/>

Trip travelgang. (2556). **ตลาดนัดรถไฟ ศรีนครินทร์ ขวัญใจนักชอปแนววินเทจ**. เข้าถึงเมื่อ 23 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก <https://www.triptravelgang.com/travel-thailand/4750/>

Voice online. (2562). **ศูนย์วิจัยกสิกราคาดจีนเที่ยวไทยปี 62 ปีมรายได้ 6 แสนล้าน**. เข้าถึงเมื่อ 30 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <https://voicetv.co.th/read/T2Cu7GCSC>

Wipa Travel. (2553). **ภูมิประเทศ และข้อมูลทั่วไปของจังหวัดภูเก็ต**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก <http://www.wipatravel.com/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B9%84%E0%B8%9B%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A0%E0%B8%B9%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B9%87%E0%B8%95/>

ภาษาอังกฤษ

Ana Figueroa. (2019). **FIT Travel: All About Independence**. Accessed September 22, 2019, available from <https://www.tripsavvy.com/fit-travel-3252289>

World Tourism Organization. (n.d.). **Understanding Tourism: Basic Glossary**. Accessed September 22, 2019, available from <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>

ข้อมูลจากบทความวิจัย

ภาษาไทย

นริศา มัจฉริยกุล. (2559). “เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะใต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะใต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5_802031251_5219_3969.pdf

ไพรัตน์ สุระศิริานนท์. (2556). “เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร,” รายงานของการศึกษารายวิชา 2205412 Senior Project In Geography ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.arts.chula.ac.th/~geography/Senior%20project/Phairat.pdf>

อนุสราน นาสือสกุลชัย. (2560). “เรื่อง รูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์.” สารนิพนธ์ของการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์, เข้าถึงได้จาก <http://172.27.49.20/?p=2954>

ภาษาอังกฤษ

Diana K. Parr. (1989) “Free independent travelers : The unknown tourists.”

Department of Parks, Recreation and Tourism Lincoln College, accessed
October 1, 2019, available from

<https://core.ac.uk/download/pdf/35462898.pdf>

Gustav Visser. (2004). “The developmental impacts of backpacker tourism in

South Africa.” Department of Geography, University of the Free State,

accessed September 1, 2019, available from [https://link.springer.com/article/](https://link.springer.com/article/10.1023/B:GEJO.0000034735.26184.ae)

10.1023/B:GEJO.0000034735.26184.ae

ภาษาจีน

蔡良心. (2017). “曼谷拉达那哥欣岛内相关旅游业区的

汉语服务研究.” Journal of Chinese Language and Culture, Huachiew

Chalermprakiet University, accessed September 1, 2019, available from

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/clcjin/article/view/194066/135176>

ข้อมูลรูปภาพจากฐานข้อมูลออนไลน์และเว็บไซต์

ภาพที่ 1. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค. เข้าถึงเมื่อ 9 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก

[https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-](https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdlqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34xRUu0L4Ldhi7KN33zQ)

[behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdlqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34](https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdlqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34xRUu0L4Ldhi7KN33zQ)

[xRUu0L4Ldhi7KN33zQ](https://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html?m=1&fbclid=IwAR0brdlqAPnhidaDLtEz5LNSus1VssNmAdUtTLH34xRUu0L4Ldhi7KN33zQ) (2561)

ภาพที่ 2. พระบรมมหาราชวัง. เข้าถึงเมื่อ 29 กันยายน. เข้าถึงได้จาก

<https://www.prachachat.net/general/news-194794> (2562)

ภาพที่ 3. ตลาดรถไฟศรีนครินทร์. เข้าถึงเมื่อ 30 กันยายน. เข้าถึงได้จาก [https://www.dek-](https://www.dek-d.com/board/view/3572333/)

[d.com/board/view/3572333/](https://www.dek-d.com/board/view/3572333/) (2562)

ภาพที่ 4. เยาวราช. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiticketmajor.com/variety/travel/1609/>

(2562)

- ภาพที่ 5. ถนนข้าวสาร. เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/%E0%B8%96%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3> (2563)
- ภาพที่ 6. ตลาดนัดสวนจตุจักร. เข้าถึงเมื่อ 8 มีนาคม. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/a/samakkhi.ac.th/sthan-thi-thxng-theiyw-ni-prathesthai/tlad-nad-swncucakr> (2563)
- ภาพที่ 7. ตลาดน้ำ 4 ภาค พัทยา. เข้าถึงได้จาก <https://www.thailandholidayhomes.com/th/pattaya/attractions/shopping/shopping-tours/pattaya-floating-market.html> (2562)
- ภาพที่ 8. สวนสัตว์เปิดเขาเขียว. เข้าถึงได้จาก https://th.tripadvisor.com/Attraction_Review-g1602205-d669532-Reviews-Khao_Kheow_Open_Zoo-Si_Racha_Chonburi_Province.html (2562)
- ภาพที่ 9. หาดพัทยา. เข้าถึงได้จาก https://travelblog.expedia.co.th/eastern_thailand/bd01_september18/ (2562)
- ภาพที่ 10. หาดป่าตอง. เข้าถึงได้จาก <http://phuketteawthai.blogspot.com/2016/07/phuket10.html> (2562)
- ภาพที่ 11. แหลมพรมเทพ. เข้าถึงได้จาก <https://www.museumthailand.com/th/2873/storytelling/แหลมพรมเทพ/> (2562)
- ภาพที่ 12. ภูเก็ตแฟนตาซี. เข้าถึงได้จาก <https://travel.kapook.com/view102496.html> (2562)
- ภาพที่ 13. BTS. เข้าถึงได้จาก <https://www.bts.co.th/> (2563)
- ภาพที่ 14. MRT. เข้าถึงได้จาก <http://op.swu.ac.th/Default.aspx?tabid=16348> (2563)
- ภาพที่ 15. รถแท็กซี่. เข้าถึงได้จาก <https://busy.org/@andyjim/taxi-ok-new-app-for-taxi-service-in-thailand-by-thai-government> (2563)

- ภาพที่ 16. รถโดยสาร. เข้าถึงได้จาก <https://thematter.co/social/reform-thai-bus/92807> (2563)
- ภาพที่ 17. Grab. เข้าถึงได้จาก <https://thethaiger.com/hot-news/transport/grabcar-driver-allegedly-assaults-two-chinese-in-bangkok> (2563)
- ภาพที่ 18. โรงแรม. เข้าถึงได้จาก <https://r-cf.bstatic.com/images/hotel/max1024x768/181/181023362.jpg> (2563)
- ภาพที่ 19. Hostel. เข้าถึงได้จาก <https://www.agoda.com/th-th/tales-khaosan/hotel/bangkok-th.html?cid=1844104> (2563)
- ภาพที่ 20. Resort. เข้าถึงได้จาก <https://www.booking.com/hotel/th/khaosan-park-resort-bangkok.th.html> (2563)
- ภาพที่ 21. Airbnb. เข้าถึงได้จาก <https://thestandard.co/5-airbnb-old-town/> (2563)
- ภาพที่ 22. Guesthouse. เข้าถึงได้จาก <https://www.agoda.com/th-th/khaosan-holiday-guesthouse/hotel/bangkok-th.html?cid=1844104> (2563)
- ภาพที่ 23. Apartment. เข้าถึงได้จาก <https://www.renthub.in.th/%E0%B8%AD%E0%B8%9E%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%97%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B9%8C-%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%81-%E0%B8%AB%E0%B8%AD%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%81/%E0%B8%96%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3> (2563)
- ภาพที่ 24. ถนนข้าวสาร. เข้าถึงได้จาก <https://pantip.com/topic/37452403> (2563)
- ภาพที่ 25. หัวหิน. เข้าถึงได้จาก <https://travel.kapook.com/view70999.html> (2563)
- ภาพที่ 26. พัทยา. เข้าถึงได้จาก <https://www.atsiamtour.com/gallery/135> (2563)
- ภาพที่ 27. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก. เข้าถึงได้จาก <https://bit.ly/2U4GNzf> (2563)
- ภาพที่ 28. อาหารไทย. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/food/review/1010895> (2563)

ภาพที่ 29. สำนักรับอาหารไทย. เข้าถึงได้จาก

<https://www.thaipr24.com/2018/06/%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8>

[%B4%E0%B8%9A%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8](https://www.thaipr24.com/2018/06/%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8)

[%AD%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8](https://www.thaipr24.com/2018/06/%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8)

[%9A%E0%B8%9A%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8](https://www.thaipr24.com/2018/06/%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8)

[%97%E0%B9%89/ \(2563\)](https://www.thaipr24.com/2018/06/%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8)

ภาคผนวก ก.

ลำดับที่.....



แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี ราชบัณฑิตศึกษาเอกเทศ สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสำรวจ 1 ชุดมีจำนวน 5 หน้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของท่านต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองในประเทศไทย

เก็บข้อมูล ณวันที่.....

บันทึกข้อมูล ณ วันที่.....

นางสาว กมลวรรณ เร่งเจริญ

นักศึกษาปริญญาตรี อักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ส่วนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.เพศ

() 1.ชาย

() 2.หญิง

2.อายุ

() 1. ต่ำกว่า 20 ปี

() 2. 20-29 ปี

() 3. 30-39 ปี

() 4. 40-49 ปี

() 5. 50-59 ปี

() 6. 60 ปีขึ้นไป

3.การศึกษา

- () 1.ประถมศึกษา () 2.มัธยมศึกษา () 3.ปริญญาตรี
() 4.ปริญญาโท () 5.ปริญญาเอก

4.อาชีพปัจจุบันของท่าน

- () 1.นักเรียน/นักศึกษา () 2.รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() 3.ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ () 4.พนักงานบริษัท
() 5.อื่นๆ(โปรดระบุ).....

5.รายได้ต่อเดือน (หยวน)

- () < 3000 () 3001-4500 () 4501-6000
() 6001-7500 () 7501-9000 () > 9000

ส่วนที่2 ข้อมูลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1.การเดินทางในครั้งนี มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางกับใคร

- () ครอบครัว () เพื่อน () คนรัก () อื่นๆ(โปรดระบุ)

2.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- () < 5 วัน () 5-7 วัน () 7-10 วัน () > 10วัน

3.การเดินทางของท่านในครั้งนี ได้ไปท่องเที่ยวที่ไหนมาบ้าง

- () 1. หัวหิน (ประจวบคีรีขันธ์) () 2. พัทยา (ชลบุรี) () 3. เชียงใหม่
() 4. หมู่เกาะพีพี (กระบี่) () 5. ตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์ () 6. เขาวราช
() 7. พระบรมมหาราชวัง () 8. กางนบุรี () 9.ชะอำ (เพชรบุรี)
() 10. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (ราชบุรี)

4.ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองไทยจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เพื่อน () 2. อินเทอร์เน็ต () 3.บริษัททัวร์
() 4.นิตยสารสิ่งพิมพ์ () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....

5.ในการเลือกที่พักแต่ละครั้ง ท่านได้ว่าแผนก่อนหรือไม่ว่าท่านจะไปพักที่ได้

- () 1. วางแผน () 2. ไม่ได้วางแผน

6.ถ้าวางแผนท่านได้ใช้ Application ใดในการวางแผนเลือกที่พัก โปรดระบุ

.....

7.ประเภทที่พักในการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของท่าน

- () 1. โรงแรม () 2. Hostel () 3. Resort () 4. Airbnb
 () 5. Guesthouse () 6. Apartment () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8.ในการเลือกที่พัก ท่านเลือกจากสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1.ราคา () 2.มีอาหารเช้า () 3.อินเทอร์เน็ต (Wi-Fi)
 () 4.ใกล้ร้านอาหาร () 5.ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว () 6. ความสะอาด
 () 7. ระเบียงห้อง () 8. ที่จอดรถ () 9. ห้องอาหาร
 () 10. สระว่ายน้ำ

9.ในการรับประทานอาหารแต่ละครั้ง ท่านได้วางแผนก่อนหรือไม่ว่าท่านจะไปร้านอาหารใด

- () 1. วางแผน () 2. ไม่ได้วางแผน

10.ถ้าวางแผนท่านเลือกได้ใช้ Application ใดในการวางแผนเลือกร้านรับประทานอาหาร โปรดระบุ

.....

11.ในการเลือกร้านอาหาร ท่านเลือกจากสิ่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. เดินทางสะดวก () 2. ความสะอาด () 3.ราคา () 4. รีวิว

12. ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว ท่านได้รับประทานอาหารจากชาติใดบ่อยที่สุด

- () ไทย () จีน () ญี่ปุ่น() เกาหลี () อาหารตะวันตก () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13.ท่านได้วางแผนการเดินทางมาก่อนหรือไม่

- () 1. วางแผน () 2. ไม่ได้วางแผน

14.ถ้าวางแผนท่านได้ใช้ Application ใดช่วยในการเลือกใช้ขนส่งสาธารณะ โปรดระบุ

.....

15.ถ้าวางแผนท่านได้ใช้ Application ใดช่วยในการนำทาง โปรดระบุ

.....

16. ท่านเดินทางท่องเที่ยวด้วยระบบขนส่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. รถไฟฟ้า BTS () 2. รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT () 3. แท็กซี่ () 4. เดิน
 () 5. รถโดยสารประจำทาง (รถเมล์) () 6. รถตู้โดยสาร () 7. เรือ() () 8. Grab
 () 9. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของท่านต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองในประเทศไทย

กรุณาระบุความคิดเห็นของท่านโดยใส่เครื่องหมาย X

ความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเดินทาง					
ระยะเวลาในการเดินทาง					
ความสะดวกในการเดินทาง					
ความปลอดภัยในการเดินทาง					
ด้านแหล่งท่องเที่ยว					
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
ด้านที่พัก					
ความสะดวกสบายของบริเวณที่พัก					
ความสะดวกสบายของห้องพัก					

ความสะอาดของ ร้านอาหาร					
ด้านค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว					
ความคุ้มค่าของราคาที่พัก					
ความคุ้มค่าของราคา อาหาร					
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง					
ราคาสินค้าบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว					

ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ

ปัญหาด้านการท่องเที่ยว

.....

.....

ปัญหาด้านการเดินทาง

.....

.....

ปัญหาด้านที่พักและร้านอาหาร

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาทำแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.

调查表编号.....



调查问卷

话题： 独自旅行的中国游客的旅游风格调查。

调查问卷分为三部分

第一部分：个人资料

第二部分：旅游细节

第三部分：有关您对到泰独自旅行的满意程度的信息

MS. KamonwanRengcharoen

本科生文学院

艺术大学

第一部分：个人资料

1. 性别

1. 男

2. 女

2. 年龄

1. 20 岁以下

2. 20-29 岁

3. 30-39 岁

4. 40-49 岁

5. 50-59 岁

5. 60 岁以上

3. 程度

1. 小学 2. 中学 3. 本科
 4. 硕士 5. 博士

4. 目前的职业

1. 学生/大学生 2. 公务员/国营企业的员工
 3. 个体/自由职业者 4. 公司职员
 5. 其他, 请注明.....

5. 月收入(人民币)

- <3000 3001-4500 4501-6000
 6001-7500 7501-9000 >9000

第二部分：旅游细节

1. 这次旅行与谁一起旅行

- 家人 朋友 男朋友/女朋友
 其他, 请注明.....

2. 来泰国旅游的时间

- 5 天以下 5-7 天 7-10 天
 10 天以上

3. 您来泰国旅游, 有机会去哪里旅游?(多选题)

1. 华欣(班武里府) 2. 芭堤雅(春武里府)
 3. 清迈 4. 皮皮岛(甲米府)
 5. 拉差达火车夜市 6. 耀华路
 7. 玉佛寺 8. 北碧府
 9. 七岩(佛丕府)
 10. 丹嫩沙多水上市场(叻丕府)

11. 其他, 请注明.....
4. 您从哪里获得泰国的旅游信息? (多选题)
1. 朋友 2. 网上 3. 旅游公司
4. 杂志 5. 其他, 请注明.....
5. 每次您选择旅馆, 您有没有提前计划要住在哪个地方?
1. 有计划 2. 没有计划
6. 如果有计划, 选择旅馆的时候, 您使用哪个 App, 请注明
.....
.....
7. 来泰国旅行的时候, 您选择哪个类型的旅馆
1. 酒店 2. 招待所 3. 度假村
4. Airbnb 5. 民宿 6. 公寓式
7. 其他, 请注明.....
8. 选择旅馆的时候, 您哪些条件来选择 (多选题)
1. 价格 2. 有早餐 3. 上网 (Wi-Fi)
4. 餐馆附近 5. 靠近旅游景点 6. 清洁度
7. 有阳台 8. 停车场 9. 餐厅
10. 游泳池
9. 每顿饭, 您有没有提前计划在哪里吃饭
1. 有计划 2. 没有计划
10. 如果有计划, 选择餐厅的时候, 您使用哪个 App 来决定, 请注明
.....

11. 选择餐厅的时候, 您根据什么争件事(多选题)

1. 出行方便 2. 清洁度
 3. 价格 4. 大众点评

12. 整个旅程, 您最常吃哪个国家的食物?

- 泰国菜 中国菜 日本料理
 韩国料理 西餐
 其他, 请注明.....

13. 您出发之前, 有没有计划行程?

1. 有计划 2. 没有计划

14. 如果有计划, 选择公共交通的时候, 您使用哪个 App 来决定, 请注明

.....
15. 如果有计划, 您使用哪个 App 来帮助导航, 请注明

.....
16. 旅行的时候, 您选择哪些交通方式?(多选题)

1. BTS 2. 地铁 MRT 3. 出租车
 4. 走路 5. 公共汽车 6. 面包车
 7. 船 8. Grab
 9. 其他, 请注明.....

第三部分：有关您对到泰独自旅行的满意程度的信息。

请选择以下您认为对的答案，请在方框里打 X

满足感	评论等级				
	非常多	多	一般	少	非常少
出行					
出行时间					
出行使发展					
出行安全					
旅游景点					
旅游景点之美					
各旅游景点丰富度					
旅游景点的安全					
住宿					
旅馆区的清洁度					
房间的清洁度					
餐厅的清洁度					
旅游费用					
住官费					
饮食费					
差旅费					
旅游景点的产品价格					

遇到的问题和建议

旅游问题

.....
.....

出行问题

.....
.....

住宿和餐厅问题

.....
.....

建议

.....
.....

非常感谢您的参与

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาว กมลวรรณ เร่งเจริญ
วันเกิด	21 เมษายน พ.ศ.2540
ที่อยู่	220 หมู่ 7 ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี 76110
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จังหวัดเพชรบุรี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจาก คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาว กมลวรรณ เร่งเจริญ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาจีน
สารนิพนธ์	รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางด้วยตัวเอง
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ
ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้	200 หมู่ 7 ตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี 76110

ลิขสิทธิ์สารนิพนธ์อันเป็นผลของการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร
ระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติ
ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอด
อายุการคุ้มครองสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาว กมลวรรณ เร่งเจริญ)

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)