

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2555

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2555

อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทย . สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย 2 ประการคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มี
ความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การ
คำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติ
ไคสแควร์ (chi-square)

ผลการวิจัยสรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย คิดเป็น
ร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 สำเร็จ
การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.3 และมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีอาชีพ
พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยเดินทางมากับบริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 74.5 มีวัตถุประสงค์
เพื่อมาพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 59.9 แหล่งท่องเที่ยวประทับใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่
หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 47.8 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว จำนวน 4,001 – 6,000 หยวน
คิดเป็นร้อยละ 39.3 สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุดคือจิวเวลรี่ คิดเป็นร้อยละ 31.5
ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69.0 ในเวลาในการมา
ท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดตามเทศกาล คิด
เป็นร้อยละ 60.3 ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 50.3 ได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจาก
หนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 32.3 โดยนิยมพักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ
80.0 และนักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 80.8 ปัจจัยในด้านลักษณะที่พัก แหล่ง
ท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้า
มาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว คือ เพศ สถานภาพและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ไม่มี
ความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่พักและแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

THE BEHAVIOR OF CHINESE TOURIST WHO COME TO THAILAND FOR TOURIST
PURPOSE

AN ABSTRACT
BY
ATCHARA SOMBATNANTANA



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Economics Degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University

May 2012

Atchara Sombatnantana. (2012). *The Behavior of Chinese Tourist Who Come to Thailand for Tourist Purpose*. Master's project; M. Econ (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School. Srinakharinwirot Universtiy. Project Advisor:
Mrs. Raveepon Saleepon

This research has 2 objectives, which are studying of tourist behavior and the factors that have impact on Chinese tourist who come to Thailand for tourist purpose. The research uses questionnaire to collect data from 400 tourists. The data analysis methods which have been used in this research are percentage calculation, mean, standard deviation and the testing of relationship of variation factors by using Chi-square

The research Behavior of Chinese Tourist revealed that The percentage of male is 51.5% and female is 48.5% Chinese tourist age between 30-39 years old is 59.3% of tourist who have bachelor degree is 59.3%, married is 52.8%, company employee is 45.5%, travel with tour operation firm is 74.5%, travel for tourist purpose relax is 59.9%, various of tourist designation place and activities is 47.8%, money spending for tourist per time per person amount 4,001 – 6,000 Yuan is 39.3%. The most popular souvenir is jewelry is 31.5% of the tourists who travel to Thailand at the first is 69% time for 5-6 days per time is 54.5%. The percentage of most of the tourists who travel during season holiday is 60.3%, of tourists who travel between January and March is 50.3%, of tourists who get information from newspaper and magazine is 32.3%, of tourists who like to stay overnight at the hotel is 80%, of tourists who want to re-visit Thailand is 80.8%. The factors related to accommodation, tourist designation places and tourist promotion package from the government have much influent on decision making of Chinese tourist to visit Thailand and the analysis of factors that have correlation with tourist behavior on money spending per time of Chinese tourist who visit Thailand The Gender, married status and Tourist promotion package from the government not related with tourist behavior in term of money spending per time at the statistical significant at 0.05 level. The Age, education level, career, monthly income, accommodation and tourist designation place have related to with tourist behavior in term of money spending per time at the statistical significant at 0.05 level.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว
ในประเทศไทย ของ อัจฉรา สมบัตินนทนา ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์ ดร.จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล)

คณะกรรมการสอบ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล)

ประธาน

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อติพิทย์ ราษฎร์นิยม)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.สุวิมล เฮงพัฒนา)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เรณู สุขารมณ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2555

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำชี้แนะ และให้คำปรึกษาในการทำวิจัย และได้สละเวลาให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งงานวิจัยนี้เสร็จสิ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล รองศาสตราจารย์ ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม อาจารย์ ดร.สุวิมล เสงี่ยมพัฒนา ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือและให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยาวจิ้นที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่และทุก ๆ คนในครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจและให้ความรัก ความห่วงใยเสมอมา และเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นเศรษฐศาสตร์การจัการที่คอยให้คำปรึกษาด้วยดีมาตลอด

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ที่พึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่คุณบิดา มารดา ผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างแก่ผู้วิจัย และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้ต่าง ๆ ให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด

อัจฉรา สมบัตินันทนา

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	8
สมมติฐานของการวิจัย.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	11
ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค.....	21
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
องค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว.....	23
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	24
พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว.....	25
สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	42
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	71
อภิปรายผล.....	74
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	78
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	79
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก.....	85
ภาคผนวก ก	86
ภาคผนวก ข	99
ภาคผนวก ค	110
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	112

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
2 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคล.....	50
3 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	52
4 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านเศรษฐกิจ.....	58
5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัย ทางเศรษฐกิจในด้านที่พัก.....	59
6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัย ทางเศรษฐกิจในด้านแหล่งท่องเที่ยว.....	60
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัย ทางเศรษฐกิจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ.....	61
8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	63
9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	64
10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	65
11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	66
12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	67
13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	68

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

14 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	69
15 สรุปปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	70



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 1.....	8
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย 2.....	9



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท อีกทั้งยังมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาช่วยแก้ไขสภาวะการขาดดุลการชำระเงินของประเทศที่สืบเนื่องมาจากการขาดดุลทางการค้า ส่วนการท่องเที่ยวภายในประเทศก็ช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ อันเป็นการช่วยสร้างแรงงาน สร้างอาชีพ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกระดับอาชีพ ดังนั้น จึงต้องให้ความสนใจพัฒนาและส่งเสริมให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนำรายได้จากการท่องเที่ยวไปพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.2548:1)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พักภัตตาาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาท เช่นเดียวกัน ซึ่งในปี 2552 ประเทศไทยมีรายได้ จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะเดียวกัน ธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ1 รวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบท ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รายได้เงินตราต่างประเทศดังกล่าว ยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในช่วงที่การส่งออกสินค้าของไทย มีแนวโน้มชะลอตัวลง ตามภาวะเศรษฐกิจโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554 : 5)

จากสถิติที่ผ่านมา ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทุกภูมิภาคทั่วโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งในจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาตินี้ตลาดนักท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจ

เป็นอย่างมากตลาดหนึ่งคือ ตลาดของนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งองค์การระดับโลกและหน่วยงานในหลายๆ ประเทศทั่วโลก ต่างให้ความสำคัญกับสาธารณรัฐประชาชนจีนในฐานะตลาดศักยภาพของทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก คือ ประมาณ 1,300 ล้านคน อีกทั้งประเทศจีนมีแนวโน้มที่จะมีอำนาจซื้อเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งเห็นได้จากการเติบโตของรายได้ที่ใช้จ่ายได้จริง ในระหว่างปี 2542 – 2551 ที่เพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวจาก 440.3 เหรียญสหรัฐอเมริกาในปี 2542 เป็น 1,015.4 เหรียญ ในปี 2008 จึงทำให้จีนเป็นหนึ่งในตลาดศักยภาพในฐานะผู้ส่งออกนักท่องเที่ยวรายใหญ่ของโลก (จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550 : 2-3)

ประเทศไทยถือว่าเป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการแข่งขันกับตลาดท่องเที่ยวในประเทศอื่น เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล หาดทราย ป่า น้ำตก สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ผสมกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศไทยและที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่เด่นชัดในมุมมองของนักท่องเที่ยวจีนทำให้เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นและการขยายเที่ยวบินตรงจากเมืองต่าง ๆ ของจีนมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย จะทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนยังคงมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่ก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและจัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผน ส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ภาคเอกชนทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน และบริหารจัดการในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane (ถานินทร์ ศิลป์จารุ.2548 : 48) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z^2)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างมีค่า 0.5

Z = ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{(0.50)(0.50)(3.8416)}{0.0025} \end{aligned}$$

$$= \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$= 384.16 \approx 400$$

ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิบริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก

ระยะเวลาที่ศึกษา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายที่ 1 ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ การซื้อสินค้าของที่ระลึก จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว แหล่งที่ได้มาของข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

2. ตัวแปรที่ศึกษาตามความมุ่งหมายที่ 2 ได้แก่

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

2.1 เพศ

- ชาย
- หญิง

2.2 อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 20-29 ปี
- 30-39 ปี
- 40-49 ปี
- 50-59 ปี
- 60 ปีขึ้นไป

2.3 ระดับการศึกษา

- มัธยมศึกษา
- อนุปริญญา

- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

2.4 สถานภาพสมรส

- โสด
- สมรส
- หย่าร้าง

2.5 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา
- แม่บ้าน
- ข้าราชการ
- พนักงานบริษัท
- ธุรกิจส่วนตัว

2.6 รายได้ต่อเดือน

2.7 ลักษณะที่พัก

2.8 แหล่งท่องเที่ยว

2.9 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **พฤติกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ การซื้อสิ่งของที่ระลึก จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว แหล่งที่ได้มาของข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

2. **อุปสงค์การท่องเที่ยว** หมายถึง ความต้องการที่จะท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี

3. **นักท่องเที่ยวชาวจีน** หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งที่พำนักค้างคืนและไม่พำนักค้างคืน

4. **ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว** หมายถึง บุคคลที่ร่วมเดินทางมากับนักท่องเที่ยว ได้แก่ คนเดียว ครอบครัว/ญาติ เพื่อน บริษัทนำเที่ยว ที่ทำงาน

5. **วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว** หมายถึง จุดมุ่งหมายหลักที่ทำให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ พักผ่อน ทำบุญ/ไหว้พระ เยี่ยมเพื่อน/ญาติ ประชุม/สัมมนา ปฏิบัติงาน/ติดต่อกิจการ

6. **ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถาน, แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต

7. **ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว** หมายถึง ค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายไประหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย

8. **สินค้าที่ระลึก** หมายถึง สิ่งของต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองของประเทศต่างๆ และมีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวในการซื้อและนำผลผลิตนั้นๆ กลับไปยังภูมิลำเนาของตนเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ อาจจะเป็นของที่ระลึก เพื่อเป็นของฝากหรือเพื่อใช้สอย ลักษณะสินค้าของที่ระลึก ได้แก่ จิวเวลรี่, เครื่องหนัง, รังนก, เครื่องสำอาง, เสื้อผ้า, เซาพระ

9. **จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว** หมายถึง จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

10. **จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว** หมายถึง จำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้งในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

11. **ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว** หมายถึง ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ วันหยุดตามเทศกาล วันลาพักร้อนประจำปี

12. **ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว** หมายถึง ช่วงเวลาหรือช่วงเดือนในรอบปีที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ มกราคม-มีนาคม เมษายน-มิถุนายน กรกฎาคม-กันยายน ตุลาคม -ธันวาคม

13. **แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว** หมายถึง ข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวได้รับ ได้แก่ เพื่อน, หนังสือพิมพ์ – นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์, บริษัททัวร์, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

14. **สถานที่พัก** หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ โรงแรม ที่พักในอุทยาน รีสอร์ท บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน ตั้งแคมป์

15. **ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก** หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดน่าน อีกภายหลังจากที่ได้เคยมาท่องเที่ยวแล้ว

16. **รายได้ต่อเดือน** หมายถึง เงินที่ได้จากการปฏิบัติงานของนักท่องเที่ยวที่ได้รับต่อเดือน

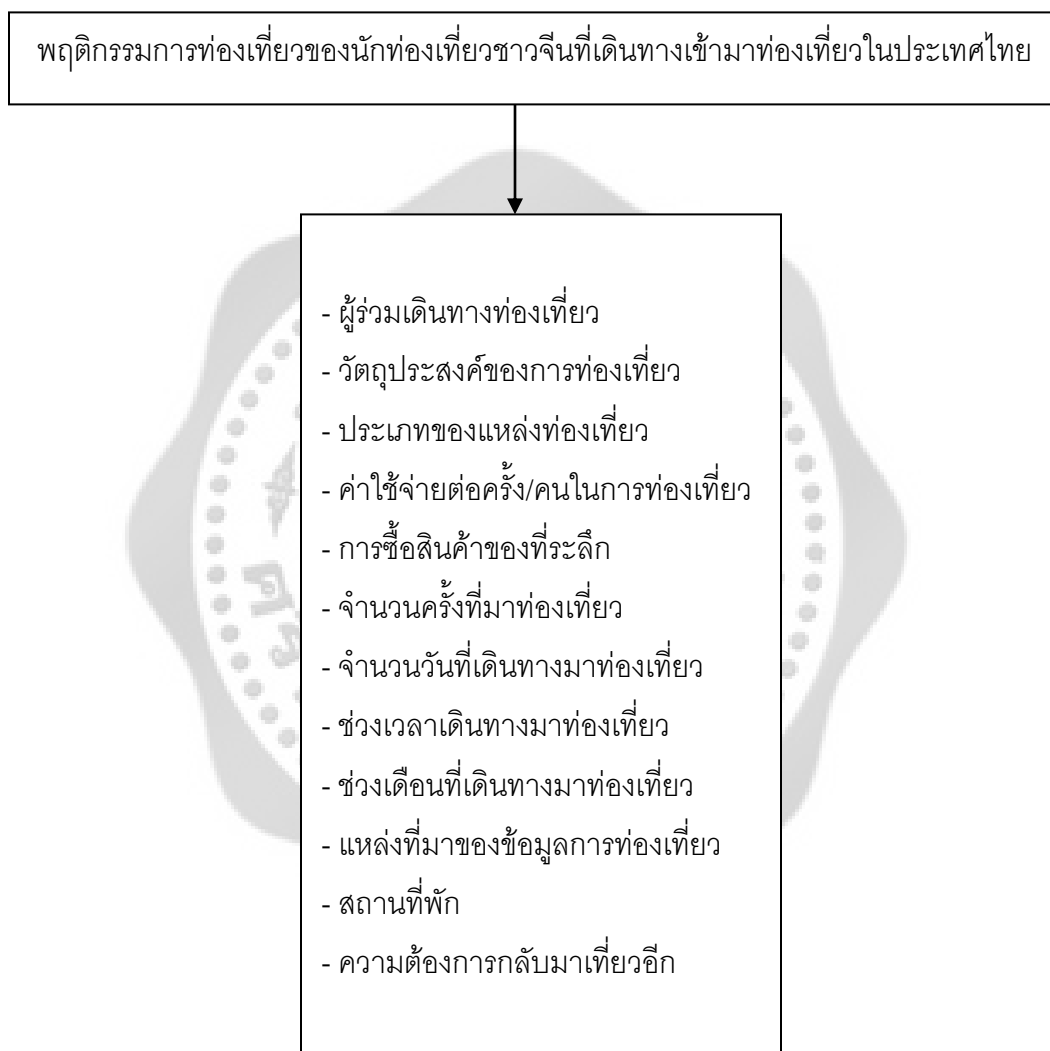
17. **ลักษณะที่พัก** หมายถึง สถานที่พักที่มีความสะอาด , ความสวยงาม , มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความปลอดภัย

18. **แหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย, ความสวยงาม ,ความสะอาดและความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย

19. **การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ** หมายถึง การอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น, การเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ, การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่นการออกบูธแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ การกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่อง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

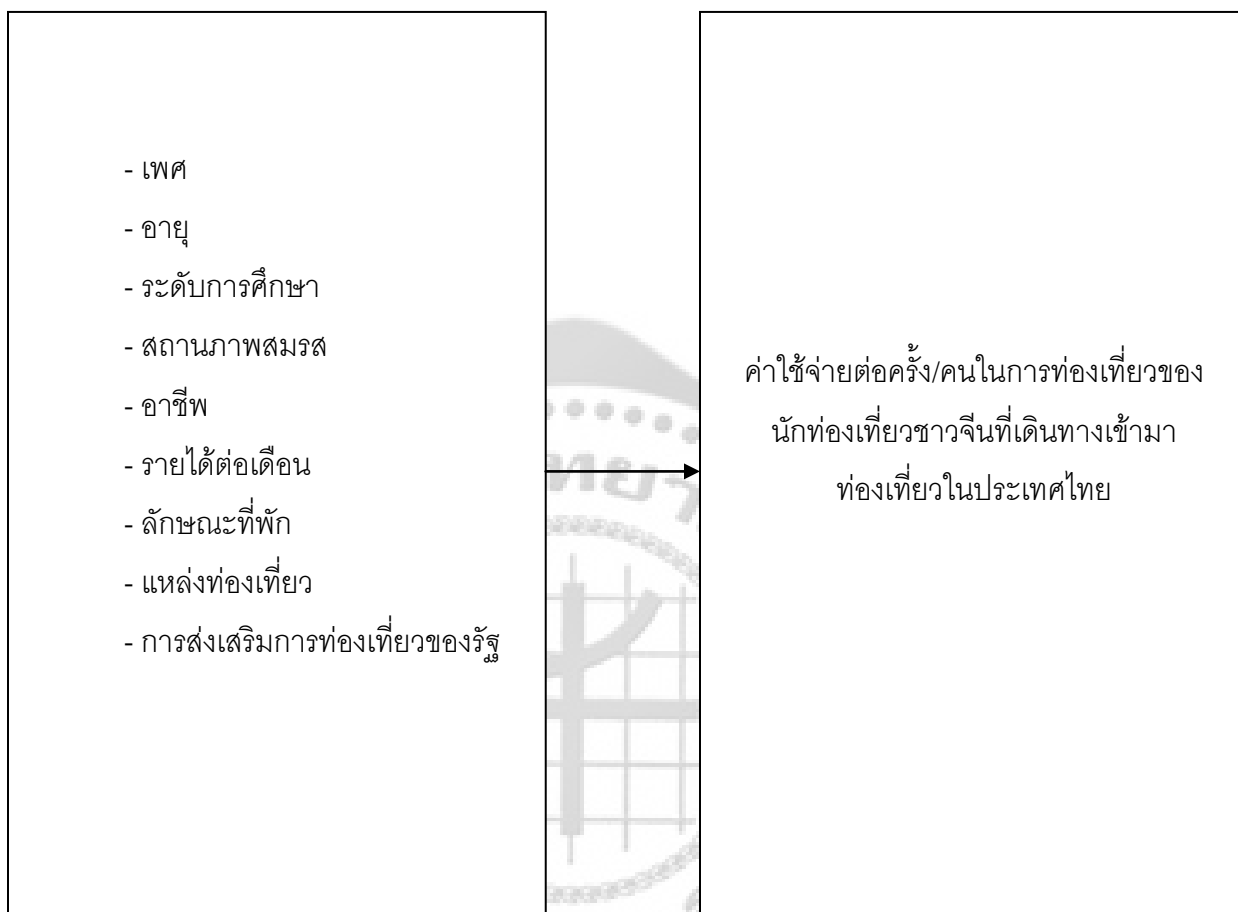
ศึกษาวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ” ครั้งนี้ อาศัยทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแนวคิดในการศึกษา โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 ศึกษาตามความมุ่งหมายที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 2 ศึกษาตามความมุ่งหมายที่ 2

สมมุติฐานในการวิจัย

1. เพศ , อายุ , ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส, อาชีพ, รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ลักษณะที่พัก, แหล่งท่องเที่ยว , การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว
 - 1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว
 - 1.4 ความหมายของนักท่องเที่ยว
 - 1.5 บทบาทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
 - 1.6 การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
 - 1.7 การเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี
2. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
 - 2.3 องค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว
 - 2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค
 - 2.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว
3. สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้นิยามความหมายไว้หลากหลายดังนี้ คือ

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้างโดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดมุ่งหมายปลายทาง (Destination) หมายถึงมีจุดมุ่งหมายที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึงมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายแห่งด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความหมายมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism – IASET) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวและไม่เกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมที่เป็นการหาเงิน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 11)

การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่าง ๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้พิเศษ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติหรือถิ่นที่พำนักถาวรไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางชั่วคราวโดยใช้เวลาพำนัก ณ สถานที่นั้น ๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่มีไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2550 : 19)

สรุปความหมายของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากที่อยู่อาศัยไปยังสถานที่อื่น ในระยะสั้น ๆ และทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างที่อยู่แหล่งท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์เพื่อต้องการเยี่ยมญาติมิตร หรือพักผ่อนท่องเที่ยว

1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หรือความหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจแบ่งได้ ดังนี้

1. เพื่อการพักผ่อน (Relaxation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือผ่อนคลายจากภาระกิจทั้งปวง ทั้งด้านการทำงานและภาระอื่น ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง พร้อมฟื้นฟูความสดชื่นสมบูรณ์ของร่างกายและจิตใจ เพื่อที่จะกลับมาปฏิบัติภารกิจต่อไป
2. เพื่อการนันทนาการ (Recreation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อนันทนาการ หาความรื่นรมย์สนุกสนาน โดยจุดหมายปลายทางอาจเป็นสถานที่ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือแหล่งบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งประเทศท่องเที่ยวทั้งหลายต่างพยายามเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทนี้
3. เพื่อสุขภาพ (Health) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อฟื้นฟูหรือบำรุงสุขภาพ ซึ่งอาจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เอื้อให้สุขภาพสดชื่นแข็งแรง หรืออาจไปยังแหล่งที่ให้บริการฟื้นฟู ดูแลสุขภาพโดยตรง ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจที่ให้บริการด้านสุขภาพและมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายการเดินทางเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น
4. เพื่อการกีฬา (Sport) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการกีฬาอาจจะเพื่อชมการแข่งขันกีฬา อาทิเช่น ฟุตบอลโลก เอเชียนเกมส์ โอลิมปิกเกมส์ ที่สามารถดึงดูดผู้สนใจด้านการกีฬาให้เดินทางมาชมจำนวนมาก หรืออาจเดินทางไปเล่นกีฬางานชนิดที่จำเป็นต้องใช้สถานที่เฉพาะหรือพิเศษ ซึ่งถ้าประเทศใดมีสถานที่เหมาะสมสำหรับการเล่นกีฬาแต่ละประเภท จะสามารถดึงดูดให้นักเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายนั้นเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ
5. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร (Visiting) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนเครือญาติ หรือมิตรสหายที่อยู่ไกล แสดงถึงความรักความผูกพันที่มีต่อกัน ประเทศในแถบเอเชียยังคงยึดมั่นและเคร่งครัดในวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมจะมีการเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายในการเยี่ยมเยียนญาติมิตรมากกว่าจุดมุ่งหมายอื่น ๆ โดยเฉพาะในช่วงเวลาของเทศกาลประเพณี

6. เพื่อศาสนา (Religion) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อปฏิบัติศาสนกิจ หรือเพื่อ นมัสการสถานที่สำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา ตามความเชื่อถือหรือศรัทธา เช่น พุทธศาสนิกชนจะ เดินทางไปปฏิบัติธรรม ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ณ วัดต่าง ๆ หรือชาวมุสลิมทั่วโลกต่างพากันเดินทางไป ประกอบพิธีฮัจ์ ที่เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น

7. เพื่อธุรกิจ (Business) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจเป็นหลัก แต่มี โอกาสได้ท่องเที่ยวด้วยในประเทศที่มีความเจริญด้านเศรษฐกิจจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เพราะจะมีการเดินทางเข้ามาอย่างสม่ำเสมอได้เป็นช่วงเวลาหรือฤดูกาลเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ

8. เพื่อการประชุมสัมมนา (Convention and Conference) เป็นความมุ่งหมายในการ เดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา และมีการท่องเที่ยวประกอบด้วยการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ จะรวมถึงการ ท่องเที่ยวเพื่อชมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการต่าง ๆ ที่เรียกว่า Exhibition Tour มีการจัดให้นักท่องเที่ยว กลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ถือเป็น นักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาร่วมประชุมนานาชาติ จะมี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วไปประมาณ 2 เท่า

9. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อศาสนา เพื่อธุรกิจ และเพื่อการประชุมสัมมนา ล้วนเป็นการ เดินทางที่มีความมุ่งหมายต่าง ๆ เป็นหลัก แต่ในการเดินทางเหล่านั้นได้จัดแบ่งเวลาสำหรับการท่องเที่ยว และนันทนาการไว้ด้วย ถือเป็นการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งอาจเป็นไปตามวัฒนธรรม ความ เชื่อทางศาสนา ธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา (ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2550:19 -21)

1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

ได้อธิบายถึงประเภทของการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามที หมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว ได้ 7 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อ สมองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันสวยงาม เพื่อพบเห็น ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกที่ก ีกรีกโครมและตึกงามใหญ่โตของเมืองใหญ่และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีผลเป็นความ สนุก

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน นักท่องเที่ยวพวกนี้จะใช้วันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไรเพื่อจัดความเมื่อยล้าทั้งหลายทั้งทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่บางคนอาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย มักเอากาละอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหน

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงหรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของเขา ก็จะท่องเที่ยวไปยังประเทศนั้น ๆ เพื่อศึกษาพิจารณาความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญของวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อชมศิลปกรรม เพื่อรวมปฏิบัติในงานมหกรรมและงานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปะครั้งสำคัญ ๆ เช่น ดนตรี ละคร ฯลฯ

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาแบ่งได้เป็น 2 ชนิด

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬารั้งใหญ่ ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ กีฬาแหลมทอง การแข่งขันกีฬาเหล่านี้นอกจากจะดึงดูดพวกนักกีฬาที่เกี่ยวข้องให้ไปชม ผู้ติดตามและผู้สนใจยังตามไปชมมากกว่านักกีฬาที่แข่งขันเสียอีก

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬาชนิดนั้น ๆ เช่น ในฤดูหนาวซึ่งมีหิมะตกมากก็ไปเล่นสกี ฤดูร้อนก็ไปเล่นสกีน้ำในทะเลหรือในทะเลสาบ ในฤดูร้อนก็เป็นการปีนเขาและในฤดูอื่น ๆ ที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้าป่าไปยังสัตว์ ตกปลา ซี่งม้า เล่นกอล์ฟ ประเทศใดที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวให้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้นับว่าได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ มีข้อเท็จจริงอยู่ว่า นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจมักจะได้จัดเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ ๆ ด้วย ซึ่งอาจจะเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติธุรกิจแล้ว แม้นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจจะขาดคุณสมบัติที่ว่าท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี จึงไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยวก็จริงแต่นักท่องเที่ยวธุรกิจก็นำเงินตราต่างประเทศมาทิ้งไว้ในประเทศเจ้าบ้านมากเท่า ๆ กับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ก็น่าจะอนุโลมให้การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวด้วย

6. การท่องเที่ยวเพื่อประชุม สัมมนา ฯลฯ ใน พ.ศ. 2510 ตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่ามีการประชุมประเภทต่าง ๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามก็คงมีอยู่ในเรือนแสน และการประชุมดังกล่าวมีทางโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากและรวดเร็ว ในการจัดวาระการประชุมทั้งหลายเหล่านี้

เกือบจะไม่มีกรยกเว้น ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบที่เดียว เมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอยู่แล้ว เช่น พัทยา ก็มักจะรับเลือกให้เป็นที่พัก และโรงแรมในเมืองนั้นก็พยายามแข่งขันกันในเรื่องการปรับปรุงและสร้างห้องประชุมให้สะดวกสบายสำหรับการประชุม

7. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา บุคคลที่เดินทางไปต่างประเทศเพื่อนำการวิจัยในด้าสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา และอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยที่เดินทางไปสอนในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศโดยได้สิทธิหยุดพักหรือนักศึกษาของมหาวิทยาลัยไปเป็นกลุ่มเพื่อเรียนวิชาพิเศษในต่างประเทศ ตลอดภาคการเรียน 3-4 เดือน หรือนักเรียนที่ได้รับทุนแลกเปลี่ยนหรือพวกหน่วยอาสาสมัครของอเมริกา อังกฤษ แคนาดาและฝรั่งเศส พวกที่ได้รับเชิญไปดูงาน พวกนักบรรยายอาชีพที่ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปศึกษาต่างประเทศ บุคคลเหล่านี้นับเป็นนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาล (จิตจันทร์ หังสสูตร:2532 : 9-11)

1.4 ความหมายของนักท่องเที่ยว

เมื่อปี พ.ศ. 2508 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาถึงความหมายของ คำว่านักท่องเที่ยว จึงเห็นสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืนให้ครอบคลุมในความหมายที่กว้างขวางขึ้น และประกาศให้ทุกประเทศทั่วโลกใช้ในความหมายเดียวกันเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้เรียกรวมนักเดินทางทั้งหมดว่า “ผู้มาเยือน” (visitor) ซึ่งหมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของตนด้วยเหตุผลใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้นคำว่า ผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึง ผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี และเป็นการมาเยือนด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การติดต่อธุรกิจ การศึกษา การประชุมสัมมนา เยี่ยมญาติมิตร การศาสนา การกีฬา เป็นต้น แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ การหารายได้หรือไปอยู่ประจำ ซึ่งได้แก่

1. ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่สถานที่ที่ไปเยือน
2. ผู้มีสัญชาติของประเทศนั้น หรือเดิมเป็นคนถิ่นนั้นแต่ปัจจุบันไม่ได้มีถิ่นพำนักอยู่ ณ

สถานที่ที่ไปเยือนนั้นแล้ว เช่น คนที่มีสัญชาติไทยแต่ไปอยู่สหรัฐอเมริกาและเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น

3. ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินหรือเรือโดยสาร) ซึ่งมิได้มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ที่ไปเยือน และเข้าไปพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้น

ประเภทที่ 2 นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราวที่เข้าไปอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และมิได้พักค้างคืน ได้แก่

1. ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทร ซึ่งมาแวะพักชั่วคราว และมิได้พักค้างคืน
2. ผู้มาเยือนที่เดินทางออกจากสถานที่นั้นภายในวันเดียวกัน
3. ผู้ที่เป็นลูกเรือ (พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่บนเครื่องบินหรือเรือโดยสาร) ซึ่งมิได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ ประเทศหรือสถานที่นั้น และแวะพักเพียงชั่วคราว ในเวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง (ธนกฤต สังข์เฉย 2550: 9-11)

สรุปความหมายของคำว่านักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มีไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

1.5 บทบาทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี ท่ามกลางความวุ่นวายและอุปสรรคนานาประการ ทั้งนี้ เป็นที่ตระหนักว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสาขาการพัฒนามีความสำคัญสูง อย่างไรก็ตาม การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีปัญหาด้านความยั่งยืน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ สำหรับกระแสด้านการท่องเที่ยวของไทย พบว่ามีการนำเสนอแนวคิดและผลักดันกิจกรรมด้านการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยึดกระแสหลักด้านเศรษฐกิจมาโดยตลอด อาทิ ในช่วงปี 2547-2549 มุ่งกระแสหลักด้านการนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ ดังนั้นเป้าหมายการพัฒนากการท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นเรื่องจำนวนคน และรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้คำนึงถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นภาคบริการที่เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กำหนดให้การท่องเที่ยวจัดอยู่ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการปรับ

โครงสร้างของการบริการบนพื้นฐานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าซึ่งมีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 – 8 ต่อปี และให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี สำหรับปี 2550 ได้มีปรากฏการณ์ที่เป็นกระแสหลักในสังคมไทย คือ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งได้รับการตอบสนองถึงขั้นเป็นวาระแห่งชาติ ดังจะพิจารณาได้จาก เป้าหมายที่ระบุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2555)

นักท่องเที่ยวมีความสำคัญในภาคเศรษฐกิจที่จะได้รับประโยชน์สูงสุดทั้งจากรายได้และจากการจ้างงานได้แก่ ภาคการค้าส่งและค้าปลีก(wholesale and retail sector) ตามมาด้วยภาคการให้บริการทางธุรกิจ

ภาคเศรษฐกิจ

1. ก่อให้เกิดรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการเจริญเติบโตให้แก่เศรษฐกิจโลกเป็นมูลค่าประมาณ 3,300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ของผลิตภัณฑ์มวลรวม(GDP)

2. เกิดการจ้างแรงงาน สร้างอาชีพ โดยในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานจำนวนประมาณ 200 ล้านตำแหน่งทั่วโลกสำหรับการจ้างงานในปี 2545 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการสร้างงานให้แก่ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในอัตราร้อยละ 7.3 ของการจ้างงานโดยรวม หรือจำนวน 1 คน ต่อ 13.7 งาน

ทั้งนี้คาดว่าในปี 2555 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีส่วนช่วยในการจ้างงานในอัตราร้อยละ 7.6 ในจำนวนงาน 23 ล้านตำแหน่ง ซึ่งโดยเฉลี่ยจะมีอัตราส่งเสริมการจ้างงานร้อยละ 2.9 ต่อปี ระหว่างปี 2545-2555 และเมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษหน้า คาดว่าส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ใน GDP และการสร้างงานจะเพิ่มขึ้นในประเทศอาเซียนทั้งหกประเทศ ยกเว้นประเทศไทย ซึ่งจะคงเดิมที่อัตราร้อยละ 12 และร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวจะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 กำหนดให้ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและผู้ที่เป็นมัคคุเทศก์ต้องได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการและอาชีพดังกล่าว เพื่อคุ้มครองนักท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือนผู้บริโภคสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว มิให้ถูกเอารัดเอาเปรียบและยังสามารถช่วยให้การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เป็นระเบียบและได้มาตรฐานซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

นักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งเพราะเป็นผู้เลือกใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศไทยขณะนี้รวมทั้งบริการจากมัคคุเทศก์ซึ่งจากพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวจะทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการง่ายขึ้นเพราะนักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบก่อนใช้บริการได้และสามารถร้องเรียนความไม่ถูกต้องหลังจากการใช้บริการไปแล้วได้เช่นกัน

วิธีง่าย ๆ คือ

1. พิจารณารายการนำเที่ยวของบริษัทเสนอขาย
2. ตรวจสอบบริษัทที่จะใช้บริการว่ามีใบอนุญาตหรือไม่
3. สอบประวัติเกี่ยวกับเรื่องร้องเรียน
4. เมื่อตกลงใจว่าจะซื้อบริการบริษัทนำเที่ยวใดแล้วขอให้เก็บเอกสารรายการนำเที่ยว

/ใบเสร็จรับเงินที่ชำระค่าบริการไว้ให้ดีเพราะอาจจะต้องร้องเรียนภายหลัง

เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เพื่อเป็นการรักษาสិทธิของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อหน่วยงานโดยตรงซึ่งมีสำนักงานอยู่ในพื้นที่

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 มีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้น แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จึงได้ มุ่งเน้น การป้องกันแก้ไขผลกระทบด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 โดยน้อมนำแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่สร้างทั้งรายได้และกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน ทั้งนี้ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ คาดหวังว่าแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ดังนี้

1. เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้เป็นกรอบทิศทางในการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2. ช่วยลดการทำงานที่ซ้ำซ้อนของหน่วยงานภาครัฐในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้การบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3. หน่วยงานของรัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานโดยนำกลยุทธ์ไปแปลงเป็นนโยบายและแผนปฏิบัติการในหน่วยงาน/องค์กรของตน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและแก้ไขปัญหายังคงมีอยู่ในภาคการท่องเที่ยว และแก้ไขปัญหาระดับด้านการท่องเที่ยว โดยจะมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

4. แก้ไขปัญหาในเชิงโครงสร้าง เพื่อสร้างความสมดุลและยั่งยืน สร้างระบบภูมิคุ้มกันให้กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้ภาคประชาชน ภาคเอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว ไม่ให้อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น ด้วยความจำเป็นดังที่กล่าวมา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะเลขานุการคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับนี้เพื่อกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมและเกิดการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันให้มีการบริหารจัดการ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554 : 3)

1.6 การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

1. พฤติกรรมผู้บริโภคปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจ ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงคุณค่าเงินมากขึ้น ประกอบกับการที่คู่แข่งหันมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อดึงความสนใจของตลาดนักท่องเที่ยวที่หดตัวลง ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเลือกจุดหมายปลายทางมากขึ้น ซึ่งมีผลให้เกิดพฤติกรรม Last minute คือ ใช้เวลาสั้นก่อนการเดินทางเพื่อตัดสินใจในการจอง/ซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาค่าคุ้มค่า

2. นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ โดยอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น ทั้งนี้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ และกรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว เช่น UNWTO APEC ASEAN ACD GMSACMECS IMT-GT และ BIMSTEC เป็นต้น ช่วยลดอุปสรรคและข้อจำกัดในการท่องเที่ยว

3. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest

Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เลือกพักแรมในโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

4. กระแสของความสนใจและใส่ใจในสุขภาพ และการออกกำลังกาย ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) มีแนวโน้มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ประเทศต่างๆ ได้แข่งขันกันแย่งสิทธิ์ในการจัดกิจกรรม หรือ Event ด้านการกีฬา ซึ่งไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความพร้อมในด้านบุคลากร สนามแข่งขัน มีประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ รวมถึงกีฬาที่มีเอกลักษณ์ เช่น มวยไทย และตะกร้อ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไทยมีชื่อเสียงในเรื่องของสปา การนวดแผนไทย ความพร้อมในด้านของบุคลากร มีสถานประกอบการที่มีคุณภาพซึ่งพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

5. กระแสความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิม กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีแนวโน้มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับ และกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ชนบทธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์และตราสัญลักษณ์สินค้าทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554 : 8-9)

1.7 การเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี

การที่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีควรปฏิบัติตัวในการเก็บเกี่ยวความรู้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีต้องมีคุณสมบัติ 7 ประการ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ที่ต้องการไปท่องเที่ยว

เสียก่อนว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นอยู่ที่ไหน ไปถึงอย่างไร มีที่พักที่ไหน ราคาเท่าไร นอกจากนี้ยังต้องศึกษาภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม

2. ศึกษาประวัติศาสตร์ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนไว้เป็นพื้นความรู้ไว้บ้าง จะทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวทัศนศึกษามีความน่าสนใจและได้ความรู้เพิ่มเติมจากการได้เห็นได้สัมผัสด้วยตนเอง

3. ศึกษาและทำความเข้าใจถึงเส้นทางท่องเที่ยวให้ถ่องแท้ก่อนออกเดินทาง เพื่อสามารถกำหนดทิศทาง กำหนดจุดแวะเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจระหว่างทางได้อย่างต่อเนื่อง

4. ช่วยรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

5. ไม่ประพฤติปฏิบัติขัดต่อวิถีชีวิตและประเพณีนิยมของคนในท้องถิ่นที่ไปเยือน การฝึกตนให้เป็นคนช่างสังเกต รู้จักกาลเทศะอันควร นอกจากจะช่วยให้ปฏิบัติตนให้ถูกต้องแล้วยังได้มิตรไมตรี ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆด้วย

6. ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของกลุ่มที่ไปด้วยกัน ควรฟังคำแนะนำของหัวหน้าคณะหรือมัคคุเทศก์ และต้องตรงต่อเวลา

7. นักท่องเที่ยวต้องระมัดระวังอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต้องไม่ประมาทและคำนึงถึงความปลอดภัยให้มากที่สุด (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา:2548 : 147-148)

2. แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

นราทิพย์ ชุตินวงศ์ (2550: 87) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง สถานการณ์ที่ผู้บริโภคเผชิญอยู่ ด้วยจำนวนเงินที่มีจำกัด ด้วยราคาสินค้าที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาด และด้วยความต้องการแสวงหาความพอใจสูงสุด ผู้บริโภคมีหลักเกณฑ์อย่างไรในการจัดสรรเงินที่ตนมีอยู่ซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

ศุภร เสรีรัตน์ (2544: 7) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550: 3) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วย

Engel, Blackwell and Miniard (1990: 3) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นมาก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย

Peter and Olsen (1990: 5) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำซึ่งส่งผลต่อกันและกันตลอดเวลาของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และเหตุการณ์ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ได้กระทำขึ้นในเรื่องของการแลกเปลี่ยนสำหรับการดำเนินชีวิตมนุษย์

Loudon and Bitta (1988: 4) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้หรือการจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ

Schiffman and Kanuk (1991:5) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ

Walters (1978: 8) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจทั้งหลาย และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับการซื้อและการใช้สินค้าเศรษฐกิจและบริการ

Williams (1982: 4) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง วิธีทางที่บุคคลกระทำในกระบวนการแลกเปลี่ยน

ดังนั้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลในการสรรหา คัดเลือกและตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดจากทัศนคติ การรับรู้ การเรียนรู้ และเหตุผลส่วนบุคคล และยังเกิดจากสภาพการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของบุคคล

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (cultural factors) เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลออกมากระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้กว้างขวางที่สุด ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น

1.1 วัฒนธรรมหลัก เป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกกลุ่มหรือในทุกสังคมมนุษย์ และเป็นตัวก่อให้เกิดค่านิยม การรับรู้ ความอยากได้ ไปจนถึงพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็

ถ่ายทอดให้แก่กันและกันมา และด้วยเหตุที่แต่ละสังคมต่างก็มีวัฒนธรรมหลักของตนเอง ผลก็คือ พฤติกรรมการซื้อของมนุษย์ในแต่ละสังคมก็จะผิดแผกแตกต่างกันไป

1.2 อนุวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่รวมกันเข้าเป็นสังคมกลุ่มใหญ่ จำแนกอนุวัฒนธรรมออกเป็น 4 ลักษณะ คือ วัฒนธรรมทางเชื้อชาติ วัฒนธรรมตามท้องถิ่น วัฒนธรรมตามอายุ วัฒนธรรมทางอาชีพ

1.3 ชั้นชน หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีรายได้ อาชีพ การศึกษาหรือชาติตระกูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน ชั้นชนของผู้บริโภคในสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะ ดังนี้

- ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน
- ชั้นของผู้บริโภคถูกจัดกลุ่มและลำดับความสูงต่ำโดยตัวแปรหลายตัว เช่น อาชีพ รายได้ ความมั่งคั่ง ร่ำรวย การศึกษา และค่านิยม เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคม (social factors) ปัจจัยทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้บริโภค เป็นต้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ๆ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและมโนทัศน์ที่มีต่อตนเอง

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (psychological factors) ที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้แก่ การจูงใจ (motivation) การรับรู้ (perception) การเรียนรู้ (learning) ความเชื่อและทัศนคติ (beliefs and attitudes) (สุปัญญา ไชยชาญ, 2543 : 123-133)

2.3 องค์ประกอบของความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวต้องการก่อนตัดสินใจพิจารณาก่อนเลือกสถานที่เดินทางหรือเลือกใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม ซึ่งมีอยู่มากมาย และขึ้นอยู่กับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยว เช่น อุทยานแห่งชาติ วัดวาอาราม มรดกโลก สิ่งมหัศจรรย์ของโลก แหล่งอนุรักษ์พืช สัตว์ป่า สวนสัตว์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ตลาดย่านการค้า แหล่งช้อปปิ้ง ทะเล เกาะแก่ง แหล่งดำน้ำ เป็นต้น

โครงสร้างพื้นฐาน ที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ระหว่างเดินทางท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ไฟฟ้า

แสงสว่าง ระบบของน้ำประปา โทรศัพท์ การสื่อสารไร้สาย ระบบจำกัดสิ่งปฏิกูล การคมนาคมสื่อสาร ถนนหนทาง ท่าอากาศยาน สนามบิน รถไฟ สวนสาธารณะ โรงพยาบาล สถานีรถประจำทางและสถานีรถไฟ ที่พักตากอากาศ สนามบิน เป็นต้น

2. การขนส่ง ได้แก่ ยานพาหนะ ที่ใช้ในการบริการสำหรับรับส่งนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เรือ เครื่องบิน รถไฟ รถประจำทาง รถบัส แท็กซี่ รถยนต์ รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน พาหนะทั้งหลายควรมีพนักงานที่พร้อม เป็นมิตร มีความสะอาดสบาย ปลอดภัยได้มาตรฐาน มีโครงข่ายเชื่อมต่อกัน

1. การต้อนรับขับสู้ของเจ้าของบ้านหรือของคนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยว เจ้าของบ้านต้องมีทัศนคติที่ดีสำหรับแขก ต้องแสดงออกถึงความสุภาพ ความเป็นมิตร ความจริงใจ ซื่อสัตย์ พร้อมทั้งจะคอยช่วยเหลือทำในสิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับไปบอกสู่ยังบ้านเกิดเมืองนอนว่าประเทศไทยมีแต่ผู้คนที่เปี่ยมมิตร

2. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในทุก ๆ ที่ หากจะว่าไปแล้วความต้องการด้านความปลอดภัยคงเป็นปัจจัยประการแรกก่อนตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วยซ้ำ แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความสวยงามชวนให้อยากไปเที่ยวเยี่ยมชมมากเท่าใด แต่หากแหล่งท่องเที่ยวนั้นขาดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินก็ยากที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทาง รัฐบาลตลอดจนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีมาตรการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทำให้เขารู้สึกว่าเขาจะได้รับความสะอาดสบายปลอดภัยไร้กังวล ระวังเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งพื้นที่ของตน

3. ผู้ให้บริการนำเที่ยว ปัจจัยข้อนี้สำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเพื่อลดภาระขั้นตอนของตนเอง ชื่อเสียง การบริการ ภาพลักษณ์ของบริษัทจัดนำเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นและตัดสินใจบริการจากบริษัทนำเที่ยว (ฉันทขวรรณอนม.2552 : 128 -129)

2.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. ตัวกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimuli) ตัวกระตุ้นทางการตลาดหรือข่าวสารการตลาดหมายถึง เครื่องมือที่นักการตลาดใช้เพื่อจูงใจผู้บริโภค ซึ่งตัวกระตุ้นดังกล่าวคือส่วนประสมทางการตลาด

2. อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคแต่ละคนอาศัยอาศัยอยู่สิ่งแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อนแตกต่างกันไป กระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนจึงไม่เหมือนกัน

3. อิทธิพลความแตกต่างของตัวบุคคล เป็นปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ความรู้, ทัศนคติ, จูงใจ ฯลฯ

4. กระบวนการทางจิตวิทยา ได้แก่ กระบวนการต่าง ๆ ภายในระบบสมองของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ระบบการดำเนินการด้านข่าวสารและความทรงจำ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2550:17)

2.5 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

1. การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น

2. ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการส่งเสริมสิ่งที่ดีเข้าไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต

3. สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นอยากท่องเที่ยวซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นสภาพเงื่อนไขมากระตุ้นผลักดันให้เกิดความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจซ้ำซากในชีวิตประจำวันเพื่อไปท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวหรือร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งสิ่งจูงใจออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

3.1 สิ่งจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ

3.2 สิ่งจูงใจด้านวัฒนธรรม (Culture Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่าง ๆ ฯลฯ

3.3 สิ่งจูงใจด้านส่วนตัว (Personal Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น เดินทางไปเยี่ยมญาติ การไปจาริกแสวงบุญ เป็นต้น

3.4 สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Prestige and Motivation) เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา เป็นต้น

4. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) นับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์จากการท่องเที่ยวของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ไหนที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงการประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความอริยมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์

5. การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติเมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ท่องเที่ยวใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยวต่างประเทศจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้จึงต้องมีการวางแผนก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวจะต้องวางแผนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวนี้เราอาจของความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว

6. การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แน่นอนและมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวก็ต้องเตรียมตัวในเรื่องการจองตั๋วพาหนะที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น

7. การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการเดินทางออกจากบ้านเพื่อท่องเที่ยวจนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วกลับถึงบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนที่พัก อาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ว่าที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อคนอื่นไม่ให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

8. ประสบการณ์นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้การประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะได้ผลของประสบการณ์ท่องเที่ยว

9. ทศนคติของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจก็จะมีทัศนคติที่ดีกับการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทาง

มาท่องเที่ยวอีก หรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวอีก (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.2548 : 142-145)

3. สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

ตลาดนักท่องเที่ยวจีนนับว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 4 รองจากมาเลเซีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ตามลำดับ โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.9 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากภาวะทางเศรษฐกิจของจีนที่ถือว่ามีความแข็งแกร่งมากที่สุดในระดับภูมิภาคเอเชียในช่วงหลายปีที่ผ่านมาส่งผลให้การท่องเที่ยวแบบเอาต์บาวด์ของจีนขยายตัวอย่างรวดเร็วตามภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดทำให้อำนาจซื้อของผู้บริโภคชาวจีนสูงขึ้นโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระดับบน

เมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนักท่องเที่ยวชาวจีนก็จะตัดสินใจซื้อโปรแกรมทัวร์ โดยในการเดินทางมาประเทศไทยก็จะมีโปรแกรมทัวร์ด้วยกัน 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

- 1.ประเทศไทย อย่างเดียว 5 -7 วัน
- 2.ประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย 10 วัน
- 3.ประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง มาเก๊า 14 วัน

นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยราคาที่ถูกกว่ากันโดยไม่คำนึงถึงราคาและบริการที่จะได้รับภายหลัง และทางบริษัทนำเที่ยวในประเทศจีนก็จะใช้ราคาเป็นการเสนอการขายทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยที่การเสนอราคาเพียงเริ่มต้นค่าตัวเครื่องบิน ก็ยังไม่ค่อยพอและยังมีค่าโรงแรม ค่าอาหาร และรายการนำเที่ยวต่าง ๆ ที่แจ้งให้นักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งทางบริษัทนำเที่ยวในประเทศจีนพยายามที่จะหานักท่องเที่ยวให้ได้มาก เพราะว่าเมื่อบริษัทนำเที่ยวในประเทศจีนส่งนักท่องเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยก็จะนำนักท่องเที่ยวชาวจีนจำหน่ายให้กับมัคคุเทศก์ (มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่จะเป็นมัคคุเทศก์เถื่อน) โดยมัคคุเทศก์ยอมที่จะซื้อนักท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยแล้วจะพานักท่องเที่ยวเที่ยวตลอดการเดินทาง แต่ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมัคคุเทศก์เถื่อนก็ต้องมีการคำนวณในการซื้อค่าหัวนักท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยมาราคาหัวละเท่าไร แล้วมัคคุเทศก์ก็ต้องทำทุกวิถีทางเพื่อทำให้ตัวเองไม่ขาดทุนและได้กำไร เช่น จะพานักท่องเที่ยวเข้าไปซื้อเครื่องประดับซึ่งจะมีราคาสูงเกินความเป็นจริงและไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่นั้นก็มีการจำหน่ายโปรแกรมนอกเหนือจากรายการทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนต้องซื้อโปรแกรมหักล้าง ถ้า

นักท่องเที่ยวไม่ให้ความร่วมมือมัคคุเทศก์เถื่อนก็จะ จอดรถปิดแอร์ ไม่ให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหาร จนกว่านักท่องเที่ยวจะจ่ายเงินเพิ่มนอกเหนือโปรแกรมทัวร์ เมื่อมัคคุเทศก์เก็บเงินจากนักท่องเที่ยวได้แล้ว ก็จะเข้าไปจัดการค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตลอดการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย แล้วบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยก็จะมีจัดการค่าใช้จ่ายที่ได้ เพื่อให้มัคคุเทศก์ส่งกลับไปให้บริษัทนำเที่ยวในประเทศจีน ซึ่งจะมีการจัดระบบการทำงานอย่างเป็นระบบหรือเรียกว่า “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาของการท่องเที่ยวที่ทางรัฐบาลทั้งสองฝ่ายต้องร่วมกันแก้ไขก็จะสามารถทำให้ทางนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นตลาดที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในประเทศไทย โดยในช่วงปี 2537 – 2544 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15.24 ทั้งนี้จากนโยบายเปิดประเทศและปฏิรูปเศรษฐกิจแบบสมัยใหม่ของจีน ทำให้สถานะของเศรษฐกิจของประเทศจีนดีขึ้นและส่งผลให้ประชาชนมีกำลังทรัพย์มากขึ้นจึงเพิ่มโอกาสการเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีนแผ่นดินใหญ่มากขึ้นและจากความสัมพันธ์อันดีของไทย-จีน จึงทำให้ไทยเป็นประเทศเป้าหมายในการเข้ามา ทั้งเพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความร่วมมือ และเพื่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษา และอีกอย่างคือ โปรแกรมทัวร์จากจีน - ไทย - จีน มีราคาที่ถูกมาก โดยเฉลี่ย โปรแกรม 6 คืน 7 วัน ราคา 17,000 บาทพร้อมอาหารและที่พัก ดังนั้น นักท่องเที่ยวจีนจึงหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยแหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจีนนิยม คือ กรุงเทพฯ, พัทยา, ภูเก็ต, เชียงใหม่, ระยอง

ในปีช่วง 2545-2547 สถานการณ์ของตลาดจีนมีการปรับตัวขึ้นลงตามสถานการณ์ของโลก โดยในปี 2545 เศรษฐกิจเริ่มมีการฟื้นตัว กระแสการเดินทางเข้าของนักท่องเที่ยวจีนมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยได้ปัจจัยบวกจากการเพิ่มเที่ยวบินของการบินไทย แต่ในปี 2546 การแพร่ระบาดของโรค SARS ในช่วงไตรมาส 2 (เดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน) ในเอเชีย โดยเฉพาะในจีน ทำให้เกิดการชะลอตัวทางการท่องเที่ยวโดยตลาดจีนมีอัตราการเติบโตลดลงกว่าร้อยละ 80 และมีการฟื้นตัวค่อนข้างช้ากว่าตลาดอื่น ๆ ในช่วงเดือนแรกของปี 2546 มีเพียงไตรมาสสุดท้ายของปีที่มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่วนในปี 2547 การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยและมีการปรับตัวดีขึ้นในไตรมาส 2 ไปจนถึงไตรมาสสุดท้ายของปี ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากภาวะราคาน้ำมันที่แพงขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นในภูมิภาคมากกว่าการเดินทางระยะไกล ประกอบกับการเพิ่มเส้นทางบินใหม่ กรุงเทพฯ – เซิ่นเจิ้น ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ในเดือนกันยายน และมีการเปิดเส้นทางใหม่ กรุงเทพฯ – กวางโจว ของสายการบินโอเรียลไทย ในเดือนตุลาคม ทำให้นักท่องเที่ยว

ในพื้นที่ทางตอนใต้ของจีน มีความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น และในช่วงเดือนตุลาคมเป็นช่วงวันหยุดยาวประจำวันชาติของจีน ทำให้มีการเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังนอกประเทศอย่างคึกคัก

ในปี 2548 สถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดจีนมีการชะลอตัวในอัตราร้อยละ 2.20 เนื่องจากเหตุการณ์การเกิดภัยพิบัติสึนามิที่เกิดขึ้น วันที่ 26 ธันวาคม 2547 โดยในครั้งแรกของปี 2548 เป็นช่วงที่ตลาดการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิ ทำให้นักท่องเที่ยวจีนมีการยกเลิกการเดินทางมายังประเทศไทย แต่ในช่วงไตรมาสที่ 3 เป็นต้นมา ตลาดจีนได้เริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องและได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้น เช่น การเฉลิมฉลองการครบรอบความสัมพันธ์ไทย - จีน 30 ปี ซึ่งมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมของ 2 ประเทศ และมีการประชุมลงนามบันทึกความเข้าใจร่วมกันของรัฐบาลไทย - จีน ส่งผลให้มีการตกลงแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวกัน นอกจากกิจกรรมต่าง ๆ แล้ว เศรษฐกิจของจีนที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนทำให้ชาวจีนมีกำลังซื้อค่อนข้างสูงและรัฐบาลจีนอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถเบิกเงินทาง ATM นอกประเทศได้ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกมากยิ่งขึ้น และในปี 2548 นักท่องเที่ยวจีนในปีนี้มีระยะเวลาพำนัเฉลี่ย 6.43 วัน โดยมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 4,169.58 บาท ก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทยประมาณ 20,426.96 ล้านบาท นับเป็นรายได้ที่สูงเป็นอันดับ 6 เมื่อเปรียบเทียบกับทุกตลาดนักท่องเที่ยวโครงสร้างค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่ในหมวดการใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก รองลงมาคือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าที่พัก ค่าท่องเที่ยวตามสถานบันเทิงต่าง ๆ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ในปี 2549 พบว่า ตลาดจีนมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวนร้อยละ 35.62 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 1,033,305 คน ซึ่งเป็นปีแรกที่ไทยได้รับนักท่องเที่ยวเกิน 1 ล้านคน การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนในปีนี้ เนื่องจากการลดลงของนักท่องเที่ยวจีนในปี 2548 จากผลกระทบของสึนามิในช่วงปลายปี 2547 ทำให้นักท่องเที่ยวจีนในปี 2549 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2547 ซึ่งไม่มีวิกฤต พบว่า ตลาดจีนมีการฟื้นตัวจากสึนามิและการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 32.63 โดยในช่วงไตรมาสแรก มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางออกไปท่องเที่ยวในช่วงตรุษจีนเพิ่มมากขึ้น โดยฮ่องกงและประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งประเทศไทยยังคงเป็นตัวเลือกอันดับหนึ่ง ของนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปต่างประเทศในช่วงตรุษจีน ในช่วงไตรมาสที่ 2 และ 3 นักท่องเที่ยวจีนยังเดินทางเข้ามาอย่างต่อเนื่อง การเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติครบรอบ 60 ปี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวช่วยทำให้ภาพพจน์ของประเทศไทยดีขึ้น เนื่องจากการเผยแพร่ภาพข่าวไปยังประเทศจีน แม้ในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 และต้นไตรมาสสุดท้ายของปี จะมีการชะลอตัวลงของนักท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นช่วงมรสุมและมี

เหตุการณ์รัฐประหารในประเทศไทย แต่ก็ไม่มีผลกระทบต่อภาพรวมแต่อย่างใด และมีการฟื้นตัวกลับมาในช่วง 2 เดือนสุดท้ายของปี

ในปี 2550 ตลาดจีนจะยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในภาพรวม แม้ว่าในไตรมาสแรกจะมีการชะลอตัว โดยอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวจีนลดลงกว่าร้อยละ 22 ส่วนหนึ่งเกิดจากการนิยมนำเงินไปซื้อทองคำในประเทศของจีนในช่วงตรุษจีนและราคาทองคำต่างประเทศได้มีการขึ้นราคาแพงมากขึ้นกว่าร้อยละ 30 โดยเฉพาะ ทองคำมาภูเก็ตและบาทลี นอกจากนี้ มีผลกระทบจากข่าวการระเบิดในกรุงเทพฯ และความไม่แน่นอนทางการเมืองของไทยซึ่งคาดว่าจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางมา คาดว่าสถานการณ์ตลาดทองคำจีนจะมีการปรับตัวดีขึ้นในครึ่งปีหลัง ปัจจัยเสริมที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในปีนี้ได้แก่ เศรษฐกิจที่ดีของประเทศไทยซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติจีนเปิดเผยว่าเศรษฐกิจจีนมีการขยายตัวมากที่สุด เป็นอันดับ 4 ของโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.7 เปรียบเทียบกับปี 2548 โดยคาดว่าจะแซงเยอรมนี ขึ้นเป็นอันดับ 3 ในปี 2550 เศรษฐกิจที่ดีของจีนจึงเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีเงินเก็บเพื่อใช้ท่องเที่ยวมากขึ้น ปัจจัยบวกอีกประการคือ สายการบินแอร์เอเชีย เพิ่มเที่ยวบิน เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ จาก 3 เที่ยวบิน/สัปดาห์ เป็น 7 เที่ยวบิน/สัปดาห์ ตั้งแต่เดือนมีนาคมเป็นต้นไป และมีการวางแผนจะเปิดเส้นทางบินใหม่ เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ ในปี 2550 ซึ่งจะเป็นการขยายพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามายังประเทศไทย

ในปี 2551 ผลกระทบจากภาวะถดถอยของเศรษฐกิจโลกได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจจีนในปี 2551 ให้ชะลอตัวลง ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนในไทยชะลอตัวตามไปด้วย อีกทั้งยังถูกผลกระทบซ้ำเติมจากปัญหาความไม่แน่นอนทางการเมืองของไทยในปี 2551 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยผ่านสนามบินสุวรรณภูมิในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2551 ชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง โดยนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในไทยเริ่มชะลอตัวตั้งแต่ไตรมาส 2 ของปี 2551 โดยมีอัตราขยายตัวร้อยละ 7 จากช่วงเดียวกันของปี 2550 เทียบกับไตรมาสแรกของปี 2551 ที่เติบโตร้อยละ 21 และการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาในช่วงไตรมาส 3-4 ได้ปรับลดลงจนเป็นอัตราติดลบที่เร่งตัวขึ้น โดยอัตราหดตัวร้อยละ 32 ในไตรมาสที่ 3 และหดตัวร้อยละ 88 ในไตรมาสสุดท้ายของปี 2551

ในปี 2552 ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประกาศเร่งดำเนินแผนกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวไทยในจีนโดยร่วมมือกับพันธมิตรบริษัทจีนที่มีสาขากว่า 200 แห่งทั่วประเทศจีนชูแพ็คเกจทัวร์ดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงวันหยุดตรุษจีน

ในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งหมด 1,127,803 คน เทียบกับปี 2552 จำนวน 777,508 คน เพิ่มขึ้น 45.05% สาเหตุของการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีปัจจัยบวกมาหนุน อาทิเช่น ครอบรอบ 35 ปี ความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-จีน การยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวจีน และภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางออกนอกประเทศมากขึ้น

ในปี 2554 คาดว่า หากไม่มีเหตุการณ์ร้ายแรงใดมากระทบแล้วตลาดนักท่องเที่ยวจีนยังคงมีแนวโน้มขยายตัวในอัตราสูงต่อเนื่องมาในปี 2554 โดยจะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 1.4 ล้านคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 23 จากปี 2553 และมีแนวโน้มก่อให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวเข้าประเทศไทยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 38,000 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 จากปีก่อนหน้า ทั้งนี้เนื่องจากความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่กลับคืนมาในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบกับความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยในตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะเป้าหมายหลัก คือ จีน และการขยายเที่ยวบินต่าง ๆ ของจีนมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทยให้แก่ นักท่องเที่ยวจีน

ปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนให้ความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับคืนมาในหมู่นักท่องเที่ยวจีน และกระตุ้นให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนสามารถฟื้นตัวกลับมาเติบโตตามปกติได้ในช่วงหลังเกิดเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมือง ได้แก่

1. การเร่งประชาสัมพันธ์ทำความเข้าใจกับทางการจีนและบรรดาเอเยนต์ทัวร์ในจีนเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวไทย
2. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนของไทยในการทำการตลาดเชิงรุก อาทิ การนำผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว ร่วมเดินทางไปโรดโชว์ตามมณฑลต่าง ๆ ของจีน และการจัดแฟมทริป ด้วยการเชิญทางตัวแทนของทางการจีน รวมทั้งสื่อมวลชนและเอเยนต์ทัวร์ในจีนเดินทางมาสัมผัสบรรยากาศตามแหล่งท่องเที่ยวไทยในเส้นทางที่หลากหลาย
3. การขยาย/เพิ่มเที่ยวบินตรงระหว่างไทยและมณฑลที่สำคัญ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ ด้วยการขยายเส้นทางบินตรงสู่จุดหมายปลายทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้นนอกเหนือจากกรุงเทพฯ อาทิ ภูเก็ต สมุย และเชียงใหม่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในประเทศจีน

ความสัมพันธ์ระหว่างไทย - จีนภายหลังวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2518 ความสัมพันธ์ได้กลับสู่ระดับปกติ (Normalized relations) ขึ้นอีกครั้งหนึ่งในสมัยของนายกรัฐมนตรี ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ซึ่งมีทัศนคติที่แตกต่างจากผู้นำไทยคนก่อน ๆ กล่าวคือ มีความคิดเห็นว่า การผูกมิตรกับประเทศจีนมีแต่

ก่อให้เกิดประโยชน์ไม่มีเสียประโยชน์และไทยได้เปลี่ยนแปลงนโยบายมาเป็นการวางตัวเป็นกลาง ไม่แบ่งแยกระบอบการปกครอง อุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกันแล้ว ความสัมพันธ์ระหว่างไทย-จีนจึงเป็นจริงเป็นจัง เป็นรูปธรรมและเป็นทางการมากขึ้น ในที่สุดจึงได้มีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการขึ้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2518 นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่ไทย - จีนหันมาผูกไมตรีต่อกันอย่างแน่นแฟ้นและเป็นรากฐานของการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งสองที่ดีในเวลาต่อมา และมีความสัมพันธ์ร่วมมือกันตลอดมา ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาลสมัยพลเอก เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ หรือพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ เป็นต้น

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยขึ้น เพื่อบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวของทุกส่วนเข้าด้วยกัน โดยวางเป้าหมายประเทศไทยเป็น “มหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย” ภายใน 3 ปี (พ.ศ. 2547 - 2549) พร้อมรับการเปิดเสรีสินค้าและบริการในปี 2549 อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ คือ กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์เน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและบริการเพื่อสร้างคุณภาพและมาตรฐานที่ยั่งยืนและปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยการขยายพื้นที่ท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งปรับเปลี่ยนจุดเน้นในการทำตลาดและกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการใหม่โดยได้แบ่งการกำหนดนโยบายเป็น 3 ระยะ

ดังนี้

1. ระยะยาว/ระยะกลาง

1.1 ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนในตลาดจีนเพื่อให้ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมนจากชาวจีนอย่างต่อเนื่อง

2. ระยะสั้น

2.1 ส่งเสริมภาพลักษณ์ไทยและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและอุปนิสัยใจคอของคนไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

2.2 ส่งเสริมให้มีความหลากหลายของรายการนำเที่ยวและทัวร์คุณภาพมากเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่เริ่มเปิดกว้างสู่โลกมากขึ้นและต้องการสัมผัสสิ่งใหม่ ๆ

2.3 สร้างจุดขายของไทยที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของไทย ความสามารถและมีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทยที่ดีในกลุ่มชาวจีน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภาวี สงวนรัตน์ (2540) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ผลของการวิจัยพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาค่าห้องพักเฉลี่ยต่อหัวของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย ส่วนผลการศึกษาทางด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาค่าห้องพักเฉลี่ยต่อหัวของประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

ประสงค์ นิธินวก (2545: 106–109) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลของการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นเพศชายและหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนมากและมีค่าใช้จ่ายให้กับบริษัททัวร์มากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่อครั้งและค่าใช้จ่ายต่อวันสูงกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางครั้งนี้มากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งสูงที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นปัจจัยอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ข่าวสารในการท่องเที่ยวที่ได้รับมากที่สุดคือทางหนังสือพิมพ์ นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนและเพื่อหาความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยเห็นว่าเดือนพฤษภาคมเหมาะสมที่สุดในการท่องเที่ยวโปรแกรมทัวร์ที่ให้นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนส่วนใหญ่เป็นการเที่ยววัด-วัง ในกรุงเทพฯ ตามด้วย พัทยา ระยอง หรือกาญจนบุรี โดยผู้ประกอบการมีความคิดควรกระจายแหล่งท่องเที่ยวให้หลากหลายมากขึ้นและเน้นด้านความสะดวกความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

กรุณา บุญมาเรือน (2546) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลของการวิจัยพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อนักท่องเที่ยวจีน จากสมมติฐานพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 1,250 คน หากรายได้ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ดอลลาร์สหรัฐ อัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบมากที่สุดกับนักท่องเที่ยวเกาหลีและญี่ปุ่นโดยจำนวนนักท่องเที่ยวเกาหลีจะเพิ่มขึ้น 18,485 คน ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้น 8,432 คน เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 1 วอน และ 1 เยน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีนัยสำคัญมากที่สุดต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเยอรมันนี้ โดยเมื่อค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 1 ดอลลาร์สหรัฐจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7,628 คน นอกจากนี้แล้วการศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ต่าง ๆ พบว่าวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย มีผลกระทบทางด้านบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความได้เปรียบทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนกับประเทศไทยมากที่สุดเนื่องมาจากค่าเงินบาทอ่อนค่า โดยจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางประเทศเพิ่มขึ้น 383,663 คน จำนวนนักท่องเที่ยวเยอรมันนี้เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น 275,996 คน และจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น 115,579 คน ในทางตรงกันข้ามผลกระทบทางด้านลบ จะเกิดขึ้นกับท่องเที่ยวเอเชียเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเลเซีย เกาหลี ไต้หวัน และสิงคโปร์ตามลำดับ ส่วนผลกระทบจากสงครามอ่าวเปอร์เซีย นั้น จะส่งผลทางด้านลบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ซึ่งจะลดลงถึง 251,086 คน

ทิชา สมพร (2546) ทำการศึกษาเรื่อง อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ผลของการวิจัยพบว่า ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ในปี 2545 นักท่องเที่ยวเพศชาย 6,426,982 คน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง 4,372,085 คน โดยอยู่ในช่วงอายุ 25 - 34 ปี มากที่สุด วัตถุประสงค์หลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะนิยมใช้จ่ายเพื่อการซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาครั้งแรกจะมีสัดส่วนในการครองตลาดสูงกว่ากลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วแต่ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทศวรรษ ปี 2530 - 2545 โดยตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ตัวแปรอิสระ คือ รายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมางบประมาณในการสนับสนุนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eviews เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ผลการวิเคราะห์ ครั้งแรกว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ซึ่งแก้ไขโดยใช้ AR (3) เข้าไปแล้วทำการวิเคราะห์ใหม่ รายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น แสดงว่าการเดินทางเข้ามาของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น แสดงว่าค่าใช้จ่ายย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้นแสดงว่าการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปีปัจจุบัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเกิดจากการบอกเล่าหรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยและเกิดการประทับใจ ส่วนงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญ

กัลยกร ศุภธราธาร (2548: 31-49) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ผลของการวิจัยพบว่า ค่าใช้จ่ายประเภทอาหาร มีความสัมพันธ์ กับสถานภาพสมรส กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพการสมรส จะมีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป ส่วนค่าใช้จ่ายประเภทบันเทิง มีความสัมพันธ์กับอายุและภูมิลำเนา กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจากเซวณ อายุ 20-29 ปี มีค่าใช้จ่ายด้านบันเทิงมากกว่า 10,000 บาทขึ้นไป ค่าใช้จ่ายประเภทของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับภูมิลำเนา สถานภาพการสมรสและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจากเซี่ยงไฮ้ ที่มีสถานภาพสมรสที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คนขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายของที่ระลึกมากกว่า 10,000 บาท ขึ้นไป สำหรับผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้วยข้อมูลitudinal พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัว ซึ่งได้แก่ ดัชนีราคาสินค้าภายในประเทศไทย รายได้ที่ใช้จ่ายจริงต่อหัวที่แท้จริงของจีน อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อหยวน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย สถานการณ์ความสงบภายในประเทศ สามารถอธิบายตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้ถึงร้อยละ 96 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าดัชนีราคาสินค้าภายในประเทศไทยผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจีนที่แท้จริงต่อหัว อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและ สถานการณ์ความมั่นคงภายในประเทศ มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อราคาและต่อรายได้พบว่ามีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.98 และ 1.08 ตามลำดับ

สิริอร ทองมั่ง (2548: 108-112) ทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี ผลของการวิจัยพบว่า เพศและสัญชาติที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกันด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกันด้านวัตถุประสงค์ รูปแบบการเดินทาง จำนวนผู้เข้าร่วมเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการ

ท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ด้านวัตถุประสงค์ รูปแบบในการเดินทาง จำนวนผู้เข้าร่วมเดินทาง จำนวนวันในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ด้านที่พหุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านจำนวนวันในการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันเพื่อร่วมกิจกรรมฟูลมูนปาร์ตี้เพื่อการผจญภัยและเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยการหาข้อมูลการเดินทางเอง เดินทางมาพร้อมกับเพื่อนและมีผู้ร่วมเดินทาง 4-5 คน มีเวลาในการท่องเที่ยว 5-10 วัน มีการใช้ค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 15,000 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่เกาะพะงันอีกครั้ง

อดิศร ฉายแสง (2548: 77-95) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลของการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศในระยะ 2 ปีที่ผ่านมา ประชาชนส่วนใหญ่ได้ท่องเที่ยวภายในประเทศโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด และนิยมไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลมากที่สุด ช่วงเวลาที่นิยมไปคือช่วงวันหยุดราชการ/วันหยุด ส่วนจำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวมาแล้วคือ 1-2 ครั้ง และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 1-2 วัน โดยมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 5,000 บาท มีความถี่ของการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกับท่องเที่ยวที่ผ่านมาแล้ว 1-2 ครั้ง ซึ่งแหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากการบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด และผลของการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป อายุ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่อายุจะมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไปและจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป อาชีพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการ

ท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กับความต้องการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป จำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป แต่รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะไป

นัฐพงศ์ คูมา (2549: 99-103) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลของการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวปายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจโดยส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นครั้งแรกและมากับเพื่อน ยานพาหนะที่ นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เดินทางมาเที่ยวคือรถยนต์ส่วนตัวและยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศใช้เดินทางมาเที่ยวคือรถโดยสารประจำทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าพักที่เกสต์เฮาส์ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยประมาณ 2-3 วัน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยมากกว่า 7 วัน แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวมากที่สุดคือน้ำตกหมอบแง และกองแลน(ปายแคนยอน) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลทำให้มาท่องเที่ยวอำเภอปายมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รองลงมาคือ ความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรม ท้องถิ่นของอำเภอปาย และความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอปายมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรม ท้องถิ่นของอำเภอปาย รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และความหลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อทดสอบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอปายตามลักษณะกลุ่มย่อยในกลุ่ม ตัวอย่างชาวไทย พบว่า เพศหญิงเห็นว่ามีความปลอดภัยในชีวิตมีผลต่อการท่องเที่ยวในอำเภอ ปายมากกว่าเพศชาย กลุ่มรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือนเห็นว่าการกำหนดราคาที่แน่นอนและ การมีระบบการสื่อสารและโทรคมนาคมอย่างเพียงพอมีผลต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือน และกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือนเห็นว่าความชื่นชอบในการ ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีผลมากกว่ากลุ่มรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวอำเภอปายมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความชื่นชอบในธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอ ปาย รองลงมาคือ ความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านการ ให้บริการของกิจการและพนักงานในธุรกิจท่องเที่ยว ตามลำดับ เมื่อทดสอบความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวชาว

ต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอปายตามลักษณะกลุ่มย่อย ในกลุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศ พบว่า เพศชายเห็นว่าการมีระบบการสื่อสารและโทรคมนาคมอย่างเพียงพอ ความชื่นชอบในการศึกษาประวัติศาสตร์ ความชำนาญในการให้บริการของกิจการและ พนักงานธุรกิจท่องเที่ยวมีผลมากกว่าเพศหญิง กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือนเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามมีผลมากกว่ากลุ่มรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ในการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพอใจด้าน ทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยวและการให้บริการของร้านอาหาร ตามลำดับ

สรารัตน์ เมษินทร์พิทักษ์ (2549: 34-40) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ผลของการวิจัยพบว่า เพศชาย 176 คน เพศหญิง 224 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ส่วนใหญ่จบปริญญาโท มีจำนวน 196 คน อาชีพอาจารย์มีจำนวน 144 คน รายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่า 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 124 คน ส่วนใหญ่เป็นชาวเกาหลีใต้ มีจำนวน 220 คน สถานภาพโสด วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเป็นครั้งแรก 336 คน นักท่องเที่ยวที่มาพักรับข้อมูลจากบริษัททัวร์ จำนวน 220 คน เดินทางมาโดยเครื่องบิน จุดประสงค์การเดินทางเพื่อพักผ่อน ระดับโรงแรมที่พักส่วนใหญ่เป็นระดับ 4-5 ดาว สถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม สิ่งบันเทิง และอื่น ๆ ส่วนใหญ่อายุเฉลี่ย 90.0 ราคาที่พัก อาหารเครื่องดื่ม ยานพาหนะ สิ่งบันเทิง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เฉลี่ยร้อยละ 65.0 พึงพอใจ ชาวเกาหลีเพศชายจะตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยามากกว่าเพศหญิง ชาวเกาหลีที่ประกอบอาชีพส่วนตัวจะตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ชาวเกาหลีที่มีรายได้สูงจะตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านการสื่อสารมวลชน การบริการที่ดีจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของชาวเกาหลีมากที่สุด

วาทีต อธิศิริเวทย์ (2551: 150-157) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย ผลของการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบวกที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือวัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทยเป็นปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยด้านบวกของประเทศที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์มากที่สุด วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวคือพักผ่อน รองลงมาคือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เยี่ยมเยียนเพื่อนหรือญาติ ติดต่อกิจการอื่น ๆ การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจไปที่สถานที่เที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ รองลงมาคือ

สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตไทย ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ระหว่างการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือการท่องเที่ยวหรือค่าเข้าชม สถานที่ท่องเที่ยวและค่าสถานที่พักแรม รองลงมาคือค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อโป๊พี้และค่าคมนาคมขนส่ง ตามลำดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากในองค์ประกอบด้านการตรวจคนเข้าเมืองและบริการภายในสนามบิน สถานที่ท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ความมีมิตรไมตรีของคนไทย อาหารไทย ผลิตภัณฑ์ไทยและสถานที่พักแรม ปัญหาที่ได้รับการเสนอแนะของนักท่องเที่ยวคือปัญหาด้านมลภาวะเป็นพิษ การคมนาคมหรือการจราจรติดขัด ความสกปรกและสุขภาพอนามัย

ดังนั้นในการค้นคว้าเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยในด้านต่าง ๆ โดยอ้างถึงทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและการตั้งคำถามในแบบสอบถาม



ตาราง 1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร	ผู้วิจัย	ผลการศึกษา
เพศ	สิริอร ทองมั่ง	เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน
	วาทีต อธิศิริเวทย์	
อายุ	สิริอร ทองมั่ง	อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน
	วาทีต อธิศิริเวทย์	
	อดิศร นายแสง	
	กัลยกร ศุภธรราร	
ระดับ การศึกษา	วาทีต อธิศิริเวทย์	ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน
	สิริอร ทองมั่ง	
	ประสงค์ นิธินวก	
	อดิศร นายแสง	
สถานภาพ สมรส	สิริอร ทองมั่ง	สถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/ คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน
	วาทีต อธิศิริเวทย์	
	อดิศร นายแสง	
	กัลยกร ศุภธรราร	
อาชีพ	สิริอร ทองมั่ง	อาชีพมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการ เดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน
	วาทีต อธิศิริเวทย์	
	ประสงค์ นิธินวก	
	อดิศร นายแสง	
รายได้ต่อ เดือน	กรุณา บุญมาเรือน	รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยว แตกต่างกัน
	วิภาวี สงวนรัตน์	
	นัฐพงศ์ คุมา	

ตาราง 1 (ต่อ)

ตัวแปร	ผู้วิจัย	ผลการศึกษา
ลักษณะที่พัก	สิริอร ทองมั่ง สรารัตน์ เมฆินทรพิทักษ์ อดิสร นายแสง	ที่พักมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน
แหล่งท่องเที่ยว	ประสงค์ นิธินวก อดิสร นายแสง	ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน
การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ	อดิสร นายแสง	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane (ถานินทร์ ศิลป์จารุ.2548 : 48) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z^2)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างมีค่า 0.5

Z = ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\
 &= \frac{(0.50)(0.50)(3.8416)}{0.0025} \\
 &= \frac{0.9604}{0.0025} \\
 &= 384.16 \approx 400
 \end{aligned}$$

ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิบริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก

ระยะเวลาที่ศึกษา

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนธันวาคม 2554 – มกราคม 2555

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check – List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (open-ended) ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check-List) ประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ การซื้อสิ่งของที่ระลึก ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว แหล่งที่ได้มาของข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (open-ended) ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ประกอบด้วย ลักษณะที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินผลได้ใช้เกณฑ์การประเมินดังต่อไปนี้ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าของ ลิกิธ (Likert Scale) มีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ (ถาณินทร์ ศิลป์จารุ. 2548: 77)

1. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 – 5.00 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
2. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 – 4.49 ระดับความคิดเห็นมาก
3. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 – 3.49 ระดับความคิดเห็นปานกลาง
4. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 – 2.49 ระดับความคิดเห็นน้อย
5. ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.49 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

2.1.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม

2.1.2 เก็บรวบรวมเนื้อหาสาระต่าง ๆ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.3 สร้างแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานที่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

2.1.4 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปริญญานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา เนื้อหา เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา

2.1.5 ปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.1.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) โดยผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามคือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 30 คน เพื่อนำผลที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดเกณฑ์ที่ระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.5 โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ .8006

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) โดยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (สูตร Yamane) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิบริเวณอาคารผู้โดยสารขาออกในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม 2554 – พฤษภาคม 2555

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิธีจัดกระทำข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการจัดกระทำข้อมูล ดังนี้

4.1.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับมากลับมาทั้งหมดเพื่อนำมาตรวจสอบจำนวนของแบบสอบถามว่าได้มาครบจำนวนหรือไม่

4.1.2 ทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.3 นำข้อมูลทั้งหมดมาทำการจัดระบบข้อมูลโดยการบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูป

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และอาชีพ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน การซื้อสินค้าของที่ระลึก ค่าพาหนะในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว แหล่งที่ได้มาของข้อมูลการท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ลักษณะที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

4.2.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติพื้นฐาน เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้สถิติพื้นฐานดังนี้

5.1.1. ร้อยละ (Percentage) การคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดมีค่าเป็นร้อย คำนวณจากสูตร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548: 152)

$$\text{ร้อยละ}(\%) = \frac{X \times 100}{N}$$

เมื่อ X = จำนวนข้อมูล(ความถี่)ที่ต้องการนำมาหาค่าร้อยละ

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมด

5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าคะแนนตัวหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการเอาค่าคะแนนทุกตัวมารวมกัน แล้วหารด้วยจำนวนของคะแนนทั้งหมด เพื่อต้องการทราบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คำนวณจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2550: 33)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ = ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล

n = จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล ถ้าค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่ายิ่งมาก แสดงว่าข้อมูลชุดนั้นมีการกระจายมาก หรือข้อมูลชุดนั้นมีความแตกต่างกันมาก คำนวณจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2550: 60)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$ แทนผลรวมของข้อมูลแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ แทนผลรวมของข้อมูลทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทนจำนวนข้อมูลทั้งหมด

5.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร 2 ตัวแปร เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) คำนวณจากสูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2550: 204-205)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad E_{ij} = \frac{(r_i)(c_j)}{n}$$

χ^2 แทน ค่าไค-สแควร์

O_{ij} แทน ค่าความถี่ที่สังเกต(ข้อมูลจริง)ในแถวที่ i สดมภ์ที่ j

E_{ij} แทน ค่าความถี่ที่คาดหวัง ในแถวที่ i สดมภ์ที่ j

r_i แทน ความถี่รวมในแถวที่ i

c_j แทน ความถี่รวมในสดมภ์ที่ j

n แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด

df แทน ค่าองศาแห่งความอิสระ คำนวณจาก $df = (r-1)(c-1)$

5.3 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบ สอบถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งคำนวณได้จากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543: 125-126)

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

N แทน จำนวนของแบบสอบถาม

S_i^2 แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

S_t^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมแบบสอบถาม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และนำผลที่ได้มาประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
χ^2	แทน	ค่าไคสแควร์
Sig	แทน	Significance

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	206	51.5
หญิง	194	48.5
รวม	400	100
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	26	6.5
20-29 ปี	116	29.0
30-39 ปี	129	32.3
40-49 ปี	78	19.5
50-59 ปี	36	9.0
60 ปีขึ้นไป	15	3.8
รวม	400	100
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	47	11.8
อนุปริญญา	54	13.5
ปริญญาตรี	237	59.3
สูงกว่าปริญญาตรี	62	15.5
รวม	400	100

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. สถานภาพสมรส		
โสด	165	41.3
สมรส	211	52.8
หย่าร้าง	24	6.0
รวม	400	100
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	47	11.8
แม่บ้าน	30	7.5
ข้าราชการ	108	27.0
พนักงานบริษัท	182	45.5
ธุรกิจส่วนตัว	33	8.3
รวม	400	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท้องเที่ยว จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักท้องเที่ยวเป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

อายุ นักท้องเที่ยวมีอายุ 30-39 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา อายุ 20-29 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุ 40-49 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุ 50-59 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ระดับการศึกษา นักท้องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อนุปริญญา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และมัธยมศึกษา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

สถานภาพสมรส นักท่องเที่ยวเป็นสมรส จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ โสด จำนวน 165 คน จำนวนร้อยละ 41.2 และหย่าร้าง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6

อาชีพ นักท่องเที่ยวมีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ ข้าราชการ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และแม่บ้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน สินค้าของที่ระลึก จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่มาท่องเที่ยว สถานที่พัก ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผู้ร่วมเดินทาง		
คนเดียว	15	3.8
ครอบครัว/ญาติ	28	7.0
เพื่อน	52	13.0
บริษัททัวร์	298	74.5
ที่ทำงาน	7	1.8
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2.วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว		
พักผ่อน	236	59.0
ทำบุญ/ไหว้พระ	115	28.8
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	37	9.3
ประชุม/สัมมนา	7	1.8
ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	5	1.3
รวม	400	100
3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจมากที่สุด		
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	191	47.8
วัฒนธรรมประเพณีไทย	103	35.8
แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย	78	19.5
อื่นๆ	28	7.0
รวม	400	100
4. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว		
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	46	11.5
5,001 – 6,000 หยวน	111	27.8
6,001 – 7,000 หยวน	157	39.3
7,001 – 8,000 หยวน	52	13.0
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	34	8.5
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมगत่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. การซื้อสินค้าของที่ระลึก		
จิวเวลรี่	126	31.5
เครื่องหนัง	67	16.8
รังนก	27	6.8
เครื่องสำอาง	97	24.3
เสื้อผ้า	61	15.3
เข้าพระ	14	3.5
อื่นๆ	8	2.0
รวม	400	100
6. จำนวนครั้งที่เดินทางมา		
1 ครั้ง	276	69.0
2 ครั้ง	96	24.0
3 ครั้ง	20	5.0
4 ครั้ง ขึ้นไป	8	2.0
รวม	400	100
7. จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว		
4 - 5 วัน	55	13.8
6 - 7 วัน	257	64.3
8 - 9 วัน	82	20.5
10 วันขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมกาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. ช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว		
วันหยุดตามเทศกาล	241	60.3
วันหยุดปลายสัปดาห์	30	7.5
วันลาพักร้อนประจำปี	110	27.5
อื่นๆ	19	4.8
รวม	400	100
9. ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว		
มกราคม-มีนาคม	201	50.3
เมษายน-มิถุนายน	78	19.5
กรกฎาคม-กันยายน	14	3.5
ตุลาคม – ธันวาคม	107	26.8
รวม	400	100
10. แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว		
เพื่อน	86	21.5
หนังสือพิมพ์ - นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์	129	32.3
บริษัททัวร์	59	14.8
การท่องเที่ยวของประเทศไทย	95	23.8
อื่นๆ	31	7.8
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
11. สถานที่พัก		
โรงแรม	320	80.0
ที่พักในอุทยาน	10	2.5
รีสอร์ต	54	13.5
บ้านญาติ/เพื่อน	16	4.0
รวม	400	100
12. ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก		
ต้องการกลับมาอีก	323	80.8
ไม่ต้องการกลับมาอีก	77	9.3
รวม	400	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า

1. ผู้ร่วมเดินทาง

นักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัททัวร์มากที่สุด จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 เดินทางมากับครอบครัว/ญาติ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 เดินทางมาคนเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และเดินทางมากับที่ทำงานน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.9 รองลงมาคือมีวัตถุประสงค์ทำบุญ/ไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 28.8 เยี่ยมญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประชุม/สัมมนา คิดเป็นร้อยละ 1.8 ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.3

3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ

นักท่องเที่ยวประทับใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือวัฒนธรรมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 25.8 และแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 19.5

4. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว จำนวน 6,001 – 7,000 หยวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ จำนวน 5,001 – 6,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 27.8 จำนวน 7,001 – 8,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ต่ำกว่า 5,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และมากกว่า 8,001 หยวน คิดเป็นร้อยละ 8.5

5. การซื้อสินค้าของที่ระลึก

สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุดคือจิวเวลรี่ คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ เครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 24.3 เครื่องหนัง คิดเป็นร้อยละ 16.8 เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 15.3 รังนก คิดเป็นร้อยละ 6.8 เช้าพระ คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0

6. จำนวนครั้งที่เดินทางมา

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.0 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.0

7. จำนวนวันเฉลี่ยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 6-7 วันต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ 8-9 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.5 4-5 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.8 10 วันขึ้นไปต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5

8. ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันลาพักร้อนประจำปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 และเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.5

9. ช่วงเดือนในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ ตุลาคม-ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 26.8 เมษายน-มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 19.5 กรกฎาคม-กันยายน คิดเป็นร้อยละ 3.5

10. แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือการท่องเที่ยวของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 23.8 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.5 บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 14.8

11. สถานที่พัก

นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ รีสอร์ทคิดเป็นร้อยละ 13.5 บ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ที่พักในอุทยาน คิดเป็นร้อยละ 2.5

12. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต

นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 80.8 และไม่ต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 19.3

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในการศึกษารั้วนี้ประกอบด้วยรายได้ต่อเดือน ลักษณะที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 2,000 หยวน	46	11.5
2,001-4,000 หยวน	72	18.0
4,001-6,000 หยวน	138	34.5
6,001-8,000 หยวน	95	23.8
8,001-10,000 หยวน	41	10.3
มากกว่า 10,001 หยวน	8	10.0
รวม	400	100

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจพบว่า

1. รายได้ต่อเดือน

นักท่องเที่ยวมีรายได้ 4,001-6,000 หยวนต่อเดือนมากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา มีรายได้ 6,001-8,000 หยวนต่อเดือน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 รายได้ 2,001-4,000 หยวน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ต่ำกว่ารายได้ 2,000 หยวนต่อเดือน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และรายได้ 8,001-10,000 หยวน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และรายได้มากกว่า 10,000 หยวน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะที่พัก

ด้านลักษณะที่พัก	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ความสะอาดของสถานที่พัก	4.06	1.050	มาก
2. ความสวยงามของสถานที่พัก	3.89	1.023	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่พัก	3.87	1.104	มาก
4. ความปลอดภัยของสถานที่พัก	3.71	0.978	มาก
รวม	3.88	1.038	มาก

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะที่พักพบว่า

ด้านลักษณะที่พัก ปัจจัยด้านลักษณะที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.038 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสะอาดของสถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.06 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.050 ความสวยงามของสถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.023 สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.104 ings

เงินที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.104 ความปลอดภัยของสถานที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.978

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ที่มีต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	3.51	1.110	มาก
2. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	3.77	1.026	มาก
3. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.12	0.975	มาก
4. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.71	0.978	มาก
รวม	3.77	1.022	มาก

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวพบว่า

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.022 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.51 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.110 ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.026 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.975 ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน

ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.978

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น	4.07	0.797	มาก
2. การเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ	3.82	0.817	มาก
3. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่นการออกบูธแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวต่างชนิดตามฤดูกาลท่องเที่ยว	3.93	0.817	มาก
4. การกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่อง	4.08	0.783	มาก
รวม	3.97	0.803	มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐพบว่า

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.803 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.797 การเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง

ทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.817 การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น การออกบูธแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.817 การกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่องมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.783

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ กับตัวแปรตาม คือ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square)

ตาราง 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)			
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ชาวจีนในประเทศไทย			
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	25	21	46
(ร้อยละ)	(12.1)	(10.8)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	46	65	111
(ร้อยละ)	(22.3)	(33.5)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	92	65	157
(ร้อยละ)	(44.7)	(33.5)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	24	28	52
(ร้อยละ)	(11.6)	(14.4)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	19	15	34
(ร้อยละ)	(9.2)	(7.7)	(8.5)
รวม	206	194	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)
Sig = .070			
$\chi^2 = 8.669$			

จากตาราง 8 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 8.669 และ ค่า Sig เท่ากับ .070 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 สรุปได้ว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	อายุ						รวม
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป	
ชาวจีนในประเทศไทย							
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	7	11	20	6	1	1	46
(ร้อยละ)	(26.9)	(9.5)	(15.5)	(7.6)	(2.7)	(6.7)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	2	43	31	16	16	3	111
(ร้อยละ)	(7.7)	(37.1)	(24.0)	(20.5)	(44.4)	(20.0)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	11	39	52	34	13	8	157
(ร้อยละ)	(42.3)	(33.6)	(40.3)	(43.6)	(36.1)	(53.3)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	4	11	17	15	5	0	52
(ร้อยละ)	(15.4)	(9.5)	(13.2)	(19.2)	(13.9)	(0)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	2	12	9	7	1	3	34
(ร้อยละ)	(7.7)	(10.3)	(7.0)	(8.9)	(2.7)	(20.0)	(8.5)
รวม	26	116	129	78	36	15	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

Sig = .011
 $\chi^2 = 37.069$

จากตาราง 9 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ค่า χ^2 เท่ากับ 37.069 และค่า Sig เท่ากับ .011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า อายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา				รวม
	มัธยม ศึกษา	อนุ ปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	12	2	26	6	46
(ร้อยละ)	(25.5)	(3.7)	(11.0)	(9.7)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	5	13	71	22	111
(ร้อยละ)	(10.6)	(24.1)	(29.9)	(35.5)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	19	30	86	22	157
(ร้อยละ)	(40.4)	(55.5)	(36.3)	(35.5)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	6	6	36	4	52
(ร้อยละ)	(12.8)	(11.1)	(15.2)	(6.4)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	5	3	18	8	34
(ร้อยละ)	(10.6)	(5.5)	(7.6)	(12.9)	(8.5)
รวม	47	54	237	62	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

Sig = .005
 $\chi^2 = 28.057$

จากตาราง 10 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 28.057 และ ค่า Sig เท่ากับ .005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	สถานภาพสมรส			
	โสด	สมรส	หย่าร้าง	รวม
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	18	26	2	46
(ร้อยละ)	(10.9)	(12.3)	(8.3)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	39	63	9	111
(ร้อยละ)	(23.6)	(29.8)	(37.5)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	72	74	11	157
(ร้อยละ)	(43.6)	(35.1)	(45.8)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	23	29	0	52
(ร้อยละ)	(13.9)	(13.7)	(0)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	13	19	2	34
(ร้อยละ)	(7.9)	(9.0)	(8.3)	(8.5)
รวม	165	211	24	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)
Sig = .431				
$\chi^2 = 8.023$				

จากตาราง 11 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 8.023 และ ค่า Sig เท่ากับ .431 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 สรุปได้ว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	แม่บ้าน	ข้าราชการ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	
ต่ำกว่า 5,000 หยวน (ร้อยละ)	14 (29.8)	6 (20.0)	5 (4.6)	19 (10.4)	2 (6.1)	46 (11.5)
5,001-6,000 หยวน (ร้อยละ)	8 (17.0)	2 (6.7)	30 (27.8)	61 (33.5)	10 (30.3)	111 (27.7)
6,001-7,000 หยวน (ร้อยละ)	17 (36.2)	11 (36.7)	46 (42.6)	70 (38.5)	13 (39.4)	157 (39.2)
7,001-8,000 หยวน (ร้อยละ)	4 (8.5)	8 (26.7)	16 (14.8)	20 (11.0)	4 (12.1)	52 (13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป (ร้อยละ)	4 (8.5)	3 (10.0)	11 (10.2)	12 (6.6)	4 (12.1)	34 (8.5)
รวม (ร้อยละ)	47 (100)	30 (100)	108 (100)	182 (100)	33 (100)	400 (100)

Sig = .002
 $\chi^2 = 42.371$

จากตาราง 12 พบว่า ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 42.371 และ ค่า Sig เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	รายได้ต่อเดือน (หยวน)						รวม
	ต่ำกว่า 2,000	2,001- 4,000	4,001- 6,000	6,001- 8,000	8,001- 10,000	มากกว่า 10,001	
ต่ำกว่า 5,000 หยวน (ร้อยละ)	11 (23.9)	11 (15.3)	16 (11.6)	4 (4.2)	4 (9.7)	0 (0)	46 (11.5)
5,001-6,000 หยวน (ร้อยละ)	10 (21.7)	13 (18.0)	58 (42.0)	20 (21.0)	6 (14.6)	4 (50.0)	111 (27.7)
6,001-7,000 หยวน (ร้อยละ)	19 (41.3)	24 (33.3)	40 (29.0)	53 (55.8)	20 (48.8)	1 (12.5)	107 (26.7)
7,001-8,000 หยวน (ร้อยละ)	3 (6.5)	18 (25.0)	14 (10.1)	8 (8.4)	6 (14.6)	3 (37.5)	52 (13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป (ร้อยละ)	3 (6.5)	6 (8.3)	10 (7.2)	10 (10.5)	5 (12.2)	0 (0)	34 (8.5)
รวม (ร้อยละ)	46 (100)	72 (100)	138 (100)	95 (100)	41 (100)	8 (100)	400 (100)
Sig = .000							
$\chi^2 = 67.877$							

จากตาราง 13 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 67.877 และ ค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 14 ผลการทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างด้านลักษณะที่พึง,ด้านแหล่งท่องเที่ยว,ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สมมติฐาน	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย	
ลักษณะที่พึง	$\chi^2 = 102.177$	Sig = .000
แหล่งท่องเที่ยว	$\chi^2 = 83.497$	Sig = .000
การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ	$\chi^2 = 45.570$	Sig = .057

จากตาราง 14 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน 2 ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

ลักษณะที่พึง ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะที่พึงกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 102.177 และ ค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า ลักษณะที่พึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

แหล่งท่องเที่ยว ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 83.497 และ ค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ค่า χ^2 เท่ากับ 45.570 และค่า Sig เท่ากับ .057 ซึ่งมากกว่า .05 สรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

เงินที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 15 สรุปปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย	
	มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์
เพศ		✓
อายุ	✓	
ระดับการศึกษา	✓	
สถานภาพสมรส		✓
อาชีพ	✓	
รายได้ต่อเดือน	✓	
ลักษณะที่พัก	✓	
แหล่งท่องเที่ยว	✓	
การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ		✓

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าและผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีอายุ 30-39 ปี มากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมา อายุ 20-29 ปี จำนวน 116 คน และอายุ 60 ปี ขึ้นไปน้อยที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และมัธยมศึกษาน้อยที่สุดจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 สถานภาพสมรส จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือโสด จำนวน 165 คน จำนวนร้อยละ 41.2 และหย่าร้างน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 มีอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือข้าราชการ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และแม่บ้านน้อยที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่

นักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัททัวร์มากที่สุด จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และเดินทางมากับที่ทำงานน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

วัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.9 รองลงมาคือมีวัตถุประสงค์ทำบุญ/ไหว้พระ คิดเป็นร้อยละ 28.8 และปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3

แหล่งท่องเที่ยวประทับใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือวัฒนธรรมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 25.8 และแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลายน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.5

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว จำนวน 6,001 – 7,000 หยวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ จำนวน 5,001 – 6,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และมากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.5

สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุดคือจิวเวลรี่ คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือเครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 24.3 และเช่าพระน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ 2 ครั้ง และ 4 ครั้งน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ 7-8 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ 8 วันขึ้นไปต่อครั้งน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.0

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันลาพักผ่อนประจำปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 และเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดปลายสัปดาห์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.5

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ ตุลาคม-ธันวาคม คิดเป็นร้อยละ 26.8 และเดือนกรกฎาคม-กันยายนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5

นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือการท่องเที่ยวของประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และบริษัททัวร์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.8

นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ รีสอร์ทคิดเป็นร้อยละ 13.5 และที่พักในอุทยานน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5

ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 80.8 และไม่ต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 19.3

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยเศรษฐกิจ ได้แก่

รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวมีรายได้ 4,001-6,000 หยวนต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา มีรายได้ 6,001-8,000 หยวนต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และรายได้มากกว่า 10,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.038

ด้านลักษณะที่พัก ปัจจัยในด้านลักษณะที่พักมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.038

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยในด้านแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.022

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ปัจจัยในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.803

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากผลการศึกษาพบว่า

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลักษณะที่พัก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากผลการศึกษสามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมากับบริษัททัวร์มากที่สุด เนื่องจากราคาทัวร์ค่อนข้างถูกเพราะมีการแข่งขันในด้านราคาของบริษัททัวร์ อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่งจึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน จึงมักต้องการที่จะมาท่องเที่ยวแต่เนื่องจากส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรกจึงซื้อแพ็คเกจจากบริษัททัวร์ นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ซึ่งอาจเนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผสมกับวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพราะสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมากนักใช้เวลาเดินทางไม่นาน

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งอาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผสมกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศจึงทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินระหว่าง 4,001 – 6,000 หยวน สำหรับสิ่งต่างๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่างๆ โดยนิยมใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เป็นจิวเวลรี่มากที่สุดเพราะส่วนใหญ่ถ้ามากับบริษัททัวร์จะมีโปรแกรมนำนักท่องเที่ยวเข้าร้านเพื่อซื้อสินค้าที่มีการจำหน่ายอัญมณีประเภท ทับทิม ไพลิน มรกต ฯลฯ ให้กับนักท่องเที่ยว

การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรกเป็นส่วนใหญ่และเดินทางมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดคือ วันหยุดตามเทศกาล ช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือเดือนมกราคม-มีนาคมเนื่องจากช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วงวันหยุดเทศกาลของประเทศจีนและค่อนข้างยาวโดยเฉพาะวันตรุษจีนซึ่งเป็นช่วงที่ชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนมากขึ้น

นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุดเนื่องจากส่วนใหญ่ได้ซื้อโปรแกรมทัวร์ไว้แล้วอีกทั้งเป็นที่พักที่หาง่าย สะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งเนื่องจากเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของประเทศไทย

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ ผลจากการศึกษาพบว่า เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอร ทองมั่ง (2548: 108-112) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี จากผลการศึกษาพบว่า เพศแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฐพงศ์ คูมา (2549: 99-103) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

อายุ ผลจากการศึกษาพบว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาทิต อธิศิริเวทย์ (2551: 150-157) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า อายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548: 77-95) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากผลการศึกษาพบว่า อายุแตกต่างกันจะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ผลจากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสงค์ นิธินวร (2545: 106-109) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาชนจีน จากผลการศึกษาพบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของอติสร ฉายแสง (2548: 77-95) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส ผลจากการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวิรัตน์ เมฆินทร์พิทักษ์ (2549: 34-40) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จากผลการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

อาชีพ ผลจากการศึกษาพบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสงค์ นิธินวร (2545: 106-109) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาชนจีน จากผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรวิรัตน์ เมฆินทร์พิทักษ์ (2549: 34-40) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จากผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

รายได้ต่อเดือน ผลจากการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรุณา บุญมาเรือน (2546) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยกร ศุภธรราร (2548: 31-49) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวี สงวนรัตน์ (2540) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริอร ทองมั่ง (2548: 108-112) ทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี

ด้านลักษณะที่พัก ผลจากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านลักษณะที่พักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548: 77-95) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากผลการศึกษาพบว่า ทศนคติด้านลักษณะที่พักมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ผลจากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548: 77-95) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากผลการศึกษาพบว่า ทศนคติด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ นัฐพงศ์ คูมา (2549: 99-103) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว อำเภอ ปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ผลจากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติสร ฉายแสง (2548: 77-95) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากผลการศึกษาพบว่า พบว่า ทศนคติด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมากับบริษัททัวร์มากที่สุดเนื่องจากราคาทัวร์ค่อนข้างถูกเพราะมีการแข่งขันในด้านราคาของบริษัททัวร์และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกจึงใช้บริการบริษัททัวร์ อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดีจากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่ง จึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ทำให้วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ซึ่งอาจเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศจีนมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน มีความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่ดึงดูดและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันจัดทำแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น

2. จากผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็นจำนวนเงินระหว่าง 4,001 – 6,000 หยวน สำหรับสิ่งต่างๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่างๆ โดยนิยมใช้จ่ายซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เป็นจิวเวลรี่มากที่สุดเพราะส่วนใหญ่ถ้ามากับบริษัททัวร์จะมีโปรแกรมนำนักท่องเที่ยวเข้าร้านเพื่อซื้อสินค้าที่มีการจำหน่ายอัญมณีประเภท หับทิม ไพลิน มรกต ฯลฯ นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากหนังสือพิมพ์-นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุดเนื่องจากส่วนใหญ่ได้ซื้อโปรแกรมทัวร์ไว้แล้วอีกทั้งเป็นที่พักที่หาง่าย สะดวกสบายและนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมา

ท่องเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง ดังนั้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแลตรวจสอบในส่วนของสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบจนเกินไป

3. จากผลการศึกษาพบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งแรกเป็นส่วนใหญ่และเดินทางมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดคือ วันหยุดตามเทศกาล ช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือเดือนมกราคม-มีนาคมเนื่องจากช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วงวันหยุดเทศกาลของประเทศจีนและค่อนข้างยาวโดยเฉพาะวันตรุษจีนซึ่งเป็นช่วงที่ชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนมากขึ้น ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลของไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

4. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะที่พัก เช่น ความสะอาดของสถานที่พัก , ความสวยงามของสถานที่พัก , สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่พัก , ความปลอดภัยของสถานที่พัก มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ดังนั้น ภาคเอกชนควรให้ความร่วมมือในการให้บริการด้านสถานที่พัก นอกจากนี้ยังต้องเน้นรักษาความสะอาดจัดสถานที่ให้มีความสวยงามและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาพักผ่อน

5. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว , ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว , สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก , ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ดังนั้น ภาครัฐควรมีการทํานุบำรุง ดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ให้สวยงามอย่างสม่ำเสมอ และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีความร่มรื่น เพื่อสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมทำให้นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนและส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. ควรทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมมากขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ





กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.

สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2554 , จาก www.mots.go.th

กรรณ บัญมาเรือน. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร

กัลยกร ศุภธรร. (2548). การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). บทวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดต่างประเทศ. กรุงเทพฯ:

จุฬาริชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชิดจันทร์ หังสสุต. (2532). หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 6.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทิตา สมพร. (2546). อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย.

สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ถ่ายเอกสาร

ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธนกฤต สังข์เจย. (2550). อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS. พิมพ์ครั้งที่ 4.

กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.

นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2548). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นัฐพงศ์ คุมา. (2549). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน.

สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ถ่ายเอกสาร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
ประสงค์ นิธินวก. (2545). *พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย*.

สารนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ถ่ายเอกสาร

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วาทีต อธิศิริเวทย์. (2551). *พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย*.

วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(พัฒนศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ถ่ายเอกสาร.

วิภาวี สงวนรัตน์ (2540). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ*

ในประเทศไทย. ภาคนิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

ศิริอร ทองมั่ง. (2547). *ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว*

ชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเกาะพะงัน จ.สุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด).

กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

ศุภกร เสรีรัตน์. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส เพรส

สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.

สรวรัตน์ เมฆินทร์พิทักษ์. (2549). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยา*.

สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ถ่ายเอกสาร

อดิศร ฉายแสง. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของ*

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Engel James F ., Blackwell Roger D. and Miniard Paul W. (1990). *Consumer Behavior*,

6th.ed.Fort Worth : The Dryden Press Inc.

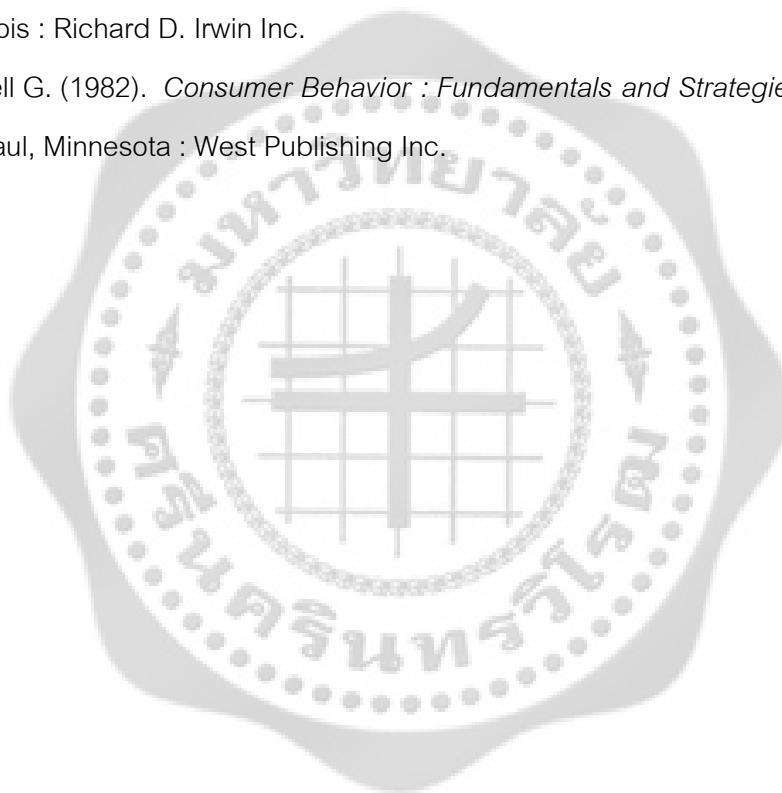
London David and Bitta Albert J. Deller (1988). *Consumer Behavior : Concepts and Applications*, 3rd.ed. New York : Mcgraw-Hill Inc.

Peter Paul J. and Olsen ., Jerry C. (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, 2nd.ed. Homewood, Lllionois : Richard D. Irwin Inc.

Schiffman,Leon G.and Leslie Lazar Kanuk. (1991). *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall.,Inc.

Walters C. Glenn (1978). *Consumer Behavior : Theory and Practice*, 3rd.ed. Homewood, Lllionois : Richard D. Irwin Inc.

Williams. Terrell G. (1982). *Consumer Behavior : Fundamentals and Strategies* 1st, Paul, Minnesota : West Publishing Inc.







ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านลักษณะที่พักในด้านความสะอาดของสถานที่พักกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ความสะอาดของสถานที่พัก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	25	6	13	2	46
(ร้อยละ)	(12.8)	(8.6)	(13.3)	(5.4)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	54	10	34	13	111
(ร้อยละ)	(47.6)	(14.3)	(34.7)	(35.1)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	59	41	39	18	157
(ร้อยละ)	(27.7)	(58.6)	(39.8)	(48.6)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	36	9	4	3	52
(ร้อยละ)	(18.5)	(12.8)	(4.08)	(8.1)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	21	4	8	1	34
(ร้อยละ)	(10.8)	(5.7)	(1.4)	(2.7)	(8.5)
รวม	195	70	98	37	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านลักษณะที่พัก ในด้านความสวยงามของสถานที่พักกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ความสวยงามของสถานที่พัก				รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	12	15	13	6	46
(ร้อยละ)	(8.6)	(12.4)	(12.7)	(15.8)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	25	42	33	11	111
(ร้อยละ)	(18.0)	(34.7)	(32.3)	(28.9)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	76	38	25	18	157
(ร้อยละ)	(54.7)	(31.4)	(24.5)	(47.4)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	21	12	16	3	52
(ร้อยละ)	(15.1)	(9.9)	(15.7)	(7.9)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	5	14	15	0	34
(ร้อยละ)	(3.6)	(11.6)	(14.7)	(0)	(8.5)
รวม	139	121	102	38	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านลักษณะที่พัก ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในสถานที่พักกับ
ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวกสบายในสถานที่พัก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	7	23	9	7	46
(ร้อยละ)	(4.6)	(23.5)	(8.4)	(17.1)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	36	28	40	7	111
(ร้อยละ)	(23.5)	(28.6)	(37.4)	(17.1)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	76	32	29	20	157
(ร้อยละ)	(49.7)	(32.6)	(27.1)	(48.8)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	21	8	15	8	52
(ร้อยละ)	(13.7)	(8.2)	(14.0)	(19.5)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	13	7	14	0	34
(ร้อยละ)	(8.5)	(7.1)	(13.1)	(0)	(8.5)
รวม	153	98	107	41	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านลักษณะที่พัก ในด้านความปลอดภัยของสถานที่พักกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ความปลอดภัยของสถานที่พัก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	6	8	21	11	46
(ร้อยละ)	(5.8)	(6.6)	(15.1)	(29.7)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	16	37	39	19	111
(ร้อยละ)	(15.5)	(30.6)	(28.0)	(51.3)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	46	55	53	3	157
(ร้อยละ)	(44.7)	(45.4)	(38.1)	(8.1)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	26	10	13	3	52
(ร้อยละ)	(25.2)	(8.2)	(9.3)	(8.1)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	9	11	13	1	34
(ร้อยละ)	(8.7)	(9.1)	(9.3)	(2.7)	(8.5)
รวม	103	121	139	37	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ต่ำกว่า 5,000 หยวน (ร้อยละ)	6 (7.0)	10 (8.8)	23 (15.9)	7 (12.5)	46 (11.5)
5,001-6,000 หยวน (ร้อยละ)	15 (17.4)	26 (23.0)	53 (36.5)	17 (30.3)	111 (27.7)
6,001-7,000 หยวน (ร้อยละ)	43 (50.0)	54 (47.8)	41 (28.3)	19 (34.0)	157 (39.2)
7,001-8,000 หยวน (ร้อยละ)	8 (9.3)	14 (12.4)	18 (12.4)	12 (21.4)	52 (13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป (ร้อยละ)	14 (16.3)	9 (8.0)	10 (6.9)	1 (1.8)	34 (8.5)
รวม (ร้อยละ)	86 (100)	113 (100)	145 (100)	56 (100)	400 (100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	23	13	3	7	46
(ร้อยละ)	(21.7)	(8.0)	(3.4)	(15.2)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	33	53	21	4	111
(ร้อยละ)	(31.1)	(32.7)	(23.6)	(8.7)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	32	63	39	23	157
(ร้อยละ)	(30.2)	(38.9)	(43.8)	(50.0)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	6	15	20	11	52
(ร้อยละ)	(5.7)	(9.2)	(22.5)	(23.9)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	9	18	6	1	34
(ร้อยละ)	(8.5)	(11.1)	(6.7)	(2.2)	(8.5)
รวม	106	162	89	46	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	19	11	14	2	46
(ร้อยละ)	(10.2)	(10.5)	(17.7)	(6.7)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	52	24	26	9	111
(ร้อยละ)	(27.9)	(22.8)	(32.9)	(30.0)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	59	56	28	14	157
(ร้อยละ)	(31.7)	(53.3)	(35.4)	(46.7)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	36	8	5	3	52
(ร้อยละ)	(19.3)	(7.6)	(6.3)	(10.0)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	20	6	6	2	34
(ร้อยละ)	(10.7)	(5.7)	(7.6)	(6.7)	(8.5)
รวม	186	105	79	30	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยว ในด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว	ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
ชาวจีนในประเทศไทย					
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	6	8	21	11	46
(ร้อยละ)	(5.8)	(6.6)	(15.1)	(29.7)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	16	37	39	19	111
(ร้อยละ)	(15.5)	(30.6)	(28.0)	(51.3)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	46	55	53	3	157
(ร้อยละ)	(44.7)	(45.4)	(38.1)	(8.1)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	26	10	13	3	52
(ร้อยละ)	(25.2)	(8.3)	(9.3)	(8.1)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	9	11	13	1	34
(ร้อยละ)	(8.7)	(9.1)	(9.3)	(2.7)	(8.5)
รวม	103	121	139	37	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐในการอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้นกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	การอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	26	13	7	0	46
(ร้อยละ)	(20.1)	(8.4)	(6.2)	(0)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	28	39	44	0	111
(ร้อยละ)	(21.7)	(25.2)	(38.9)	(0)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	44	69	42	2	157
(ร้อยละ)	(34.1)	(44.5)	(37.2)	(66.7)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	19	23	9	1	52
(ร้อยละ)	(14.7)	(14.8)	(8.0)	(8.1)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	12	11	11	0	34
(ร้อยละ)	(9.3)	(7.1)	(9.7)	(33.3)	(8.5)
รวม	129	155	113	3	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐในด้านการเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	การเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	12	26	5	3	46
(ร้อยละ)	(13.8)	(15.5)	(3.9)	(18.7)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	14	59	38	0	111
(ร้อยละ)	(16.1)	(35.1)	(29.4)	(0)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	39	56	55	7	157
(ร้อยละ)	(44.8)	(33.3)	(42.6)	(43.7)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	4	19	24	5	52
(ร้อยละ)	(4.6)	(11.3)	(18.6)	(31.2)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	18	8	7	1	34
(ร้อยละ)	(20.7)	(4.8)	(5.4)	(6.2)	(8.5)
รวม	87	168	129	16	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐในด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่นการออกบูธแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	7	24	12	3	46
(ร้อยละ)	(6.7)	(13.5)	(11.6)	(20.0)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	30	60	16	5	111
(ร้อยละ)	(28.6)	(33.9)	(15.5)	(33.3)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	49	52	52	4	157
(ร้อยละ)	(46.7)	(29.4)	(50.5)	(26.7)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	11	24	17	0	52
(ร้อยละ)	(10.5)	(13.5)	(16.5)	(0)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวน ขึ้นไป	8	17	6	3	34
(ร้อยละ)	(7.6)	(9.6)	(5.8)	(20.0)	(8.5)
รวม	105	177	103	15	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

ตารางแสดงความสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐในการกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่องกับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย:คน:(ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในประเทศไทย	การกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่อง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ต่ำกว่า 5,000 หยวน	15	28	3	0	46
(ร้อยละ)	(11.8)	(14.8)	(4.2)	(0)	(11.5)
5,001-6,000 หยวน	46	44	17	4	111
(ร้อยละ)	(36.2)	(23.3)	(23.6)	(33.3)	(27.7)
6,001-7,000 หยวน	38	73	40	6	157
(ร้อยละ)	(29.9)	(38.6)	(55.5)	(50.0)	(39.2)
7,001-8,000 หยวน	14	25	11	2	52
(ร้อยละ)	(11.0)	(13.2)	(15.3)	(16.7)	(13.0)
มากกว่า 8,001 หยวนขึ้นไป	14	19	1	0	34
(ร้อยละ)	(11.0)	(10.0)	(1.4)	(0)	(8.5)
รวม	127	189	72	12	400
(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)



เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ เรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย”

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- ตอนที่ 3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

อัจฉรา สมบัตินันทนา

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน () ซึ่งตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

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. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษา () 2. อนุปริญญา
() 3.ปริญญาตรี () 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพสมรส

- () 1. โสด () 2. สมรส
() 3. หย่าร้าง

5. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. แม่บ้าน
() 3. ข้าราชการ () 4. พนักงานบริษัท
() 5. ธุรกิจส่วนตัว () 6. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ในการเข้ามาท่องเที่ยวท่องเที่ยวในประเทศไทยท่านมากับใคร

☐ 1. คนเดียว ☐ 3. เพื่อน ☐ 5. ที่ทำงาน	☐ 2. ครอบครัว/ญาติ ☐ 4. บริษัททัวร์ ☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....
---	---
2. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่าน

☐ 1. พักผ่อน ☐ 3. เยี่ยมญาติ/เพื่อน ☐ 5. ปฏิบัติงาน/ติดต่อธุรกิจ	☐ 2. ทำบุญ/ไหว้พระ ☐ 4. ประชุม/สัมมนา ☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....
---	---
3. ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

☐ 1. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ☐ 2. วัฒนธรรมประเพณีไทย ☐ 3. แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย ☐ 4. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....	
---	--
4. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คน ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่านจำนวน.....หยวน
5. การเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ท่านใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อสินค้าที่ระลึกอะไรบ้าง

☐ 1. จิวเวลรี่ ☐ 3. รังนก ☐ 5. เสื้อผ้า ☐ 7. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....	☐ 2. เครื่องหนัง ☐ 4. เครื่องสำอาง ☐ 6. เช้าพระ
---	--
6. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน.....ครั้ง (รวมครั้งนี้)
7. จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เฉลี่ยต่อครั้ง.....วัน
8. ช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

☐ 1. วันหยุดตามเทศกาล ☐ 3. วันลาพักร้อนประจำปี	☐ 2. วันหยุดปลายสัปดาห์ ☐ 4. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ).....
---	---

9. ช่วงเดือนใดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. มกราคม-มีนาคม | ☐ 2. เมษายน-มิถุนายน |
| ☐ 3. กรกฎาคม-กันยายน | ☐ 4. ตุลาคม – ธันวาคม |

10. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองไทยจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. เพื่อน | ☐ 2. หนังสือพิมพ์ - นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ |
| ☐ 3. บริษัททัวร์ | ☐ 4. การท่องเที่ยวของประเทศไทย |
| ☐ 5. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ)..... | |

11. สถานที่พักในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของท่าน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. โรงแรม | ☐ 2. ที่พักในอุทยาน |
| ☐ 3. รีสอร์ท | ☐ 4. บ้านญาติ/เพื่อน |
| ☐ 5. อื่น ๆ โปรดระบุ (ระบุ)..... | |

12. ท่านต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกหรือไม่

- | |
|---|
| ☐ 1. ต้องการกลับมาอีก |
| ☐ 2. ไม่ต้องการกลับมาอีก |



ตอนที่ 3 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

1. รายได้ต่อเดือนของท่าน.....หยวน

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านลักษณะที่พัก</u>					
1. ความสะอาดของสถานที่พัก					
2. ความสวยงามของสถานที่พัก					
3. สิ่งอำนวยความสะดวกสบายในสถานที่พัก					
4. ความปลอดภัยของสถานที่พัก					
<u>ด้านแหล่งท่องเที่ยว</u>					
5. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
6. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว					
7. ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว					
8. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว					
<u>การส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ</u>					
9. การอนุญาตให้ประชาชนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น					
10. การเสนอข่าวสารของสถานที่ท่องเที่ยวในต่างประเทศ					
11. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่นการออกบูธแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ					
12.การกำหนดวันหยุดราชการแบบต่อเนื่อง					

中國旅遊客來泰旅遊活動調查

說明：

此調查卷 為經濟碩士學位，經濟管理科論文『中國旅遊觀光客來泰旅遊活動』中的一部分。

此調查卷分為三部分 如下：

第一部分：旅遊客的基本資料

第二部分：旅遊客來泰所做的活動

第三部分：經濟因素

敬請受訪者依據真實的情況及意見回答此卷。

敬謝



調查卷

调查中国大陆旅游者来泰旅游之活动

说明：请依您个人的实际情况如实的回答下面的问答，并在（）里打勾

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

☐ 6. 60 岁以上

3. 学历

☐ 1. 高中毕业

☐ 2. 大专毕业

☐ 3. 学士毕业

☐ 4. 高於学士

4. 婚姻状况

☐ 1. 未婚

☐ 2. 已婚

☐ 3. 离婚

5. 职位

☐ 1. 学生

☐ 2. 家庭主妇

☐ 3. 政府人员

☐ 4. 公司员工

☐ 5. 创业

☐ 6. 其它.....

第二部分 中国旅游者来泰旅游所做的活动

1. 您於谁一起来泰旅游

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1. 单身 | ☐ 2. 家人/亲戚 |
| ☐ 3. 朋友 | ☐ 4. 旅游团 |
| ☐ 5. 公司 | ☐ 6. 其它..... |

2. 来泰旅游的目的

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1. 放松身心 | ☐ 2. 拜佛 |
| ☐ 3. 探亲/探望朋友 | ☐ 4. 开会 |
| ☐ 5. 工作 | ☐ 6. 其它..... |

3. 您到来泰国旅游何事的印象最为深刻

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1. 较多项目的旅游活动 | ☐ 2. 泰国的风俗 |
| ☐ 3. 美丽的旅游景点 | ☐ 4. 其它..... |

4. 每人每次来泰旅游的花费为.....元

5. 此次来泰旅游您带了哪些的纪念品回去

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| ☐ 1. 珠宝 | ☐ 2. 皮製品 |
| ☐ 3. 燕窝 | ☐ 4. 化妆品 |
| ☐ 5. 衣服 | ☐ 6. 佛像 |
| ☐ 7. 其它..... | |

6. 您已来过泰国几次了.....次（包括此次）

7. 平均每次来泰旅游为.....天

8. 您在哪段时间来泰旅游

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1. 节日长假 | ☐ 2. 周末 |
| ☐ 3. 年假 | ☐ 4. 其它..... |

9. 您在哪个月份来泰旅游（可多选）

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ 1. 1-3 月份 | ☐ 2. 4-6 月份 |
| ☐ 3. 7-9 月份 | ☐ 4. 10-12 月份 |

10. 您在何处获得关于泰国旅游景点及活动资料（可多选）

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ☐ 1. 朋友 | ☐ 2. 报纸、刊物 |
| ☐ 3. 旅游公司 | ☐ 4. 中国的旅游机构 |
| ☐ 5. 其它..... | |

11. 在泰国期间的住宿

☐ 1. 旅馆☐ 2. 旅游保护区里的住宿☐ 3. 度假村☐ 4. 朋友家/亲戚家☐ 4. 其它.....

12. 您会再回来泰国旅游吗?

☐ 1. 会☐ 2. 不会

第三部分 经济方面的因素

1. 您的月收入.....元

请在以下的表格里对您决定来泰国旅游的影响因素打勾

经济因素	意见				
	非常多	多	一般	少	非常少
住宿					
1. 住宿的清洁					
2. 住宿的外貌					
3. 住宿里的设施					
4. 住宿的安全					
旅游景点					
5. 旅游景点的多寡					
6. 旅游景点的美丽					
7. 旅游景点的清洁					
8. 旅游景点的安全					
政府对旅游业的支持					
9. 对民众出国旅游的开放					
10. 对国外旅游景点的介绍					
11. 为促进国际旅游业所举办的旅游介绍会					
12. 长期假期					



ภาคผนวก ค

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. คุณจันทร์เพ็ญ พุ่มทอง ผู้จัดการฝ่ายการตลาดต่างประเทศบริษัททัวร์จีน
บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
2. คุณธนงเกียรติ สัจจาภิธาน ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและเจ้าของบริษัททัวร์จีน
บริษัท อนันดา ทราเวล (ประเทศไทย) จำกัด
3. คุณสุรวัช อัครวรมาศ กรรมการผู้จัดการและเจ้าของบริษัททัวร์จีน
บริษัท กู๊ดลัค เอ็กซ์เพรส จำกัด





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวอัจฉรา สมบัตินนทนา
 วันเดือนปีเกิด 9 พฤษภาคม 2525
 สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดแพร่
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 79/152 หมู่บ้านกฤติกา ซอยประชาอุทิศ 4 แขวงดอนเมือง
 เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10210

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2542 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 จาก โรงเรียนนาริรัตน์จังหวัดแพร่ จังหวัดแพร่
 พ.ศ.2547 บริหารธุรกิจบัณฑิต
 จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย
 พ.ศ.2549 ศีษาศาสตรบัณฑิต
 จาก มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กรุงเทพมหานคร
 พ.ศ.2555 เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การจัดการ)
 จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร