

แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

Guidelines for Developing Shopping Tourism for Chinese Tourists in Pattaya

วันที่รับบทความ : 18/06/63

วันที่แก้ไขบทความ : ครั้งที่ 1 10/08/63

ครั้งที่ 2 10/09/63

วันที่ตอบรับ : 29/03/63

วัชรวิชัย วิทยาภรณ์*

Watcharawit Wiyaporn*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพัทยารวมทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้พัทยาเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 30 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นสอดคล้องว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยทั้งในด้าน 1) ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เช่น การเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ความนิยมในการท่องเที่ยว มีความต้องการที่หลากหลาย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้นและมีภาพลักษณ์นักท่องเที่ยวที่ดี 2) ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น การแบ่งปันข้อมูลในโซเชียลเน็ตเวิร์ก การหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาก่อนและเดินทางด้วยตัวเองมากขึ้น 3) ด้านพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอย เช่น นิยมสินค้าที่ไม่มีในจีน ช้อจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ ชอบกิจกรรมส่งเสริมการขายและชอบซื้อของที่ระลึกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และ 4) ด้านสินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ อาหาร สินค้าแฮนด์เมด เสื้อผ้า สินค้าสปาเครื่องสำอาง สำหรับแนวทางที่สำคัญในการพัฒนา

*ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยพะเยา (2561), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำภาควิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

*Ph.D. (Tourism Management) University of Phayao (2018). Currently a Lecturer at Tourism Department, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep.

ศักยภาพทางการท่องเที่ยวได้แก่ 1) การให้ความสำคัญกับการวางนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ 2) การตลาดแบบเฉพาะด้าน 3) การพัฒนาระบบคมนาคมความปลอดภัยและบุคลากร 4) การควบคุมคุณภาพสินค้าและราคาและ 5) การสื่อสารข้อมูลผ่านออนไลน์ ทั้งนี้ผลการวิจัยด้านการท่องเที่ยวนี้สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อต่อยอดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพัทยาและเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวได้

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย นักท่องเที่ยวชาวจีน พัทยา

Abstract

This research aims to study shopping behaviors of Chinese tourists in Pattaya, its problems and obstacles in developing tourism. Also, this research aims to provide guidelines to develop Pattaya as a shopping tourism city for Chinese tourists. Data for this qualitative research was collected by in depth interview with 30 key informants from governances and private sectors. Data was analyzed using content analysis. The result shows that mainland Chinese tourist samples are important to Thai tourism industry in terms of 1) their image (large size of market, tourism popularity, diverse needs, better tourist quality and more positive image of mainland Chinese tourists) 2) their travel behavior (sharing on social network, researching through online media and being independent travelers) 3) shopping behaviors (country-exclusive products, shopping from reliable stores, preference for promotions and purchasing souvenirs on-site) and 4) attractive products (food, handicraft, clothes, spa products and cosmetics). For guideline to develop the potential for tourism, it should 1) prioritize the development of policies and strategies for tourism in the area 2) develop niche markets 3) develop public transportation, safety and staffs 4) control prices and quality of products and 5) communicate through social media. The result from this study serves as a database to develop Pattaya's tourism and increase revenue from tourism.

Keywords : Shopping Tourism, Chinese Tourist, Pattaya

บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization, 2019) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 1.4 พันล้านคน โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ในเอเชียโดยเฉพาะ จีน เกาหลี อินเดีย และอีกหลายประเทศในเอเชียแปซิฟิก เป็นสิ่งที่หลายประเทศทั่วโลก ล้วนตระหนักและให้ความสำคัญมากขึ้นกว่าในอดีตเพราะประเทศในภูมิภาคเอเชียจะ กลายเป็นขุมอำนาจที่สร้างความมั่งคั่งในโลกและก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ภาคการท่องเที่ยวของเอเชียจะมีการเติบโตถึงร้อยละ 6 ต่อปีในช่วงทศวรรษหน้าจาก การจ้างงานใหม่ในภาคการท่องเที่ยวถึง 70 ล้านตำแหน่งเมื่อพิจารณานักท่องเที่ยว กลุ่มคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงและประเทศต่าง ๆ ล้วนตระหนักถึงความสำคัญในปัจจุบันนี้ ก็คือ กลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วยบราซิลรัสเซียอินเดียและจีนเนื่องจากเป็น กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีขนาดของพื้นที่และมีจำนวนประชากรจำนวนมากอีกทั้ง มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว Business Information Center (2019) ดังนั้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสร้างรายได้สูงให้กับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย

โดยในปี พ.ศ. 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 167 ล้านคน ซึ่งสูงเป็นอันดับสองของโลกและมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวจำนวน 257.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่งของโลกและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี WorldTravel & Tourism Council (2019) ในขณะที่ประเทศไทยยังให้ ความสำคัญไปที่นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศด้วยเช่นเดียวกันเนื่องจาก มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากและมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศสูงที่สุด ของโลกอีกทั้งนักท่องเที่ยวจีนมีบทบาทค่อนข้างสูงต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยโดย ในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 10.6 ล้านคน ซึ่ง สูงเป็นอันดับหนึ่งโดยคิดเป็นร้อยละ 27 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทาง มายังประเทศไทยรวมทั้งสร้างรายได้ด้านท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 580 แสนล้านบาท ซึ่งมีอัตราเติบโตคิดเป็นร้อยละ 11.5 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวจีน ปี พ.ศ. 2560 Tat Intelligence Center (2018) นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจีน จะเพิ่มขึ้นแล้วยังมีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกด้วยทั้งนี้คาดว่าเศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้ม ชะลอตัวลงและปัญหาสงครามทางการค้าระหว่างประเทศของจีนจะไม่ส่งผลกระทบต่อจำนวน

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาไทย เนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ขยายตัวด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เติบโตสูงทำให้มีการเคลื่อนย้ายการลงทุนจากจีนในธุรกิจบริการในไทยเพิ่มมากขึ้นซึ่งส่งผลต่อผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจด้วยเช่นกัน

จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยวพบว่า ในปี พ.ศ. 2561 จังหวัดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนและมีสัดส่วนมากที่สุด 41% จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดคือจังหวัดชลบุรี หรือที่รู้จักในนามพัทยา มีจำนวน 3.2 ล้านคน และเติบโตเพิ่มขึ้น 13.2% จากปี พ.ศ. 2560 Tat Intelligence Center (2018) เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและใช้ระยะทางในการเดินทางจากศูนย์กลางของประเทศไม่มากนัก ในขณะที่การวางแผนการวิจัยเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พัทยายังเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกันขนิษฐา กุลขุนทด (Kunhuntrhot, 2014) ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความพึงพอใจมากที่สุดคือด้านสถานที่ท่องเที่ยว ชู จันปิง (Chumping, 2015) เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจุบันมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงในพื้นที่พัทยามีจำนวนไม่มากนักและงานวิจัยดังกล่าวได้ทำการศึกษามานานพอสมควรแล้วในขณะที่พัทยายังถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพดังนั้นจึงควรที่จะทำการวิจัยเพื่อศึกษาพื้นที่พัทยายิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่นำมาซึ่งรายได้ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเพื่อให้ได้ลักษณะข้อมูลที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปและใกล้เคียงความเป็นจริงให้ได้มากที่สุด เช่น การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย (Shopping Tourism) เป็นต้น

ทั้งนี้ประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรมตามความสนใจเฉพาะด้านเริ่มมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อจับจ่ายใช้สอยโดยส่วนหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวก็คือประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยมากมายและหลากหลายที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจำนวนมาก โดยในแต่ละปีค่าใช้จ่ายหมวดจับจ่ายใช้สอยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 27-28 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด Tat Intelligence Center (2018) โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการจับจ่ายใช้สอยถือว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยที่พึ่งพาจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเป็นสำคัญ เช่น พัทยา ในขณะที่พฤติกรรม

การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มที่แตกต่างจากในอดีตไปค่อนข้างมากและเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง การพัฒนารูปแบบของสินค้าและการให้บริการ เป็นต้น ส่งผลทำให้พฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว วัชรวิชัย วิทยาภรณ์ (Wiyaporn, 2019) ทั้งนี้การเข้าใจลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันให้ใกล้เคียงมากที่สุดจะนำไปสู่การวางแผนทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ตรงกับพฤติกรรมอย่างแท้จริงจนนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรอบหลายทศวรรษที่ผ่านมา นั้น รายได้จากการท่องเที่ยวจัดอยู่ในลำดับแรกเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งเสริมสินค้าออกอื่น ๆ ส่วนหนึ่งมีการถูกขับเคลื่อนโดยองค์ความรู้ซึ่งมาจากองค์กรหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งผู้ประกอบการ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐด้านต่าง ๆ ส่วนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการวิจัยและพัฒนาที่เน้นการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้ประเทศกำลังพัฒนาเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเศรษฐกิจบนความรู้ โดยการพัฒนาให้มีศักยภาพสูงและสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมระดับชาติที่มีประสิทธิภาพอันจะช่วยให้ประเทศสามารถแข่งขันทางการท่องเที่ยวกับประเทศอื่น ๆ ได้ ทั้งนี้ความสำเร็จโดยรวมมาจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่ช่วยผลักดันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้เคลื่อนไหวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้งและแสดงบทบาทในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การจ้างงานสร้างอาชีพการกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมไปถึงเป็นการสร้างความมั่นคงและนำไปสู่ความสำเร็จในการยกคุณภาพของประชาชนในท้องถิ่น Wiyaporn (2019)

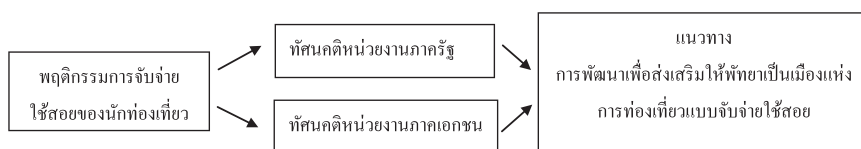
จากข้อมูลทีกล่าวนำข้างต้นนั้นการศึกษาแนวทางในการเมืองพัทยาจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศอย่างมากมายเช่น ชาวจีน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเฉพาะด้าน เช่น การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยที่นำมาซึ่งรายได้ทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่ในอดีตพบว่าไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาด้านนี้โดยตรง ในขณะที่การศึกษาค้นคว้าความรู้จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงเป็นเรื่องที่ควรตระหนักและให้ความสำคัญเช่นเดียวกันเพื่อทำให้เข้าใจและเห็นคุณค่าในทางวิชาการได้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นและช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ทางวิชาการจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรวมทั้งนำไปสู่

องค์ความรู้ใหม่ทางการท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า เนื่องมาจากการวิจัยส่วนใหญ่ในปัจจุบันที่มุ่งเน้นศึกษาวิจัยตรงไปที่นักท่องเที่ยวแต่เพียงด้านเดียวดังนั้นการศึกษาแนวทาง/นโยบายในการพัฒนาพัทยาศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนซึ่งเป็นผู้ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวโดยตรงจึงมีความจำเป็น อีกทั้งเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยาเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นและเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความสำคัญได้ต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยาจากมุมมองของภาครัฐและภาคเอกชน
2. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมให้พัทยาคือเมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันกล่าวได้ว่าทั้งนักวิชาการและนักวิจัยทางด้านการตลาดและการท่องเที่ยวกำลังให้ความสำคัญและศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกันมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากและมีอัตราการเติบโตสูงโดยการศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทำให้ทราบและเข้าใจพฤติกรรมและความพึงพอใจที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวรวมทั้งหาวิธีการหรือ

แนวทางที่จะสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นให้กับนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจได้สูงสุดและทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำจนนำมาสู่ตัวเลขรายได้ทางการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นและการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้งนี้แนวทางการศึกษาดังกล่าวมีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย (Shopping Tourism)

กล่าวว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยหรือ Shopping Tourism ได้กลายเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญของรัฐบาลประเทศต่าง ๆ ใช้เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและได้รับการพิสูจน์แล้วว่า สามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้จริง จากหลายประเทศที่นำไปใช้ทั้งในยุโรปและเอเชีย เช่น ฮองกง สิงคโปร์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่เว้นแต่ประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ดังเช่น สาธารณรัฐประชาชนจีนและญี่ปุ่นต่างก็ใช้นโยบายดังกล่าวในการเปิดเสรีร้านค้าปลอดอากร โดยเฉพาะการเพิ่มจำนวนร้านค้าปลอดอากรในเมืองให้มากขึ้นจุดบริการส่งมอบสินค้า (Pick-up Counter) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบตามกฎหมายที่ต้องปฏิบัติ

งานวิจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behaviors)

จากการศึกษางานวิจัยในด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีข้อค้นพบและสามารถสรุปประเด็นที่ว่าปัจจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและรายได้ทางการท่องเที่ยว นัฐพร เกิดกลาง ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์ และ พิสมัย จารุจิตติพันธ์ (Kirtklang, Permpoonwiwat and Jarujittiphan, 2011) พบว่า รายได้ต่อเดือนแหล่งท่องเที่ยวประเภทช้อปปิ้ง สถานที่พักค้างคืนประเภทโรงแรมรูปแบบพาหนะประเภทเครื่องบินมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวส่งผลทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในขณะที่ นา ชาวเฉิน (Shaochen, 2017) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย ทั้งนี้การศึกษายปัจจัยด้านพฤติกรรมจากนักท่องเที่ยวนั้นจะนำไปสู่แนวทางพื้นฐานในการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ในลำดับต่อไป

งานวิจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction)

จากข้อค้นพบในงานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่ามีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก โดย Kunhunthot(2014) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ซู ไชวยาหยิง (Zhouyaying, 2017) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้

ต่อเนื่องและระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ในขณะที่ ชู จันปิง (Chunping, 2015) พบว่า ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้พึงพอใจมากที่สุดที่เกี่ยวข้องกับด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ความสะอาด สภาพอากาศและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวมีจุดสนใจที่หลากหลาย เป็นต้น อีกทั้ง อินทร์ธัญญา เอกชนวัฒน์ (Ekthanavath, 2015) พบว่า ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินรวมทั้งระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะ

ในการศึกษาที่ผ่านมาด้านนักท่องเที่ยวจีนในประเทศของ เลิศพร ภาระสกุล (Parasakul, 2015) นั้นมีข้อค้นพบเพิ่มเติมที่ว่าแรงจูงใจหรือความต้องการที่แท้จริงและสำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยคือการแสดงออกถึงความสำเร็จให้คนอื่นได้รู้ว่าได้เดินทางไปต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์เนื่องจากโอกาสที่จะได้เดินทางไปต่างประเทศเป็นสิ่งที่เป็นไปได้สำหรับชาวจีนกลุ่มเล็ก ๆ ดังนั้น นักเดินทางชาวจีนจึงต้องการแสดงออกถึงความสำเร็จของการเดินทางโดยการรอดให้คนในสังคมทั้งครอบครัวและเพื่อนฝูงได้เห็นด้วยการแบ่งปันประสบการณ์ทางออนไลน์ และโดยการซื้อของที่ระลึกมาฝากคนใกล้ชิดโดยการซื้อสินค้าหัตถกรรม สินค้าท้องถิ่น จึงเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นข้อค้นพบเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั่นเอง

วิธีการวิจัย

การออกแบบวิจัย คือการบรรยายข้อมูลผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยามีดังนี้

ด้านเนื้อหา คือ เน้นศึกษาความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีน พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน สินค้าที่ดึงดูดทางการท่องเที่ยวรวมทั้งศึกษาความคิดเห็นในบทบาทของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล คือ มีการลอคอคติของนักวิจัยในกระบวนการเก็บข้อมูล โดยการประยุกต์รูปแบบของ Data Triangulation ที่มาช่วยในการเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ มาเปรียบเทียบ

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และมีการกำหนดหัวข้อในการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. ทศนคติด้านการทำงานของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. การจัดการและการวางแผนการทำงานในปัจจุบันของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแบบการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน
3. ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวตัวไหนของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่คิดว่ามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเพื่อใช้จ่ายใช้สอย
4. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบการใช้จ่ายใช้สอยเครื่องมือวิจัยคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มีการระบุข้อความที่แน่นอนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ชัดเจนและตรงประเด็นมากที่สุด

ประชากรคือ หน่วยงานหรือบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวแบบใช้จ่ายใช้สอยโดยตรงในพื้นที่พหุทางทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากภาครัฐจะเป็นตัวแทนในด้านที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการวางแผนด้านการท่องเที่ยวในขณะที่ภาคเอกชนจะเป็นตัวแทนในด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยทั้ง 2 ภาคส่วนยังเป็นผู้ที่สัมผัสใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวโดยตรงและส่งเสริมการดำเนินงานแบบบูรณาการระหว่างกัน

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนรวมทั้งสิ้น 30 ราย แบ่งเป็น หน่วยงานจากภาครัฐ จำนวน 15 ราย และหน่วยงานจากภาคเอกชน จำนวน 15 ราย

เกณฑ์การคัดเลือก คือ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและวางแผนทางด้านการท่องเที่ยวแบบใช้จ่ายใช้สอยในพหุทางโดยตรง ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานภาครัฐ เช่น นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวหรือนักวิชาการด้านการตลาด จำนวน 5 ราย หอการค้าไทย-จีน จำนวน 5 ราย ฝ่ายนโยบายการตลาดของกระทรวงการท่องเที่ยวหรือผู้บริหารฝ่ายการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 5 ราย หน่วยงานภาคเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว (ทัวร์) จำนวน 5 ราย ร้านสินค้าโอท็อป ร้านขายของที่ระลึก จำนวน 5 ราย ผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร เช่น คิงพาวเวอร์ จำนวน 5 ราย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต่างเห็นพ้องต้องกันว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของพม่าเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ และเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น มีพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยในพมามากขึ้น นิยมซื้อสินค้าที่แปลกใหม่ที่ไม่มีในจีนหรือสินค้าที่เป็นของที่ระลึก ชอบรายการส่งเสริมการขาย ชื้อจากแหล่งที่น่าเชื่อถือรวมทั้งหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อ สำหรับสินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ อาหารในท้องถิ่น สินค้าหัตถกรรม เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นต้น ในขณะที่การพัฒนาศักยภาพในการทำธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่ง การพัฒนาทักษะการสื่อสารแก่พนักงาน เน้นทำการตลาดเฉพาะกลุ่มและส่งเสริมการท่องเที่ยวซ้ำให้มากขึ้น สำหรับบทบาทภาครัฐในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น การควบคุมคุณภาพสินค้า ราคาและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากร ระบบคมนาคมและเทคโนโลยีสารสนเทศรวมทั้งการส่งเสริมการทำวิจัย การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืนให้มากขึ้น สำหรับบทบาทภาคเอกชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาคเอกชนกับภาครัฐ การพัฒนาทักษะการให้บริการของบุคลากร การรักษาดุลยภาพนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพรวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่มีความน่าสนใจและสามารถอภิปรายผลที่สำคัญแบ่งออกได้เป็นจำนวน 6 หัวข้อตามวัตถุประสงค์ในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพม่า

1. ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของพม่า จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่าประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นสอดคล้องกันมากที่สุด คือ ชาวจีนเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่และปัจจุบันนิยมมาท่องเที่ยวในพมามากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างภาครัฐได้ให้ความคิดเห็นต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ว่าสามารถนำมาซึ่งรายได้เข้าสู่พม่าจำนวนมาก มีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งพม่าสามารถตอบสนองความต้องการได้ในระดับหนึ่ง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนแสดงความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพซึ่งมีการใช้จ่ายสูง โดยปัจจุบันพบว่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่าชาวจีนนิยมลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ในพม่าจำนวนมาก นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้พม่าแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่อื่นคือ มีการวางแผนใช้ชีวิตหลังเกษียณในพม่า

อีกด้วยเนื่องจากภาพลักษณ์ทางด้านคุณภาพด้านการท่องเที่ยวของเมืองไทยรวมถึงพหุวัฒนธรรมที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวจีนดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐของหอการค้าไทย-จีน ระบุไว้ว่า “ชาวจีนมองว่าของไทยดี มีคุณภาพ เวลามาเที่ยวจึงมีการซื้อกลับไปเยอะ บ้างก็มาใช้บริการในไทย เช่น ด้านการแพทย์หรือความงามต่าง ๆ ”

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวจีนในพหุวัฒนธรรมอย่างภาครัฐได้ให้ความเห็นด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำแนกออกเป็นสองกลุ่มอย่างชัดเจนคือ นักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวระดับบนที่มีรายได้สูงนักท่องเที่ยวยังมีพฤติกรรมออกท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ในขณะที่ยังกลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนแสดงความคิดเห็นที่ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ในโซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อให้เพื่อนในสังคมออนไลน์ได้รับรู้หรือเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับเพื่อนในสังคมออนไลน์นิยมที่จะบันทึกประสบการณ์การท่องเที่ยวลงในเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และศึกษาหาข้อมูลจากประสบการณ์ของตนเอง นิยมหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์มาก่อนก่อนที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวหรือใช้จ่ายใช้สอยในประเทศไทย ดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนของบริษัทนำเที่ยว (ทัวร์) ระบุไว้ว่า “นักท่องเที่ยวจีนชอบ review ข้อมูลการท่องเที่ยวของตัวเองลงเว็บไซต์เพื่อให้คนอื่นรับรู้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ข้อมูลที่พัก วิธีการเดินทาง ค่าใช้จ่าย หรือร้านอาหารต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อเป็นคู่มือการท่องเที่ยวให้กับผู้อื่น”

3. การใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนผลการสัมภาษณ์ในด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นสอดคล้องกันทั้ง 2 กลุ่มที่ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ นักท่องเที่ยวนิยมมาใช้จ่ายใช้สอยในพหุวัฒนธรรมเนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีค่าครองชีพต่ำ การเดินทางสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ว่า คนจีนนิยมซื้อสินค้าที่แปลกใหม่ น่าสนใจและไม่มีจำหน่ายที่เมืองจีน นิยมซื้อสินค้าจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ ปัจจุบันนิยมศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ ชอบซื้อสินค้าที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและนิยมซื้อของที่ระลึกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนของผู้ประกอบการระบุไว้ว่า “ชาวจีนชอบซื้อสินค้าของที่ระลึกจากที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นแลนด์มาร์คและชอบซื้อสินค้าของฝากหรือที่ร้านปลอดภาษีและห้างสรรพสินค้าเอาไปเป็นของฝากหรือเก็บไว้เอง”

4. สินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มได้ให้ความเห็นสอดคล้องตรงกันว่าสินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด คือ ของกิน อาหารหรือขนมที่มี

จำหน่ายในท้องถิ่น เช่น อาหารทะเล ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้พัทยามีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่อื่น ๆ สินค้าที่ผลิตและจำหน่ายเฉพาะในประเทศไทยอย่างเดียวนั้น เช่น สินค้าประเภทงานฝีมือหัตถกรรมและสินค้าของตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์และผลิตในประเทศไทย เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายแบรนด์ที่ผลิตในประเทศไทย เครื่องสำอางทั้งที่เป็นแบรนด์ระดับโลก และแบรนด์ในประเทศไทยเนื่องจากเป็นสินค้าที่คุ้มค่ามีคุณภาพ ใช้ได้ ราคาไม่แพงและขายถูกกว่าที่ประเทศจีนสินค้าสปาเครื่องประดับที่มีค่า เครื่องหนังและกระเป๋า ของใช้ในชีวิตประจำวันต่าง ๆ ไม่มีจำหน่ายในประเทศของตนเอง สมุนไพรหรือยาที่เป็นแบรนด์ไทยเนื่องจากมีความปลอดภัย ไม่แพง ใช้ได้ และพกพาได้สะดวก เช่น ยาหม่อง ยาหม่อง ผลไม้ เช่น ทุเรียน มะม่วง เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ว่าสินค้าที่มีสัญลักษณ์ “Made in Pattaya” ก็เป็นสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เกิดพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนของร้านขายของที่ระลึกระบุไว้ว่า “คนจีนชอบสินค้าที่มีสัญลักษณ์ “Made in Thailand” หรือ สินค้าที่แสดงถึงความเป็นไทย รวมทั้ง ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการซื้อ โดยใช้ Search engine คำว่ามีเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น”

ด้านปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพัทยา

การเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงจับจ่ายใช้สอยกับนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่าง ได้ให้ความเห็นพ้องต้องกันว่าการเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงจับจ่ายใช้สอยกับนักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถทำได้โดยการเน้นเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) การพัฒนาเชื่อมโยงระบบคมนาคมขนส่งเพื่อให้ความเชื่อมโยงของระบบขนส่งมวลชนในหลายๆ รูปแบบ โดยกลุ่มตัวอย่างภาครัฐได้ให้ความเห็นต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในด้านการส่งเสริมการกลับมาซื้อซ้ำหรือท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit) การสื่อสารภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มากขึ้นเป็นสิ่งที่จำเป็นขั้นพื้นฐานที่สำคัญโดยใช้ทั้งคนและสื่อต่างๆ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐของฝ่ายการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุไว้ว่า “ควรพัฒนาเรื่องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น มีพนักงานที่สามารถสื่อสารอังกฤษได้ ภาษาจีนได้ หรือมีป้ายบอกทางหรือแสดงรายละเอียดของสินค้าเป็นภาษาจีน”

ด้านแนวทางในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้พัทยากลายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

1. บทบาทภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นพ้องต้องกันที่ว่าหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการควบคุมมาตรฐานคุณภาพสินค้าโดยเฉพาะของสดหรือของกิน

ต่าง ๆ การควบคุมราคาให้สินค้าให้มีความเหมาะสม การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น และแก้ปัญหาหนี้โดยสาธารณะที่ไม่ได้มาตรฐาน การจัดระเบียบและคุมเข้มด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบเพื่อความยั่งยืนมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างภาคเอกชนแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมที่ว่า ให้ภาครัฐทำการส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ส่งเสริมการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและให้ความสำคัญกับการวิจัยและการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนของผู้บริหารระบุไว้ว่า “ภาครัฐควรมีนโยบายในการพัฒนาสินค้าและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สอดคล้องกับแนวโน้มในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโลก ที่แบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ตามพฤติกรรมและลักษณะของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยอาศัยข้อมูลจากผลการวิจัยต่าง ๆ ”

2. บทบาทภาคเอกชน กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นพ้องต้องกันว่าภาคเอกชนควรดำเนินการหรือมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตอาสาได้แก่ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกันในด้านต่าง ๆ ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในประเด็นด้านปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สินและสุขภาพอนามัยของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ใช้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นจุดขายมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างภาครัฐแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมให้ภาคเอกชนมีการพัฒนาทักษะการให้บริการของบุคลากรทั้งทักษะการใช้ภาษาจีนและอังกฤษและให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการเพื่อรักษาดูแลนักท่องเที่ยวคุณภาพและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น การจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์ต่างๆ การบริการจองที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้นดังที่ผู้ให้ข้อมูลภาครัฐของนักวิชาการด้านการตลาดระบุไว้ว่า “ผู้ประกอบการต้องรู้จักใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น การทำการตลาดผ่าน Social media & Social network ในจีน โดยใช้ www.youku.com หรือ www.tudou.com แทน youtube ใช้ www.weibo.com แทน facebook และใช้ WeChat แทน Line บน Smart Mobile Application รวมทั้งทำการตลาดผ่าน Mobile Application เพื่อการท่องเที่ยวบนตลาด Application ของจีน”

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาครั้งนี้สามารถสังเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพืชนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันนิยมแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ หรือบันทึกประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น เนื่องมาจากการเติบโตของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันที่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ข้อมูล การค้นหาข้อมูลและการติดต่อสื่อสารด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นไปอย่างง่ายดาย โดยพฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasakul (2015) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการแบ่งปันประสบการณ์ทางออนไลน์เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความสำเร็จให้คนในสังคมทั้งครอบครัวและเพื่อนฝูงได้เห็นนั้นเป็นลักษณะพฤติกรรมที่สำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันสำหรับเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยที่พืชนักท่องเที่ยวคือ ค่าครองชีพต่ำกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลอื่น ๆ ของไทย มีการเดินทางที่สะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน คนจีนนิยมซื้อสินค้าแปลกใหม่ น่าสนใจและไม่มีจำหน่ายในจีน นิยมซื้อสินค้าจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ ปัจจุบันนิยมศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ ชอบซื้อสินค้าที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและนักท่องเที่ยวจีนนิยมซื้อของที่ระลึกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยจากผลการศึกษาอาจกล่าวได้ว่า คุณภาพของสินค้าที่ดี เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบและมีการจับจ่ายใช้สอยเกิดขึ้น ซึ่งสินค้าที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจนั้นผู้ผลิตต้องพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมายต้องเป็นสินค้ามีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สำหรับการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพืชนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยมากที่สุด คือ ของกิน อาหารหรือขนมที่มีจำหน่ายในท้องถิ่นสินค้าประเภทงานฝีมือ/หัตถกรรม สินค้าของตกแต่งบ้านที่มีเอกลักษณ์ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกายแบรนด์ที่ผลิตในประเทศไทย เครื่องสำอางแบรนด์ระดับโลกและแบรนด์ในประเทศไทย สินค้าสปาเครื่องประดับที่มีค่า เครื่องหนัง กระเป๋า ของใช้ในชีวิตประจำวันต่าง ๆ ไม่มีจำหน่ายในประเทศของตน สมุนไพรหรือยาที่เป็นแบรนด์ไทย ผลไม้ที่ขึ้นชื่อของประเทศไทยรวมถึงสินค้าที่มีสัญลักษณ์ “Made in Pattaya” สำหรับสถานที่จับจ่ายใช้สอยที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้าทอมินอด 21 เซ็นทรัลพลาซ่า รonglong มาคือ ห้างค้าปลีก เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี แม็คโคร ร้านสินค้าปลอดภาษี ดิวตี้ฟรี ลิงพาเวอร์ และวอล์กเกอร์สตรีท ตลาดนัดท้องถิ่นอื่น ๆ ตามลำดับ

ซึ่งสอดคล้องกับที่นิตยสารท่องเที่ยว Lonelyplanet (2015) ได้แนะนำแหล่งช้อปปิ้งที่มีความหลากหลายในกรุงเทพมหานครที่สามารถตอบโจทย์การช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในพัทยายังมีความต้องการที่หลากหลาย เช่น นิยมซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและของที่ระลึกตามสถานที่ต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าที่แปลกใหม่/หายากในจีน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีความหลากหลายทั้งเที่ยวแบบประหยัดและจ่ายเต็มที่ โดยสินค้าที่ซื้อมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น อายุ รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว และมีปัจจัยที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะปัจจัยด้านความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล อย่างไรก็ตามจากข้อมูลด้านพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้นอาจจะพิจารณาในแง่ของการเน้นเจาะตลาดในกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) เช่น กลุ่มผู้หญิงที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง การพัฒนาเชื่อมโยงระบบคมนาคมขนส่ง การส่งเสริมการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำรวมถึงการเพิ่มการสื่อสารภาษาจีนให้มากขึ้นเพื่อนำมาช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้ในประเด็นของลักษณะสินค้าของพัทยาส่งเสริมความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น กรุงเทพมหานคร คือด้านอาหารท้องถิ่นที่มาจากทะเลที่เป็นสินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เนื่องจากพัทยามีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่คิดหะเลรวมทั้งคุณภาพของอาหารทะเลไทยมีชื่อเสียงที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกทั้งสินค้าที่ระบุสัญลักษณ์ “Made in Pattaya” ก็เป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าที่มีอยู่ในพัทยาส่งเสริมความแตกต่างที่โดดเด่นจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมทั้งช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ เช่น เสื้อผ้า สินค้าอุปโภค บริโภค เป็นต้น

2. แนวทางในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้พัทยากลายเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยการยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การให้ความสำคัญกับการวิจัยและนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการให้ความสำคัญในการรักษาคูณนักท่องเที่ยวคุณภาพ การส่งเสริมภาคเอกชนในการพัฒนาบุคลากร รวมทั้งการพัฒนาทักษะความสามารถของบุคลากรด้านภาษาถือเป็นเรื่องสำคัญเช่นกัน โดยคนไทยส่วนใหญ่ไม่สามารถพูดภาษาจีนหรืออังกฤษได้ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการติดต่อสื่อสารทั้งนี้พัทยากลายเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ดังนั้นการให้ความสำคัญในทักษะด้านภาษา

ของบุคลากรก็เป็นเรื่องที่สำคัญที่ควรมีการพัฒนาเพื่อที่จะสามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้จนทำให้ขีดความสามารถในการให้บริการของบุคลากรในพื้ชยกับนักท่องเที่ยวจีนมีความแตกต่างที่โดดเด่นจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ เช่น กรุงเทพมหานครซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wiyaporn (2019) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวพื้ชยด้านบุคลากรที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาได้ เช่น ภาษาจีน/อังกฤษ ได้นั้นเป็นประเด็นที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคาดหวังและความพึงพอใจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยมีรายละเอียดสรุป ดังต่อไปนี้

1. ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการวางแผนนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองพัทยาย่างจริงจัง โดยให้การสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านการจัดสรรงบประมาณและกำหนดมาตรการเพื่อการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานและควรมีมาตรการผลักดัน ขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลเพื่อให้มีการดำเนินงานตามแผนดังกล่าวอย่างจริงจัง จากข้อมูลเชิงลึกพบว่ามีหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ได้มีการจัดทำแผนการพัฒนาพัทยามาอย่างต่อเนื่องและหลากหลายฉบับแต่ยังไม่มีการขับเคลื่อนให้มีการดำเนินงานอย่างจริงจังแบบบูรณาการและเป็นรูปธรรมเท่าที่ควร เช่น การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยในพัทยายเป็นต้นซึ่งสอดคล้องกับ Chunping (2015) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้พึงพอใจมากที่สุดที่เกี่ยวข้องกับด้านสถานที่ท่องเที่ยว คือ ความสะอาด สภาพอากาศและบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวมีจุดสนใจที่หลากหลาย เป็นต้น โดยถือว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวและควรขับเคลื่อนโดยองค์กรภาครัฐ

2. การจัดทำแผนการพัฒนากระบบการคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ในพื้นที่เมืองพัทยายให้มีการดำเนินการตามแผนดังกล่าวอย่างจริงจัง เพื่อแก้ไขปัญหากระบบการขนส่งสาธารณะที่ยังเป็นปัญหาอยู่และการพัฒนาระบบขนส่งในพื้นที่ให้มีความเชื่อมโยงเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว จากข้อมูลเชิงลึกพบว่าปัญหารถโดยสารสาธารณะที่เสื่อมสภาพและไม่เพียงพอต่อการให้บริการเป็นปัญหาหลักที่สำคัญในระบบการคมนาคมขนส่งในพัทยาดังนั้นการพัฒนากระบบขนส่งมวลชนให้มีความเชื่อมโยง

ระหว่างกัน เช่น สนามบิน แหล่งท่องเที่ยว ตัวเมืองและแหล่งจับจ่ายใช้สอยต่าง ๆ ในพัทยา จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้สะดวกและพึงพอใจมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับ Ekthanavath (2015) ที่กล่าวว่า ควรมีการพัฒนาในด้านนี้เนื่องจากความพึงพอใจที่อยู่ในระดับน้อยของนักท่องเที่ยว คือด้านระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะ

3. การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่เมืองพัทยาจากข้อมูลเชิงลึกในด้านความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวในพัทยานั้นมาพร้อมกับการเติบโตของการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องยาวนานในเมืองพัทยานั้นเองก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติในท้องทะเล พื้นที่ชายหาด และพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ดังนั้นภาครัฐควรให้ความสำคัญกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรูปแบบต่าง ๆ โดยการกำหนดแผนการพัฒนาและกำหนดมาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยโดยไม่ใช้ถุงพลาสติกเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมในพัทยา ซึ่งสอดคล้องกับ Murphy & Price, (2005) และ Lisa, Hsing & Kimberly, (2012) ที่กล่าวว่า 4 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน

4. การกำหนดยุทธศาสตร์ แผนงานและมาตรการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละด้านแบบตลาดเฉพาะจากข้อมูลเชิงลึกพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพที่โดดเด่นในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายใช้สอยแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market Tourism) มากมายหลากหลายด้าน เช่น การท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและธรรมชาติ เป็นต้น ดังนั้นการกำหนดให้มีหน่วยงานที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวทั้งในภาพรวมและหน่วยงานสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวโดยเฉพาะ อีกทั้งควรมีหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกระจายตัวในทุกชุมชนของพื้นที่เมืองพัทยาเพื่อทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่มีประสิทธิภาพและบูรณาการความร่วมมือร่วมกันมากยิ่งขึ้น

5. ควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ และนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากที่สุด เนื่องจากที่ผ่านมาภาครัฐให้ความสำคัญกับการวิจัยน้อยมาก ดังจะเห็นได้จากข้อมูลเชิงลึกงบประมาณด้านการวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศทั่วโลกทั้งยังไม่มีการนำความรู้จากผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เท่าที่ควรทั้งที่ข้อค้นพบและองค์ความรู้จาก

ผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวจำนวนมากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี เช่น องค์ความรู้เกี่ยวกับความชอบ ความพึงพอใจ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้เป็นอย่างดีและสามารถนำมาต่อยอดและประยุกต์ใช้ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยหรือด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาได้

6. ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการเผยแพร่หรือสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของประเทศไปยังแหล่งข้อมูลออนไลน์ให้มากที่สุดจากข้อมูลเชิงลึกพบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ การแสดงออกถึงความสำเร็จให้คนอื่นได้รู้ว่าตนได้เดินทางไปต่างประเทศผ่านช่องทางออนไลน์และการซื้อสินค้าของที่ระลึกไปฝากคนใกล้ชิด ดังนั้นการใช้ประโยชน์จากการเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารตามนโยบาย Thailand 4.0 เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในการสื่อสารและแบ่งปันประสบการณ์อย่างไว้ใจจำกัดด้านพรมแดนจึงเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายควรตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเช่น การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยารวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้สืบค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจหรือก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยานั้นเอง

References

- Business Information Center.(2019). **BRICS**. Retrieved December 1, 2019, from <http://www.thaibiz.net/th/news/detail.php>
- Chunping,Z.(2015).**Chinese tourist-behaviour and satisfaction with their visit to pattaya, Chonburi province**. Faculty of Liberal Arts,North Bangkok University. (in Thai)
- Ekthabavath, I. (2015). **Expectation and perception of Chinese tourists towards destination attributes:case study of Pattaya city**. Master of Business Administration. Burapa university. (in Thai)
- Goeldner, C. R., Ritchi, J. R. B. & McIntosh, R. W., (2000). **Tourism: principle, practices, and philosophies**. New York : John Wiley & Sons.
- Kirtklang, N., Permpoonwiwat, P., & Jarujittiphan, P. (2011).Tourism behavior of Thai visitors in Bangkokmetropolitan. **Journal of Behavioral Science for Development**. 2(1),78-87. (in Thai)
- Kunhunthot, K. (2014). **Chinese tourists satisfaction towards Pattaya city, Chonburi province**. Retrieved December 1, 2019, fromhttp://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55921073.pdf (in Thai)
- Lisa, M. A., Hsing, I. W. & Kimberly, L. (2012). An Empirical Assessment of Residents' Attitudes for Sustainable Tourism Development: A Case Study of O'ahu, Hawai'I. **Journal of Sustainability and Green Business**. 1 - 27.
- Lonelyplanet. (2015). **Shopping**. Retrieved December 1, 2019, fromwww.lonelyplanet.com/thailand/shopping
- Murphy, P. & Price, G. (2005). **Tourism and sustainable development**. Burlington, MA : Butterworth-Heinemann.
- Parasakul, L. (2015). **The Motivations and the attitudes affecting the satisfaction level of Chinese tourists' visiting Thailand**. Retrieved December 1, 2019, from <https://www.dpu.ac.th/> (in Thai)
- Posttoday. (2016). **Shopping tourism**. Retrieved December 1, 2019, from <https://www.posttoday.com/economy/news/422935> (in Thai)

- Shaochen,N.(2017). Factors affecting Chinese tourists' behavior in Pattaya Chonburi province. **The Journal of Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok**. 13(3). 52-61. (in Thai)
- Tat Intelligence Center. (2018). **Tourist statistic: tourism authority of Thailand (TATIC)**. Retrieved December 1, 2019, from www.tourismthailand.org/TATIC (in Thai)
- United Nations World Tourism Organization. (2019). **International tourist arrivals**. Retrieved December 1, 2019, from <http://media.unwto.org/press-release>
- Wiyaporn,W.(2019). **Guildlines for development Pattaya to sustainable shopping tourism city of mainland Chinese tourists**. Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep (in Thai)
- WorldTravel & Tourism Council. (2019). **Travel & tourism economic impact 2019 world**. Retrieved April 18, 2019, from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research>
- Zhouyaying, W. (2017). **The behavior and satisfaction of Chinese tourist towards Pattaya city Chonburi province**. Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University. (in Thai)