



สารนิพนธ์

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน

โดย

นางสาวสนฉัตร มานะวิทยาการ

รหัสนักศึกษา 05600653

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อสารนิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน
ผู้เขียน	นางสาวสนฉัตร มานะวิทยาการ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์อรिका จิระศิริโชติ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัย คือ ประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 – 60 ปี และอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ จำนวน 300 คน โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติทางคณิตศาสตร์ อันได้แก่ สถิติการแจกแจงข้อมูล คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สถิติวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติวัดการกระจายของข้อมูล คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความถี่และร้อยละ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 18 – 60 ปี และอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ จำนวน 300 คน ส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางกายภาพ ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง) ที่มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง) รองลงมา คือ ด้านความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยว ด้านราคาที่พักขณะไปท่องเที่ยว ตามลำดับ ปัจจัยทางกายภาพส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก รองลงมา คือ ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายและประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศดี สดชื่น ตามลำดับ และจากการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านภาษา รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านอาหาร คนจีนมีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ ประเทศจีนมีความหลากหลายทางธรรมชาติ ประเทศจีนกว้างใหญ่ น่าเที่ยว วัฒนธรรมจีนมีความโดดเด่น ตามลำดับ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ ควรลดค่าใช้จ่ายและขั้นตอนในการทำวีซ่า และควรปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยในประเทศจีน พบว่า ส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน 1 ครั้ง นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ พักผ่อน ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 4 - 5 วัน แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/เชิงนิเวศ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยประมาณ 10,000 - 30,000 บาท และมักจะหาและทราบข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวประเทศจีน, นักท่องเที่ยวชาวไทย, การตัดสินใจ และ พฤติกรรม

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450 112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์อริศรา จิระศิริโชติ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบพระคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สนฉัตร มานะวิทยาการ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 ข้อจำกัดของการศึกษา	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว	13
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์	14
2.6 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	21
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	21
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน	23

สารบัญ (ต่อ)

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	24
3.6 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	27
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	30
4.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	35
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	43
5.1 สรุปผลการศึกษา	43
5.2 อภิปรายผล	45
5.3 ข้อเสนอแนะ	47
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	52
ประวัติผู้ศึกษา	60
แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์	61

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
4.2	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	28
4.3	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพทางครอบครัว	28
4.4	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด	29
4.5	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	29
4.6	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	30
4.7	จำนวนและร้อยละ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	31
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	31
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	33
4.10	จำนวนและร้อยละ ของประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.11	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำนวนครั้งในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน	36
4.12	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน	36
4.13	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน	37
4.14	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

4.15	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน	39
4.16	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด	40
4.17	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน	41
4.18	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวประเทศจีน	42

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
3.1	แสดงกรอบการศึกษาและการวิเคราะห์	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (นงลักษณ์ เขียวไพบรี, 2557, อ้างจาก องค์การท่องเที่ยวโลก, 2540) โดยสามารถแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวได้หลากหลาย อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวย่อมมีกิจกรรมและธุรกิจบริการต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เช่น กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมนันทนาการ การขนส่ง การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และเป็นอุตสาหกรรมที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ สามารถนำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ อีกทั้งช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพและการจ้างงาน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นและเกิดการกระตุ้นการผลิต นอกจากนี้ยังช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น ช่วยฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของสังคม และเกิดการนำทรัพยากรที่ไร้ค่าในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่า โดยการนำมาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่าย และเมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้น ทำให้ธุรกิจและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นไปด้วย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุกปี อันได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พักประเภทต่าง ๆ ธุรกิจการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศ ธุรกิจกีฬา ธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529)

ประเทศจีน เป็นประเทศที่มีพื้นที่ทั้งหมดใหญ่ที่สุดเป็นอันดับที่ 3 ของโลก และเป็นอันดับ

ที่ 1 ของทวีปเอเชีย โดยประเทศจีนมีพื้นที่ทั้งหมด 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร มีพรมแดนติดต่อกับประเทศต่าง ๆ โดยรอบ 14 ประเทศ ได้แก่ เกาหลีเหนือ รัสเซีย มองโกเลีย คาซัคสถาน คีร์กีซสถาน ทาจิกิสถาน อัฟกานิสถาน ปากีสถาน อินเดีย เนปาล ภูฏาน พม่า ลาวและเวียดนาม (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, 2563) ด้วยพื้นที่ที่กว้างใหญ่นี้เอง ทำให้ประเทศจีนมีลักษณะภูมิประเทศที่หลากหลาย ดังนี้ ทางตอนเหนือของประเทศเป็นป่าสเตปป์และทะเลทราย ทางตอนใต้เป็นป่าฝนกึ่งโซนร้อน ส่วนพื้นที่ทางตะวันตกเป็นภูเขาสูงและที่ราบสูงที่ค่อนข้างลาดต่ำลงมาทางทิศตะวันออก ซึ่งมีลักษณะคล้ายขั้นบันได 3 ขั้น โดยขั้นที่ 1 จะเป็นพื้นที่ที่ได้รับขนานนามว่า “หลังคาของโลก” เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สูงจากน้ำทะเลมากที่สุดในโลก และค่อย ๆ เอียงลาดลงมาทางทิศตะวันออกและทิศเหนือ จึงเกิดบันไดขั้นที่ 2 ซึ่งเป็นแอ่งแผ่นดินต่าง ๆ ในบริเวณใกล้เคียงที่ราบสูง ส่วนพื้นที่ในบันไดขั้นที่ 3 ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นพื้นที่ราบต่ำ นอกจากนี้ประเทศจีนยังมีลักษณะภูมิอากาศเป็นแบบมรสุมภาคพื้นทวีป ส่งผลให้เกิดฤดูกาล 4 ฤดู คือ ฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน ฤดูใบไม้ร่วง และฤดูหนาว ซึ่งแต่ละฤดูกาลมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (China Radio International, 2020; NT Education and Travel, 2019; WLC China Education Center, 2020)

ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ ทำให้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายและหลากหลายประเภทในแต่ละภูมิภาค แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศจีนคือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อันได้แก่ อุทยานแห่งชาติจางเจี๋ยเจี๋ย จางเจี๋ยเจี๋ยแกรนด์แคนยอนนาขั้นบันไดหยวนหยาง น้ำตกเต๋อเทียน ช่องแคบซานเสี๋ยแห่งลุ่มแม่น้ำแยงซีเกียง แม่น้ำหลีเจียง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจจำนวนมาก เช่น กำแพงเมืองจีน พระราชวังฤดูร้อน พระราชวังต้องห้าม สุสานฉินซีฮ่องเต้ จัตุรัสเทียนอันเหมิน พระใหญ่หลงซานต้าฝอ พระพุทธรูปเล่อซาน ถ้ำหลงเหมิน เมืองโบราณลี่เจียง เป็นต้น รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทสวนสนุกที่น่าสนใจจำนวนมาก ได้แก่ เซียงไฮ้ดิสนีย์แลนด์ ฮองกงดิสนีย์แลนด์ โอเชียนปาร์ค สวนสนุกแฮปปี้วัลเลย์ เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งช้อปปิ้งอันได้แก่ นานจิงลู่ หลอหวู่ซิติ์ ถนนหวังฟู่จิง จัตุรัสเซนาโต้ ย่านอีเต๋อลู่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ อีก เช่น ชายหาดต้าตงไห่ เวเนเซียน เดอะบันด์ เป็นต้น

จากการที่ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและหลากหลายประเภท ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีนเป็นจำนวนมาก ในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังประเทศจีนสูงถึง 641,500 คน และเพิ่มขึ้นเป็น

753,500 คนในปี พ.ศ. 2559 และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปประเทศจีนสูงถึง 776,700 คน (National Bureau of Statistics of China, 2018)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจจะศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีน รวมถึงศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังประเทศจีน อาทิ รูปแบบของการท่องเที่ยว ระยะเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยว เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และเพื่อปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

1.2 คำถามวิจัย

1.2.1 ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน

1.2.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีนมีรูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีน

1.3.2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน

1.4.2 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาในครั้งนี้มีระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 - เมษายน 2564 รวมเป็นเวลาทั้งหมด 12 เดือน

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่กำหนดศึกษา ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจีน ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางกายภาพ รวมถึงพฤติกรรมการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีนในด้านต่าง ๆ เช่น ลักษณะและรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว เหตุผลในการเดินทาง กิจกรรมที่ทำ เป็นต้น

1.4.4 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในกรุงเทพมหานครฯ จากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครฯ พบว่าในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 5,666,264 คน ประกอบไปด้วย ประชากรเพศหญิงจำนวน 2,996,948 คน และประชากรเพศชาย จำนวน 2,669,316 คน (สำนักงานบริหารการทะเบียน, กรมการปกครอง, 2563) กลุ่มประชากรตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์ทั้งหมด 300 คน

1.5 ข้อจำกัดของการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากผู้ศึกษาเลือกใช้เพียงแค่กลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปี จำนวน 300 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังประเทศจีนเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ประชากรชาวไทยในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่เดินทางจากประเทศไทยไปยังประเทศจีน โดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

พฤติกรรมการณ์การท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีน อันได้แก่ การใช้จ่าย วิธีการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง และสาเหตุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระดับรายได้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ปัจจัยด้านราคา ค่าครองชีพ และการรับรู้โฆษณาเชิญชวน เที่ยว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศจีน

ปัจจัยทางกายภาพ หมายถึง ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนมากและมีความหลากหลาย ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศจีน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน

1.7.2 ทราบถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน

1.7.3 นำปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีนมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.7.4 นำรูปแบบพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย มาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน” ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าและศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์
- 2.6 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) อ้างจาก องค์การท่องเที่ยวโลก (ม.ป.ป.) กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางโดยเป็นไปตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้ 1) การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว 2) การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับและ 3) การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) อ้างจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) ได้ให้คำอธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมงานประจำ รวมถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่ และได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขสากล 3 ประการเช่นกัน ได้แก่ 1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) การเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) ได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการนันทนาการ จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว และเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2560) อ้างจาก Mc Intosh and Goeldner (1984) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของประภฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดโดยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว

ราณี อธิชัยกุล (2557) ได้ขยายความหมายของ การท่องเที่ยว ในมุมมองและครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่วางแผนและจัดการท่องเที่ยว และชุมชนหรือเจ้าของท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว และสามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ออกเป็น 3 ประเภทหลัก คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน

การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจจากสภาพชีวิตประจำวัน การทำงานที่เร่งรีบและเคร่งเครียด โดยเดินทางไปพักผ่อนหรือหาความสนุกสนานเพลิดเพลินในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการไปเยี่ยมเยือนญาติสนิทมิตรสหาย นักท่องเที่ยวประเภทนี้นิยมซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายรวมที่ถูกกว่าและได้พบเพื่อนเดินทางจากการที่ต้องเดินทางเป็นหมู่คณะ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินต้องการเดินทางแบบอิสระมากขึ้นและนิยมจัดรายการท่องเที่ยวเองตามอัธยาศัย โดยมีความต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวของนักธุรกิจที่เดินทางเพื่อการเจรจาธุรกิจหรือเพื่อร่วมประชุมและสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่แม้จะเป็นส่วนหนึ่งของงาน แต่ก็ตัดเป็นประเภทของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เนื่องจากการเดินทางของนักธุรกิจสร้างรายได้ให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางเป็นจำนวนมาก และส่วนหนึ่งของการเจรจา

ธุรกิจมักมีการให้บริการด้านความบันเทิงแก่ลูกค้า เช่น การรับประทานอาหารหรือฟังเพลงและเจรจาธุรกิจไปพร้อมกัน การเล่นเกมอล์ฟและเจรจาธุรกิจ เป็นต้น สินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จำหน่ายแก่นักธุรกิจ เป็นบัตรโดยสารเครื่องบิน บริการห้องพักในโรงแรมและบริการรถเช่า บริการกีฬา เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ

การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางหรือตลาดท่องเที่ยวเฉพาะที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเฉพาะด้านหรือตามแบบแผนการดำเนินชีวิต เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น นับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่มีกระแสความสนใจหลากหลาย และซับซ้อนมากขึ้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) อ้างจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร ได้แก่

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

- 1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
- 1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน
- 1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน
- 1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน
- 1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน

2. ตลาดท่องเที่ยว กล่าวคือ การที่จะมีนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยวซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

- 2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว
- 2.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้วต้องมีบริการ การขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว นั้น ซึ่งการขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้าย นักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- 3.1 การขนส่งทางรถยนต์
- 3.2 การขนส่งทางรถไฟ
- 3.3 การขนส่งทางเรือ
- 3.4 การขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่ นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2560) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ 7 องค์ประกอบดังนี้
1) แหล่งท่องเที่ยว 2) ที่พักและโรงแรม 3) อาหารและเครื่องดื่ม 4) การคมนาคมขนส่ง 5) ธุรกิจ ท่องเที่ยว 6) สินค้าและของที่ระลึก 7) เทศกาลพิเศษและบันเทิง

ซัชพล ทรงสุนทรวงค์ และคณะ (2557) อ้างจาก สุวัฒน์ จุฑากรณ์ (2553) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว ธุรกิจอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และองค์กรด้านการท่องเที่ยว รายละเอียดดังนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว การศึกษาถึงลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวและเป็น ประโยชน์เชิงการตลาด จำแนกเป็น 1) ลักษณะของเพศ 2) อายุ 3) อาชีพ 4) ระดับรายได้ 5) ระดับการศึกษา 6) สถานภาพสมรส 7) ถิ่นพำนัก

2. ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมที่สามารถ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยทั่วไปแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 2.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา แม่น้ำ ทะเล ป่าไม้ สภาพภูมิอากาศ สภาพภูมิประเทศ ฯลฯ
- 2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ประกอบด้วย 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้าน ประวัติศาสตร์ 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม 3) ทรัพยากรท่องเที่ยวด้าน บันเทิงและความเพลิดเพลิน

3. ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 ธุรกิจหลัก ได้แก่ 1) ธุรกิจที่พักแรม 2)

ธุรกิจนำเที่ยว 3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก 5) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง 6) ธุรกิจนันทนาการ

4. ประชาชนในท้องถิ่น ความพร้อมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดูแลและจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างความสำเร็จให้กับชุมชน

5. องค์กรด้านการท่องเที่ยว เป็นกลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งสนับสนุนให้การท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรด้านการท่องเที่ยวมีบทบาทในการกำกับดูแล ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งประสานความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เช่น การกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงรุกเพื่อรองรับกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (วรรณฯ ศิลปอาษา, 2552) ทั้งนี้ องค์กรด้านการท่องเที่ยวอาจแบ่งเป็น องค์กรด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และ องค์กรด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

ราณี อีสัยกุล (2557) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวคัดเลือก ชื้อ ใช้ และประเมินสินค้า บริการ หรือประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เขาคาดหวังว่าจะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการหรือความปรารถนา

ราณี อีสัยกุล (2557) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทของที่พกแรม เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะแตกต่างกันไปตามลักษณะแต่ละด้านของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา เป็นต้น
2. ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น รายได้ อาชีพ สถานภาพทางสังคม เป็นต้น
3. ลักษณะทางวัฒนธรรม เช่น ค่านิยม บรรทัดฐาน จารีต ขนบธรรมเนียม เป็นต้น
4. ลักษณะทางภูมิศาสตร์ เช่น ถิ่นที่อยู่ เมืองจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เป็นต้น
5. ลักษณะทางจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ ความต้องการ บุคลิกภาพ ทัศนคติ ความชอบ เป็นต้น

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการ

กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมียุคประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ
 2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ
 3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ
 4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ
 5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
 6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้
 7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ
- พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

สุรพล เพชรไกร (2554) กล่าวว่า แรงจูงใจ คือ สิ่งใด ๆ ที่ทำให้เกิดพฤติกรรม หรือการกระทำขึ้นก่อนที่คนจะมีพฤติกรรมใด ๆ ขึ้นมา ต้องเริ่มด้วยกระบวนการของความคิด คือ ต้องอาศัยประสบการณ์ มีการลำดับเหตุการณ์ที่ผ่านเข้ามาเข้าด้วยกัน แล้วเกิดการตัดสินใจที่จะกระทำขึ้น

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) กล่าวว่า แรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นกำหนดทิศทางของพฤติกรรม จากสิ่งเร้าโดยการจูงใจ ให้กระทำหรือดีนรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ เป็นพฤติกรรมที่มีใช้เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทางจริงจัง ที่จะบรรลุเป้าหมายอันเป็นสิ่งที่ล่อใจ ซึ่งมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด รวมไปถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากแรงผลักดัน หรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่า แรงจูงใจ ด้วย

ดังนั้น แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว จึงแตกต่างไปจากแรงจูงใจในวิชาจิตวิทยา ซึ่งเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคล แรงจูงใจทางด้านการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่เป็นแบบลูกผสมระหว่างแนวคิดทางจิตวิทยาผสมกับแนวคิดทางด้านสังคมวิทยา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจึงหมายถึง เครื่องหมายทั้งหมดของพลังทางวัฒนธรรมและพลังทางชีววิทยา ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) อ้างจาก Gee, Makens and Choy (1989) กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีรากฐานเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาและสังคมวิทยา ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ในการเดินทาง หมายรวมถึงการเดินทางเพื่อธุรกิจ การศึกษา สุขภาพ ศาสนา การเมือง และปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะเป็นการเดินทางเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ เช่น ความต้องการพบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่าง การทำกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นการเดินทางเพื่อเติมเต็มความต้องการส่วนบุคคล การเดินทางเพื่อการติดต่อสังคม การเดินทางเพื่อค่านิยมทางสังคม เป็นต้น

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) สรุปว่า ลักษณะแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เป็นสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งโดยปกติ นักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่นั้น จะมีแรงจูงใจ องค์ประกอบ นักท่องเที่ยวมีธรรมชาติของแต่ละบุคคลเพราะคนแต่ละคนไม่เหมือนกัน และสถานการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละสิ่งแวดล้อม รูปแบบแรงจูงใจมีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ความสำคัญของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ช่วยให้เราสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และจะช่วยให้เราเข้าใจว่าเหตุใดคนเราจึงมีการเดินทาง แนวโน้มแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้แก่ แรงจูงใจที่จะได้สัมผัสสิ่งแวดล้อม แรงจูงใจที่จะได้พบปะกับคนในท้องถิ่น แรงจูงใจที่จะเข้าใจวัฒนธรรมในท้องถิ่นและประเทศเจ้าบ้าน แรงจูงใจที่จะเสริมสร้างสัมพันธภาพในครอบครัว แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่น่าสบาย แรงจูงใจที่จะได้ทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจและฝึกทักษะ แรงจูงใจที่จะมีสุขภาพดี แรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย แรงจูงใจที่จะได้รับการยอมรับนับถือและได้รับสถานภาพทางสังคม และแรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตนเอง

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว

นรินทร์ สังข์รักษา (2559) กล่าวว่า ภูมิศาสตร์ เป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ โลก ความสัมพันธ์กับมนุษย์ สถานที่ และสิ่งแวดล้อม การจัดระบบพื้นที่ในด้านกระบวนการทางด้าน ภูมิศาสตร์ เป็นวิชาที่ต้องมีการเชื่อมโยงด้วยการบูรณาการ ทั้งด้านวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้เป็นองค์รวม หรือผสมผสานกัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มภูมิศาสตร์กายภาพและกลุ่ม ภูมิศาสตร์มนุษย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ภูมิศาสตร์กายภาพ เป็นการศึกษาลักษณะทางกายภาพของโลก มีความสำคัญในการ กำหนดกิจกรรมของพื้นที่ เป็นปัจจัยที่มนุษย์ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นมนุษย์จึงประกอบกิจกรรม ต่าง ๆ ไปตามลักษณะของแต่ละพื้นที่ ลักษณะทางกายภาพ ได้แก่

- ลักษณะภูมิประเทศ เช่น ภูเขา ที่ราบลุ่ม ที่ราบสูง เกาะ เป็นต้น
- ลักษณะภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิ ความชื้น ลม ฝน เป็นต้น
- ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ อากาศ ป่าไม้ แร่ธาตุ เป็นต้น

2. ภูมิศาสตร์เกี่ยวกับมนุษย์ ประกอบด้วยลักษณะทางสังคม ได้แก่ ประชากร วัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อ วิถีชีวิต และเนื้อหาด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมทางสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิศาสตร์ทางกายภาพของแต่ละพื้นที่

จึงเห็นได้ว่า การใช้ภูมิศาสตร์จะเป็นพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจว่า ทำไมนักท่องเที่ยว จะต้องไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ หรือความล้มเหลวของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดจาก อะไรบ้าง ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อช่วยใน การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

ซัชพล ทรงสุนทรวงค์ และคณะ (2557) กล่าวว่า ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเรื่อง ของสิ่งแวดล้อมและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ มนุษย์ ดังนั้นในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเรื่องภูมิศาสตร์ทางกายภาพ เพื่อนำไปเป็นพื้นฐาน ความรู้ในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิศาสตร์มนุษย์ เป็นการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจในด้านความสัมพันธ์ด้านสังคมและเศรษฐกิจ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจะทำให้เข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เพราะในแต่ละพื้นที่มีความ แตกต่างกันและยังมีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว

ซัชพล ทรงสุนทรวงค์ และคณะ (2557) อ้างจาก Franklin and Crang (2001) ภูมิศาสตร์ ทางการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางและท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง เป็นกิจกรรมของ มนุษย์และปรากฏการณ์ของพื้นที่ ในมุมมองทางด้านภูมิศาสตร์ การท่องเที่ยวที่นั่นประกอบไปด้วย

จุดเริ่มต้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์ทางการท่องเที่ยว) แหล่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (อุปทานทางการท่องเที่ยว) และยังเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจุดเริ่มต้นและจุดหมายปลายทาง อันประกอบไปด้วย เส้นทางการคมนาคมขนส่ง ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์

วันรักรัช มิ่งมณีนาคิน (2545) กล่าวว่า คำว่า “อุปสงค์” มีความหมายเฉพาะในวิชาเศรษฐศาสตร์ ซึ่งอาจให้คำจำกัดความได้ว่า อุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดนั้น หรือ ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ ของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง จากนิยามข้างต้นเราสามารถแบ่งอุปสงค์ได้เป็น 3 ชนิด อุปสงค์ต่อราคา (price demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (cross demand) แม้ว่าจะแบ่งอุปสงค์ออกเป็น 3 ชนิด แต่อุปสงค์ที่นักเศรษฐศาสตร์กล่าวถึงมากที่สุด คือ อุปสงค์ต่อราคา (price demand) ด้วยเหตุนี้ นักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปจึงมักเรียกอุปสงค์ต่อราคาเพียงสั้น ๆ ว่า “อุปสงค์”

อุปสงค์ต่อราคา คือ จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าชนิดหนึ่ง que ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ในระยะเวลาที่กำหนด คำว่า “ต้องการซื้อ” ที่ปรากฏในนิยามข้างต้นมิได้หมายถึงความต้องการธรรมดา(want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ(ability and willingness) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ด้วย เราจะแบ่งอุปสงค์ต่อราคาออกเป็นอุปสงค์แบบต่าง ๆ ดังนี้

1. อุปสงค์รายบุคคล (individual demand) คือ อุปสงค์ของผู้บริโภคคนใดคนหนึ่ง
2. อุปสงค์ของหน่วยผลิต (firm demand) คือ อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง
3. อุปสงค์ของอุตสาหกรรมหรือตลาด (industry or market demand) คือ อุปสงค์สำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทุกหน่วยผลิตรวมกัน
4. อุปสงค์มวลรวม (aggregate demand) คือ อุปสงค์ของสินค้าทุกชนิดรวมกันของทั้งระบบเศรษฐกิจ

5. อุปสงค์จากภายนอกประเทศ (external or foreign demand) คือ อุปสงค์ของประเทศอื่น ๆ ที่มีต่อสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นในประเทศเรา ส่วนอุปสงค์ภายในประเทศ (internal or domestic demand) ก็คืออุปสงค์มวลรวมนั่นเอง

กฎแห่งอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ กล่าวคือ เมื่อสินค้านั้นมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น การที่ปริมาณซื้อแปรผกผันกับราคาสินค้านั้นเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ผลทางรายได้ (income effect) เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น แต่รายได้ตัวเงิน (money income) ของผู้บริโภคคงที่ ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้ปริมาณน้อยลง นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้จำนวนมากขึ้น นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ซึ่งรายได้แท้จริงวัดจากปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อได้

2. ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดหนึ่งซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาอยู่คงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้านี้มีราคาสัมพัทธ์ (relative price) สูงขึ้น จึงซื้อสินค้านี้น้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้แทนสินค้านั้น ในทางตรงข้าม เมื่อราคาของสินค้านั้นลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลง และหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปร (variables) หรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ (quantity demanded) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อ มากน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่าง ดังนี้

1. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก

2. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อสตรี ภาพยนตร์ และเทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้าง รถยนต์ และน้ำอัดลม เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา ปัจจุบันรสนิยมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินจำนวนมากเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยมโดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่ซุกงูด้วยสื่อต่าง ๆ ได้ง่าย หรือมิฉะนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิม

3. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับจำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตาม แต่การเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชากรเหล่านี้จะต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

4. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือ มักจะลดการบริโภคสินค้าราคาสูง และขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

5. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับสภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ลองพิจารณาถึง สังคมบางแห่ง เช่น ประเทศที่มีบ่อน้ำมัน ปรากฏว่ารายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่ในมือของคนกลุ่มน้อย ส่วนคนกลุ่มใหญ่จะมีรายได้ต่ำมาก สังคมแบบนี้การบริโภคจะแตกต่างจากสังคมที่มีการกระจายรายได้ค่อนข้างทัดเทียม ถึงแม้ว่ารายได้เฉลี่ยของทั้งสองประเทศจะอยู่ในระดับใกล้เคียงกันก็ตาม

6. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน ตัวอย่างเช่น น้ำตาลกับกาแฟ เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟมากขึ้น ก็จะต้องบริโภคน้ำตาลมากขึ้นด้วย

7. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล ยกตัวอย่าง ในประเทศที่อยู่ในเขตร้อน เมื่อย่างเข้าฤดูหนาว ประชาชนจำเป็นต้องจัดหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่าง ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น

อนึ่ง ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ เกี่ยวข้องกับความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ระดับรายได้ รวมถึงงบประมาณของผู้บริโภค เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์นี้มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยเฉพาะในส่วนของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว อาทิ รายได้ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจ เป็นต้น

2.6 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมธยา แสนใจยา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัย คือ ประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยจำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าทดสอบค่าที (Independent t-test) กับกลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม การวิเคราะห์

ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่าง จะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวนั้น พบว่า ได้รับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เหตุผลในการเดินทาง คือ พักผ่อน เหตุผลที่ไปประเทศนั้น ๆ คือ ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นสิ่งดึงดูดใจในการเดินทาง ใช้บริการจากแหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว มีความถี่ในการเดินทางแล้วแต่โอกาส ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้เวลา 5 วัน และทวีปเอเชียเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางครั้งต่อไป

ธัญชนก แวแก้ว (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-Square ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ นโยบายส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ราคา และการส่งเสริมการขาย ส่วนปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามและทัศนียภาพ การยกเว้นวีซ่า ค่าโดยสารเครื่องบิน และการดูแลของบริษัททัวร์ สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคือการพักผ่อน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 20,000 - 30,000 บาท แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต การเดินทางใช้บริษัทนำเที่ยวมากกว่าการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

หทัยรัตน์ ทับเคลียว (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี มี

สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท

เกษมณี เหลืองฐิติกาญจนานา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเรื่องความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยเรื่องการยกเว้นวีซ่าเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยเรื่องราคาค่าพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ไต้หวันมาก่อน ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีระยะเวลาการเดินทาง 5-7 วัน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาท/ครั้ง มีการตัดสินใจเดินทางด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อไปท่องเที่ยวพักผ่อน โดยการเดินทางท่องเที่ยวจะเดินทางไปพร้อมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันในอนาคตและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวไต้หวันในอนาคต พบว่าพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างนี้ ส่วนใหญ่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ระยะเวลาในการเดินทาง 5-7 วัน/ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 3,000 บาท/วัน/คน เหตุผลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมาจากตนเอง โดยกิจกรรมหรือสิ่งที่ทำให้สนใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันมากที่สุดมาจากเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว

ชุลีกาญจน์ หวังศิริจิตร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่ไปเที่ยวจังหวัดนากาโนะ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดนากาโนะ พบว่าส่วนมากเป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท โดยปัจจัยที่ตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวจังหวัดนากาโนะ เพราะว่าสภาพภูมิอากาศสดชื่น ในแต่ละครั้งที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดนากาโนะก็จะเป็นครั้งแรก และส่วนมากได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต โดยจะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดนากาโนะด้วยตัวเอง โดยมีเพื่อนร่วมเดินทางด้วย ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดนากาโนะ ใช้เวลาท่องเที่ยว 1 – 3 วัน โดยมีวัตถุประสงค์คือการท่องเที่ยว/พักผ่อน นักท่องเที่ยวไทยที่ไปท่องเที่ยวจังหวัดนากาโนะ โดยส่วนใหญ่จะชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นอันดับ 1 เนื่องจากว่าสภาพภูมิอากาศสดชื่น อีกทั้งพบว่านักท่องเที่ยวไทยชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานลิงภูเขาจิโกคุดา ส่วนสถานที่ท่องเที่ยวประเภท

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ วัดเข็ญโคจิ และในส่วนสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ปราสาทมัตสึโมโตะ และสถานที่ท่องเที่ยวประเภทแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ได้แก่ สกีรีสอร์ทชิงะโคเงน

รัตน์ดิชา ทรัพย์ไพบุลย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะอักษรศาสตร์ จำนวน 100 ตัวอย่าง โดยขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด และนำมาวิเคราะห์ผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวโดยวิธีไปด้วยตนเองมากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยมากที่สุดคือครอบครัว ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีนเป็นครั้งแรก ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 3-5 วัน ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้โดยรวมแล้วปัจจัยด้านแรงจูงใจและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ทิพย์วิภา เนตรทิพย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวประเทศเวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศเวียดนามครั้งแรกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศเวียดนามพร้อมครอบครัว/ญาติพี่น้อง มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม 6 คนขึ้นไป ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม 4 วัน 3 คืน เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามกับบริษัทนำเที่ยว รู้จักและทราบแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศเวียดนามจากสื่อ อินเทอร์เน็ต โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ถ่ายรูป และค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท ต่อครั้ง ต่อ 1 คน และผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันในด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และด้านโครงสร้างพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

ท่องเที่ยวประเทศแตกต่างกันในด้านเวลา และด้านโครงสร้างพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันในด้านเวลา ด้านความปลอดภัย และในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ชุตินันท์ รัตนวร (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะไต้หวัน ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ตึกไทเป 101 รองลงมา ได้แก่ ย่านช้อปปิ้งซีเหมินติง อนุสรณ์สถานเจียงไคเช็ค วัดหลงซาน และพิพิธภัณฑ์พระราชวังกู้กง ตามลำดับ ในส่วนของการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงช่วงอายุ Gen Z และ Gen baby boomers มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน นิยมหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้แก่ ฟันทิป และยูทูป โดยอาหารที่นิยมรับประทานมากที่สุด คือ ชานมไข่มุก และของฝากที่นิยมซื้อกลับ คือ พายเค้กสับปะรด นอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกพักในโรงแรม และเลือกเดินทางด้วยรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประมาณ 10,000 – 20,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน” มีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินการศึกษาค้นคว้า ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรชาวไทยที่มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 60 ปี อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ และเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีนมาก่อน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 300 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย คำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นนั้นมีรูปแบบคำถามทั้งแบบปลายเปิด (Open End Questionnaire) และแบบปลายปิด (Closed End Questionnaire) โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) อีกทั้งในส่วนนี้ยังมีการให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open End Questionnaire)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการสร้างเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน
2. ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมและตรงประเด็น โดยเนื้อหาของแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน
3. สร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมของเนื้อหาในแบบสอบถามอีกครั้ง
5. ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 300 ชุด

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน และข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ครบทั้งหมดแล้ว จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของประเทศจีน สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศจีน แนวคิดต่าง ๆ อาทิ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว และทฤษฎีอุปสงค์ รวมถึงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศและรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้จากการศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน

3.4.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ช่วงเดือนเมษายน 2563 - กันยายน 2563

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในต่างประเทศ เพื่อใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการศึกษา

3.4.2 เก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเดือนตุลาคม 2563 - ธันวาคม 2563

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง 300 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.3 วิเคราะห์ข้อมูล ช่วงเดือนมกราคม 2564 - กุมภาพันธ์ 2564

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย จากนั้นจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

3.4.4 สรุปผลการวิจัย ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 - มีนาคม 2564

ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัยจากผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม โดยสรุปออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้ ผลการวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.4.5 จัดทำรายงานวิจัยสมบูรณ์ เดือนมีนาคม 2564

ผู้วิจัยทำการเรียบเรียงและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในรายงานวิจัย จากนั้นจัดพิมพ์เป็นเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 ชุด โดยใช้ข้อมูลแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วนมาวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้สถิติทางคณิตศาสตร์ อันได้แก่ สถิติการแจกแจงข้อมูล คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สถิติวัดแนวโน้มเข้าสู่ศูนย์กลาง คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) สถิติวัดการกระจายของข้อมูล คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มานำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง เพื่อบรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

จากนั้นได้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

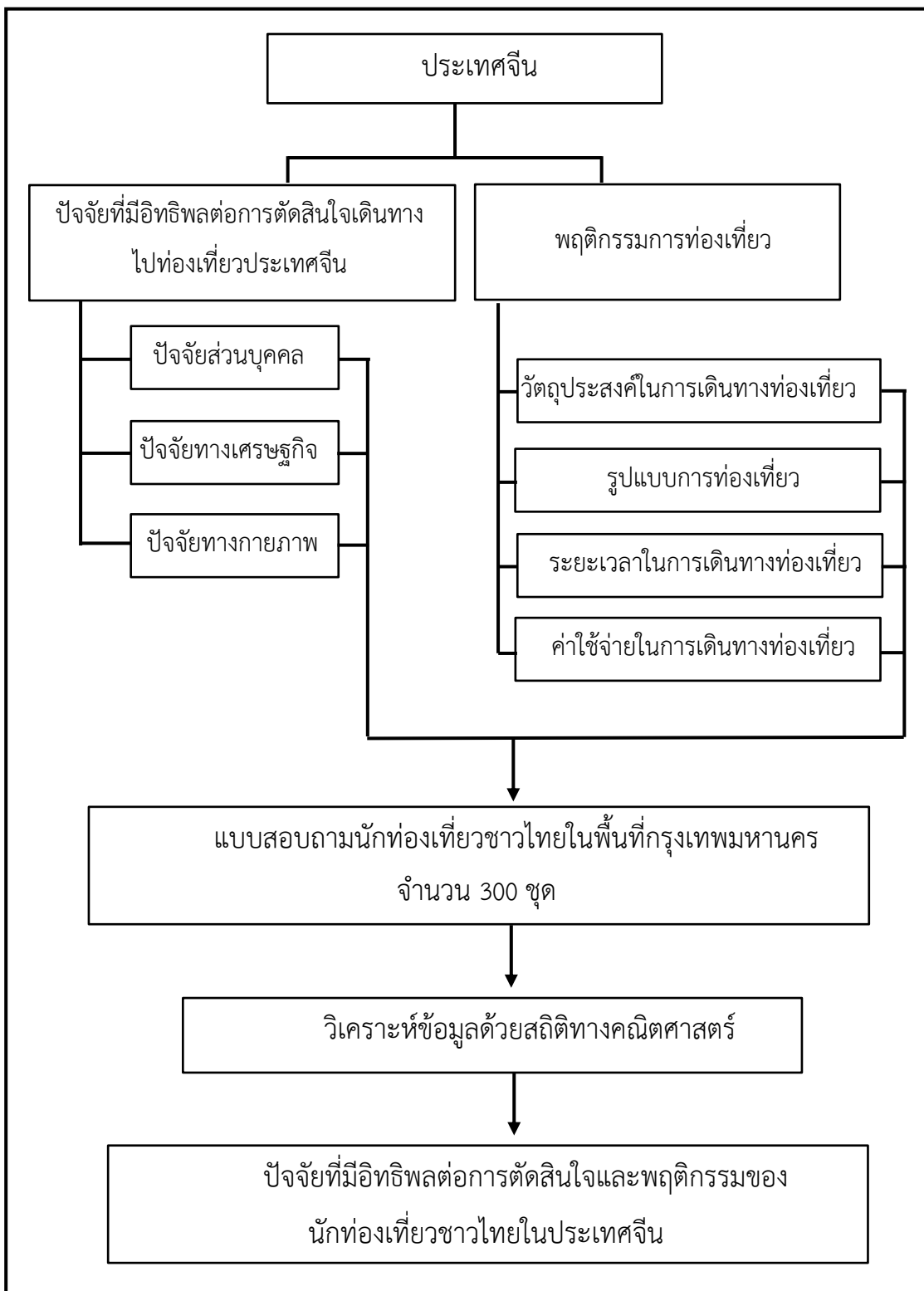
คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

3.6 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์



ภาพที่ 3.1 แสดงกรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

ที่มา : ผู้วิจัย (2563)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

สารนิพนธ์เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน” มุ่งศึกษาถึงปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและศึกษารูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติทางคณิตศาสตร์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.1 – 4.6

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	99	33.0
หญิง	201	67.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 ตามด้วยเพศชายจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 21 ปี	52	17.3
22 - 30 ปี	93	31.0
31 - 40 ปี	78	26.0
41 - 50 ปี	45	15.0
51 - 60 ปี	32	10.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 22 – 30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ช่วงอายุ 18 – 21 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทางครอบครัว

สถานภาพทางครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
โสด	200	66.7
สมรส	86	28.7
หย่าร้าง	14	4.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือผู้ที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	54	18.0
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	189	63.0
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	57	19.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	19	6.3
นักศึกษา	63	21.0
ข้าราชการ / พนักงานข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย	23	7.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	3.7
พนักงานบริษัทเอกชน	103	34.3
ประกอบอาชีพส่วนตัว	63	21.0
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	12	4.0
อื่น ๆ	6	2.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาเป็นนักศึกษาและผู้ประกอบอาชีพ

ส่วนตัว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 เป็นข้าราชการ / พนักงานข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 เป็นนักเรียน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 เป็นพ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 และมีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	48	16.0
10,000 – 15,000 บาท	36	12.0
15,001 – 20,000 บาท	50	16.7
20,001 – 25,000 บาท	43	14.3
มากกว่า 25,000 บาท	123	41.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาคือมีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และมีรายได้ 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นรายข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคล นำมาเสนอในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางกายภาพ นำเสนอในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปรากฏผลวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 4.7 – 4.9

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีน
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยส่วนบุคคล	มีผลต่อ		ไม่มีผลต่อ	
	การตัดสินใจ	ร้อยละ	การตัดสินใจ	ร้อยละ
	จำนวน		จำนวน	
เพศ	151	50.3	149	49.7
อายุ	221	73.7	79	26.3
สถานภาพทางครอบครัว	195	65.0	105	35.0
ระดับการศึกษา	160	53.3	140	46.7
อาชีพ	189	63.0	111	37.0
รายได้	280	93.3	20	6.7
รวม	1,196	398.6	604	201.4

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
1.ราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง)	198	75	27	-	-
2.ราคาที่พักขณะไปท่องเที่ยว	133	122	43	-	-
3.ราคาอาหารขณะไปท่องเที่ยว	77	104	97	18	4
4.ราคาค่าใช้จ่ายด้านคมนาคม	86	95	77	31	11

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	มากที่สุด (5) จำนวน	มาก (4) จำนวน	ปานกลาง (3) จำนวน	น้อย (2) จำนวน	น้อยที่สุด (1) จำนวน
5.ราคาสินค้าอุปโภคต่าง ๆ	65	99	99	29	8
6.ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยว	146	103	46	5	-

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (n = 300)			
1.ราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง)	4.57	0.65	มากที่สุด
2.ราคาที่พักขณะไปท่องเที่ยว	4.27	0.71	มาก
3.ราคาอาหารขณะไปท่องเที่ยว	3.77	0.94	มาก
4.ราคาค่าใช้จ่ายด้านคมนาคม	3.71	1.10	มาก
5.ราคาสินค้าอุปโภคต่าง ๆ	3.61	1.01	มาก
6.ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยว	4.30	0.79	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.04	0.87	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก ยกเว้นราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์ / ท่องเที่ยวด้วยตนเอง) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์ / ท่องเที่ยวด้วย

ตนเอง) มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาคือ ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ราคาสินค้าอุปโภคต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.61

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	มากที่สุด (5) จำนวน	มาก (4) จำนวน	ปานกลาง (3) จำนวน	น้อย (2) จำนวน	น้อยที่สุด (1) จำนวน
1.ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก	167	112	21	-	-
2.ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น	159	115	24	2	-
3.ประเทศจีนมีระบบการขนส่งที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	85	122	77	15	1
4.ประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศดี สดชื่น	110	121	58	9	2
5.ความสะอาดของบ้านเมือง สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักอาศัย ยานพาหนะ ฯ	73	74	97	54	2
6.ความปลอดภัยภายในเมือง ที่พักอาศัย สถานที่ท่องเที่ยว ฯ	94	97	86	23	-

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศ จีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย	\bar{X}	S.D.	ความคิดเห็น
ปัจจัยทางกายภาพ(n = 300)			
1.ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก	4.49	0.62	มาก
2.ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ แหล่ง ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น	4.44	0.67	มาก
3.ประเทศจีนมีระบบการขนส่งที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้ง่าย	3.92	0.87	มาก
4.ประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศดี สดชื่น	4.09	0.86	มาก
5.ความสะอาดของบ้านเมือง ที่พักอาศัย สถานที่ ท่องเที่ยว ยานพาหนะ ฯ	3.54	1.07	มาก
6.ความปลอดภัยภายในเมือง ที่พักอาศัย สถานที่ ท่องเที่ยว ฯ	3.87	0.94	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.06	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจทุกข้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมาคือ ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.44 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความสะอาดของบ้านเมือง ที่พักอาศัย สถานที่ท่องเที่ยว ยานพาหนะ ฯ มีค่าเฉลี่ย 3.54

4.2.1 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละ ของประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน	นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบคำถามปลายเปิด (n = 19)	
	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเทศจีนมีความหลากหลายทางธรรมชาติ	1	5.3
2. ปัจจัยทางด้านภาษามีส่วนในการตัดสินใจ	8	42.1
3. ปัจจัยทางด้านอาหารมีส่วนในการตัดสินใจ	4	21.0
4. ควรลดค่าใช้จ่ายและขั้นตอนในการทำวีซ่า	1	5.3
5. คนจีนมีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ	2	10.5
6. ควรปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำ	1	5.3
7. จีนกว้างใหญ่ น่าเที่ยว	1	5.3
8. วัฒนธรรมจีนมีความโดดเด่น	1	5.3
รวม	19	100.0

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า ข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน คือ ปัจจัยด้านภาษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอาหาร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

4.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลเป็นรายชื่อ ปรากฏผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.11 – 4.18

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน		
1 ครั้ง	157	52.3
2 ครั้ง	60	20.0
3 ครั้ง	16	5.3
มากกว่า 3 ครั้ง	67	22.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน 1 ครั้ง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน 2 ครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน 3 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
วิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีน		
ไปด้วยตนเอง	74	24.7
ไปกับครอบครัว	75	25.0
ไปกับบริษัทนำเที่ยว	124	41.3
ไปกับสถานศึกษา	14	4.7
ไปกับหน่วยงานหรือองค์กร	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนโดยบริษัทนำเที่ยว จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวโดยเดินทางไปกับครอบครัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 เดินทางโดยไปกับสถานศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และเดินทางโดยไปกับหน่วยงานหรือองค์กร จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลที่ร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน		
ตามลำพังคนเดียว	24	8.0
เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	98	32.7
ครอบครัว / ญาติ	145	48.3
เจ้านาย / ลูกน้อง	6	2.0
คู่รัก	27	9.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนกับครอบครัว จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ ไปท่องเที่ยวกับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ไปท่องเที่ยวกับ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ไปโดยลำพังคนเดียว จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และไปกับเจ้านาย / ลูกน้อง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน		
พักผ่อน	180	60.0
เยี่ยมญาติ / เพื่อน	17	5.7
ประชุม / สัมมนา	9	3.0
ธุรกิจ	11	3.7
การบันเทิง / กีฬา	12	4.0
เรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่น	36	12.0
ศาสนา	2	0.7
ค้นพบสิ่งใหม่	24	8.0
งานเทศกาล / Event	6	2.0
อื่น ๆ	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนเพื่อพักผ่อน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 เพื่อค้นพบสิ่งใหม่ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 เพื่อเยี่ยมญาติ / เพื่อน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 เพื่อการบันเทิง / กีฬา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เพื่อธุรกิจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 เพื่อประชุม / สัมมนา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 เพื่องานเทศกาล / Event จำนวน 6คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 เพื่ออื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และเพื่อศาสนา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน		
2 – 3 วัน	34	11.3
4 – 5 วัน	175	58.3
6 – 7 วัน	53	17.7
8 – 10 วัน	25	8.3
มากกว่า 10 วัน	13	4.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน เป็นเวลา 4 – 5 วัน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา คือ เป็นเวลา 6 – 7 วัน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 เป็นเวลา 2 – 3 วัน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 เป็นเวลา 8 – 10 วัน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมากกว่า 10 วัน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด		
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ / เชนจ์นิเวศ	109	36.3
แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา	19	6.3
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	67	22.4
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	92	30.7
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	4	1.3
อื่น ๆ	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่า ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ / เชนจ์นิเวศ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน		
น้อยกว่า 10,000บาท	13	4.3
10,000 - 30,000บาท	152	50.7
30,001 - 50,000บาท	99	33.0
มากกว่า 50,000บาท	36	12.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนแต่ละครั้งประมาณ 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมา คือ ประมาณ 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวประเทศจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวประเทศจีน		
สื่อบุคคล	54	18.0
สื่อสิ่งพิมพ์	12	4.0
สื่อวิทยุ - โทรทัศน์	3	1.0
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	231	77.0
อื่น ๆ	-	-
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาและทราบข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวประเทศจีนจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมา คือ สื่อบุคคล จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ สื่อวิทยุ - โทรทัศน์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน

สารนิพนธ์นี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่มีช่วงอายุระหว่าง 18 – 60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครฯ และเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีนมาก่อน จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและมีเนื้อหาครอบคลุม ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ข้อเสนอแนะและข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 22 – 30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.04$) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยทางกายภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมา คือ ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ($\bar{X} = 4.44$) และประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศดี สดชื่น ($\bar{X} = 4.09$) ตามลำดับ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ พบว่า ส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง) ($\bar{X} = 4.57$) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง) ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมา คือ ด้านความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.30$) ด้านราคาที่พิกขณะไปท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

5.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน 1 ครั้ง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 โดยเลือกเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนร่วมกับครอบครัว จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนเพื่อพักผ่อน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนเป็นเวลา 4 – 5 วัน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีน คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ / เิงนิเวศ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนแต่ละครั้งประมาณ 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 และมักหาและทราบข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวประเทศจีนจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0

5.1.4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน พบว่า ปัจจัยทางด้านภาษามีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมา คือ ปัจจัยทางด้านอาหารมีส่วนในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 คนจีนมีอัธยาศัยดี มีน้ำใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ประเทศจีนมีความหลากหลายทางธรรมชาติ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ประเทศจีนกว้างใหญ่ น่าเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 วัฒนธรรมจีนมีความโดดเด่น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ควรลดค่าใช้จ่ายและขั้นตอนในการทำวีซ่า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และควรปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางกายภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านราคาค่าเดินทางในการไปท่องเที่ยว (โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยวด้วยตนเอง) ที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2545) ที่กล่าวถึงกฎอุปสงค์ว่า ปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผันกับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ กล่าวคือ เมื่อราคาของการท่องเที่ยวสูงอาจจะทำให้การไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ลดน้อยลง

ในขณะที่ถ้าราคาของการท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไปจะทำให้การไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้น

ปัจจัยทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของธัญชนก แวแก้ว (2557) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น และพบว่าปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีและญี่ปุ่น ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม หลากหลาย มีชื่อเสียง สะอาด ปลอดภัย รวมถึงสภาพภูมิอากาศ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

5.2.2 ด้านพฤติกรรมในการท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 22 – 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน 1 ครั้ง โดยเลือกเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว และเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนร่วมกับครอบครัว ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนเพื่อพักผ่อนและมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนคือ 4 – 5 วัน ประเภทแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีน คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ / เิงนิเวศ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศจีนแต่ครั้งประมาณ 10,000 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่มักหาและทราบข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวประเทศจีนจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของเมธยา แสนใจยา (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย และผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวนั้น พบว่า ได้รับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เหตุผลในการเดินทาง คือ พักผ่อน ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้เวลา 5 วัน และสอดคล้องกับการศึกษาของธัญชนก แวแก้ว (2557) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคือการพักผ่อน ระยะเวลาในการท่องเที่ยวไม่เกิน 5 วัน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 20,000 - 30,000 บาท แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต การเดินทางใช้บริษัทนำเที่ยวมากกว่าการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

5.3 ข้อเสนอแนะ

สารนิพนธ์เรื่อง“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

5.3.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทนำเที่ยว จากการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีน พบว่าปัจจัยทางด้านบุคลากร ภาษา อาหาร ความโดดเด่นทางวัฒนธรรมรวมถึงความหลากหลายทางธรรมชาติของประเทศจีน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นบริษัทนำเที่ยวควรเพิ่มทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวโดยการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและครอบคลุมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เกิดความประทับใจมากขึ้น

5.3.1.2 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ ดังนั้นจึงต้องขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ให้ปรับปรุงแก้ไขคุณภาพห้องน้ำในประเทศจีนให้มีความสะอาดมากขึ้น

5.3.1.3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนในเรื่องค่าใช้จ่ายและขั้นตอนในการทำวีซ่า ดังนั้นจึงต้องขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ให้ปรับปรุงขั้นตอนในการยื่นขอวีซ่าให้มีความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น และควรปรับราคาค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม ไม่แพงจนเกินไป

ซึ่งถ้าทางหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปพัฒนาปรับปรุงจนเกิดความสำเร็จ ก็จะสามารถเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและต้องการกลับมาเที่ยวที่ประเทศจีนอีกครั้ง ส่งผลให้ทั้งบริษัทนำเที่ยวและประเทศจีนได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ในการศึกษารั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีน อาทิ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น หรือเป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศจีน จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

5.3.2.2 การศึกษารั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากผู้ศึกษาเลือกใช้เพียงแค่กลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปี จำนวน 300 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปจึงควรเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น มีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2529). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- เกษมณี เหลืองฐิติกาญจนา. (2559). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย **ได้วัน**ของนักท่องเที่ยวชาวไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ และคณะ. (2557). **ความรู้พื้นฐานของมัคคุเทศก์และการท่องเที่ยวอาเซียน**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชุตินันท์ รัตนวร. (2561). “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยบนเกาะ **ได้วัน**”. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูลีกาญจน์ หวังศิริจิตร. (2559). “ปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่ไปเที่ยวจังหวัดน่าน **โนะ**”. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา บัณฑิตมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดวงกมล บุญทวีทรัพย์. (2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ **เดินทางมาเที่ยวที่อุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี**”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ทิพย์วิภา เนตรทิพย์. “การท่องเที่ยวประเทศไทยเวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอาเซียน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธัญชนก แว่วแก้ว. (2557). “พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป **ประเทศเกาหลีหรือญี่ปุ่น**”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นงลักษณ์ เขียวโพธิ์. (2557). “**แนวทางการทำวีซ่าประเทศอังกฤษสำหรับพนักงาน**”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2559). **การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 5. นครปฐม: ม.ป.พ..

- น้ำฝน จันทรนวล. (2556). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ การท่องเที่ยว การโรงแรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- มัทนี คำสำราญ. (2557). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมธยา แสนใจยา. (2554). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รัตน์ดิชา ทรัพย์ไพบุลย์. (2559). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย”. บทความวิจัย สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ราณี อธิชัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2545). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- วิลาวลัย แก้วเขียวบริสุทธิ์. (2561). 30 สุดยอดสถานที่ท่องเที่ยวในจีน ที่ไม่ได้มีแค่กำแพงเมืองจีน CHINA. เข้าถึงเมื่อ 21 พฤษภาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.yingpook.com/30-best-of-china-part-3/>
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. (2563). ภาพรวมประเทศจีน. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://thaiembbeij.org/th/republic-of-china/overview-of-china/>
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2560). นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). ความหมายของการท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 19 พฤษภาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นการท่องเที่ยว/ความหมายของการท่องเที่ยว/>

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ**. เข้าถึงเมื่อ 28 มิถุนายน 2563. เข้าถึงได้จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สุรพล เพชรไกร. (2554). **เทคนิคการจูงใจ**. ม.ป.พ..
- หทัยรัตน์ ทับเคลียว. (ม.ป.ป.). “**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอาเซียน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- China Radio International. (2020). **ภูมิประเทศของประเทศจีน**. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://thai.cri.cn/learnchinese/lesson15/6.html>
- National Bureau of Statistics of China. (2018). **Number of Oversea Visitor Arrivals by Country/Region**. เข้าถึงเมื่อ 17 มิถุนายน 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2018/indexeh.htm>
- NT Education and Travel. (2019). **ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปประเทศจีน**. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <https://www.nteducation.net/articles/ข้อมูลพื้นฐานจีน/>
- WLC China Education Center. (2020). **เรามาทำความคุ้นเคยประเทศจีนกันเถอะ**. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤษภาคม 2563. เข้าถึงได้จาก <http://www.wlc2china.com/information/about-china.html>

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีเนื้อหาสอบถามข้อมูลในการจัดทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน”

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะค้นคว้ารวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง

2. ช่วงอายุ

- 18 - 21 ปี 41 - 50 ปี
 22 - 30 ปี 51 - 60 ปี
 31 - 40 ปี

3. สถานภาพทางครอบครัว

- โสด สมรส หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
 ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 สูงกว่าระดับปริญญาตรี

5. อาชีพ

- นักเรียน ข้าราชการ / พนักงานข้าราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย
 นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพส่วนตัว
 พ่อบ้าน / แม่บ้าน อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
 10,000 - 15,000 บาท
 15,001 - 20,000 บาท
 20,001 - 25,000 บาท
 มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

- ท่านคิดว่า “เพศ” มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

มี ไม่มี
- ท่านคิดว่า “อายุ” มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

มี ไม่มี
- ท่านคิดว่า “สถานภาพทางครอบครัว” มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

มี ไม่มี
- ท่านคิดว่า “ระดับการศึกษา” มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

มี ไม่มี
- ท่านคิดว่า “อาชีพ” มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

มี ไม่มี
- ท่านคิดว่า “ระดับรายได้” มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือไม่

มี ไม่มี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ช่องลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวประเทศจีนของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ					
7.1 ราคาค่าเดินทางในการไป ท่องเที่ยว(โปรแกรมทัวร์/ท่องเที่ยว ด้วยตนเอง)					
7.2 ราคาที่พักขณะไปท่องเที่ยว					
7.3 ราคาอาหารขณะไปท่องเที่ยว					
7.4 ราคาค่าใช้จ่ายด้านคมนาคม					
7.5 ราคาสินค้าอุปโภคต่าง ๆ					
7.6 ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้จ่ายใน การไปท่องเที่ยว					

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวประเทศจีนของ นักท่องเที่ยวชาวไทย	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8. ปัจจัยทางกายภาพ					
8.1 ประเทศจีนมีสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนมาก					
8.2 ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยว หลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม เป็นต้น					
8.3 ประเทศจีนมีระบบการขนส่ง ที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย					
8.4 ประเทศจีนมีสภาพภูมิอากาศ ดี สดชื่น					
8.5 ความสะอาดของบ้านเมือง ที่ พักอาศัย สถานที่ท่องเที่ยว ยานพาหนะ ฯ					
8.6 ความปลอดภัยภายในเมือง ที่ พักอาศัย สถานที่ท่องเที่ยว ฯ					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศจีนกี่ครั้ง

- 1 ครั้ง
 2 ครั้ง
 3 ครั้ง
 มากกว่า 3 ครั้ง

2. ท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศจีนด้วยวิธีใดมากที่สุด

- ไปด้วยตนเอง
 ไปกับครอบครัว
 ไปกับบริษัทนำเที่ยว
 ไปกับสถานศึกษา
 ไปกับหน่วยงานหรือองค์กร

3. ท่านมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

- ตามลำพังคนเดียว
 เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน
 ครอบครัว /ญาติ
 เจ้านาย / ลูกน้อง
 คู่รัก

4. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของท่านโดยส่วนมากคือข้อใด

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> พักผ่อน | <input type="checkbox"/> เยี่ยมญาติ / เพื่อน |
| <input type="checkbox"/> ประชุม / สัมมนา | <input type="checkbox"/> ธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> การบันเทิง / กีฬา | <input type="checkbox"/> เรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่น |
| <input type="checkbox"/> ศาสนา | <input type="checkbox"/> ค้นพบสิ่งใหม่ |
| <input type="checkbox"/> งานเทศกาล / Event | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

5. ท่านใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวนานเท่าใด

- 2 - 3 วัน 4 - 5 วัน
 6 - 7 วัน 8 - 10 วัน
 มากกว่า 10 วัน

6. แหล่งท่องเที่ยวประเภทใดมีอิทธิพลต่อท่านในการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศจีนมากที่สุด

- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ / เขิงนิเวศ
- แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา
- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

7. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

- น้อยกว่า 10,000บาท
- 10,000 - 30,000บาท
- 30,001 - 50,000บาท
- มากกว่า 50,000บาท

8. ท่านมักจะหาและทราบข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อใดมากที่สุด

- สื่อบุคคล อาทิ เพื่อน ครอบครัว คนรัก เป็นต้น
- สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น
- สื่อวิทยุ - โทรทัศน์
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นต้น
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

** ขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง **

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวสนฉัตร มานะวิทยาการ
วัน เดือน ปี เกิด	8 มิถุนายน พ.ศ. 2542
ที่อยู่	88/18 ม.4 ซอยแผ่นดินทอง ถนนพระราม2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2559	สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียน สารสาสน์วิเทศบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2560	ศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาวิชาเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัด นครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวสนฉัตร มานะวิทยาการ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาาษาเลือกภาษาจีน
สารนิพนธ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศจีน
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อริศา จิระศิริโชติ
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา	88/18 หมู่ 4 ซอยแผ่นดินทอง ถนนพระราม 2 ตำบลบางน้ำจืด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร 74000
หมายเลขโทรศัพท์	086 – 3611868

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวสนฉัตร มานะวิทยาการ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....