

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนในประเทศไทย<sup>1</sup>  
Development of New Tourism Routes and Tourism Products for  
Quality Chinese Tourists Visiting Thailand

เศรษฐวิสุทธิ์ พรหมสิทธิ์<sup>2</sup> จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด<sup>3</sup> Xu Weijie<sup>4</sup>  
Sedtawat Prommasit, Jutatip Junead, Xu Weijie

**บทคัดย่อ (Abstract)**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวสำหรับเมืองรองในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของชาวจีนในเมืองท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นมัคคุเทศก์ ข้าราชการประจำ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กรรมการเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1, 2, ภาคตะวันออก, กรรมการเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในพื้นที่ ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน รวมจำนวน 53 คน การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และใช้เทคนิคการเลือกแบบลูกโซ่ และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย และการวิเคราะห์เนื้อหา และผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพของประเทศไทยมีจุดแข็งในด้าน การท่องเที่ยวแบบ "วิถีไทย" เป็นตัวขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม กระจายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สู่ชุมชนให้ทั่วถึง ส่วนด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวจีนต่อองค์ประกอบของการ

---

Received: 2021-04-26 Revised: 2021-05-24 Accepted: 2021-05-25

<sup>1</sup> บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ ประจำปี 2561

<sup>2</sup> คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Faculty of Social Business Administration Srinakharinwirot University. Corresponding Author e-mail: jutatipj@swu.ac.th

<sup>3</sup> คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Faculty of Environmental Culture and Ecotourism Srinakharinwirot University. Corresponding author e-mail: jutatipj@swu.ac.th

<sup>4</sup> วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ College of Chinese Studies Huachiew Chalermprakiet University

ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเทศไทย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ประเทศไทยมีอาหารไทย และผลไม้ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจมาก 2) ด้านความสะดวกในการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนนิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง หรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาจีน 4) ด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนส่วนใหญ่จะเลือกพัก “โรงแรม” ประเภท 4 ดาวขึ้นไป 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนมีความสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวค่อนข้างหลากหลาย ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทาง 8 แนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี แนวคิดการประเมินศักยภาพทางการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ (Keywords):** ผลกระทบทางการท่องเที่ยว; นักท่องเที่ยวคุณภาพ; นักท่องเที่ยวชาวจีน

## Abstract

This research aimed to 1) study potential of tourist attraction and tourism facilities for the secondary cities to accommodate qualified Chinese tourists 2) study behaviors of qualified Chinese tourists travelling to Thailand 3) propose the guidelines in developing tourism products and promote tourism marketing for Chinese visitors in the secondary cities in Thailand. In this research, the key informants were tour guides, government officer from Provincial Office of Tourism and Sports, committee in the lower central region, 1, 2, Eastern region, committee in southern region and Andaman coast, Tourism Council of Thailand, local tourism and hospitality entrepreneurs, community leaders, and people in tourism attractions, and also qualified Chinese travelers, totaling 53 informants. In addition, this research selection of key informants with purposive sampling and snowball sampling. Depended on in-depth interview, focus group, participation observation, and tourism resource check lists for collecting research data whereas the information was analyzed through content analysis. By using analytic induction and content analysis, the researcher used the triangulation data examination method. According to the findings, it revealed that the potential of Thailand has strength with respect to tourism as “Thai Living” acting as the driver of tourism both domestically and internationally, together with reducing social disparity and distributing a number of travelers and revenues to community thoroughly. As for the demands of highly qualified Chinese travelers towards tourism components in tourism attractions in Thailand 1) concerning attraction, it was found that Thailand has distinctive foods and fruits with unique identity that is very interesting 2)

regarding the convenience of travel, it showed that highly qualified Chinese travelers prefer to manage travelling by themselves 3) concerning facilities, it appeared that highly qualified Chinese travelers prefer to have facilities accessing to the sites or tourism activities with Chinese language 4) as for accommodation, highly qualified Chinese travelers mostly choose to stay at “4-stared hotels” above 5) as for tourism activities, highly qualified Chinese travelers have interests in various tourism activities. Accordingly, the research would like to propose 8 guidelines that are consistent with theories and concepts involving with tourism marketing.

**Keywords:** Development of tourism routes; Tourism products; Qualified Chinese travelers

## บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ และสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ โดยในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 1,447,158 ล้านบาท (ประมาณ 10% ของ GDP) โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนสร้างรายได้มากถึง 376,001 ล้านบาท และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนก็ยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตสูงอย่างก้าวกระโดด จากเมื่อปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 4.636 ล้านคน แต่ล่าสุดในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 7.934 ล้านคน เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 71.14 (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ด้วยความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดของโลก เดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก หน่วยงานต่าง ๆ ของประเทศไทยก็ให้ความสำคัญเช่นกัน เห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้ระบุว่าต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดชาวจีนเพื่อมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2555) สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559) ประเด็นยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 2 การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจ กลยุทธ์การวิจัยที่ 4 พัฒนาศักยภาพ ระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และในแผนยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 ยังได้ระบุกลุ่มที่ควรมุ่งเน้น 13 กลุ่มเรื่อง โดยกลุ่มเรื่องที่ 10 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งเน้นการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับกรอบการวิจัยของเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2560-2561 หมวดที่ 18 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว กรอบการวิจัยที่ 2 เพื่อพัฒนาฐานทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง

ประเด็นวิจัย ข้อ 2.7 นักท่องเที่ยวชาวจีนโดยครอบคลุมทั้งประเด็นการบริการจัดการการประจำตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนและการเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ซึ่งให้ความกังวลเกี่ยวกับ 5 จังหวัดท่องเที่ยวหลักซึ่งหากเกิดเหตุการณ์ทางลบต่อการท่องเที่ยวจะทำให้รายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนลดลง จึงได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใหม่ มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงเป็นกลุ่มจังหวัดจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ลงนามข้อตกลงความร่วมมือ (เอ็มโอยู) การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. นโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะเครื่องมือสร้างรายได้เข้าประเทศ และมีส่วนช่วยยกระดับความเข้มแข็งของชุมชนทั้งในภาคเกษตร หัตถกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถต่อยอดนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยความร่วมมือในครั้งนี้ จะนำ 13 ชุมชนต้นแบบที่ อพท. รับผิดชอบ และสร้างโมเดลประสบความสำเร็จ มาช่วยพัฒนาชุมชนกว่า 8,000 แห่งทั่วไทย ให้มีการท่องเที่ยวเข้มแข็ง และสามารถบริหารจัดการด้วยตัวเองได้ โดยโมเดลดังกล่าว จะช่วยนำจุดแข็งแต่ละชุมชนมานำเสนอเป็นสินค้าท่องเที่ยว ดึงดูดตลาดคนไทย และต่างชาติเพิ่ม และเปิดมิติกระจายแหล่งท่องเที่ยวจากพื้นที่หลักสู่พื้นที่ใหม่ ๆ ให้ได้รับประโยชน์เท่าเทียมกัน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) และในปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมามีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีกลยุทธ์การตลาดโครงการ 12 เมืองต้องห้ามพลาด เพื่อเป็นการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่แก่นักท่องเที่ยว และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างดี จนกระทั่งได้ขยายพื้นที่เป็น 12 เมืองต้องห้ามพลาดพลัสเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2559 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

ด้วยความได้เปรียบเชิงพื้นที่ของเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ หากมีการศึกษาวิจัยเพื่อการค้นหาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีการสร้างความได้เปรียบนำเสนอศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนก็จะช่วยให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในพื้นที่ได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของนโยบายของประเทศในที่สุด ซึ่งในการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวนั้น ย่อมต้องเกิดจากความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจของทั้งคนในชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ ที่จะคอยเป็นผู้อำนวยการความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงต้องทำการศึกษากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด เพื่อนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของชาวจีนในเมืองท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวสำหรับเมืองรองในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของชาวจีนในเมืองท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยนี้ดำเนินการบนพื้นฐานการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

### 2. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการ) อีกแล้วเกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ผู้วิจัยใช้เทคนิคการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Selection) ใช้เกณฑ์ของ Spradley (1979); Rubin and Rubin (1995); Patton (1990) ที่กำหนดว่า (1) ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีความรู้ มีความเกี่ยวข้อง หรือมีประสบการณ์ในเรื่องที่จะสัมภาษณ์โดยตรง (2) ยังปฏิบัติงาน หรือดำเนินชีวิตอยู่ในเรื่องนั้น ๆ ไม่ได้เลิก หรือวางมือไปแล้ว (3) มีความสมัครใจ เต็มใจและยินดีให้สัมภาษณ์ตามที่นักวิจัยต้องการและ (4) ผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องไม่ปฏิบัติงานแหวดตรงเดียวกับผู้สัมภาษณ์ โดยการวิจัยครั้งนี้ มีบัญชีรายชื่อและตำแหน่งของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง และนักท่องเที่ยวจีนอยู่แล้วและใช้ควบคู่กับวิธีการคัดเลือกแบบก้อนหิมะ (Snowball Selection) เป็นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการโดยขอคำแนะนำจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่กำลังสัมภาษณ์อยู่โดยขอให้ระบุรายนามบุคคลที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมให้ครบถ้วนและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ที่มีความยินดีและสมัครใจเป็นผู้ให้ข้อมูลเท่านั้น

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structural interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) ในรูปแบบการสนทนา (Conversation) การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) และใช้ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ 5 ประเด็น ได้แก่ (1) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวสำหรับเมืองรอง (2) จุดแข็งจุดอ่อนโอกาส และอุปสรรค ของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน (3) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน (4) ความพร้อมของการให้บริการนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน จากผู้มีส่วนได้เสียในการจัดการ

ท่องเที่ยว และ (5) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมจาก 2 แหล่ง ประกอบด้วย (1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ให้ข้อมูลหลักกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวและการให้บริการนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สุโขทัย แม่ฮ่องสอน ตริัง สตูล สมุทรสงคราม ตรัง และอุดรธานี และ (2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการค้นคว้าเอกสารและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับซึ่งอยู่ในช่วงพ.ศ. 2559-2562 โดยได้มาจากบทสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวจีน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รายงานและบทความวิจัย เรื่องพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวจีนที่ได้รับสนับสนุนทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และบทความวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่ในวารสารนานาชาติซึ่งอยู่ในฐาน Scopus และบทความวิจัยที่ได้ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ TC11 และ TC12

##### 4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ข้อมูล

ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อยและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม นั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสนามการวิจัย ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จึงมีความสำคัญผู้วิจัยจึงมีวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลดังนี้

4.1.1 บันทึกพรรณนาอย่างละเอียดและนำเสนอพรรณนาให้เห็นภาพทุกแง่มุมเป็นข้อมูลส่วนที่เกิดขึ้นจริงตามที่นักวิจัยสังเกต หรือสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลมาเป็นส่วนที่ยังมิได้มีการปรุงแต่ง หรือใส่ความคิดเห็นของนักวิจัยลงไป

4.1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ตรวจสอบด้วยตัวเอง (Member checks) โดยผู้สัมภาษณ์อ่านข้อมูลสะท้อนกลับประเด็นคำพูด หรือประเด็นของผู้ที่ผู้ให้ข้อมูลหลักอีกครั้งเพื่อให้เกิดความชัดเจนในประเด็นนั้น ๆ และสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า มีประเด็นนอกเหนือจากนี้หรือไม่ทุกครั้งเมื่อจบแต่ละประเด็นเป็นการตรวจสอบว่าประเด็นที่นักวิจัยบันทึกไว้ตรงกับที่ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลหรือไม่ เมื่อได้รับการยอมรับและยืนยันว่าถูกต้องตรงตามความเป็นจริงแล้วก็เป็นการสร้าง ความน่าเชื่อถือของข้อมูลได้เป็นอย่างมาก หรือหากมีข้อมูลใดบันทึกไม่ครบถ้วนผู้ให้ข้อมูลหลักก็เพิ่มเติมข้อมูลให้ครบถ้วนในประเด็นนั้น ๆ

4.1.3 การตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) เป็นแนวคิดของ Cohen and Manion (1994); Miles and Huberman (1994) การเปรียบเทียบข้อค้นพบของปรากฏการณ์ที่ศึกษาจากแหล่งมุมมองที่ต่างกันซึ่งเป็นแนวทางสำหรับการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล หรือสิ่งที่ค้นพบในสนามการวิจัย โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยตรวจสอบ MATP (Method, Analyst, Reviewer and Theory) M (วิธีการ) เป็นการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีการที่

แตกต่างกันเพื่อคุณลักษณะและความสอดคล้องของข้อมูล A (ผู้วิเคราะห์ข้อมูล) การใช้ผู้วิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาจากภาคสนามจำนวน 3 คน ขึ้นไป ต่างคนต่างวิเคราะห์ข้อมูลให้ได้ข้อค้นพบแล้วนำผลสรุปมาเปรียบเทียบกัน R (ผู้ตรวจทาน) การให้บุคคลต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ขณะนักวิจัยทำการทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในสนามวิจัย ผลการตรวจสอบวิธีนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถเรียนรู้ได้มากขึ้นทั้งในด้านความแม่นยำ ความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงทำให้เกิดความคิด หรือการตีความใหม่ ๆ เพิ่มเติมด้วยและ T (ทฤษฎี) การใช้มุมมองของทฤษฎีที่แตกต่างกันมาพิจารณาตีความข้อมูลชุดเดียวกัน โดยใช้ทฤษฎีที่ต่าง ๆ กันมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเพื่อเปรียบเทียบข้อค้นพบสิ่งสำคัญ คือ การทำให้เกิดความเข้าใจข้อสันนิษฐาน (Assumption) และหลักทฤษฎีที่ใช้อ้างอิงว่ามีอิทธิพลต่อข้อค้นพบ (Finding) และการตีความ (Interpretation) ของงานวิจัย

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้หลักการของ Shank (2008); Baptiste (2001) กำหนดว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมีหลักการดำเนินการร่วมกันอยู่ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) การกำหนดวิธีการที่จะใช้วิเคราะห์ (2) จัดระบบจำแนกข้อมูล (3) ทำการเชื่อมโยงกลุ่มข้อมูลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และ (4) นำเสนอผลการวิเคราะห์ และใช้หลักการของ รัตนะ บัวสนธ์ (2558) ร่วมด้วยกับขั้นตอนที่ 4 คือ การเขียนเชื่อมโยงข้อสรุปชั่วคราวที่ผ่านการตรวจสอบยืนยันแล้วเข้าด้วยกัน การเชื่อมโยงข้อสรุปชั่วคราวเชื่อมโยงตามลำดับของข้อสรุปแต่ละข้อสรุปเป็นบทสรุปย่อยและเชื่อมโยงบทสรุปย่อยแต่ละบทสรุปเข้าด้วยกันเป็นบทสรุปสุดท้ายและนำเสนอผลสรุปผลการวิจัยเป็นการบรรยายด้วยถ้อยคำความเรียง

### ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการศึกษาข้อมูลเชิงเอกสารของกระทรวงการท่องเที่ยว พบว่า ในช่วงปี 2561 - 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวเมืองรองจำนวน 5.96 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้น 5.14% โดยเมืองรองที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเยือนสูงสุด ได้แก่ ลพบุรี จำนวน 3.38 แสนคน รองลงมาคือ นครศรีธรรมราช จำนวน 3.03 แสนคน และอุดรธานี จำนวน 3.02 แสนคน ขณะที่จังหวัดที่มีการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 3 อันดับแรก คือ นครพนม เพิ่มขึ้น 7.80% ตามด้วย นครนายก เพิ่มขึ้น 7.77% น่าน เพิ่มขึ้น 7.77% และระนอง เพิ่มขึ้น 7.32% ซึ่งรายได้เมืองท่องเที่ยวรองในช่วงปี 2561 - 2562 มีมูลค่า 1.55 หมื่นล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้น 8.88% โดยมีเมืองรองที่มีรายได้สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ เชียงราย มูลค่า 1.46 พันล้านบาทตามด้วย นครศรีธรรมราช มูลค่า 1.24 พันล้านบาท และอุดรธานี มูลค่า 959 ล้านบาท ขณะที่เมืองท่องเที่ยวรองที่มีการขยายตัวด้านรายได้สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ น่าน เพิ่มขึ้น 13.81% ตามด้วยเลย เพิ่มขึ้น 13.09% และบุรีรัมย์ เพิ่มขึ้น 12.08% ตามลำดับ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนมีความประทับใจ และได้แสดงความคิดเห็นในมุมมองที่แตกต่างกันเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทยได้อย่างน่าสนใจ จำนวน 4 ราย ดังนี้

นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนรายที่ 1 กล่าวว่า “素可泰最不缺的就是历史文化遗址和文物古迹，光从辈分上就用了大城，清迈，曼谷好几条街，泰国古都论古美，它绝对在排名靠前。” (สิ่งที่สุโขทัยไม่ขาดที่ขาดก็คือโบราณสถานทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและวัตถุโบราณ ถ้านับเวลาย้อนหลัง เก่าแก่กว่าอยุธยา เชียงใหม่ หรือกรุงเทพฯ มากทีเดียว ถ้าพูดถึงความงดงามของเมืองโบราณไทย สุโขทัยต้องติดอันดับต้นๆ )

นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนรายที่ 2 กล่าวว่า “在曼谷和清迈之间，去清迈或者曼谷的时候可以分出两天来一趟。是一座被遗忘在时间里的宁静古城，静谧又恢宏，还藏着最经典的泰国味”

(อยู่ระหว่างกรุงเทพฯ กับเชียงใหม่ หากเดินทางระหว่างกรุงเทพฯ กับเชียงใหม่ น่าจะแบ่งเวลาออกมาสักวันสองวันมาเที่ยวที่นี่ เป็นเมืองโบราณที่เงียบสงบแบบเหมือนถูกเวลาหลงลืมไป เงียบสงบแต่งดงามหมดจด มีความเป็นไทยแท้แบบดั้งเดิมอยู่)

นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนรายที่ 3 กล่าวว่า “主要就是火车市场和安帕瓦水上市场，一天就逛完了。火车市场图一个新奇，但是超热。水上市场很大，人很多，吃的非常多，傍晚有萤火虫”

(หลักๆ ก็จะมีตลาดร่มหุบกับตลาดน้ำอัมพวา เที่ยววันเดียวก็เหลือเฟือ ไปตลาดร่มหุบคืออยากไปดูความแปลกใหม่ แต่อากาศร้อนมากๆ ส่วนตลาดน้ำใหญ่มาก คนก็เยอะ ของกินก็เยอะมาก ตอนค่ำๆ จะมีหิ่งห้อย)

นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนรายที่ 4 กล่าวว่า “夜丰颂作为一座和缅甸接壤的隐秘山城，不仅有着远近闻名的竹桥，还有人间仙境班红湖。当然，稀少的游人和纯净的空气也是吸引我的重要原因。”

(แม้ฮ่องฮอนเป็นเมืองภูเขาเล็กๆ ที่มีพรมแดนติดกับประเทศเมียนมาร์ มีสะพานชุตองเป่ที่ขึ้นชื่อ และมีแพริ่แลนด์อย่างทะเลสาบปางอ้ง แต่ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดดิฉันคือ จำนวนนักท่องเที่ยวไม่เยอะ และอากาศบริสุทธิ์)

2) ผลศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางกรท่องเที่ยว สำหรับเมืองรองในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังที่แสดงใน ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทยในการรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<p>1. ปรากฏการณ์สนับสนุนจากกระแสเศรษฐกิจประวัติศาสตร์ "บุพเพสันนิวาส", "นาสี" และ "งานอุ่นไอรัก...คลายความหนาว" ทำให้เกิดการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อีกทั้งยังมีการกระจายตัวไปยังเมืองรองต่างๆ</p> <p>2. การท่องเที่ยวแบบ "วิถีไทย" เป็นตัวขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม กระจายจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สู่ชุมชนให้ทั่วถึง</p> <p>3. มีงบประมาณช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านกองทุนช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</p> <p>4. ภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทยที่เป็นจังหวัดเมืองรองมีความโดดเด่นและน่าสนใจที่แตกต่างกัน เช่น แอ่วเหนือ สัมผัสอากาศหนาวเย็น เรียนรู้วิถีชีวิตชาวดอย, ส่องอีสาน ถิ่นที่เต็มไปด้วยอาหารหลากหลาย ทั้งข้าวเหนียว ส้มตำ ปลาสำราญ แหล่งรวมของอร่อย, เที่ยวกลาง ร่มรวยไปด้วยวัดวาอาราม สถาปัตยกรรม โบราณสถานต่างๆ นานา และล่องใต้ หนาวไปด้วยทะเลสองฝั่ง ทั้งอ่าวไทยและอันดามัน แหล่งหาดทรายขาว ทะเลสวย น้ำใส อาหารรสชาดีจัดจ้านสไตล์ปักษ์ใต้</p>	<p>1. ขาดการสร้างเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย อำนาจความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน</p> <p>2. ขาดการรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติชุมชน ประเพณีที่เป็นรายลักษณ์อักษรในแต่ละชุมชน ของพื้นที่ในเมืองรอง</p> <p>3. สถานที่/แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่พร้อมให้บริการนักท่องเที่ยว และขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ยังไม่มีมาตรฐานมากพอสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวจีน</p> <p>4. ประวัติ เรื่องเล่า การสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่เหมือนกัน ขาดความเป็นหนึ่งเดียวและไม่มีสื่อที่เป็นภาษาสากล (อังกฤษ, จีน)</p> <p>5. ขาดการบริหารห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวทั้งระบบ แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง และเดินทางเชื่อมต่อในแต่ละเมืองรอง</p>
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>1. นโยบายของภาครัฐมีการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการอบรมอาสาสมัครเพื่อการท่องเที่ยว (เจ้าบ้านที่ดี)</p> <p>2. ททท. มีนโยบายเน้นการตลาดเน้นนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง และเน้นการตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง</p> <p>3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีนโยบาย การท่องเที่ยวต้อง "สะดวก</p>	<p>1. การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองยังไม่ได้มาตรฐาน</p> <p>2. ปัญหาเศรษฐกิจโลกส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม ภาคการท่องเที่ยวและบริการ</p> <p>3. ปัญหาภัยคุกคามด้านความมั่นคงและอาชญากรรม ปัญหาโรคอุบัติใหม่</p> <p>4. นโยบายเปิดการค้าเสรีทำให้ภาคอุตสาหกรรม ภาคการท่องเที่ยวและบริการ ต้องมีการแข่งขันสูง</p>

สะอาด ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์ และ  
ยั่งยืน เหมาะกับการส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อรองรับ  
นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง  
4. เป็นนโยบายต่อเนื่องของภาครัฐ  
ในโครงการ '55 เมืองรอง ต้องลอง'  
ต่อเนื่องจาก โครงการ '12 เมืองรอง  
ต้องห้าม...พลาด' และ '12 เมืองรอง  
ต้องห้าม...พลาด 'Plus' ทำให้ชุมชน  
มีความพร้อมอย่างต่อเนื่อง

**2. ผลศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนต่อการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย** ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็น  
นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีน มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปค่อนข้างมาก โดย  
ส่วนใหญ่มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 เหรียญสหรัฐต่อปีขึ้นไป พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยว  
คุณภาพสูงชาวจีนต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเทศไทย ในด้านต่างๆ  
ตามที่แสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้

**ตารางที่ 2 ความต้องการนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนต่อองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของประเทศไทย**

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน
1) สิ่งดึงดูดใจ	ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีอาหารไทย และผลไม้ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจมาก ลำดับแรก ลำดับที่ 2 ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การนวดไทย สปา และการรักษา ลำดับที่ 3 ในด้านการท่องเที่ยวประเภทแสวงเสด็จ ยามราตรี (กรุงเทพมหานคร พัทยา และภูเก็ต) ลำดับที่ 4 นักท่องเที่ยวสนใจสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ชายหาด และเกาะที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย (ภูเก็ต กระบี่ พัทยา และหัวหิน) ลำดับที่ 5 นักท่องเที่ยวสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางวัฒนธรรมประเภทวัด และแหล่งสำคัญทางศาสนา (พระบรมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม) ลำดับที่ 6 นักท่องเที่ยวสนใจเรื่องของประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่สำคัญของประเทศไทย (พระนครศรีอยุธยา และสุโขทัย และเชียงใหม่) ลำดับที่ 7 นักท่องเที่ยวสนใจในกิจกรรมเชิงผจญภัย หรือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (เชียงใหม่ กระบี่ และเชียงราย) ลำดับที่ 8 นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าต่อการซื้อสินค้า และได้สินค้าที่มีคุณภาพของประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร)
2) ด้านความสะดวกในการเดินทาง	ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนนิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง อันดับแรก แต่ก็ยังคงเลือกใช้บริการจากบริษัททัวร์ ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ในขณะที่การเดินทางแบบวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยยังใช้บริการจากบริษัททัวร์ช่วยเหลือเป็นบางส่วน สำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มส่วนตัว ได้รับ

	ความนิยมบ้างแต่ไม่มากนัก ตามลำดับ
3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่ง หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาจีน เช่น ป้ายสื่อความหมาย ป้ายบอกเส้นทาง และ VDO แนะนำแหล่งท่องเที่ยว เป็นลำดับแรก ต่อมานักท่องเที่ยวต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี
4) ด้านที่พัก	ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนส่วนใหญ่จะเลือกพัก “โรงแรม” ประเภท 4 ดาวขึ้นไป สำหรับโรงแรมที่เป็นที่นิยมเรียงตามลำดับ ได้แก่ โรงแรม 4 ดาว (ที่มีคุณภาพเทียบเท่า 5 ดาว) โรงแรม 5 ดาว (ที่มีชื่อเสียงระดับสากล) และโรงแรมทั่วไป สำหรับที่พักประเภทอื่นที่ได้รับความนิยมในสัดส่วนรองลงไป ได้แก่ บูติก รีสอร์ท รีสอร์ทชายทะเล (ในพื้นที่ภูเก็ต กระบี่ พัททยา และหัวหิน) ตามลำดับ ส่วนที่พักประเภทอื่นๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ให้ความนิยมมากนัก
5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีนมีความสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวค่อนข้างหลากหลาย โดยกิจกรรมยอดนิยม ได้แก่ การช้อปปิ้ง และการพักผ่อนชายทะเล การชิมอาหารท้องถิ่น การเข้าชมสถานที่ประวัติศาสตร์ กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมบันเทิงยามค่ำคืน และการล่องเรือสำราญ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวท้องถิ่น และกิจกรรมผจญภัย ตามลำดับ

### 3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวของชาวจีนในเมืองท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเป็นเครื่องมือในการลดการ เหลื่อมล้ำ การทำให้เกิดการพัฒนาทางกายภาพที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่เมืองรองเข้าถึง สะดวกปลอดภัย ได้เอกลักษณ์ และมีความยั่งยืน มีสิ่งอำนวยความสะดวก 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน

2) แนวทางการส่งเสริมการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวท้องถิ่น และการชิมอาหารท้องถิ่น

3) แนวทางการต่อยอดเรื่องราวผ่านทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามีจุดเด่น เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีน มีการใช้ภาษาสากลในการถ่ายทอดเรื่องราว

4) แนวทางการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงตามยุทธศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองทั่วประเทศโดยภาครัฐสนับสนุนในบริษัทนำเที่ยวจัดเส้นทางเชื่อมโยงที่เหมาะสมอย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคของประเทศไทย

5) แนวทางการส่งเสริมการเพิ่มการจับจ่ายใช้สอยภายในท้องถิ่น และเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวเมืองรองทั่วประเทศ และเพิ่มทักษะทางภาษาแก่บุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองทั่วประเทศไทย

6) แนวทางส่งเสริมการตลาดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง โดยการร่วมมือกับพันธมิตรใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ Google Local Guide เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการวางแผนการท่องเที่ยว (Trip Planner) ทั่วประเทศได้ด้วยตัวเอง โดยสร้างแรงจูงใจให้มีการใช้จ่ายและท่องเที่ยวในชุมชนและเมืองรอง เช่น E-Coupon ใช้เป็นส่วนลดสำหรับซื้อสินค้าและบริการตลอดเส้นทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนและเมืองรอง

7) แนวทางการบริหารจัดการ Big Data แบบ Real Time ให้มีข้อมูลย้อนกลับเพื่อปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด และสอดคล้องกับกลไกของการตลาดสมัยใหม่เพื่อความยั่งยืนในอนาคต

8) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรองหลากหลายรูปแบบ กำหนดแหล่งท่องเที่ยวของเส้นทางให้ตรงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน อาทิ เส้นทาง Green ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เส้นทางจักรยาน เส้นทางท่องเที่ยวทะเลชายแดน และการออกแบบเส้นทางใหม่ให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน

## อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การอภิปรายผลการวิจัยเรียงตามวัตถุประสงค์การวิจัย มีดังนี้

1) วัตถุประสงค์ 1 พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นจุดแข็งของจุดปลายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน อาจจะเป็นเพราะภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยมีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกัน อาทิ เช่น ไปภาคเหนือเพื่อสัมผัสอากาศหนาวเย็น เรียนรู้วิถีชีวิตชาวดอย ท่องเที่ยวภาคกลางเพื่อท่องเที่ยววัดวาอาราม สถาปัตยกรรม โบราณสถานต่าง ๆ นานา และไปเที่ยวภาคใต้เพราะชายกิจกรรมทางทะเลชอบท่องเที่ยวชายหาด และเกาะต่างๆ เป็นต้น จึงเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยม และตรงกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย (ตลาดจีน) (2558) กล่าวว่า ผลการสำรวจประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวทั่วไปชาวจีน พบว่า ไทยเป็นประเทศจุดหมายที่ชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

2) วัตถุประสงค์ 2 พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว Dickman (1996) ในด้านความสะดวกในการเดินทาง นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนมีความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันกับนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัท เหมือนกับนักท่องเที่ยวจีนกลุ่มอื่นๆ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวจีน อยู่ในฐานะที่มีการศึกษาดี มีรายได้จำนวนมาก และมีความสามารถในการออกแบบคิดคำนวณโปรแกรมการเดินทางเองได้

ดังนั้น นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนมักนิยมจัดการเดินทางด้วยตนเอง อันดับแรก แต่ก็ยังคงมีนักท่องเที่ยวบางส่วนเลือกใช้บริการจากบริษัททัวร์ ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ในขณะที่การเดินทางแบบวางแผนการเดินทางด้วยตนเองโดยยังใช้บริการ จากบริษัททัวร์ช่วยเหลือเป็นบางส่วน สำหรับแบบกรุป ส่วนตัว ได้รับความนิยมบ้างแต่ไม่มากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี ชำนาญวาด และ (2561) ได้ศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนในรูปแบบเอกเทศในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความเป็นเอกเทศและรายได้สูง มีความประสงค์ คือ ต้องการมาท่องเที่ยวและพักผ่อนในประเทศไทยด้วยตนเอง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในการท่องเที่ยวด้วยตนเองเป็นทุนเดิมอยู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบการเดินทางด้วยตนเองอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้วยตนเองและมีความเบื่อหน่ายกับข้อจำกัดที่สร้างความไม่เป็นอิสระของการเดินทางมาท่องเที่ยวกับทัวร์ ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงชาวจีนมีความสนใจกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวค่อนข้างหลากหลาย โดยกิจกรรมยอดนิยม ได้แก่ การช้อปปิ้ง และการพักผ่อนชายทะเล การชิมอาหารท้องถิ่น การเข้าชมสถานที่ประวัติศาสตร์ กิจกรรมบันเทิง กิจกรรมบันเทิงยามค่ำคืน และการล่องเรือสำราญ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวท้องถิ่น และกิจกรรมผจญภัย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงชาวจีนจำนวนมาก ให้ความสนใจกับการเลือกเป้าหมายการเดินทางผ่านปัจจัยความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น (ร้อยละ 45.28) และปัจจัยอย่างเป็นทางการเฉพาะต่อการเรียนรู้ความเป็นไป หมายรวมถึงวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างจริงจัง (ร้อยละ 44.06) รวมถึงอีกส่วนหนึ่งที่สนใจความหลากหลาย ทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น (ร้อยละ 28.69)

### ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ เพื่อนำข้อค้นพบไปออกแบบ หรือสร้างโปรแกรมการดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนและนำข้อค้นพบไปออกแบบการบริการ รวมถึงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่นักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนเดินทางท่องเที่ยว ผู้วิจัยมีข้อเสนอโดยต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรบูรณาการกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทาน และสินค้าพร้อมขาย พัฒนาเรื่อง Creative Tourism ในแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว (Travel Tech & Start-up Business in Services) เพื่อส่งเสริมการขายสินค้า และกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวเมืองรอง

1.2 หน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรฐานช่วยเหลือ และส่งเสริมด้านการลดหย่อนภาษีให้แก่สถานประกอบการที่อยู่ในพื้นที่เมืองรอง

1.3 หน่วยงานภาคเอกชน ควรจัดตั้งเป็นสมาคม หรือเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว เครือข่ายเมืองรองเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างเมืองรองด้วยกัน

1.4 หน่วยงานภาคเอกชน

## เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559- 2568*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – พ.ศ.2560*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 6 ต.ค. – ธ.ค. 2559*. สืบค้น 18 มีนาคม 2562, จาก [www.mots.go.th/ewtdl\\_link.php?nid=8265](http://www.mots.go.th/ewtdl_link.php?nid=8265)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย*. สืบค้น 10 ธันวาคม 2563, จาก [shorturl.asia/DdutK](http://shorturl.asia/DdutK).
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2562 และแนวโน้มการท่องเที่ยว 2562 ไทย ปี พ.ศ. 2563*. สืบค้น 15 ธันวาคม 2563, จาก [shorturl.asia/DWsch](http://shorturl.asia/DWsch).
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2549). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา. (2548). *การบริหารการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า และการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัตนะ บัวสนธิ์. (2558). *การวิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาทิตยาพร อรุณพิพัฒน์พงศ์. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดนครพนม*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น.
- Cohen L. L. and Manion. L. (1994). *Research Method in Education*. (4<sup>th</sup>ed). New York: Routledge.
- Flick, U. (1998). *An Introduction to Qualitative Research: Theory, Method and Applications*. London: Sage.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. (2<sup>nd</sup> ed.). Sage Publications, Inc.
- Nastasi, B. K. and Schensul, S. L. (2005). Contributions of Qualitative Research to the Validity of Intervention Research. *Journal of School Psychology*. 43(3), 177-195.
- Onwuegbuzie, A. and Leech, N.L. (2007). Sampling Designs in Qualitative Research: Making the Sampling Process more Public. *The Qualitative Report*. 12(2), 238-254.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. (2<sup>nd</sup> ed.). Sage Publications, Inc.

- Rubin, H. J. and Rubin, I. S. (1995). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data*. (2<sup>nd</sup> ed). Sage Publications, London.
- Spradley, J. (1979). *The Ethnographic Interview*. Holt Rinehart and Winston, New York.
- Shank, G. (2008). *Six Alternatives to Mixed Methods in Qualitative Research*. *Qualitative Research in Psychology*. 3(4), 346-356.

