

ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร Attitude and Behavior toward Chinese Tourists in Bangkok Metropolitan

ชนิชา หมอยาดี¹ ชุตีระ ระบอบ²

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ประชากร ได้แก่ ผู้ให้บริการโรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 384 ราย สถิติที่ใช้ สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบสมมติฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย ด้านพฤติกรรม คือ ไม่มีระเบียบและมักสร้างความรำคาญให้บุคคลอื่น แนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสม คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้วัฒนธรรมไทยให้กับนักท่องเที่ยวเผยแพร่ ผลการทดสอบสมมติฐานคุณลักษณะผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่างกันมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการเรียนรู้และพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : โซ่อุปทาน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน

Abstract

This research aimed to study the attitude and behavior toward Chinese tourists in Bangkok Metropolitan and analyze the appropriate behavior of Chinese tourists in Bangkok Metropolitan. The research tools were questionnaire and interview of the hotels, restaurants and tour guides in Bangkok Metropolitan. 384 samples were selected by using purposive technique. Both quantitative and qualitative data were analyzed by using descriptive statistics, hypotheses testing and contents analysis. The research results revealed that Chinese's attitude was lack of knowledge and understanding in Thai custom, no discipline for behavior and annoying people. The appropriate behavior guidelines are giving Thai culture understanding guidebook. The hypothesis testing found that there was no difference in attitude toward attitude and behavior of Chinese tourists.

Keywords: Service Provider in Tourists Industry, Attitude and Behavior of Tourists, Chinese Tourists

¹ สาขาวิทยาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail : Chanicha.mo@ssru.ac.th

² สาขาวิทยาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

E-mail : chutira99@hotmail.com

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน สังคม ของประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่ละประเทศกำหนดนโยบายและแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดใหม่จำนวนหลายแห่ง รวมทั้งมีการจำแนกลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อนักกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสันทนาการ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ถูกนำมาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศ จากรายงานวิสัยทัศน์กับการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไปหากพิจารณาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวกับคุณภาพของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ใช่สาระเดียวของการแข่งขันเท่านั้น “คุณภาพของนักท่องเที่ยว” เป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งกว่า สำหรับการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (ศศิธร เจตนาพันธ์, 2558) จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาระบุว่า ในปีพ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 38.27 ล้านคนขยายตัวร้อยละ 7.54 ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด จำนวน 10.54 ล้านคนขยายตัวร้อยละ 3.86 มีรายได้รวมทั้งสิ้นคิดเป็นมูลค่า 2.00 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.43 มีสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศร้อยละ 18.8 (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีการพัฒนาความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่มีการเปิดประเทศและเข้าสู่การเป็น

สมาชิกองค์การการค้าโลก ส่งผลให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ชาวจีนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นจึงเกิดการหลั่งไหลของชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ ชาวจีนส่วนใหญ่จะมีความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ก็ได้นำเอาลักษณะนิสัยหรือความประพฤติที่เคยชินแสดงออกมา อาจเป็นสิ่งตรงกันข้ามกับขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของประเทศเจ้าบ้าน (ศรีสุดา วณิกโยธศักดิ์, 2558) ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดี นำไปสู่การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

1.2.2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1. ขอบเขตด้านการศึกษา ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

1.3.2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาเฉพาะพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด

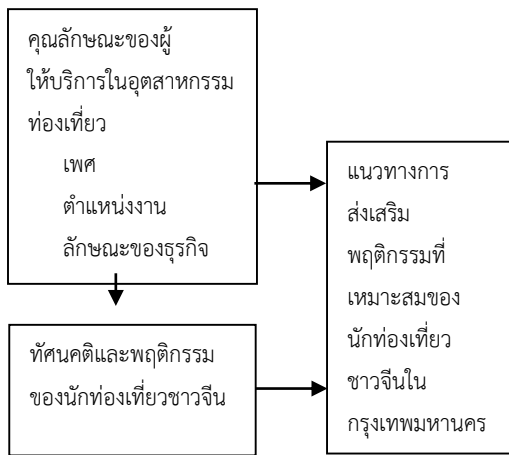
1.4 สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะของผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (เพศ ตำแหน่งงาน ลักษณะธุรกิจ) ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการเรียนรู้ ด้านพฤติกรรมและแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



$$n = \frac{p(1-p)(z^2)}{e^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจาก

ประชากรทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.5

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการ

สุ่มตัวอย่างมีค่า 0.5

Z = ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ

1.96

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.5)(0.5)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 384 \end{aligned}$$

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมจำนวน 25,765 แห่ง (ข้อมูลธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว พ.ศ. 2560)

กลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน ผู้ประกอบการ (ราย)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง (ราย)
ธุรกิจโรงแรมและที่พัก	11,400	170
ธุรกิจภัตตาคารและ ร้านอาหาร	7,870	117
ธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์	6,495	97
รวม	25,765	384

ผู้วิจัยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane (ฮานินท์ คิลป์จารุ. 2548 : 48) ดังนี้

ผู้วิจัยได้ตัวอย่างจำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาใช้บริการจำนวนมากหรือที่เน้นนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นหลักในกรุงเทพมหานคร

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนหนึ่ง ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่สอง ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะจำนวน 25 ข้อ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) เป็นคำถามระดับความคิดเห็นมี 5 ระดับ (5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็น

ด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด) ส่วนที่สาม ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร และข้อเสนอแนะ จำนวน 10 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

1. การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) นำเสนอเครื่องมือวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) พบว่า มีค่าเท่ากับ .919 หมายความว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยคำสัมภาษณ์ ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ปัจจัยหรือสาเหตุการเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และแนวทางหรือวิธีที่สามารถปรับปรุงส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว ชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

2.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ การหาค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน สถิติที่ใช้ได้แก่ การหาค่า แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.3.3 ข้อมูลแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม t-test และ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติไคสแควร์ สถิติที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานโดยการหาค่าสถิติทดสอบ (t-test) เพื่อทดสอบตัวแปรสองกลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

แบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหารหรือตัวแทนสถานประกอบการผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 15 คน โดยวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ (Content Analysis)

3. สรุปผลการวิจัย

การแปลความหมายและสรุปผล

ผู้วิจัยได้แปลความหมายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยพรรณนาคุณลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้น สรุปผลการศึกษาเพื่อตรวจสอบสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน (ร้อยละ 61.5) เพศชายจำนวน 148 คน (ร้อยละ 38.5) อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 180 คน (ร้อยละ 46.8) อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.1) มีตำแหน่งผู้บริหาร/ผู้จัดการ มากที่สุดจำนวน 212 คน (ร้อยละ 55.2) รองลงมาเป็นพนักงานจำนวน 69 คน (ร้อยละ 17.9) ส่วนใหญ่มีระยะเวลาปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบัน 4-5 ปี จำนวน 133 คน (ร้อยละ 34.6) ธุรกิจโรงแรมและที่พักมากที่สุดจำนวน 170 คน (ร้อยละ 44.2) ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารจำนวน 117 คน (ร้อยละ 30.4) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน 97 คน (ร้อยละ 25.2) ส่วนใหญ่อยู่ในธุรกิจบริการจำนวน 293 คน (ร้อยละ 76.3) รองลงมาคือ ธุรกิจการขายจำนวน 54 คน (ร้อยละ 14.1) มีรูปแบบธุรกิจในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียวมากที่สุดจำนวน 80 คน (ร้อยละ 46.8) รองลงมาคือ บริษัทจำกัดจำนวน 86 คน (ร้อยละ 22.3) มีพนักงานระหว่าง 5-10 คนมากที่สุดจำนวน 125 คน (ร้อยละ 32.6) รองลงมาจำนวน 11-20 คน 75 คน (ร้อยละ 19.5) เงินลงทุน 500,001-1 ล้านบาทจำนวน 120 คน (ร้อยละ 31.1)

รองลงมา ระหว่าง 1-5 ล้านบาท จำนวน 102 คน (ร้อยละ 26.6) น้อยที่สุด 10-20 ล้านบาทจำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.4) ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่มาจาก มหานครเชียงใหม่และเมืองเชียงใหม่เท่ากันจำนวน 146 คน (ร้อยละ 38.0) รองลงมาคือ มหานครปักกิ่งจำนวน 49 คน (ร้อยละ 12.7) น้อยที่สุดคือ เมืองกวางโจว จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.6) ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 201 คน (ร้อยละ 52.3) รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 101 คน (ร้อยละ 26.3) เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมากที่สุดจำนวน 295 คน (ร้อยละ 76.8) รองลงมา มาตามลำพัง 34 คน (ร้อยละ 7.8) น้อยที่สุด มากับครอบครัว 7 คน (ร้อยละ 18.2) ส่วนใหญ่ใช้ภาษาจีนในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ชาวจีนจำนวน 295 คน (ร้อยละ 76.8) รองลงมา ภาษาอังกฤษจำนวน 77 คน (ร้อยละ 20.0) น้อยที่สุดคือ ภาษาไทยจำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.1)

ส่วนที่ 2 : ทศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน

1) ด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

ทัศนคติของผู้ให้บริการด้านการเรียนรู้ของ นักท่องเที่ยวชาวจีน มากที่สุดคือ ไม่เข้าใจขนบธรรมเนียม ประเพณีคนไทย ($\bar{X}$ = 4.61) รองลงมาคือ มีความรู้ เกี่ยวกับประเทศไทยน้อย ($\bar{X}$ = 4.35) และมีความรู้ความ เข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ($\bar{X}$ = 4.14)

2) ด้านพฤติกรรม

ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว ชาวจีนด้านพฤติกรรม มากที่สุด คือ ไม่เคารพกฎระเบียบ และมักจะทำปฏิกิริยาสร้างความรำคาญให้กับบุคคลอื่น ($\bar{X}$ = 4.39) รองลงมาคือ ไม่มีระเบียบวินัย ($\bar{X}$ = 4.26) และไม่รักษาความสะอาด ($\bar{X}$ = 4.25)

ส่วนที่ 3 : แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการส่งเสริมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาว จีนในกรุงเทพมหานคร

แนวทางการส่งเสริม พฤติกรรมที่เหมาะสม	ระดับความคิดเห็น					รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด					
1. จัดทำคู่มือส่งเสริม ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ วัฒนธรรมไทยเผยแพร่แก่ นักท่องเที่ยว	135 (35.1)	220 (57.2)	29 (7.6)			384	4.27	0.596	มาก	1
2. ชี้แจงทำความเข้าใจ วัฒนธรรมไทยแก่นัก ท่องเที่ยวผ่านทาง หัวหน้าบริษัทนำเที่ยว	105 (27.3)	240 (62.5)	37 (9.6)	2 (0.5)		384	4.06	0.600	มาก	3
3. ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ วัฒนธรรมไทยผ่านเว็บไซต์ การท่องเที่ยวในไทย	114 (29.6)	232 (60.4)	34 (8.8)	4 (1.0)		384	4.19	0.599	มาก	2
แนวทางการส่งเสริม พฤติกรรมที่เหมาะสม	ระดับความคิดเห็น					รวม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด					
4. ประสานความร่วมมือ กับองค์กรหรือหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องในการ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	89 (23.1)	238 (61.9)	47 (12.2)	10 (2.6)	8 (2.1)	384	3.98	0.791	มาก	4
5. ดัดปายคำแนะนำเรื่อง ที่นำรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ขณะเดินทางในไทย	64 (16.7)	172 (44.8)	114 (29.7)	20 (5.2)	14 (3.6)	384	3.69	0.940	มาก	8
6. จัดให้มีการฝึกอบรม แนวทางปฏิบัติสำหรับ นักท่องเที่ยวให้กับตัวแทน บริษัทนำเที่ยว	88 (22.9)	172 (44.8)	104 (27.1)	12 (3.1)	8 (2.0)	384	3.87	0.894	มาก	5
7. จัดทำรายชื่อบริษัทนำ เที่ยวที่ไม่ให้ความร่วมมือ	73 (19.0)	138 (35.9)	82 (21.4)	76 (19.7)	15 (3.9)	384	3.57	1.119	ปานกลาง	10
8. มีหนังสือชมเชยบริษัท นำเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยว ปฏิบัติตามกฎระเบียบ อย่างเคร่งครัด	74 (19.2)	154 (40.1)	118 (30.7)	27 (7.0)	11 (2.9)	384	3.62	0.957	มาก	9
9. จัดทำวีดีโอให้ นักท่องเที่ยวชมขณะ เดินทางในไทย	82 (21.4)	150 (39.1)	132 (34.4)	12 (3.1)	8 (2.0)	384	3.77	0.872	มาก	6
10. ให้รางวัลนักท่องเที่ยว ที่ประพฤติปฏิบัติตนเป็น ตัวอย่างที่ดี	81 (21.0)	115 (29.9)	161 (41.9)	20 (5.2)	7 (1.8)	384	3.70	0.899	มาก	7

จากตารางที่ 1 พบว่า แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยมากที่สุด คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.27) รองลงมา คือ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวในไทย ($\bar{X}$ = 4.19) และชี้แจงทำความเข้าใจวัฒนธรรมไทยแก่นักท่องเที่ยวผ่านทางหัวหน้าบริษัทนำเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.06)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1-3 เพศต่างกัน มีทัศนคติต่อการเรียนรู้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน และแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นว่า นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด รองลงมาเพศชายคือ มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยน้อย จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณลักษณะของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านการเรียนรู้ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านการขาดความรู้ความเข้าใจในขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทย และการ

ขาดทักษะในการอยู่ร่วมกับคนอื่นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเพศชายพบว่า นักท่องเที่ยวไม่มีระเบียบ สร้างความรำคาญให้ลูกค้าคนอื่นมากที่สุด แตกต่างจากทัศนคติของผู้ให้บริการเพศหญิงเห็นว่านักท่องเที่ยวไม่รักษาความสะอาดมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน มีความแตกต่างกันในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านรู้จักขึ้นในบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ควรให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน ความคิดเห็นของผู้ให้บริการที่มีต่อแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านการจัดทำคู่มือส่งเสริมความเข้าใจ ติดป้ายคำแนะนำให้รางวัลแก่บุคคลรักษาสีสิ่งแวดล้อม ลงโทษนักท่องเที่ยวที่ฝ่าฝืนกฎ ทำรายชื้อผู้ฝ่าฝืนกฎ และร่วมมือกับหน่วยงานรัฐมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 4-6 ตำแหน่งงานของผู้ให้บริการต่างกัน มีทัศนคติด้านการเรียนรู้ ด้านพฤติกรรมและแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการตำแหน่งเจ้าของกิจการ ผู้บริหาร/ผู้จัดการ หัวหน้างาน และพนักงาน มีความเห็นสอดคล้องกันว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติของผู้ให้บริการแต่ละตำแหน่งที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทย และการขาดทักษะในการอยู่ร่วมกับคนอื่นมีความแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการตำแหน่งเจ้าของกิจการ เห็นว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เคารพระเบียบมาก

ที่สุด ตำแหน่งผู้บริหาร/ผู้จัดการ เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนสร้างความรำคาญให้บุคคลอื่นมากที่สุด ตำแหน่งหัวหน้างานเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมไม่รักษาความสะอาดมากที่สุด ตำแหน่งพนักงาน เห็นว่านักท่องเที่ยว ชาวจีนขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตำแหน่งงานให้บริการกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านไม่รักษาความสะอาด ไม่เคารพสถานที่ทางศาสนา ส่งเสียงดัง ขาดมารยาท มีความแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการตำแหน่งเจ้าของกิจการและผู้บริหาร/ผู้จัดการ และพนักงานมีความเห็นสอดคล้องกันว่า แนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมคือ ให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมมากที่สุด ตำแหน่งหัวหน้างานเห็นว่าแนวทางที่เหมาะสมคือ ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์มากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ตำแหน่งงานกับแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า แนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นให้รางวัลแก่บุคคลรักษาสีสิ่งแวดล้อม ทำรายชื้อผู้ฝ่าฝืนกฎ และร่วมมือกับหน่วยงาน

สมมติฐานที่ 7-9 ลักษณะของธุรกิจของผู้ให้บริการต่างกัน มีทัศนคติด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านพฤติกรรมและแนวทางการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมแตกต่างกัน

ลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ทัศนคติของผู้ให้บริการด้านการเรียนรู้ในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในเกือบทุกด้าน ยกเว้น ด้านขาดความรู้ความเข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทย และการขาดทักษะในการอยู่ร่วมกับคนอื่นมีความแตกต่างกัน

ลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการด้านโรงแรมและที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวจีนไม่เคารพระเบียบมากที่สุด ด้านภัตตาคารและร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรม การแย่งรับบริการมากที่สุด และด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรมไม่มีระเบียบและสร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่นมากที่สุด

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ทศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวจีนด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านนักท่องเที่ยวจีนไม่เคารพสถานที่ทางศาสนา ไม่มีระเบียบและสร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่น ลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการด้านโรงแรมและที่พัก และด้านภัตตาคารและร้านอาหาร และด้านธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พบว่า แนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมมากที่สุดเท่ากันคือ ให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรม จากผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางที่ส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความแตกต่างกันในทุกด้าน

ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจไนซ์อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทย สรุปได้ดังนี้

1. ด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยและมักจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านไม่มีระเบียบและการส่งเสียงรบกวนบุคคลอื่น ไม่เคารพกฎระเบียบทางสังคม การทำลายสิ่งแวดล้อม

2. ด้านปัจจัยหรือสาเหตุการเกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยมาจากหลากหลายภูมิภาคนาซึ่งมีพฤติกรรมประเพณีปฏิบัติ

ตัวแตกต่างกันไป โดยไม่สนใจธรรมเนียมประเพณีของประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพโดยทั่วไปไม่มีรายได้ไม่สูงนัก

3. ด้านแนวทางหรือวิธีที่ปรับปรุงส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทย พบว่า ทำได้โดยการอบรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวให้ถ่ายทอดความรู้และสิ่งที่พึงปฏิบัติของแต่ละท้องถิ่น รวมทั้งการเข้ามาตรวจการที่เข้มข้นในการบังคับใช้กฎระเบียบทางสังคม

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย สำหรับด้านพฤติกรรม คือ ไม่มีระเบียบและมักจะทำปฏิกิริยาสร้างความรำคาญให้กับบุคคลอื่น สำหรับแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยมากที่สุด คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นว่า นักท่องเที่ยวสร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่น แตกต่างจากเพศหญิงที่เห็นว่านักท่องเที่ยวไม่รักษาความสะอาด สำหรับแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวจีน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ควรให้ความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด และพบว่าในทุกตำแหน่งงานมีความเห็นสอดคล้องกันว่านักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด สำหรับลักษณะทางธุรกิจของผู้ให้บริการพบว่า ผู้ให้บริการด้าน

โรงแรมและที่พักเห็นว่า นักท่องเที่ยวจีนไม่เข้าใจ ขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยมากที่สุด ผู้ให้บริการด้านภัตตาคารและร้านอาหาร นักท่องเที่ยวจีนมีพฤติกรรม การแย่งรับบริการ มากที่สุด ผู้ให้บริการด้านธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์มีความเห็นสอดคล้องกันว่า นักท่องเที่ยวจีน สร้างความรำคาญให้กับลูกค้าคนอื่นมากที่สุด แนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวจีน คือ ให้ความรู้ความเข้าใจด้านขนบธรรมเนียมและประเพณีของคนไทย

4. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่าทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศรีสุตา วณัญญุศักดิ์ (2558) พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แสดงออกในต่างประเทศว่าเป็นเรื่องปกติวิสัยของความเป็นตัวของตัวเอง สำหรับชาวจีนทั่วไป อาจขัดกับหลักประเพณีปฏิบัติของคนในท้องถิ่นแต่ละประเทศ โดยเฉพาะการไม่ยอมเชื่อฟัง และปฏิบัติตามธรรมเนียมของท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน และ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเลิศพร ภาระสกุล (2558) ที่ว่าควรจัดให้มีการวิเคราะห์พฤติกรรม การรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย และขณะเดียวกันต้องสร้างความเข้าใจกับคนในท้องถิ่นถึงลักษณะนิสัยใจคอ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนให้มากขึ้น และจากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของคนไทยและมักจะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมด้านไม่มีระเบียบและส่งเสียงรบกวนบุคคลอื่น ไม่เคารพกฎระเบียบทางสังคม การทำลายสิ่งแวดล้อม

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 จากผลการวิจัยพบว่าแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในไทยก็คือ จัดทำคู่มือส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์เผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวในไทย จึงควรมีการศึกษาเชิงวิเคราะห์ พฤติกรรมเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อสร้างช่องทางการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย

5.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวจีน

6. เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561).

รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. วารสาร รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1(6). 11-15.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงาน

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://secretary.mots.go.th>

ปรีชา วรารัตน์ไชย. (2561). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์

การบริหารการตลาดของร้านค้าประชารัฐ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ ดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เลิศพร ภาระสกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศรีสุตา วนภิญโญศักดิ์. (2558). การเติบโตอย่าง

ก้าวกระโดดของนักท่องเที่ยวจีนกับ

ผลกระทบต่อสังคมไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวง

การท่องเที่ยว.

ศศิธร เจตananท์. (2558). แนวทางส่งเสริม

การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ใน

เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). ส่งพฤติกรรม

นักท่องเที่ยวจีน. ประจำปี 2560. ค้นเมื่อ 2

มีนาคม 2562, เว็บไซต์:

<http://www.thaibizchina.com>.

Cohen & Uphoff. (1980). **Effective Behavior**

in Organizations. New York :

Richard D. Irwin.

Richard D. Irwin, Pearce, J.A., and

Robinson, R.B. (1996). **An Industry**

Approach to Case in Strategic

Management (2nd ed). New York :

Time Mirror Higher Education

Group.

Smith, M. (1989.) **Educational leadership:**

culture and diversity. Gateshead :

Athenaeum Press.