

## แนวทางการพัฒนากรุงเทพมหานครสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืน กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

### The Way to Develop Bangkok to the City of Sustainable Shopping Tourism: A Case Study of Chinese Tourists

วัชรวิษณุ วิทยาภรณ์\*

Watcharawit Wiyaporn

มหาวิทยาลัยพะเยา

University of Phayao

\*saran\_tong@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนากรุงเทพมหานครสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืน กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (Key Informants) จำนวน 20 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอย่างยิ่ง ทั้งในแง่ของจำนวนประชากร ความนิยมในการท่องเที่ยวมีความต้องการที่หลากหลาย และปัจจุบันชาวจีนเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพในการจับจ่ายใช้สอยขณะเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ประเด็นดังกล่าวทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทยสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว อย่างไรก็ตามผลกระทบทางลบที่อาจส่งผลต่อการท่องเที่ยวไทยคือทัวร์ศูนย์เหรียญ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของชาวไทยและชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนิยมซื้อของที่ระลึกและสินค้าบริโภค สินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด คือ อาหาร เครื่องสำอาง สมุนไพร สินค้าแฮนด์เมด แบรินด์เนมในไทย เสื้อผ้า เครื่องประดับ และการแสดงโชว์ต่างๆ สำหรับแนวทางที่สำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ การส่งเสริมการตลาด มีความซื่อสัตย์และการพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้ให้บริการ การจัดการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างความหลากหลายในสินค้าและบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้าง ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่คนไทยและผู้ให้บริการส่วนต่างๆ เพื่อลดอคติที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นต้น

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงจับจ่ายใช้สอย กรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวชาวจีน

### Abstract

The objective of this research is to study Chinese tourist shopping behaviors finding the way to develop Bangkok to the city of sustainable shopping tourism: a case study of Chinese tourists. Data were collected by an in-depth interview with 20 key-informants from governances and private sectors. Data analysis was performed by content analysis.

The results showed that Chinese tourists are important to Thailand tourism industry in terms of the size of the population, tourism liking, diverse requirements, especially increasing purchasing power. As mention above, it will cause the long-term survival of related Thai entrepreneurs. However, the negative effect which may affect Thai tourism is the Zero-Dollar Tour and the impact on the difference in the environment and cultures of Thai and Chinese people.

Chinese tourists visiting Thailand prefer to buy souvenirs and consumer products. The most attractive products are food, cosmetics, herb, handmade products, Thai brand names, clothing, accessories, and various shows. The important way to increase the potential of doing business with Chinese tourists is to present the quality products, increase marketing promotion, be uprightness and develop communication skill for staffs, add facilities, have diversified products and services, especially to create a common understanding to Thai people and tourists' service provider for decrease bias towards Chinese tourists, etc.

**Keywords :** shopping tourism, Bangkok, Chinese tourist

### บทนำ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คาดการณ์ว่าในปี 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 1.56 พันล้านคน โดยการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ในเอเชียโดยเฉพาะจีน เกาหลี และอีกหลายประเทศในเอเชียแปซิฟิก เป็นสิ่งที่รัฐบาลของประเทศในซีกโลกตะวันตกไม่อาจเพิกเฉย เพราะเอเชียจะกลายเป็นขุมอำนาจที่สร้างความมั่งคั่งในโลก และก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ภาคการท่องเที่ยวของเอเชียจะมีการเติบโตถึงร้อยละ 6 ต่อปี ในช่วงทศวรรษหน้าจากการจ้างงานใหม่ในภาคการท่องเที่ยวถึง 70 ล้าน

เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงและน่าจับตามองของโลกในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ BRIC ซึ่งประกอบด้วยบราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน เพราะเป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาที่มีประชากรจำนวนมาก และมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มสร้างรายได้สูงให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศมีมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก และมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศสูงเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน นักท่องเที่ยวชาวจีนมีบทบาทค่อนข้างสูงต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว ในปี 2558 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 7,934,791 คน ซึ่งสูงเป็นอันดับหนึ่ง โดยคิดเป็นร้อยละ 26.55 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 376,001.37 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 25.98 ของรายได้ด้านการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่านอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเพิ่มขึ้นแล้วยังมีแนวโน้มการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกด้วย ทั้งนี้คาดว่าเศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัวลงจะไม่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาประเทศไทย เนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ขยายตัว โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ไม่แพงและเพิ่มขึ้นในอัตราช้ากว่ารายได้ อย่างไรก็ตามด้วยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เติบโตสูงทำให้มีการลงทุนจากจีนในธุรกิจบริการในไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยที่จะเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเป็นกรุ๊ปทัวร์

โดยประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555–2559) นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรมตามความสนใจเฉพาะด้าน เริ่มมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อจับจ่ายใช้สอย (Shopping) ส่วนหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ กรุงเทพมหานครที่มีแหล่งจับจ่ายใช้สอยมากมายในราคาที่ได้รับบริการยอมรับ ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยจำนวนมาก โดยในแต่ละปีค่าใช้จ่ายหมวดจับจ่ายใช้สอยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 27–28 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการจับจ่ายใช้สอย ถือว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถทำให้เราต้องตระหนักถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายใช้สอยในกรุงเทพมหานคร เพื่อหาแนวทางเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้น ดังนั้นการวิจัยภายใต้หัวข้อ “แนวทางการพัฒนากรุงเทพมหานครสู่เมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืน กรณีศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน” ในครั้งนี้ จึงมีความจำเป็นเพื่อให้ทราบและเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มใหม่ได้ในอนาคตและยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการตลาดเพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

### ขอบเขตของการศึกษา

**ด้านสถานที่วิจัย** เน้นการดำเนินการวิจัยในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงการจับจ่ายใช้สอย ได้แก่

- 1) ร้านสินค้าปลอดภาษี ดิวตี้ฟรี คิงพาวเวอร์ ดอนเมือง สุวรรณภูมิ
- 2) ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน เซ็นทรัลเวิลด์

- 3) ห้างมาบุญครอง เดอะเพลทดินน์ แฟชั่นมอลล์
- 4) ห้างค้าปลีก เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี
- 5) ตลาดนัดสวนจตุจักร ตลาดรถไฟ สำเพ็ง

**ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** คือ หน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยโดยตรง โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 20 ราย

**ด้านเนื้อหา** เน้นศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งศึกษาบทบาทของภาครัฐและเอกชน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นฐานข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาทำกิจกรรมแบบจับจ่ายใช้สอยในกรุงเทพมหานคร
2. นำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อสนับสนุนในการจัดทำกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินงานส่งเสริมการตลาดสำหรับเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. นำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดจากการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างยั่งยืน

### วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์ (Interview) บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและวางแผนทางด้านการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยโดยตรง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วและทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (In-depth Interview) โดยคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ ประกอบด้วยคำถามดังนี้

- 1) ท่านเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวของไทยอย่างไร
- 2) ท่านรู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในภาพรวมอย่างไร
- 3) ท่านรู้เรื่องการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างไร
- 4) สินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนมีอะไรบ้าง
- 5) ประเทศไทยต้องทำอะไรที่จะเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยกับนักท่องเที่ยวชาวจีน
- 6) บทบาทภาครัฐควรเป็นอย่างไร
- 7) บทบาทภาคเอกชน (ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ให้บริการ) ควรเป็นอย่างไร

**การรวบรวมข้อมูล** เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล (In-depth Interview)  
**การวิเคราะห์ข้อมูล** ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)  
 การสรุปผล และอภิปรายผล

## สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาสามารถสรุปข้อค้นพบจากการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**1. ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย** จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่าประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นสอดคล้องกันมากที่สุด คือ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพมาก มีการใช้จ่ายใช้สอยขณะเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นๆ และการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีส่วนทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทยสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว เนื่องจากชาวจีนมีความต้องการที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบและระดับของการบริการ ทั้งนี้ถือว่าชาวจีนเป็นตลาดที่มีศักยภาพ สามารถขยายตลาดได้อีกจำนวนมากเนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก อย่างไรก็ตามการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวจีนอาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทยได้ ทั้งในส่วนของทวิศุูนย์เหรียญ และความแตกต่างด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เป็นต้น

**2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวจีนในภาพรวม** กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนว่า ค่อนข้างมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมกับชาวไทย ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรในประเทศไทย อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความต้องการที่หลากหลาย เช่น ต้องการพักผ่อน ช้อปปิ้ง ชมวิถีชีวิต วัฒนธรรม ชาวจีนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมที่ดีขึ้น มีการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวรุ่นก่อนๆ ที่มีอายุ ชาวจีนส่วนใหญ่ชอบอาหารไทยและนิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากขึ้น ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันแบ่งออกเป็นหลายระดับ ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามจากปัญหาทวิศุูนย์เหรียญทำให้กลุ่มตัวอย่างบางรายเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาส่วนใหญ่มักจะใช้บริการบริษัททัวร์ที่เงินร่วมทุนมากกว่า

**3. การใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน** ผลการสัมภาษณ์ในด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนิยมซื้อของที่ระลึกและสินค้าบริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่ถูกควบคุมและหายากในประเทศจีน นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีความหลากหลายทั้งการท่องเที่ยวแบบประหยัดและจ่ายเต็มที่ และสินค้าที่เลือกซื้อนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ช่วงวัย รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว

**4. สินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน** กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่าสินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด คือ อาหาร เครื่องสำอาง สมุนไพร สินค้าแฮนด์เมด แบรินด์เนมในไทย เสื้อผ้า เครื่องประดับ การแสดงโชว์ต่างๆ และของที่ระลึก

**5. การเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยกับนักท่องเที่ยวชาวจีน** กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่า การเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ มีการส่งเสริมการตลาดมากยิ่งขึ้น ความซื่อสัตย์และการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนของผู้ให้บริการชาวไทย การจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ สร้างความหลากหลายในสินค้าและบริการที่นำเสนอ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ชาวไทยและผู้ให้บริการชาวไทยเพื่อลดอคติที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนและเน้นการส่งเสริมการบริการให้เพิ่มขึ้น

**6. บทบาทภาครัฐ** กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและราคาของสินค้า ให้ความรู้แก่คนจีนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมของคนไทย เพื่อลดผลกระทบในด้านต่างๆ ควบคุมทัวร์ศูนย์เหรียญ ส่งเสริมธุรกิจของคนไทย อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางเข้าไทยยิ่งขึ้น รมรณรงค์ให้ความรู้แก่คนไทยและสร้างความเข้าใจอันดีต่อคนจีน พัฒนาไกด์ไทยและปราบปรามไกด์เถื่อน พัฒนาทักษะภาษาจีนของผู้ประกอบการและเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

**7. บทบาทภาคเอกชน** กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่าภาคเอกชนควรให้ความสำคัญกับการเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาจีนของผู้ให้บริการ ไม่รับทัวร์ศูนย์เหรียญ ศึกษาและทำความเข้าใจในกฎระเบียบ วัฒนธรรม ค่านิยมคนจีน สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง สร้างหรือเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทยในกลุ่มชาวจีนมากยิ่งขึ้น

### อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่มีความน่าสนใจและสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

#### 1. ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของไทย

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ให้ความเห็นตรงกันว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อประเทศไทย โดยเฉพาะการใช้จ่ายใช้สอยขณะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นหรือมีการใช้จ่ายใช้สอยขณะเดินทางมากกว่าในอดีต มีส่วนทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทยสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว ทั้งธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ร้านจำหน่ายสินค้าหรือของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการท่องเที่ยวของ McIntosh et al. (1995) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้จ่ายในการเดินทางอย่างน้อยที่สุด เป็นค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก และการบริการอื่นๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจบริการต่างๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น นอกจากนี้การที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการที่หลากหลายทั้งรูปแบบและระดับของการบริการก็มีส่วนที่ทำให้ธุรกิจขนาดต่างๆ ในประเทศไทยมีโอกาสได้รับประโยชน์จากการมาท่องเที่ยวของชาวจีนมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวจีนอาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทยได้ ทั้งในส่วนของทัวร์ศูนย์เหรียญ ในด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เป็นต้น

#### 2. พฤติกรรมในการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันเป็นคนรุ่นใหม่และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น เนื่องมาจากการเติบโตของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันที่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ข้อมูล การค้นหาข้อมูลและการติดต่อสื่อสารด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เป็นไปอย่างง่ายดาย พฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997); Engel et al. (1968) ที่กล่าวถึงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ว่าเป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการ (Need) ในที่นี้สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการท่องเที่ยวและทำการค้นหาข้อมูลและจัดการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

เหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยที่กรุงเทพมหานครมากที่สุดคือ คุณภาพของสินค้า รองลงมาคือมีราคาที่เหมาะสม บริการดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร มีขั้นตอน ระบบ กระบวนการจัดการที่ดี มีความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มีการจัดโปรโมชั่น และมีอินเทอร์เน็ตหรือไวไฟไว้ให้บริการแก่ลูกค้า เป็นต้น จากผลการศึกษากล่าวได้ว่าคุณภาพของสินค้าที่ดี เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบและมีการจับจ่ายใช้สอยเกิดขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ (Product) ที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจนั้น ผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมายต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านราคาก็เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกมาจับจ่ายใช้สอยในกรุงเทพมหานครเช่นกัน ทั้งนี้ เนื่องจากราคาสินค้าที่จำหน่ายมีการตั้งราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ Conrandy & Buck (2007) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวด้านช้อปปิ้งประสบความสำเร็จ หนึ่งในนั้นคือสินค้าต้องมีคุณภาพและประโยชน์ในการใช้สอยคุ้มค่าราคาที่จ่ายไป

### 3. การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

สินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยมากที่สุด คือ อาหาร เครื่องสำอาง สมุนไพร สินค้าแฮนด์เมด แบรินด์เนมในไทย เสื้อผ้า ของใช้ เครื่องประดับ การแสดงโชว์ต่างๆ และของที่ระลึก สำหรับสถานที่จับจ่ายใช้สอยที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน เซ็นทรัลเวิลด์ รองลงมาคือ ร้านสินค้าปลอดภาษี ดิวตี้ฟรี คิงพาวเวอร์ ตลาดนัดสวนจตุจักร และห้างมาบุญครอง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับที่หนังสือท่องเที่ยว Lonely Planet ได้แนะนำแหล่งช้อปปิ้งที่มีความหลากหลายในกรุงเทพมหานครที่สามารถตอบโจทย์การช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น เซ็นทรัลเวิลด์ สยามพารากอน เกษรพลาซ่า มาบุญครอง สยามสแควร์ ประตูน้ำ และคิงพาวเวอร์ เป็นต้น (Lonelyplanet, 2015) นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เรื่องการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย นิยมซื้อของที่ระลึกและสินค้าบริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่ถูกควบคุมและหายากในประเทศจีน นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีความหลากหลายทั้งการท่องเที่ยวแบบประหยัดและจ่ายเต็มที่ และสินค้าที่เลือกซื้อนั้น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ช่วงวัย รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่กำหนดความต้องการที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะปัจจัยด้านความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล (Plog, 1974) อย่างไรก็ตามพฤติกรรมการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยเช่นกัน เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Culture Factor) ส่งผลให้การแสดงออกในด้านต่างๆ แตกต่างกันไป ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton & Futrell, 1987) นอกจากนี้ผลกระทบด้านลบจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวจีนอีกรูปแบบหนึ่งคือ ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญและกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ให้ความเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาส่วนใหญ่มักจะใช้บริการบริษัททัวร์ที่เงินร่วมทุนมากกว่า

#### 4. ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนประสบเมื่อเดินทางมายังกรุงเทพมหานครคือ ปัญหาการจราจร ซึ่งการเดินทางที่ไม่สะดวกหรือความไม่คล่องตัวถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้น การคมนาคมขนส่งถือเป็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา (McIntosh et al., 1995) ปัญหาด้านภาษาถือเป็นปัญหาสำคัญเช่นกัน เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่ไม่สามารถพูดภาษาจีนหรืออังกฤษได้ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้ผลการศึกษาของ Choi et al. (2007) ที่ทำการศึกษารื่อง Shopping Behaviors of Individual Tourists from the Chinese Mainland to Hong Kong ได้ชี้ให้เห็นว่าภาษามีส่วนสำคัญในการที่ผู้ชายจะสามารถขายสินค้าให้กับลูกค้า นั่นๆ โดยการบรรยายคุณสมบัติของสินค้าเพื่อให้การขายสำเร็จได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังประสบปัญหาอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสม เช่น แพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้ารวมทั้งราคาไม่เป็นมาตรฐาน โดยแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันออกไป ปัญหาด้านแท็กซี่ เช่น แท็กซี่ไม่กมิตอร์หรือพูดจาไม่สุภาพ ปัญหาการบริการของพนักงานชาวไทย เช่น ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่เต็มใจบริการ ปัญหาสภาพแวดล้อม เช่น อากาศร้อน หนาแน่น เป็นต้น ปัญหาความปลอดภัย เช่น บางสถานที่มีความเปลี่ยว มีข่าวฆาตกรรมบ่อยครั้ง และปัญหาการบริการทางการเงิน เช่น ไม่มีบริการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต ยูเนียนเพย์ อารีเพย์หรือวีแซท ตามลำดับ

#### ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

##### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

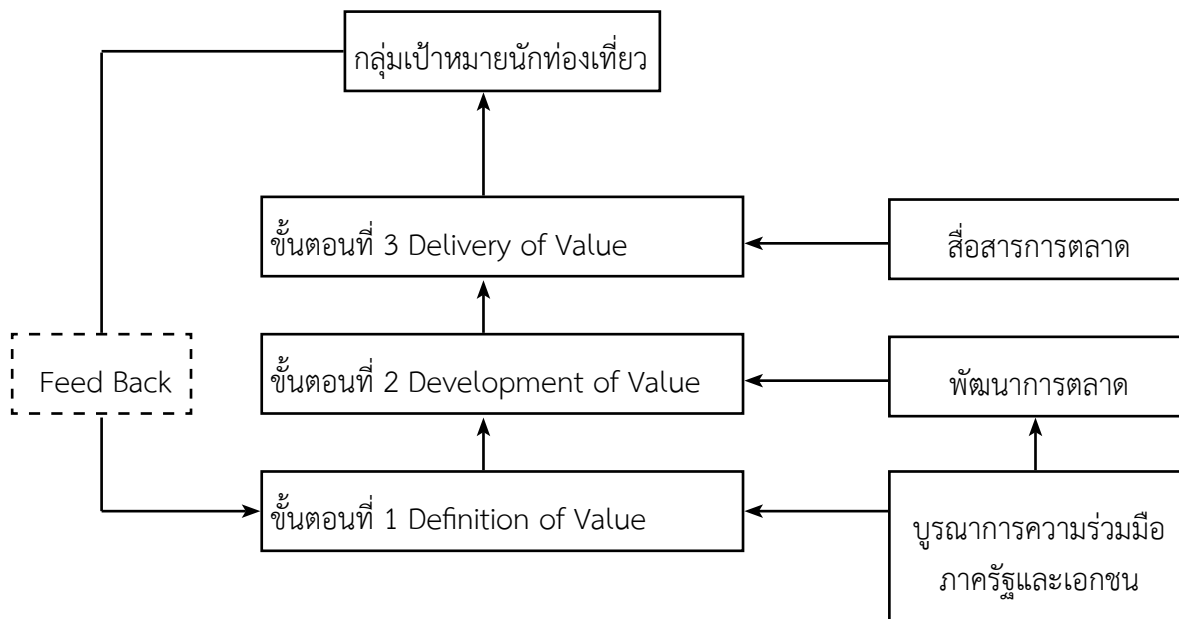
จากการวิเคราะห์ผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำคัญที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยคือ การจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยที่เน้นการให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยหลักการสร้างมูลค่าการบริการด้วยใจ 3D Value มาเป็นแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ โดยมีข้อเสนอแนะขั้นตอนในการดำเนินการดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ 1** การกำหนดเป้าหมายการให้นิยามคุณค่าของการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย (Definition of Value) โดยการให้ความสำคัญกับรูปแบบหรือลักษณะของการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและทำการเผยแพร่ เน้นย้ำหรือสร้างความเข้าใจกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการและประชาชนคนไทยในประเทศ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและส่งเสริมให้เกิดกระบวนการบูรณาการร่วมกันในการทำงาน ทั้งในขั้นตอนของการศึกษาเรียนรู้และทำความเข้าใจ เพื่อสร้างสรรคบริการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและกระบวนการของการพัฒนาด้านการตลาด

**ขั้นตอนที่ 2** การพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าของการบริการ (Development of Value) เป็นการพัฒนาหรือการสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย โดยเน้นการพัฒนาทางด้านการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการในทุกด้านของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อมูลความต้องการที่ได้รับจากขั้นตอนที่ 1



**ขั้นตอนที่ 3** การส่งมอบคุณค่าของการบริการให้แก่กลุ่มเป้าหมาย (Delivery of Value) เป็นการส่งมอบบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ในกระบวนการนี้ การดำเนินการที่สำคัญที่สุดคือ การสื่อสารทางการตลาดที่ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ทั้งนี้สามารถสรุปกระบวนการในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวได้ดังรูปต่อไปนี้



### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

#### 1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

**1.1 ด้านผลิตภัณฑ์** หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพสินค้าที่วางจำหน่ายในตลาด โดยเฉพาะในแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวนิยมมาจับจ่ายใช้สอยเป็นจำนวนมาก เช่น สินค้าประเภทสมุนไพรและเครื่องสำอางที่ผู้ซื้อนำไปรับประทานหรือใช้กับส่วนต่างๆ ของร่างกาย ซึ่งสินค้าเหล่านี้ควรจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้

**1.2 ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นปัญหาได้แก่ ราคาสินค้าไม่เหมาะสม เช่น แพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า รวมทั้งราคาไม่เป็นมาตรฐาน ราคาแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการควบคุมราคาสินค้าที่วางจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว โดยการควบคุมให้ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

**1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันนิยมค้นหาข้อมูลข่าวสารและใช้บริการด้านต่างๆ ผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ โซเชียลมีเดียมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายช่องทางนี้มากขึ้น เช่น การให้จองที่พักร้านอาหารหรือบริการต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์ ทางออนไลน์ เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียต่างๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินงานและช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลและจำหน่ายแพ็คเกจด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอีกช่องทางหนึ่ง

**1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนยังมีความพึงพอใจในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเด็นอื่นๆ นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายยังนิยมสืบค้นข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาด โดยการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมายไปยังสื่อความทันสมัยและมีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น สื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ต่างๆ โดยต้องเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย เช่น เว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว เว็บไซต์ที่รีวิวกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น

**1.5 ด้านบุคลากร** มีประเด็นที่หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมพัฒนาความสามารถด้านภาษาของผู้ให้บริการชาวไทยมากยิ่งขึ้น โดยอาจให้การสนับสนุนในการงบประมาณในการจัดอบรม การจัดหาอาจารย์หรือผู้ที่สามารถใช้ภาษาได้มาทำการสอนหรือฝึกฝนความสามารถด้านภาษา เป็นต้น นอกจากนี้ควรรณรงค์ให้ความรู้แก่ผู้ให้บริการชาวไทยเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและลดอคติที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเพื่อให้ผู้ให้บริการชาวไทยเปิดใจและให้บริการที่ดีแก่ชาวจีนมากยิ่งขึ้น

**1.6 ด้านกายภาพ** มีประเด็นที่หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญ ได้แก่ การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดไว้ให้แก่ลูกค้าชาวจีนเป็นบริการขั้นพื้นฐาน โดยภาครัฐให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ เช่น การลดค่าบริการการลดภาษี การอำนวยความสะดวกในการลดเงื่อนไขในการติดตั้งสัญญาณ เป็นต้น รวมทั้งการแก้ไขปัญหาการให้บริการของรถแท็กซี่ เช่น ปรอบปรามหรือกำหนดบทลงโทษแท็กซี่ที่โกงลูกค้า หรือรณรงค์ให้แท็กซี่มีการปฏิบัติตนที่เหมาะสมขณะให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ

**1.7 ด้านกระบวนการให้บริการ** ภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการชาวไทยในการพัฒนารูปแบบการจ่ายเงินค่าสินค้าและบริการผ่านระบบต่างๆ ที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการสนับสนุนทางด้านความรู้ งบประมาณและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่างๆ สำหรับการดำเนินการพัฒนารูปแบบบริการทางการเงินต่างๆ ดังกล่าว

## 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการสำหรับภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ

**2.1 ด้านผลิตภัณฑ์** สินค้านำมาจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีน ควรเป็นสินค้าประเภทที่กลุ่มเป้าหมายนิยมมากที่สุด เช่น ของแห้ง ของฝาก โดยผู้ประกอบการต้องเน้นถึงคุณภาพของสินค้า เนื่องจากสินค้าประเภทดังกล่าวมีวันหมดอายุและคุณภาพจะเสื่อมลงตามอายุการเก็บรักษาที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวยังมีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป ดังนั้นสำหรับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าควรเน้นการสร้างความปลอดภัยของสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าชาวจีน ทั้งความหลากหลายในด้านของรูปแบบสินค้าและราคาที่มีหลายระดับให้เลือก

**2.2 ด้านราคา** จากปัญหาด้านราคาที่นักท่องเที่ยวชาวจีนประสบ เช่น ราคาสินค้าไม่เหมาะสมแพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาไม่เป็นมาตรฐาน ราคาแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันออกไป เพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยที่ดึงดูดลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดความจงรักภักดีและกลับมาซื้อสินค้าใหม่ โดยการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ไม่คดโกงและมีการแบ่งระดับชั้นของสินค้าที่มีราคาแตกต่างกันอย่างชัดเจนและดำเนินการอย่างมีมาตรฐานให้มากที่สุด

**2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ประเด็นที่ผู้ประกอบการควรดำเนินการ ได้แก่ การนำเสนอสินค้าหรือวางจุดจำหน่ายสินค้าผ่านแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งห้างสรรพสินค้าดังกล่าวเพื่อให้ตรงและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

**2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด** ประเด็นที่ผู้ประกอบการควรดำเนินการ ได้แก่ ผู้ประกอบการควรจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนร่วมกับเพื่อนหรือคนรู้จัก อันจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะและเป็นการส่งเสริมให้มีการใช้จ่ายใช้สอยระหว่างเดินทางมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นและจัดทำเป็นภาษาจีน รวมทั้งควรเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางที่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายสามารถค้นคว้าด้วยตนเองได้มากที่สุด เช่น สื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่สะดวกต่อการค้นหาข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลาและมีต้นทุนต่ำ โดยผู้ประกอบการควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวให้มีความละเอียดมากที่สุด โดยอาจจัดทำเป็นภาษาจีนเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ นอกจากนี้ควรมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดให้มีความหลากหลายเช่นกัน เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีลักษณะส่วนบุคคลทั้งอายุ ระดับการศึกษา และแหล่งค้นคว้าหาข้อมูลที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป

**2.5 ด้านบุคลากร** ประเด็นที่ผู้ประกอบการควรดำเนินการ ได้แก่ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารทางด้านภาษาแก่พนักงานผู้ให้บริการ เช่น การส่งพนักงานไปเข้าร่วมการอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถทางภาษาที่หน่วยงานภาครัฐหรือสถานศึกษาต่างๆ จัดขึ้น หรือการรวมตัวกันของผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อขอรับการสนับสนุนในด้านเพื่อการพัฒนาความสามารถทางภาษาจากภาครัฐควรเน้นย้ำให้พนักงานเห็นความสำคัญของการมีใจรักในงานบริการ (Services Mind) โดยนอกจากจะกำชับพนักงานแล้วยังสามารถทำได้โดยการให้สิ่งจูงใจ รวมทั้งการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่พนักงานผู้ให้บริการเพื่อลดอคติที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยชี้ให้เห็นว่าเป็นความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมที่ส่งผลต่ออุปนิสัยและการแสดงออกที่แตกต่างกันออกไป

**2.6 ด้านกายภาพ** จากการศึกษาพบว่าประเด็นที่ทำให้เดินทางมาใช้จ่ายใช้สอยเป็นลำดับสุดท้ายคือ ด้านกายภาพ เช่น มีอินเทอร์เน็ตหรือไวไฟ ไว้ให้บริการแก่ลูกค้า ดังนั้นผู้ประกอบการโดยเฉพาะธุรกิจด้านที่พักหรือร้านอาหาร ควรจัดให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสัญญาณอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่คิดค่าบริการเพิ่มเติมและครอบคลุมเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจซื้อสินค้า

**2.7 ด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ประกอบการควรพิจารณาปรับปรุงระบบการรับจ่ายค่าสินค้าและบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจ่ายค่าสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น การจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตยูเนียนเพย์ อารีเพย์หรือวีแชท เป็นต้น ซึ่งจะมีส่วนในการช่วยเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นได้

#### **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นรายภาคหรือจำแนกตามภูมิภาคที่อยู่อาศัย เนื่องจากประเทศจีนมีอาณาจักรที่กว้างขวาง ประชาชนมีลักษณะและพฤติกรรมที่ค่อนข้างแตกต่างกัน เช่น รายได้ ภาษา วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น เพื่อให้สามารถหากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ละกลุ่มให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลมากที่สุด

2. สืบเนื่องจากการเติบโตของเทคโนโลยีทางการสื่อสารและความนิยมในการใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทางออนไลน์ในการสืบค้นข้อมูลข่าวสารและการใช้บริการต่างๆ ผ่านช่องทางที่มีความสะดวกและรวดเร็ว ในการศึกษาคั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรจับจ่ายซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ เนื่องจากส่งผลกระทบต่อตรงต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบกรจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวโดยตรง

3. ควรมีการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางการตลาดต่างๆ ร่วมด้วย เช่น การวิเคราะห์ SWOT Analysis, Fives Force Model, Boston model รวมทั้งการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวด้วยการ Benchmarking หรือ Competitors Analysis เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่ตอบโจทย์แต่ละปัญหาอย่างลงลึกครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

4. การศึกษาคั้งนี้เน้นการศึกษาการเดินทางมาจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น สำหรับการศึกษาคั้งต่อไปควรทำการศึกษาในเมืองท่องเที่ยวหลักอื่นๆ ด้วย เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากยิ่งขึ้น ซึ่งเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ได้มีความพยายามในการนำเสนอสินค้าเพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา เป็นต้น

## References

- Choi, T. M., Liu, S. C., Pang, K. M. & Chow, P. S. (2007). Shopping Behaviors of Individual Tourists from the Chinese Mainland to Hong Kong. *Tourism Management*, 29(4), 811–820.
- Conrandy, R. & Buck, M. (2007). **Trends and Issue in Global Tourism 2007**. Berlin Heidelberg: Springer–Verlag.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, F. W. (1968). **Consumer Behavior**. 8<sup>th</sup> ed. Fort Worth: the Dryden Press.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 9<sup>th</sup> ed. New Jersey: A Simon & Schuster.
- Lonelyplanet. (2015). **Shopping**. Retrieved March 18, 2016, from <http://www.lonelyplanet.com/thailand/shopping>.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (1995). **Tourism: Principle, Practices, and Philosophies**. New York: John Wiley & Sons.
- Plog, S. C. (1974). Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 4, 55–58.
- Stanton, W. J. & Futrell, C. (1987). **Fundamentals of Marketing**. 8<sup>th</sup> ed. New York: McGraw–Hill Book.