

ความต้องการข้อมูลข่าวสาร การเปิดรับสื่อ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน

Information Demand, Media Exposure and Perception of Thai Cultural Informations among Chinese Tourists

ปิติพงษ์ จันทรเพ็ญสุข*

Pitipong Junpensuk

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสาร การเปิดรับและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ระดับความต้องการเนื้อหาข่าวสารและความต้องการให้นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ 2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย 3. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 4. ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับความต้องการ การเปิดรับและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนโดยใช้เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบค่า ที และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความต้องการเนื้อหาข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับมารยาทและข้อควรปฏิบัติในพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่อ รวมทั้งมารยาทเมื่ออยู่ในที่สาธารณะ ส่วนประเภทของสื่อที่ต้องการให้นำเสนอนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต สื่อภาพยนตร์ เอกสารโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวตามลำดับ 2.การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเปิดรับมากที่สุดคือ ภาพยนตร์เรื่อง Lost In Thailand สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ และ กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยตามลำดับ 3.การรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยนั้นอยู่ในระดับปานกลางโดยที่การรับรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทในการแสดงออกต่อบุคคลและสถาบันอันเป็นที่เคารพของคนไทยอยู่ในระดับมาก และ 4. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ มีผลต่อความต้องการ การเปิดรับและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความต้องการข้อมูลข่าวสาร, การเปิดรับ, การรับรู้, วัฒนธรรมไทย, นักท่องเที่ยวชาวจีน

* หลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Abstract

The purposes of this research was to study the Information Demand, Media Exposure and Perception of Thai Cultural among Chinese Tourists. The objectives of this research are as follows.

1. Levels of demand for information and demand for media exposure.
2. Demand behavior to Thai cultural information.
3. Levels of Thai cultural information perception in Chinese tourists in Thailand.
4. Difference between demographics and need, exposure and perception of Thai cultural information of Chinese tourists.

This research was Sample surveys of 400 Chinese tourists in Thailand which utilized surveys as a medium. Researcher analyzed statistics by percentage, average, mean and hypothesis test with t test and F test.

The results of the study were as follows: 1. Chinese tourists in Thailand had high demands of Thai cultural information, especially, the information about manners and religious ceremony regulations and beliefs, including public manners. About the type of media that demanded for exposure were internet, movies, tourism publications, respectively. 2. The exposure of information of Thai cultural was intermediate, however, the movie named "Lost In Thailand" had a high exposure significantly followed by printing media and Thailand Tourism Exhibition Events. 3. Regarding to the perception of Thai Cultural, manners to figures and beloved Thai constitutions and participation in religious and cultural places were the issues that Chinese tourists were acknowledged and strictly behaved to those constitutions and places. 4. Lastly, demographics had effects on demand, exposure and perception of Thai cultural information, except sex and marital status valuables.

Key words: Information demand, Media exposure, Perception, Thai culture, Chinese tourists.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ชาวจีนมีความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจครัวเรือนและส่วนบุคคลดีขึ้น ประกอบกับความเจริญด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ทำให้ชาวจีนได้เห็นโลกกว้างขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสโลกภายนอก อีกทั้งรัฐบาลจีนได้ผ่อนปรนข้อบังคับต่างๆ ในการเดินทางทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างมากและรวดเร็วในทุกๆ ปี ในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 100 ล้านคนใช้จ่ายไปในการท่องเที่ยวกว่า 104,500 ล้านบาท แต่ดูเหมือนความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับการปรับตัวในการใช้วัฒนธรรมสากลหรือมารยาทสากลในการท่องเที่ยวจะเป็นสัดส่วนที่ผกผัน ดังนั้นจึงเป็นภารกิจสำคัญของเจ้าของประเทศที่ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจทางด้านวัฒนธรรมและมารยาทสากลให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อความเรียบร้อยของสังคมในประเทศนั้นๆ ขณะเดียวกันรัฐบาลจีนก็ได้พยายามพัฒนาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ชาวจีนเดินทางไปท่องเที่ยวทั่วโลกได้อย่างมีความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมและมารยาทอันเป็นสากล

สำหรับประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา สถิตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี จนเมื่อปลายปี พ.ศ. 2555 ภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand เริ่มฉายในโรงภาพยนตร์และมีชาวจีนชมมากเป็นประวัติการณ์ผู้สร้างภาพยนตร์เรื่องนี้ได้ถ่ายทอดความงดงามของทัศนียภาพและสอดแทรกเรื่องราวด้านวัฒนธรรมไทยได้อย่างดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้นจาก 2.7 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 เป็น 4.7 ล้านคนในปี พ.ศ. 2556 และ 7.9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2558 ทำให้เศรษฐกิจหมุนเวียนดีขึ้น ขณะเดียวกันก็มีผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมตามมา เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนมีพฤติกรรมเสมือนจะไม่รับรู้มารยาทสากล เช่น ไม่รักษาความสะอาด ไม่มีวินัยในการใช้สิ่งของหรือสถานที่อันเป็นสาธารณะ ทำลายทรัพย์สินธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ การศึกษาเรื่องราวต่างๆด้านวัฒนธรรมประเพณีของประเทศไทยก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นก็พบได้บ้างแต่ส่วนใหญ่ให้ความสนใจค่อนข้างน้อย เมื่อเดินทางมาถึงก็มักประสบปัญหา จนบางกรณีกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่ทางการต้องเข้ามาแก้ไข

ผู้วิจัยจึงสนใจและเห็นความสำคัญของการศึกษาวิจัย ความต้องการ การเปิดรับและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเด็นประเภทของสื่อและเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเปิดรับและรับรู้เป็นอย่างไรและอยู่ในระดับใด เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการศึกษามาสร้างสรรค์แผนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเชิงวัฒนธรรมไทยเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีและถูกต้องขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อหาคำตอบดังวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและความต้องการให้มีการนำเสนอจากสื่อประเภทต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากสื่อประเภทต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับความต้องการ การเปิดรับ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ขอบเขตการวิจัยและประชากร

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
2. ระยะเวลาที่ทำการวิจัย ช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ.2559

ประโยชน์ของการวิจัย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผน ส่งเสริมและพัฒนาความเข้าใจวัฒนธรรมไทยในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน และชาติอื่นๆ
2. ภาคเอกชนทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกเปิดรับข่าวสารสามารถสรุปได้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย¹ ในการรับรู้ข่าวสารนั้นปัจจัยที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ ซึ่งผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรกรองข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปคนจะมีแนวโน้มที่จะเลือกรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่ตนนั้นมีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติกับความสนใจของตน นอกจากนั้นยังมีปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และประสบการณ์ส่วนบุคคล ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน ภูมิหลังที่ต่างกันย่อมทำให้บุคคลมีความสนใจและความต้องการเนื้อหาข่าวสารต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีความต้องการแสวงหาข่าวสาร การเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ข่าวสาร มาวิเคราะห์กับระดับทางสังคมและลักษณะความแตกต่างทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวจีนว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรดังกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัยข้างล่างนี้

¹ Atkin, C.K. "New Model for Mass Communication Research". New York: The Free Press, 1973.



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อเก็บข้อมูลประกอบการรายงานผล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2559 จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2559 จำนวน 6 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ค่าบริการที่จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการค้นคว้าข้อมูลข่าวสารวัฒนธรรมไทยจากเนื้อหาและประเภทของสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นคำถามปลายปิด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวสารวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเนื้อหาข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทย เป็นคำถามแบบตัวเลือก

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1 และทำการทดสอบความเชื่อมั่นโดยนำผลจากการทดลองใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวจีน 30 คนในตอนที่ 3 และ 4 ไปหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alfa Coefficient) ของครอนบาคโดยได้ค่า KR-20 เท่ากับ 0.7659 และค่า KR-21 เท่ากับ 0.7531

การสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้วิจัยออกแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มใช้เวลาการสัมภาษณ์ประมาณ 40 นาที โดยเตรียมคำถามอย่างมีโครงสร้าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวได้ทำแบบสอบถามด้วยตนเอง ทำการเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ.2559

สำหรับการการสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้วิจัยสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นอาสาสมัคร 6 คน ที่มีลักษณะทางประชากรที่คละกัน โดยเตรียมคำถามอย่างมีโครงสร้าง ในเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การประมวลผลเชิงสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนาดังนี้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และใช้สถิติ t-test และ F-test (One-way Anova)

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์

สรุปผลการวิจัย

1. ความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย และความต้องการให้มีการนำเสนอทางสื่อประเภทต่างๆ

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทเมื่ออยู่ในสถานที่สำคัญหรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่อมากที่สุด รองลงมาคือข้อควรปฏิบัติต่อผู้อื่นและมารยาทเมื่ออยู่ในสถานที่สาธารณะ สำหรับความต้องการประเภทของสื่อนั้นพบว่าความต้องการประเภทของสื่อด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยนั้นมาจาก 5 สื่อหลักได้แก่ เว็บไซต์ภาพยนตร์เรื่อง Lost In Thailand เอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำ/คู่มือ หัวหน้าทัวร์และมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าความแตกต่างของอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนส่งผลต่อความต้องการเนื้อหาข่าวสารและความต้องการให้มีการนำเสนอผ่านทางสื่อประเภทต่าง ๆ แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย ระดับการศึกษาค่อนข้างสูง มีรายได้จากการทำงานประจำ จะเปิดกว้างในความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในด้านชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อ มารยาทและข้อควรปฏิบัติต่อสถาบัน สถานที่สำคัญทางศาสนาและสถานที่สาธารณะ โดยนิยมค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก

ส่วนนักท่องเที่ยวที่สูงอายุ การศึกษาไม่สูง อาชีพค้าขายหรือเป็นแม่บ้านอยู่ในกลุ่มอนุรักษ์นิยม ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการค้นคว้าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยมากนัก ส่วนใหญ่มักรับฟังจากสื่อบุคคล ได้แก่ พนักงานขายของบริษัททัวร์เมื่อซื้อรายการท่องเที่ยวก็มักจะได้รับคำแนะนำเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยว่าสิ่งไหนควรปฏิบัติหรือไม่ควรปฏิบัติ รับฟังคำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทย จากมัคคุเทศก์เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วส่วนเพื่อนหรือญาติที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยก็มักจะให้ข้อมูลดังกล่าวเมื่อมีการสนทนากัน

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากสื่อประเภทต่างๆ

จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มได้ผลตรงกันโดยพบว่าระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในสื่อประเภทต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดประเภทของสื่อแต่ละประเภทพบว่าการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เรื่อง Lost In Thailand มากที่สุด สื่อที่เปิดรับรองลงมาคือกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย คู่มือเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยคำแนะนำจากมัคคุเทศก์หรือพนักงานของบริษัทนำเที่ยวและสื่อสิ่งพิมพ์ตามลำดับ

3. การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากสื่อประเภทต่างๆ

การรับรู้เนื้อหาข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทต่อสถาบันและบุคคลอันเป็นที่เคารพของคนไทยอยู่ในระดับการรับรู้มาก ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทในสถานที่สำคัญทางศาสนาและความเชื่อตลอดจนมารยาทในการมีส่วนร่วมขณะเข้าชมในเทศกาลประเพณีไทยนั้นอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการรับรู้เกี่ยวกับมารยาทและข้อควรปฏิบัติในสถานที่สาธารณะอยู่ในระดับการรับรู้ต่ำ

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์กลุ่มพบว่าการรับรู้เนื้อหาข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนนั้นมีการรับรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทต่อทั้งสถาบันและบุคคลอันเป็นที่เคารพของคนไทย สถานที่สำคัญทางศาสนา และความเชื่ออยู่ในระดับมาก ส่วนมารยาทในการมีส่วนร่วมขณะเข้าชมใน

เทศกาลประเพณีไทยนั้นอยู่ในระดับปานกลางสำหรับการรับรู้เกี่ยวกับมารยาทและข้อควรปฏิบัติในสถานที่สาธารณะอยู่ในระดับการรับรู้ที่น้อยสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้เสนอแล้วดังกล่าว

4. ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

ผลทดสอบลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า

เพศและสถานภาพการสมรสของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกันมีความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและความต้องการให้มีการนำเสนอจากสื่อประเภทต่าง ๆ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากสื่อประเภทต่าง ๆ และการรับรู้ต่อเนื้อหาข่าวสารวัฒนธรรมไทยโดยรวมไม่แตกต่างกัน

อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกันมีความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและความต้องการให้มีการนำเสนอจากสื่อประเภทต่าง ๆ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากสื่อประเภทต่าง ๆ และการรับรู้ต่อเนื้อหาข่าวสารวัฒนธรรมไทยโดยรวมแตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและประเภทของสื่อที่ต้องการให้นำเสนอพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับมาก และความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทเมื่ออยู่ในสถานที่สำคัญหรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและความเชื่อมากที่สุด ในกรณีนี้อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการเนื้อหาดังกล่าวเพราะในช่วงการปฏิวัติวัฒนธรรมของประเทศจีนเมื่อปี พ.ศ. 2509 ทำให้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมสูญหายไป เมื่อบริบททางด้านการปกครองเปลี่ยนแปลงไปทำให้ชาวจีนที่ออกไปท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ กระตือรือร้นที่จะแสวงหาเนื้อหาข่าวสารทางด้านวัฒนธรรมจากสื่อประเภทต่าง ๆ มากขึ้น ประกอบกับความเจริญทางด้านเทคโนโลยีที่เจริญขึ้นและรัฐบาลจีนได้ผ่อนปรนข้อจำกัดต่าง ๆ ทางด้านการสื่อสารส่งผลให้การเข้าถึงเว็บไซต์สะดวกขึ้น ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการประเภทของสื่อจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อของบุคคลดังที่ Krikelas (1983)² กล่าวว่าคนที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการเรียนรู้ศึกษาและวิเคราะห์ในประเด็นหนึ่งและพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงทำการศึกษาเพื่อเพิ่มเติมความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหาจากแหล่งข่าวสารที่ตนพึงพอใจ

2. ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในสื่อประเภทต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเกือบจะถึงระดับมาก สื่อภาพยนตร์เรื่อง Lost In Thailand เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเปิดรับมากที่สุดภาพยนตร์เรื่องนี้มีเนื้อหาที่สนุกสนาน ตื่นเต้น ชวนติดตาม อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความงดงามทางธรรมชาติของประเทศไทย ที่สำคัญไปกว่านั้นคือภาพยนตร์เรื่องนี้ได้สอดแทรกสถานที่ ประเพณีที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยไว้อย่างมีศิลปะ เมื่อชาวจีนได้ชมจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างง่ายดาย ซึ่งอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับความนิยมสูงสุดเรื่องหนึ่งใน

² Krikelas, I, Information seeking behavior: Patterns and concepts. "Drexel Library Quarterly", 1983, 19(2), 5-20.

ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์จีน กระแสความนิยมดังกล่าวน่าจะเป็นแรงจูงใจที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเปิดรับข้อมูลข่าวสารวัฒนธรรมไทยมากขึ้น จากปรากฏการณ์ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pizam and Mansfield³ และฉลองศรี พิมลสมพงษ์⁴ สนับสนุนความคิดที่ว่าแรงจูงใจนั้นเป็นพลังทางวัฒนธรรมและพลังทางชีววิทยาในการกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว ที่ผลักดันกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเห็นสิ่งแปลกใหม่ส่วนระดับการเปิดรับที่แตกต่างในข้ออื่น ๆ นั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์กับการเปิดรับข่าวสาร ยูล เบญจรงค์กิจ⁵ ที่กล่าวว่าผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันด้วยและแคลปเปอร์⁶ ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์โดยเฉพาะเรื่องการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ซึ่งขึ้นอยู่กับความชำนาญและความถนัดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร

3. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยรวมมีระดับการรับรู้ปานกลาง สำหรับการรับรู้เกี่ยวกับมารยาทและข้อควรปฏิบัติในสถานที่สาธารณะอยู่ในระดับการรับรู้น้อย อธิบายได้ว่าปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการเลือกสรรเปิดรับข่าวสาร (Selective Process) โดย โจเซฟ ที แคลปเปอร์⁶ บุคคลเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็จะเลือกรับรู้และตีความหมายแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจรับรู้ตีความข่าวสารบิดเบือนให้มีทิศทางที่ตนพอใจด้วย

อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แตกต่างกันมีความต้องการเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและความต้องการให้มีการนำเสนอจากสื่อประเภทต่าง ๆ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยจากสื่อประเภทต่าง ๆ และการรับรู้ต่อเนื้อหาข่าวสารวัฒนธรรมไทยโดยรวมแตกต่างกัน เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์และแนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจของแมคคอมส์และเบคเคอร์⁷ ที่กล่าวว่าบุคคลจะใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการบุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการรู้เหตุการณ์ ช่วยตัดสินใจ ต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย ต้องการการมีส่วนร่วม ต้องการแสดงความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจ ต้องการความบันเทิง ซึ่ง คิพแพ็คและเมอร์เรย์⁸ ได้เพิ่มเติมในเรื่องการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ

³ Pizam A. & Mansfield Y. (Eds), "Consumer behavior in travel and tourism". New York: Haworth Press, 1999.

⁴ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, "อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว". งานวิชาการคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2544

⁵ ยูล เบญจรงค์กิจ, "การวิเคราะห์ผู้รับสาร". กรุงเทพมหานคร: ที.พี.พรินท์. 2542, หน้า 44-52.

⁶ Klapper, J.T., "The Effects of Mass Communication". Free Press, New York, 1960, pp. 19-25.

⁷ McCombs, Maxwell E., and Becker, Lee B. "Using Mass Communication Theory." In Perspectives in mass communication. New Jersey : Prentice Hall, 1979.

⁸ Kippax, S., & Murray, J.P. "Using the mass media need gratification and perceived utility 35. Communication Research", 1980, pp. 355-359.

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากนั้น มีความแตกต่างกันด้วยลักษณะทางประชากร สถานภาพสังคม และลักษณะทางจิตวิทยา ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมที่แสดงออกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน ดังนั้นแนวคิดทฤษฎีเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในประเด็นที่กล่าวถึงสิ่งใด “ควรทำ” สิ่งใด “ไม่ควรทำ” จึงควรนำมาศึกษาและผลิตสื่อเสนอนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อเป็นการปรับพื้นฐานพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารวัฒนธรรมไทยที่ต่างกัันดังที่กล่าวข้างต้น เพื่อสร้างความเข้าใจให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกันจะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อันไม่พึงปรารถนาของประเทศเจ้าบ้าน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลจากการวิจัย พบว่า ภาพยนตร์มีผลต่อการเปิดรับและรับรู้ข่าวสารในระดับสูง ดังนั้นหน่วยงานรัฐและเอกชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเช่นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรสนับสนุนส่งเสริมให้มีการผลิตและพัฒนาเนื้อหา ข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในรูปแบบของภาพยนตร์ และนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวตามโอกาสต่าง ๆ ที่เหมาะสม
2. ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและมารยาทในสถานที่สาธารณะอยู่ในระดับน้อย จึงสมควรสนับสนุนให้ใช้ช่องทางการสื่อสารทุกประเภทเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับสิ่งที่ควรและไม่ควรปฏิบัติกับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรสนับสนุนสื่อบุคคลเช่น มัคคุเทศก์ โดยการอบรมและสอบอยู่เนื่อง ๆ
3. ผลจากการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ควรและไม่ควรปฏิบัติในสถานที่ท่องเที่ยวโดยผ่านเว็บเพจประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความต้องการประเภทและเนื้อหาของสื่อ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากมัคคุเทศก์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเนื่องจากมัคคุเทศก์ทำงานใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด
2. ควรทำการศึกษาความต้องการประเภทและเนื้อหาของสื่อ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะ การสื่อสารข้อควรปฏิบัติและมารยาทในสังคมไทย
3. ควรทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ความไม่เข้าใจ หรือข้อห้ามข้อควรปฏิบัติต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขทั้งประเภทของสื่อและเนื้อหาของสื่อให้เหมาะสมมากขึ้นเพื่อเป็นแรงจูงใจและแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน และสร้างความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาติอื่นๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรวรรณ สังขร และคณะ. “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่”. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2556.

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559”. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2559, จาก www.mots.go.th
- กรุณา บุญมาเรือน. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ”. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์. 2546.
- กัลยกร ศุภธรราร. “การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 2548.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “บทวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดต่างประเทศ”. กรุงเทพมหานคร: จุลสาร วิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550.
- จุฑาภา ดาดพริ้ง. “การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน และยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 2546.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. “การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว”. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2548.
- ชิดจันทร์ หงส์สุต. “หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2532.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2550.
- ชนกฤต สังข์เนย. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ”. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม. 2550.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. “การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS”. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: วี.อินเตอร์ พรีนซ์. 2548.
- น้ำฝน จันทรนวล. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด. 2556.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์. 2548.
- ประสงค์ นิธินวก. “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาชนจีน”. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2545.
- ไพรัตน์ สุระศิรินันท์. “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2556.
- เลิศพร ภาระสกุล. “แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย”. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. 2558.
- แสงเดือน รตินทร. “ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2555.

อรชน มณีสงฆ์ และคณะ. “การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่”. วารสารวิทยาลัย บัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

2551. 1 (1), 96-106.

อัจฉรา สมบัตินันทนา. “พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย”. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2555.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., and Miniard, P. W. “**Consumer Behavior**”, (6th ed.). Fort Worth: The Dryden Press. 1990.

Glenn, W. C. “**Consumer Behavior: Theory and Practice**”, (3th ed.). Homewood, Lllionis: Richard D. Irwin. 1978.

Peter, P. J., and Olsen., J. C. “**Consumer Behavior and Marketing Strategy**”, (2nd ed.). Homewood, Lllionis: Richard D. Irwin. 1990.

Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. “**Consumer Behavior**”. New Jersey: Prentice-Hall. 1991.

Williams, T. G. “**Consumer Behavior: Fundamentals and Strategies**”, 1th, Paul, Minnesota: West Publishing. 1982.

www.oknation.nationtv.tv/blog/blackcheepagornlok/2013/10/21/entry-1

www.news.thaipbs.or.th/content/252834

www.thairat.co.th/content/374004