



Satisfaction of Chinese tourists in Traveling on Khao San Road Bangkok

Yanisa Yenwattanukul¹ and Weera Weerasophon²

College of Hospitality Industry Management Suan Sunandha Rajabhat University, Bangkok, Thailand

¹E-Mail: S65563828002@ssru.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0005-4411-8283>

²E-Mail: weera.we@ssru.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-6905-4019>

Received 15/04/2024

Revised 22/04/2024

Accepted 17/06/2024

Abstract

Background and Aims: Tourism is a crucial industry for Thailand's economy, particularly in the Khaosan Road area of Bangkok, which is a popular destination for foreign tourists, especially Chinese tourists. This research aims to 1) study the level of satisfaction of Chinese tourists towards tourism in Khaosan Road in terms of safety and security, facilities, shops, restaurants and beverages, and services, and 2) compare the satisfaction of Chinese tourists classified by personal characteristics.

Methodology: This research is a quantitative study. The sample consists of 400 Chinese tourists visiting Khaosan Road, selected using accidental sampling. Data were collected using a questionnaire with a reliability coefficient of 0.87. Data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics, including t-test and One-way ANOVA.

Results: The findings reveal that 1) Chinese tourists have a high level of overall satisfaction with tourism in Khaosan Road, with the highest satisfaction in shops, restaurants, and beverages, followed by facilities, safety and security, and services, respectively. 2) Chinese tourists with different genders have statistically significant differences in satisfaction with safety and security factors, with males having higher satisfaction than females. In contrast, tourists with different ages, education levels, occupations, and average monthly incomes do not have different levels of satisfaction.

Conclusion: Entrepreneurs and relevant agencies should develop products, services, and environments to meet the diverse needs of Chinese tourists, use online channels to communicate information, and increase safety and security measures, especially for female tourists, to create satisfaction and promote sustainable tourism.

Keywords: Satisfaction; Chinese tourists; Khaosan Road





ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร

ญาณิศา เย็นวัฒนกุล¹ และ วีระ วีระโสภณ²

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในด้านการรักษาความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และการให้บริการ และ 2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ระเบียบวิธีการวิจัย: การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย: พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวถนนข้าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านการให้บริการ ตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สรุปผล: ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาสินค้า บริการ และสภาพแวดล้อมให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่หลากหลาย ใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารข้อมูล และเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยโดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวเพศหญิง เพื่อสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ; นักท่องเที่ยวชาวจีน; ถนนข้าวสาร

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจไทย โดยในปี พ.ศ. 2562 มีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 18.4 ของ GDP และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามา 39.92 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) กรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายยอดนิยมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีจำนวน 11.06 ล้านคน และมีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พักบริเวณถนนข้าวสาร 3.68 แสนคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566; สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)



อย่างไรก็ตาม ถนนข้าวสารยังมีประเด็นด้านการจัดการที่ควรพัฒนา เช่น ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (พรทิพา เกิดสว่าง, ธนพล พรหมมณี และอิษฏา ชุ่มชัย, 2564) ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน จึงมีความจำเป็นเพื่อใช้ในการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการ อันจะนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ การกลับมาเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อในเชิงบวก ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในถนนข้าวสารและกรุงเทพฯ ให้เติบโตอย่างยั่งยืน (สุวิมล พลทวี, 2565)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ในด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านการให้บริการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือทำธุรกิจเป็นการชั่วคราว โดยไม่ได้หวังหา รายได้ (World Tourism Organization, 2021) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของหลาย ประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) โดยแบ่งได้หลายประเภทตามวัตถุประสงค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิง นิเวศ วัฒนธรรม สุขภาพ กีฬา และธุรกิจ (Goeldner and Ritchie, 2012) รวมถึงแบ่งตามลักษณะการเดินทาง



และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแบบอิสระ แบบกรุ๊ปทัวร์ ภายในและระหว่างประเทศ (Morrison, 2013; Page and Connell, 2020)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยอย่างมาก และมีแนวโน้มฟื้นตัวหลังจากได้รับผลกระทบจากโควิด-19 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม มีจุดเด่นด้านความหลากหลายของสินค้า บริการ ที่พัก อาหาร และทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (บุญยสฤษฎ์ อาวาส, 2564; สำนักงานเขตพระนคร, 2565) อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วก็นำมาซึ่งปัญหาและความท้าทายต่อการจัดการ จึงต้องมีการแก้ไขปัญหา ยกระดับการบริการ ส่งเสริมความปลอดภัย และการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้วยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน สร้างประโยชน์แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2565; ชูติมา ฤทธิ์เดช, ศิริรัตน์ โกศการิกา และธีรวัชร ศรีสุข, 2566)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตั้งแต่การตัดสินใจเลือกสถานที่จนถึงการประเมินความพึงพอใจภายหลังการท่องเที่ยว ซึ่งมีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลและจิตวิทยา (Swarbrooke and Horner, 2007)

ในบริบทของการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนสะท้อนถึงรูปแบบและลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวในพื้นที่ และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ (Zhang, Xu and Li, 2016) การศึกษาพฤติกรรมจะช่วยให้เข้าใจลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ดียิ่งขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการ (Wu et al., 2011) และช่วยคาดการณ์แนวโน้มเพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม (Li, Harrill, Uysal, Burnett and Zhan, 2010)

ดังนั้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนลักษณะเฉพาะและมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร การศึกษาพฤติกรรมในมิติต่างๆ จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง ซึ่งจะส่งผลดีต่อความพึงพอใจ ความภักดี และการเติบโตอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Zhang, Li, and Lu, 2015)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

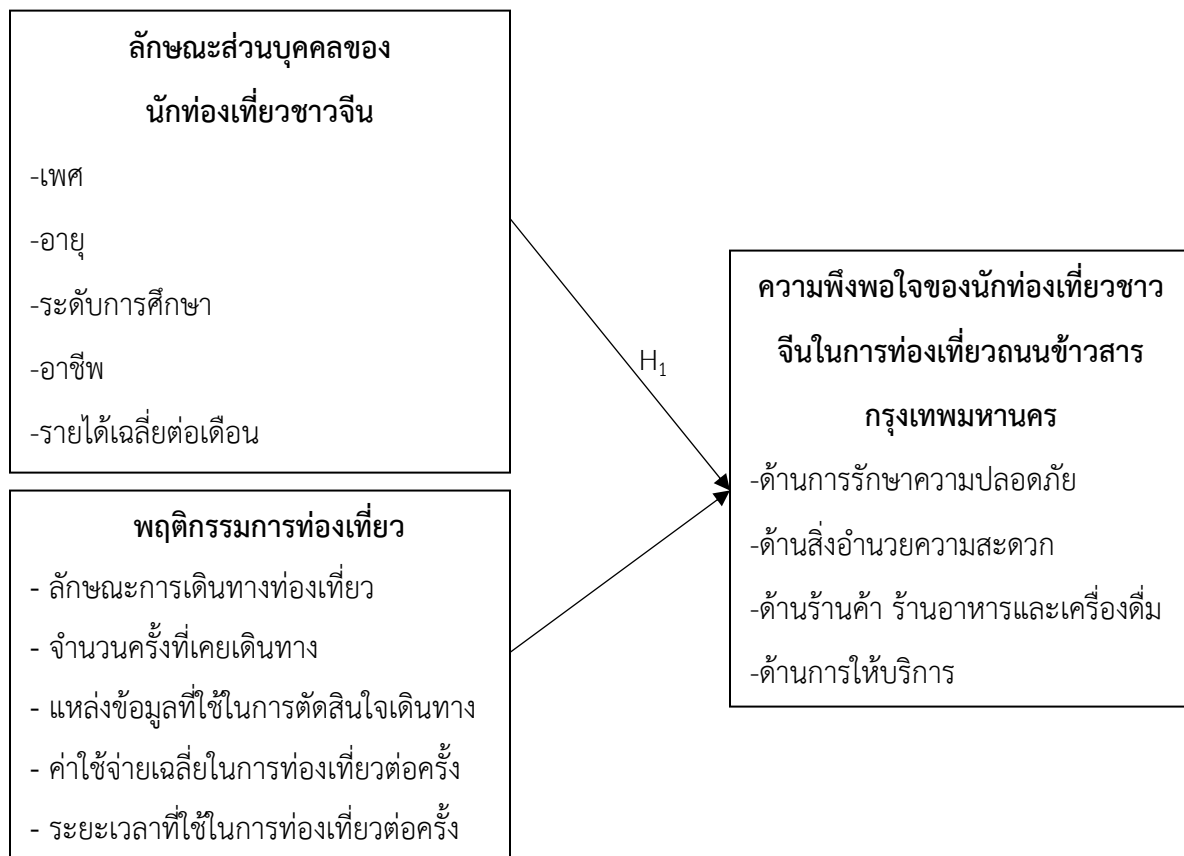
ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ความต้องการได้รับการตอบสนอง (Kotler and Keller, 2012) โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับความคาดหวังที่มีก่อนการเดินทาง (Yuksel and Yuksel, 2001; Oliver, 2014)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักและร้านอาหาร กิจกรรมนันทนาการ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและมรดกทางประวัติศาสตร์ การเข้าถึงและความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย คุณภาพของที่พัก ความสะอาด และความคุ้มค่าของราคา (Hendijani, 2016; Seetanah, Teeroovengadum and Nunkoo, 2018)

สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ประกอบด้วย 4 ด้านหลัก ได้แก่ 1) ด้านการรักษาความปลอดภัย เช่น การมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การจัดให้มีป้ายเตือน และการมีพยาบาลประจำพื้นที่ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ความสะดวกในการเข้าถึง การมีห้องสุขาที่เพียงพอ การมีศูนย์บริการข้อมูลภาษาจีน 3) ด้านร้านค้า ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม เช่น ความหลากหลายของสินค้าและอาหาร การมีบริการสั่งอาหารออนไลน์ การมีร้านขายสินค้าที่ระลึกที่แสดงอัตลักษณ์ไทย และ 4) ด้านการให้บริการ เช่น ความเต็มใจในการให้บริการ การมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย และการให้บริการที่พิถีพิถัน (Truong and King, 2009; Lertputtarak, 2012; Sangpikul, 2019)

ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดเตรียมปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้ได้อย่างครบถ้วนและมีคุณภาพ ก็จะช่วยสร้างความพึงพอใจในระดับสูงให้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งจะนำไปสู่การกลับมาเยือนซ้ำ การบอกต่อ และการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของถนนข้าวสารให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 3.68 แสนคนในปี พ.ศ. 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) กลุ่มตัวอย่างคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พบในบริเวณถนนข้าวสาร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว 3) ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว และ 4) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ มีค่า IOC มากกว่า 0.5 (Rovinelli and Hambleton, 1977) และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.87 จากการทดลองใช้ (Taber, 2018)

การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม 400 ชุดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนในถนนข้าวสาร ระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นช่วง High Season (กรมการท่องเที่ยว, 2565) เพื่อเพิ่มโอกาสเข้าถึงและความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Hox, Moerbeek and Van de Schoot, 2017) ได้แก่ t-test และ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 และสมมติฐานการวิจัยทั้ง 5 ข้อ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปและนำเสนอได้ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตารางที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน n=400

ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เพศ	ชาย	164	41.00	2
	หญิง	236	59.00	1
อายุ	ไม่เกิน 30 ปี	29	7.25	4
	31- 40 ปี	208	52.00	1
	41-50 ปี	113	28.25	2
	51-60 ปี	19	4.75	5



ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ระดับการศึกษา	60 ปีขึ้นไป	31	7.75	3
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	42	10.50	3
	ปริญญาตรี	272	68.00	1
	สูงกว่าปริญญาตรี	86	21.50	2
อาชีพ	นักศึกษา	78	19.50	3
	ข้าราชการ	76	19.00	4
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	93	23.25	2
	รับจ้างอิสระ	153	38.25	1
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 15,000 บาท	33	8.25	5
	15,001-25,000 บาท	79	19.75	4
	25,001-35,000 บาท	87	21.75	2
	35,001-45,000 บาท	118	29.50	1
	มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป	83	20.75	3

จากตารางที่ 1 สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.00) อายุระหว่าง 31 - 40 ปี (ร้อยละ 52.00) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 68.00) ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ (ร้อยละ 38.25) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-45,000 บาท (ร้อยละ 29.50)

ลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวถนนข้าวสารส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีความรู้ มีความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรม และมีความต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่มีคุณภาพและมีแนวโน้มที่จะสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในย่านถนนข้าวสารได้เป็นอย่างดี หากมีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการ และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร n=400

พฤติกรรมการท่องเที่ยว		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว	คนเดียว	43	10.75	4
	พ่อ แม่ พี่ น้อง	157	39.25	1
	ญาติ	119	29.75	2
	เพื่อน	59	14.75	3
	บุคคลรู้จักทั่วไป	22	5.50	5
จำนวนครั้งที่เคยเดินทาง	1 ครั้งต่อปี	114	28.50	2
	2 ครั้งต่อปี	127	31.75	1
	3 ครั้งต่อปี	83	20.75	3
	มากกว่า 3 ครั้งต่อปี	76	19.00	4
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเดินทาง	สื่ออินเทอร์เน็ต	263	65.75	1
	สื่อโทรทัศน์	122	30.50	2
	วารสารท่องเที่ยว	9	2.25	3
	ป้ายโฆษณา/สื่ออื่น ๆ	6	1.50	4
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	น้อยกว่า 1,000 บาท	33	8.25	4
	1,001-3,000 บาท	121	30.25	2
	3,001-5,000 บาท	158	39.50	1
	5,001 บาทขึ้นไป	88	22.00	3
ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้ง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	31	7.75	4
	1-3 ชั่วโมง	43	10.75	3
	4-6 ชั่วโมง	162	40.50	2
	มากกว่า 6 ชั่วโมง	164	41.00	1

จากตารางที่ 2 สรุปและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับพ่อ แม่ พี่ น้อง (ร้อยละ 39.25) มีความถี่ในการเดินทาง 2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 31.75) ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลักในการ



ตัดสินใจ (ร้อยละ 65.75) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,001-5,000 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 39.50) และใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 6 ชั่วโมงต่อครั้ง (ร้อยละ 41.00)

ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเยือนถนนข้าวสารส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัวขนาดใหญ่ที่มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยค้นหาข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก มีการใช้จ่ายใช้สอยค่อนข้างสูง และใช้เวลาท่องเที่ยวในย่านนี้ค่อนข้างนาน สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยว การบริการ และสินค้าที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวและพักค้างแรมในพื้นที่เป็นเวลานาน ดังนั้น ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลพฤติกรรมเหล่านี้ไปพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อดึงดูดและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มครอบครัวให้มากยิ่งขึ้น

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและเป็นรายด้าน n=400

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
ด้านการรักษาความปลอดภัย	3.77	0.50	มาก	3
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.84	0.48	มาก	2
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.92	0.52	มาก	1
ด้านการให้บริการ	3.60	0.43	มาก	4
รวม	3.78	0.32	มาก	

จากตารางที่ 3 สรุปและวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.78, S.D. = 0.32) โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย = 3.92, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย = 3.84, S.D. = 0.48) ด้านการรักษาความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 3.77, S.D. = 0.50) และด้านการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.60, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวถนนข้าวสารโดยรวมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ดี รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในระดับน่าพอใจ อย่างไรก็ตาม ด้านการให้บริการยังเป็นจุด



ที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด สะท้อนถึงโอกาสในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการและบุคลากรในย่านถนนข้าวสาร เพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนให้สูงขึ้นต่อไป

4. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร	เพศ				t	Sig.	แปลค่า
	ชาย	หญิง					
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย	3.88	0.47	3.67	0.52	3.81	0.00*	แตกต่างกัน
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.87	0.46	3.83	0.50	0.33	0.74	ไม่แตกต่างกัน
ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.89	0.49	3.89	0.52	-0.38	0.70	ไม่แตกต่างกัน
ปัจจัยด้านการให้บริการ	3.57	0.43	3.66	0.42	-1.61	0.11	ไม่แตกต่างกัน

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 สรุปและวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = 3.81$, Sig. = 0.00) โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านการให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวจีนเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า เพศของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีผลต่อระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนเพศชายมีแนวโน้มที่จะพึงพอใจต่อการรักษาความปลอดภัยมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างทางด้านร่างกายและจิตใจระหว่างเพศ ที่ทำให้เพศหญิงรู้สึกถึงความเสี่ยงและมีความกังวลต่อความปลอดภัยมากกว่าเพศชาย อย่างไรก็ตาม เพศไม่ได้ส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งชายและหญิงต่างให้ความสำคัญและมีมาตรฐานความคาดหวังที่ใกล้เคียงกันต่อสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านค้า ร้านอาหาร และการให้บริการในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร





ตารางที่ 5 สรุปการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแสดงค่าสถิติ f และค่า Sig. (p-value) ของแต่ละปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในการท่องเที่ยวถนน ข้าวสาร กรุงเทพมหานคร	อายุ		ระดับ การศึกษา		อาชีพ		รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน	
	f	Sig.	f	Sig.	f	Sig.	f	Sig.
ด้านการรักษาความปลอดภัย	0.99	0.41	0.29	0.74	1.49	0.21	2.07	0.08
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	1.14	0.33	0.13	0.87	1.51	0.20	1.52	0.19
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	1.02	0.39	0.60	0.54	1.98	0.11	1.36	0.24
ด้านการให้บริการ	0.65	0.62	0.38	0.67	1.30	0.27	1.86	0.11

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ซึ่งสรุปการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งในด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านการให้บริการ

ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2, 3, 4 และ 5 ที่ตั้งไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะส่วนบุคคลเหล่านี้ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารแตกต่างกัน

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ที่ต้องการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



อภิปรายผล

การอภิปรายผลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยด้านข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีความรู้ และมีความต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Swarbrooke and Horner (2007) ที่ระบุว่า ลักษณะทางส่วนบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราภรณ์ เทพพิทักษ์ (2565) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีลักษณะส่วนบุคคลที่คล้ายคลึงกับการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการในย่านถนนข้าวสารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีกำลังซื้อสูง ชื่นชอบการเรียนรู้วัฒนธรรม และมีความต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ อันจะส่งผลให้เกิดรายได้และการเติบโตทางเศรษฐกิจของย่านถนนข้าวสารในระยะยาว (พัชรา ศรีพุ่ม, 2565; สุวิทย์ ใจแจ่ม, ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์ และ ธัญลักษณ์ เกตุศิริ, 2566)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและญาติ มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลหลัก มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,001-5,000 บาทต่อครั้ง และใช้เวลาท่องเที่ยวค่อนข้างนาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Morrison (2013) และงานวิจัยของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2564) และ Sangkaew and Zhu (2020) ที่พบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะคล้ายคลึงกัน ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลทางออนไลน์เพื่อดึงดูดความสนใจ (Zhang, Xu and Li, 2016) พัฒนาสินค้าและบริการที่หลากหลายเพื่อรองรับการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง (Wu, Wall and Pearce, 2014) และจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวแบบครอบครัว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยวชาวจีน (Li, Cheng, Kim and Petrick, 2008)

3. ผลการวิจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangpikul (2019) และ Zhang and Lai (2019) รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะในประเด็นความสะอาดของห้องสุขาและการมีศูนย์บริการภาษาจีน สอดคล้องกับแนวคิดของ Page and Connell (2020) และงานวิจัยของ Wang and Leou (2020) และ Wimonpeerapattana, Khunon & Pongpeng (2017) ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเฉพาะในประเด็นการมีที่จอดรถและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Amir, Ismail & See, (2015) สำหรับด้านการให้บริการ แม้จะมีความพึงพอใจในระดับมากแต่เป็นอันดับสุดท้าย โดยเฉพาะในประเด็นความสะดวกในการชำระเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dai and Wang (2020) ทั้งนี้ ยังมีโอกาสในการพัฒนาการให้บริการในบางประเด็นให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Bitner and Gremler, (2018)



4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 1 เฉพาะปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Reisinger and Turner (2003) และงานวิจัยของ Amir, Ismail and See (2015) ที่ระบุว่าเพศมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวหญิงมักให้ความสำคัญและมีความกังวลมากกว่านักท่องเที่ยวชาย ดังนั้น ผู้ประกอบการในถนนข้าวสารจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวหญิงเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยปฏิเสธสมมติฐานที่ 2, 3, 4 และ 5 ในทุกปัจจัย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Zhang & Peng (2014) ที่พบว่า ปัจจัยด้านอายุ การศึกษา และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวมาเลเซีย และ Wong & Wan (2013) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมาเก๊า แม้ว่างานวิจัยนี้จะพบว่าอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) และงานวิจัยของ Li, Harrill, Uysal, Burnett and Zhan, (2010) ที่ระบุว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจ แต่อาจเป็นเพราะถนนข้าวสารมีลักษณะเฉพาะที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะมามีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันอย่างไร เช่น มีสินค้าและบริการที่หลากหลาย ราคาไม่แพง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับใกล้เคียงกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการในถนนข้าวสารควรพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีกำลังซื้อสูง ชื่นชอบการเรียนรู้วัฒนธรรม และต้องการประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงพัฒนากิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวและใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานหลายชั่วโมง

1.3 ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเพศหญิง เพื่อสร้างความมั่นใจและตอบสนองต่อความกังวลด้านความปลอดภัยที่แตกต่างกันระหว่างเพศ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป



2.1 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่มกับนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

2.2 ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ของกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการท่องเที่ยวและระดับความพึงพอใจ ซึ่งจะช่วยให้สามารถวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในแต่ละพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม

2.3 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน นอกเหนือจากปัจจัยด้านส่วนบุคคล เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา แรงจูงใจ ทัศนคติ และประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2565). สถิตินักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร. Retrieved on 1 April 2024 from https://www.dot.go.th/uploads/ewtadmin/ewt/dot/main/Statistics/2565/Khaosan_Report_Dec2565.pdf
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2562. Retrieved on 1 April 2024 from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=522.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่พักค้างคืนบริเวณถนนข้าวสาร ปี 2562. Retrieved on 1 April 2024 from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=593.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. Retrieved on 1 April 2024 from <https://tourisminvest.tat.or.th/th/home/detail/1335>
- จิราภรณ์ เทพพิทักษ์. (2565). การวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้จ่ายในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 12(1), 175-188.
- ชุดิมา ฤทธิ์เดช, ศิริรัตน์ โกศการิกา และธีรวัชร ศรีสุข. (2566). ความท้าทายในการจัดการการท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 18(1), 65-78
- บุญยสุภรณ์ อาวาส. (2564). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการบริโภคอาหารถนนข้าวสาร. วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ, 5(1), 1-15.



- พรทิพา เกิดสว่าง, ธนพล พรหมมณี และอิษญา ชุ่มชัย. (2564). ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 11(3), 195-206.
- พัชรา ศรีพุ่ม. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(2), 134-148.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2565). การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร. *วารสารวิชาการสถาปัตยกรรม การออกแบบและการวางผังเมือง*, 2(1), 33-48.
- สำนักงานเขตพระนคร. (2565). ถนนข้าวสาร : ย่านการค้าและการท่องเที่ยวยอดนิยม. Retrieved on 1 April 2024 from <http://pranakorn.bangkok.go.th/main.php?filename=khaosan>.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2564). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร. Retrieved on 1 April 2024 from <https://www.mots.go.th/download/TRDip/chinese-tourist-behavior-and-needs-in-bangkok-2564.pdf>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ปี 2562. Retrieved on 1 April 2024 from <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>.
- สุวิมล ผลทวี. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนข้าวสารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(2), 134-148.
- สุวิธญา ใจแจ้ง, ไพฑูรย์ อาชารุ่งโรจน์ และ ธัญลักษณ์ เกตุสิริ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 12(2), 102-116.
- Amir, A.F., Ismail, M.N.I., & See, T.P. (2015). Sustainable tourist environment: Perception of international women travelers on safety and security in Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 123-133.
- Dai, X., & Wang, X. (2020). Factors influencing Chinese tourists' intention to travel to Thailand. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 465-485.
- Goeldner, C.R., & Ritchie, B.J.R. (2012). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. 12th edition, Wiley.
- Hendijani, R.B. (2016). Factors affecting tourist satisfaction. *Proceedings of the 8th International Conference of Asian Society for Precision Engineering and Nanotechnology*, 1-10.



- Hox, J.J., Moerbeek, M., & Van de Schoot, R. (2017). *Multilevel analysis: Techniques and applications*. 3rd edition. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. 14th edition, Pearson Education.
- Lertputtarak, S. (2012). The relationship between destination image, food image, and revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 111-121.
- Li, X., Cheng, C.K., Kim, H., & Petrick, J.F. (2008). A systematic comparison of first-time and repeat visitors via a two-phase online survey. *Tourism Management*, 29(2), 278-293.
- Li, X., Harrill, R., Uysal, M., Burnett, T., & Zhan, X. (2010). Estimating the size of the Chinese outbound travel market: A demand-side approach. *Tourism Management*, 31(2), 250-259.
- Morrison, A.M. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. Routledge.
- Oliver, R.L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. 2nd edition. Routledge.
- Page, S.J., & Connell, J. (Eds.). (2020). *The Routledge handbook of tourism impacts: Theoretical and applied perspectives*. Routledge.
- Reisinger, Y., & Turner, L.W. (2003). *Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis*. Butterworth-Heinemann.
- Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sangkaew, N., & Zhu, H. (2020). Understanding Chinese tourists' experiences at Khaosan Road, Bangkok: An analysis of TripAdvisor reviews. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100702.
- Sangpikul, A. (2019). Examining the impact of travel motivation on tourists' loyalty at a cultural and heritage site: The case of Khao Yai National Park. *e-Review of Tourism Research*, 16(5), 390-408.
- Seetanah, B., Teeroovengadum, V., & Nunkoo, R. S. (2018). Destination satisfaction and revisit intention of tourists: Does the quality of airport services matter?. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44(1), 134-148.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. 2nd edition. Butterworth-Heinemann.





- Taber, K.S. (2018). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273-1296.
- Truong, T H., & King, B. (2009). An evaluation of satisfaction levels among Chinese tourists in Vietnam. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 521-535.
- Wang, C.L., & Leou, C.H. (2020). Assessing the service quality of Thai homestay tourism from Chinese tourists' perspective. *International Journal of Tourism Research*, 22(5), 611-624.
- Wimonpeerapattana, W., Khunon, S., & Pongpeng, J. (2017). Factors influencing Chinese tourists traveling abroad through Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 224-230.
- Wong, I.A., & Wan, Y.K.P. (2013). A systematic approach to scale development in tourist shopping satisfaction: Linking destination attributes and shopping experience. *Journal of Travel Research*, 52(1), 29-41.
- World Tourism Organization. (2021). *Glossary of tourism terms*. Retrieved from: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
- Wu, L., Zhang, J., & Fujiwara, A. (2011). Representing tourists' heterogeneous choices of destination and travel party with an integrated latent class and nested logit model. *Tourism Management*, 32(6), 1407-1413.
- Wu, M.Y., Wall, G., & Pearce, P.L. (2014). Shopping experiences: International tourists in Beijing's Silk Market. *Tourism Management*, 41, 96-106.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. 3rd edition. Harper & Row.
- Yuksel, A., & Yuksel, F. (2001). The expectancy-disconfirmation paradigm: A critique. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(2), 107-131.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. 7th edition. McGraw-Hill Education.
- Zhang, H., & Lai, I.K.W. (2019). An analysis of mainland Chinese tourists' shopping behavior in Bangkok, Thailand. *Journal of China Tourism Research*, 15(3), 321-343.
- Zhang, H., & Peng, X. (2014). An empirical study on the relationship between demographic characteristics and satisfaction of Chinese tourists in Malaysia. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(2), 33-42.





- Zhang, H., Li, X., & Lu, L. (2015). Tourism destination loyalty: Conceptual model and empirical evidence from China. *Journal of China Tourism Research*, 11(3), 291-309.
- Zhang, H., Xu, F., & Li, B. (2016). Exploring the determinants of tourist satisfaction: A case study of Chinese tourists in Xi'an. *Journal of China Tourism Research*, 12(3-4), 374-387.

