

ภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัย
ของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร

Image of Safety and Perception of Safety Management
of Chinese Free and Independent Travelers in Bangkok

บุณรดา ปัญญารักษ์¹ และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์²

Boonrada Panyarak and Rugphong Vongsaroj

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการ
การท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) เปรียบเทียบการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน Independent Samples t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในภาพรวมไม่ต่างกัน แต่หากพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในรายด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีสถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์ความปลอดภัย, การรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัย และ นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ

Abstract

The purposes of this study were to 1) compare the image safety of Chinese Free and Independent Travelers when traveling to Bangkok categorized by personal factors and 2) compare the perception of safety management of Chinese Free and Independent Travelers when traveling to Bangkok categorized by personal factors. This study was a quantitative study that comprised 400 samples of Chinese Free and Independent Travelers who traveled to Bangkok. The study employed a questionnaire as an instrument for data collection. The derived data was analyzed using SPSS where descriptive statistics was used to calculate the percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested using inferential statistics, Independent Samples t-test and One-way ANOVA.

The findings indicated that 1) Chinese Free and Independent Travelers, who had different personal factors, image the overall safety indifferently. However, when looking closely at each dimension, it was found that Chinese Free and Independent Travelers with different hometown had different image safety for each dimension at a statistical significance of 0.05, and 2) Chinese Free and Independent Travelers with different status, career, and monthly income, in general, had different perception of safety management at a statistical significance of 0.05

Keywords: Image safety, Perception of Safety Management, and Chinese Free and Independent Travelers

บทนำ

ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาปริมาณการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่มีฐานประชากรจำนวนมาก โดยเฉพาะจากประเทศจีนพบว่าการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักท่องเที่ยวจีนจำนวนมหาศาลหลั่งไหลเดินทางท่องเที่ยวประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558 : 5 - 8) และจากข้อมูลการสำรวจในปี 2559 พบว่าการเดินทางระหว่างประเทศมีการเติบโตขึ้นร้อยละ 3.9 ในจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกทั้งหมด 1,235 ล้านคน (UNWTO, 2017 ; ITB academy, 2016 : 4) โดยมีตลาดนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางออกนอกประเทศเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมีจำนวนถึง 135 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ร้อยละ 5.26 จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศทั่วโลกในปี 2558 จะเห็นได้ว่าจีนมีการส่งออกนักท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 เป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจจีนที่มีการเติบโตขึ้นถึงแม้เศรษฐกิจโลกจะซบเซาก็ตาม ซึ่งทำให้นักจีนมีฐานะที่ดีขึ้นเป็นปัจจัยตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว (เทพรัตน์ ดันติกัลยาภรณ์ และโอภาส เหลืองดาวเรือง, 2556) หากพิจารณาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีนเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น พบว่ามูลค่ารวมเป็นอันดับ 1 ของโลก ในปี 2558 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 234.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ และในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 262.86 พันล้านเหรียญสหรัฐ (UNWTO, 2017) ประเทศจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปใช้จ่าย ย่อมส่งผลต่อรายได้ภาคการท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ มีทั้งในเอเชียและยุโรป ไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไทย และอีกหลายประเทศในยุโรปที่ได้รับประโยชน์จากมูลค่าการใช้จ่ายจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว และใน 2559 ประเทศไทยได้มีส่วนแบ่งตลาดจีนมูลค่าอยู่ที่ 439,287 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวจีน 8,221,916 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำรายได้ภาคการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559 อ้างถึงใน ฉัฐอำไพ ธงชัย, 2559 : 7) จากข้อมูลดังกล่าว สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวจีนเป็นตลาดที่ใหญ่และมีศักยภาพเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย (เทพรัตน์ ดันติกัลยาภรณ์ และโอภาส เหลืองดาวเรือง, 2556)

แต่อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ ยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ด้วยแนวโน้มของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนจีนรุ่นใหม่นิยมการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ FIT (Free and Independent Traveler) ที่มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 60 (ฉัฐอาไพ ธงชัย, 2559 : 10) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมความสนใจที่หลากหลายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มากับบริษัททัวร์ และยังมี ความกังวลกับความเสี่ยงในการเดินทางไปยังสถานที่ที่ยังไม่เคยไป ประกอบกับการรับรู้ข้อมูลเพื่อเป็นปัจจัยการตัดสินใจเดินทาง มาจากการเข้าถึงสื่อ social media ทำให้ยากต่อการควบคุมการรับรู้การจัดการความปลอดภัยและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของไทย อีกทั้งในทัศนะของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มองภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558 : 135) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจีนส่วนมากร้อยละ 45 ยังให้ความสำคัญกับการรับรู้เรื่องความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ และเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอย่างมาก (ศศิธร เจตนาพันธ์, 2558 : 122) ความปลอดภัยจึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะบอกถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว และมีผลต่อการตัดสินใจวางแผนการเดินทางไปยังประเทศจุดหมายปลายทางนั้น ๆ (Parr, 1989 : 112) ดังนั้นในการคำนึงถึงการจัดการภาพลักษณ์ความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ทั้งนี้การส่งเสริมภาพลักษณ์สำหรับตลาดกลุ่มนี้ถือเป็นความท้าทาย เพราะหากมีการรับรู้ถึงอันตรายในจุดหมายปลายทาง ทั้งจากคำบอกเล่า และการบอกต่อ จะส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ (ITB academy, 2016 : 5)

ปัญหาความไม่ปลอดภัยเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวทั่วโลกมากขึ้น ตามการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบทั้งทางกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ (Mathieson & Wall, 1982 : 104) และจากเหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยที่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งที่เคยเดินทางมาและไม่เคยเดินทางมา อีกทั้งในการจัดอันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านความปลอดภัย ประเทศไทยมีคะแนนที่ถือว่าเป็นจุดอ่อน (World Economic Forum, 2017 : 324) นอกจากนี้กรุงเทพมหานครยังถูกจัดอันดับเมืองน่าอยู่โดยมีตัวชี้วัดด้านความปลอดภัยและเสถียรภาพ (Stability)

ซึ่งกรุงเทพมหานครมีคะแนนเป็นเมืองสุดท้ายของประเทศในอาเซียน (Economist Intelligence Unit's, 2016 : 32) ในการที่จะส่งเสริมการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน ประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว และมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ถึงการจัดการความปลอดภัยของประเทศไทย จึงจะสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยและเป็นการก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านตลาดการท่องเที่ยวที่จะสร้างมูลค่าส่วนแบ่งตลาดกลุ่มนี้ได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมหาศาลอีกด้วย ดังนั้นหากประเทศไทยต้องการส่งเสริมและดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาข้อจำกัดและอุปสรรคในทุกด้าน และเพื่อเป็นการแก้ปัญหาอย่างตรงจุด การศึกษาทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อให้ทราบถึงระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้การจัดการความปลอดภัย ทำให้สามารถเข้าใจนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มประชากรได้ จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์และออกแบบการจัดการความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลของการวิจัยนี้จะนำมาซึ่งประโยชน์ในการจัดการด้านภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

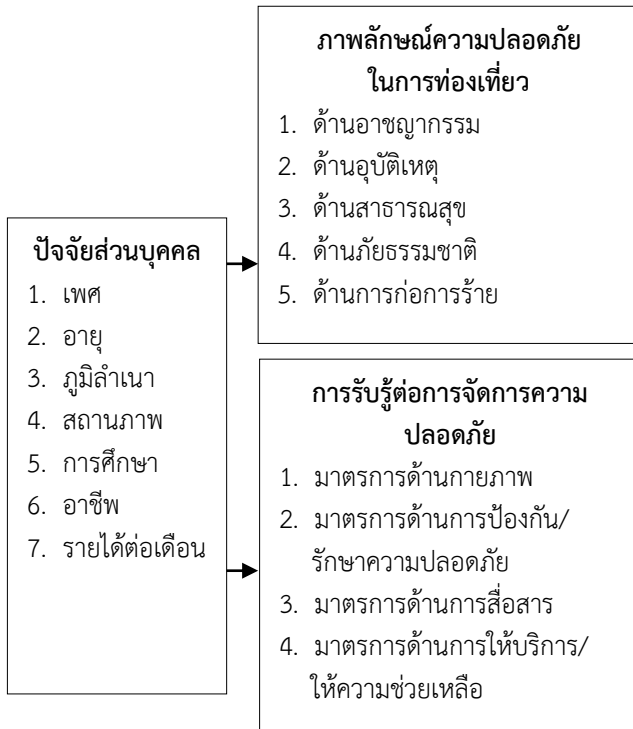
1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 นักท่องเที่ยวเงินประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 นักท่องเที่ยวเงินประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method)

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ หรือ (Free and Independent Traveler - FIT) ในกรุงเทพมหานคร ในปี 2558 จำนวนร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวจีนทั้งหมด หรือเท่ากับ 3,957,705 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

2. กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamanae (วันทิกา ทิรัญเทศ, 2554) จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 3,957,705 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ตามความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวน 400 คน โดยได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่ท่องเที่ยวในพระบรมมหาราชวัง ย่านสุขุมวิท วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ตลาดรถไฟรัชดา และสวนจตุจักร โดยสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก (อ้างอิงข้อมูลจากบันทึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจากเว็บไซต์ Mafengwo, 2017 ; Qiongyou, 2017 ; Thaipublica, 2016)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็นส่วนที่หนึ่ง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิสำเนา สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบคำตอบเดียว ส่วนที่สอง ภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านอาชญากรรม ด้านอุบัติเหตุ ด้านสาธารณสุข ด้านภัยธรรมชาติ และด้านการก่อการร้าย และส่วนที่สาม การรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ มาตรการด้านกายภาพ มาตรการด้านการป้องกัน/รักษาความปลอดภัย มาตรการ

ด้านการสื่อสาร และมาตรการด้านการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือ โดยในส่วนที่สอง และส่วนที่สามเป็นแบบสอบถามปลายปิด ข้อมูลอยู่ในระดับช่วง (Interval Scale) ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) 6 ระดับ (มากที่สุด มาก ค่อนข้างมาก ค่อนข้างน้อย น้อย และน้อยที่สุด) โดยการแปลความ แต่ละระดับจะใช้อันตรภาคชั้นช่วงความกว้างเท่ากับ 0.83

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คำนวณค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คำนวณค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์เปรียบเทียบทดสอบตามสมมติฐาน โดยตัวแปรที่มี 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบสถิติ Independent Samples t-test ตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และถ้าหากผลการทดสอบพบว่าอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มที่ตัวแปรอิสระ มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจะทำการทดสอบหาค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least – Significant Different (LSD) ในกรณีที่ค่าความแปรปรวนตัวแปรตาม มีค่าเท่ากัน นอกจากนั้นจะใช้ค่าสถิติ Dunnett's T3 Test ในกรณีที่ค่าความแปรปรวนตัวแปรตาม มีค่าไม่เท่ากัน

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81 อายุระหว่าง 18 – 26 ปี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกของจีน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 สถานภาพโสด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 CNY จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 อภิปรายผลได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานครจากการศึกษาครั้งนี้ ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 18 – 26 ปี และการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Vincent Trivett and Skift Staff ที่พบว่านักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระมีการเดินทางออกนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนมากมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (Skift staff, 2013) และจากข้อมูลการศึกษาของ Goldman Sachs Global Investment Research พบว่านักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางออกนอกประเทศ จำนวน 2 ใน 3 เป็นกลุ่มที่มีอายุ 15 – 35 ปี และยังพบว่า มีนักศึกษาชาวจีนอีกกว่า 74 ล้านคนในมหาวิทยาลัยของจีน ที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งในช่วงที่กำลังศึกษาและหลังจบการศึกษามากจากมหาวิทยาลัย (Goldman, 2015) และยังมีการศึกษาที่พบว่าการบริโภคใช้จ่ายของคนจีนที่เกิดหลังยุค 1980 และ 1990 ในปี 2016 มีมากถึงร้อยละ 66.0 และส่วนใหญ่ใช้จ่ายไปกับการใช้ชีวิต การเดินทางท่องเที่ยว มีพฤติกรรมยินดีที่จะจ่ายถึงแม้ไม่ใช่สิ่งจำเป็นและเป็นช่วงเศรษฐกิจชะลอตัวก็ตาม (Federico, 2017) นอกจากนี้งานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระมีภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับผลศึกษาในโครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงจีน อินเดีย และรัสเซีย ที่พบว่าภาคตะวันออกตามแนวชายฝั่งทะเลจีนตะวันออก เป็นแหล่งที่อยู่ของนักท่องเที่ยวจีนที่มีการท่องเที่ยวต่างประเทศถึง 5.44 ล้าน และยังเป็นที่ตั้งของเมืองเศรษฐกิจขนาดใหญ่ เช่น เซี่ยงไฮ้ หางโจว เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,

2558) แสดงให้เห็นว่าการที่คนจีนมีฐานะที่ดีขึ้นที่เป็นปัจจัยตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว (เทพรัตน์ ตันติกลัยภรณ์ และโอภาส เหลืองดาวเรือง, 2556)

2. ภาพลักษณ์ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาภาพลักษณ์ ความปลอดภัยก่อนเดินทางมาเที่ยว กรุงเทพมหานครครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$) สอดคล้องกับผลการศึกษาของเรื่องการเปิดรับสื่อและการรับรู้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเห็นว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความคุ้มค่า มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่ดี คนไทยมีความเป็นมิตร อีกทั้งมีสินค้าและบริการที่ดี และที่สำคัญประเทศไทยเป็นจุดหมายที่มีความปลอดภัย (สีตลา เชมะภาตะพันธ์ และโมไนยพล วัฒน, 2559) ซึ่งภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงอันดับแรก ๆ ที่กระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993) หากพิจารณาทางด้านของภาพลักษณ์ความปลอดภัยจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ด้านภัยธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.81$) และด้านก่อการร้าย ($\bar{X} = 4.59$) อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ และในด้านอุบัติเหตุ ($\bar{X} = 4.46$) ด้านสาธารณสุข ($\bar{X} = 4.35$) และด้านอาชญากรรม ($\bar{X} = 4.20$) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระมีภาพลักษณ์ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.81$) รายข้อย่อยที่ศึกษา ได้แก่ การเกิดวาตภัยในกรุงเทพฯ การเกิดพายุหมุนเขตร้อนและฝนคะนองในกรุงเทพฯ การเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวในกรุงเทพฯ และการเกิดอุทกภัยในกรุงเทพฯ อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ทำให้สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวจีนไม่มีความกังวลในด้านภัยธรรมชาติของกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากในสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นจุดที่ตั้งภูมิศาสตร์ที่มีการเกิดพายุไต้ฝุ่นบ่อยครั้ง และมีความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ตลอดทั้งปีในบริเวณชายฝั่งทางใต้และตะวันออก และการประสบกับ

อุทกภัยน้ำท่วมอย่างรุนแรง แผ่นดินไหว ภัยแล้ง และแผ่นดินยุบตัวในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ซึ่งเป็นภัยธรรมชาติที่มีความถี่และความรุนแรงกว่าประเทศไทย

นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระมีภาพลักษณ์ความปลอดภัยอาชญากรรมในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด($\bar{X} = 4.20$) รายช้อย่อยที่ศึกษา ได้แก่ การถูกลอกให้เกี่ยวข้องกับการค้ายาเสพติด การถูกประทุษร้ายร่างกายและชีวิตในระหว่างการท่องเที่ยว การใช้บริการแรงงานที่ผิดกฎหมายหรือเกี่ยวข้องกับการค้ามนุษย์ การถูกนายหน้าหลอกพาไปซื้อสินค้าที่มีราคาสูงเกินจริง การถูกโจรกรรมทรัพย์สินระหว่างการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร และการถูกลอกให้ซื้อสินค้าที่ผิดกฎหมายและของปลอมที่กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากตามลำดับ จากการที่ด้านอาชญากรรมมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจตีความได้ว่านักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ไม่ปลอดภัยมากนักเมื่อเทียบกับด้านอื่น สอดคล้องกับการศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับอาชญากรรมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และงานวิจัยเรื่อง Foreign Tourists' Perception Towards personal safety and potential crime while visiting Bangkok ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วิตกกังวลด้านอาชญากรรมโดยเฉพาะการโจรกรรมทรัพย์สิน (ไชยวัฒน์ อัครไชยตระกูล, 2556 ; Batra, 2008) นอกจากนี้สอดคล้องกับผลของการวิจัยเรื่องการศึกษาการรับรู้ด้านความเสี่ยงและการป้องกันความเสี่ยงขณะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติประเภทแบกเป้ ที่พบว่า ในเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติประเภทแบกเป้ ส่วนมากจะมีการเตือนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยถึงกรณีการถูกลอกของหรือถูกชักชวนไปให้เสียทรัพย์ (พิมพ์มาดา วิชาศิลป์, 2555) แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ความปลอดภัยด้านอาชญากรรมที่เป็นในทางไม่ดีนัก

3. การรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) หากพิจารณารายด้านพบว่า มาตรการด้านกายภาพ ($\bar{X} = 4.38$) มาตรการด้านการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.17$) มาตรการด้านการป้องกัน/รักษา

ความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.14$) มาตรการด้านการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือ
นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.05$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระมีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในมาตรการด้านกายภาพ อยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.38$) จากการศึกษารายข้อย่อย ได้แก่ พื้นที่สาธารณะมีความสะอาดและถูกสุขลักษณะมากเพียงพอ ทางเท้าเป็นระเบียบเรียบร้อยปราศจากสิ่งกีดขวางและจุดเสี่ยงต่อการหกล้ม จุดข้ามถนนมีความปลอดภัยจากการถูกชนเวลากลางคืนมีแสงสว่างเพียงพอ และเส้นทางสัญจรปราศจากมุลู่มอันน่ากลัว อยู่ในระดับมากตามลำดับ จากการที่นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในการจัดเส้นทางสัญจรปราศจากมุลู่มอันน่ากลัวอยู่ในค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเนื่องมาจากลักษณะทางกายภาพที่มาจากการออกแบบหรือจัดอาคารหรือสถานที่ในบางพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ในลักษณะที่ไม่มีไฟส่องสว่าง หรือมีพุ่มไม้ หรือทางเดินมืด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kihl, et al. (2005 : 63) ที่ในพื้นที่ลักษณะดังกล่าวมีส่วนก่อให้เกิดอาชญากรรมได้มากขึ้น (อ้างถึงใน ศศิกาญจน์ ศรีโสภณ, 2558)

นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระมีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครในมาตรการด้านการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.05$) แสดงให้เห็นว่า การที่นักท่องเที่ยวได้รับการบริการหรือได้รับความช่วยเหลือในขณะที่ท่องเที่ยวเป็นกระบวนการสัมผัสที่ได้รับจากภายนอก หลังจากที่ได้รับการกระตุ้นความรู้สึก และประกอบกับการตีความและจากความเข้าใจของแต่ละบุคคลย่อมส่งผลต่อกระบวนการรับรู้ (Bentley, Page, & Walker, 2004) ซึ่งผลการศึกษาอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อย่อย ได้แก่ มีจุดรับแจ้งเหตุสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเพียงพอ บริการอำนวยความสะดวกแบบเร่งด่วนเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยว (ศาลแผนกคดีท่องเที่ยว) ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความเป็นธรรมมากขึ้น มีหน่วยงานให้ความช่วยเหลือเยี่ยมเยียนนักท่องเที่ยวที่ประสบภัยโดยเฉพาะ และสายด่วน 1155 เข้าถึงได้ง่าย จากผลการศึกษาพบว่าในประเด็นข้อย่อยผลปรากฏในข้อการรับรู้ถึงการมีสายด่วน 1155 ที่เข้าถึงง่ายมีการรับรู้ในค่าเฉลี่ยที่ต่ำสุด ซึ่งอาจเป็นประเด็นที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงเป็นลำดับแรก ๆ เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความ

ต้องการได้รับการช่วยเหลือมากกว่าคนในพื้นที่ และข้อจำกัดของการสื่อสารและความไม่คุ้นเคยกับท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยว นั้น สถานการณ์ฉุกเฉินอาจเกิดขึ้นได้ ถึงแม้ว่าจะมีการป้องกัน การมีหมายเลขฉุกเฉินที่สามารถติดต่อได้ทันทีในห้องพัก รถเช่า ระบุในแผนพับการท่องเที่ยว เป็นการให้บริการช่วยเหลือเพื่อการเข้าถึงความสะดวกและรู้สึกปลอดภัย (WTO, 1996)

4. สมมติฐานการวิจัยที่ 1 นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิสำเนา สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในภาพรวมของทุกด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงเป็นไปได้ว่าค่านิยม ทัศนคติ แนวคิด และความต้องการของนักท่องเที่ยวจะไม่ได้แตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า แนวโน้มในอนาคตปัจจัยส่วนบุคคลจะไม่ใช้ตัวกำหนดรูปแบบการเดินทางอีกต่อไป (เลิศพร ภาระสกุล, 2558) ซึ่งอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มนี้มีมุมมองภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกัน

แต่หากพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่ภูมิลำเนาต่างกันมีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวด้านอาชญากรรมและด้านอุบัติเหตุที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างตัวแปรอิสระ ผลการเปรียบเทียบรายคู่แสดงดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้านอาชญากรรมกับภูมิลำเนา โดยใช้
ค่าสถิติ Fisher's Least – Significant Different - LSD

ภูมิลำเนา (ภูมิภาค)	$\bar{x}$	กลาง	ตะวัน ตกเฉียง ใต้	ตะวัน ออก	ตะวัน ออก เฉียง เหนือ	ใต้	เหนือ
กลาง	4.41		0.308 (0.092)	0.128 (0.469)	0.023 (0.921)	0.487* (0.009)	0.105 (0.571)
ตะวันตก เฉียงใต้	4.10			-0.180 (0.130)	-0.285 (0.143)	0.179 (0.179)	-0.203 (0.122)
ตะวันออก	4.28				-0.105 (0.579)	0.359* (0.004)	-0.023 (0.852)
ตะวันออก เฉียงเหนือ	4.38					0.464* (0.020)	0.082 (0.678)
ใต้	3.92						-0.382* (0.005)
เหนือ	4.30						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้านอุบัติเหตุกับภูมิลำเนา โดยใช้ค่าสถิติ
Fisher's Least – Significant Different - LSD

ภูมิลำเนา (ภูมิภาค)	$\bar{x}$	กลาง	ตะวัน ตกเฉียง ใต้	ตะวัน ออก	ตะวัน ออก เฉียง เหนือ	ใต้	เหนือ
กลาง	4.41		0.299 (0.114)	0.151 (0.409)	0.122 (0.613)	0.544* (0.005)	0.147 (0.191)
ตะวันตก เฉียงใต้	4.10			-0.148 (0.228)	-0.176 (0.380)	0.246 (0.075)	-0.152 (0.135)
ตะวันออก	4.28				-0.028 (0.884)	0.394* (0.002)	-0.004 (0.977)
ตะวันออก เฉียงเหนือ	4.38					0.422* (0.040)	0.025 (0.904)
ใต้	3.92						-0.397* (0.005)
เหนือ	4.30						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบรายคู่ในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 แสดงได้ว่า
นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากภาคใต้มีระดับภาพลักษณ์ความปลอดภัยที่น้อยกว่า
ภูมิลำเนาจากภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ทั้ง
ในด้านอาชญากรรมและอุบัติเหตุ เนื่องจากภาคใต้เป็นที่ตั้งของเมืองใหญ่ เช่น นคร
กวางโจวที่เป็นเมืองใหญ่ที่สุด และนครเซินเจิ้นเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษของมณฑล
กวางตุ้ง ซึ่งจากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558) พบว่าเป็นเมือง
ดังกล่าวเป็นเมืองเศรษฐกิจที่มีนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงเป็นจำนวนมากถึง 1.99 ล้าน

คน และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมองภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของไทย อยู่ในเกณฑ์ต่ำ สอดคล้องกับแนวคิดประเด็นสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่รวมถึง ภูมิสำเนา แหล่งที่มา สถานภาพทางสังคม และที่ตั้งของเมืองที่เป็นเศรษฐกิจ (Barker, Page, & Meyer, 2002) ส่งผลต่อการรับสาร ส่งสาร เพราะแต่ละบุคคลจะมี วัฒนธรรม ทักษะคิด ค่านิยม และการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (Selby & Morgan, 1996) จึงอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มีภูมิสำเนาทางตอนใต้จึงมี ภาพลักษณ์ความปลอดภัยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภูมิภาคอื่น ๆ

5. สมมติฐานการวิจัยที่ 2 นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มี ปังจี้ยส่วนบุคคลต่างกัน มีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปังจี้ย ส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีการรับรู้ต่อการ จัดการความปลอดภัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปังจี้ย ส่วนบุคคลอื่น ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิสำเนา และการศึกษา มีการรับรู้ต่อการจัดการ ความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบหาค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ ระหว่างตัวแปรอิสระ ผลการเปรียบเทียบรายคู่แสดงดังตารางที่ 3 ตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ ในภาพรวมกับสถานภาพ โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least – Significant Different – LSD

สถานภาพ	$\bar{x}$	โสด	สมรส ไม่มีบุตร	สมรส มีบุตรอายุ ≤18 ปี	สมรส มีบุตรอายุ >18 ปี
โสด	4.16		-0.105 (0.205)	-0.148 (0.068)	0.286* (0.007)
สมรส ไม่มีบุตร	4.29			-0.044 (0.682)	0.391* (0.002)
สมรส มีบุตร อายุ ≤18 ปี	4.34				0.435* (0.001)
สมรส มีบุตร อายุ >18 ปี	3.78				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบรายคู่ในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีบุตรอายุมากกว่า 18 ปี มีระดับการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยที่น้อยกว่าสถานภาพโสด สมรสไม่มีบุตร และสมรสมีบุตรอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี ทั้งในภาพรวม มาตรการด้านการสื่อสาร และมาตรการด้านการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือ อาจเนื่องมาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีบุตรอายุมากกว่า 18 ปี เป็นกลุ่มคนจีนที่เกิดในยุค 1970 ที่ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง สื่อการรับข้อมูลยังคงเลือกโทรทัศน์เป็นอันดับแรก อีกทั้งด้วยสถานภาพที่สมรสและมีบุตรแล้ว บวกกับภูมิหลังในช่วงยุคของการเกิดมาเป็นช่วงที่ประเทศจีนยากจน กลุ่มนี้มักจะให้ความสำคัญกับครอบครัวเป็นหลัก มีภาระที่ต้องเลี้ยงดูลูก การใช้จ่ายเพื่อความจำเป็นมากกว่ากิจกรรมความบันเทิง จึงเป็นไปได้ว่าเมื่อมีการใช้จ่าย

กับกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเกิดความคาดหวังกับการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวขึ้นที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ที่มาจากทั้งภายนอกและภายใน ได้แก่ ความคาดหวัง ความสนใจ และอารมณ์ความคิด (นิตยา สุภาภรณ์, 2552 ; Quinn, 1985)

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ ในภาพรวมกับอาชีพ โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least – Significant Different - LSD

อาชีพ	$\bar{x}$	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย/อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน/ อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	4.19		0.081 (0.361)	-0.127* (0.048)
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย/อาชีพ อิสระ	3.97			-0.207* (0.030)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน/อื่น ๆ	4.27			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบรายคู่ในตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ มีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัย น้อยกว่า ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน/

อื่น ๆ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา เป็นกลุ่มที่เกิดหลังยุค 1990s ที่มีพฤติกรรมยินดีที่จะจ่าย และเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งคำนึงถึงคุณค่าจากการจ่าย มีคาดหวังต่อบริการในสถานที่ท่องเที่ยวที่สูง (Brandbuffet, 2017) จึงอาจเป็นผลให้มีความคาดหวังต่อการจัดการความปลอดภัยที่สูงกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน/อื่น ๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อประชุมสัมมนาหรือที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เป็นกลุ่มที่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ทั้งที่พักหรือห้องสัมมนา ซึ่งความคาดหวังรวมถึงความปลอดภัยในสถานที่นั้น ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) จึงอาจตีความได้ว่า เป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังในการจัดการความปลอดภัยสูง ทำให้มีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยน้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ ในภาพรวมกับรายได้ต่อเดือน โดยใช้ค่าสถิติ Fisher's Least – Significant Different – LSD

รายได้ (CNY หยวน)	$\bar{x}$	< 5,000	5,001 – 8,000	8,001 – 10,000	> 10,000
< 5,000	4.19		-0.145* (0.040)	0.007 (0.945)	-0.276* (0.002)
5,001 – 8,000	4.33			0.152 (0.169)	0.421* (0.000)
8,001 – 10,000	4.18				0.270* (0.028)
> 10,000	3.91				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบรายหัวในตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,001 – 8,000 CNY มีระดับการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัย มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อาจเนื่องมาจาก ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ชาวจีนมีฐานะและรายได้ที่สูงขึ้นเป็นเท่าตัว แต่ยังประสบกับปัญหาความไม่เท่าเทียมทางรายได้อยู่ในระดับสูง จะเห็นได้จาก ดัชนี Gini Coefficient ของจีน ในปี 2016 อยู่ใน 0.465 คะแนน ซึ่งเพิ่มมากขึ้นจาก ปี 2015 เท่ากับ 0.462 คะแนน โดยที่หากมีค่าดัชนียิ่งเพิ่มใกล้ดัชนีเท่ากับหนึ่งคะแนนมากขึ้น จะหมายถึงการที่มีความไม่เท่าเทียมทางรายได้ยิ่งสูงขึ้น (The Statistics Portal, 2016) ซึ่งในปัจจุบันชาวจีนที่อยู่ในเมืองและมณฑลที่ตั้งอยู่ริมชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของจีนมีรายได้ที่สูงกว่าชาวจีนที่อยู่ในภูมิภาคอื่น ๆ ส่งผลให้ประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคใช้จ่ายที่แตกต่างกันทั้งในด้านรสนิยมและกำลังซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ กล่าวคือความต้องการและคุณค่าสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งจะถูกกำหนดโดยความต้องการและคุณค่าส่วนตัวของบุคคล เพื่อเป็นการตีความในสิ่งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะรับรู้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมุ่งเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวโดยสื่อสารผ่าน Social media ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ภายในประเทศของกลุ่มคนจีน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนจีนที่เกิดหลังยุค 1990 ที่มีพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลผ่านทาง Social media

2) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ควรมีแผนปฏิบัติการด้านการป้องกันปราบปรามและลดระดับอาชญากรรม โดยใช้ฐานข้อมูลทางสถิติพื้นที่ที่เกิดเหตุอาชญากรรมและอุบัติเหตุกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และแผนปฏิบัติการด้านการรักษา

ความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกการจราจร รวมถึงการบังคับใช้กฎหมายและวินัยจราจรแก่ประชาชนเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์การดำเนินการตามแผนฯ ดังกล่าวผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งสื่อออนไลน์ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เนื่องจากพบว่านักท่องเที่ยวที่มาจากภาคใต้ของจีนมีระดับภาพลักษณ์ความปลอดภัยในด้านอาชญากรรมและด้านอุบัติเหตุที่น้อยกว่าภูมิภาคอื่น และด้านอาชญากรรมมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

3) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรดำเนินการวางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและครอบคลุมทุกพื้นที่ และควรวางระบบการจัดเก็บข้อมูล Big data เพื่อการนำฐานข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนาในมิติด้านการท่องเที่ยว Smart tourism ตรงตามพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในภาพรวมที่ต่างกัน และจากนักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นกลุ่มช่วงอายุที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล

4) กองบัญชาการตำรวจท่องเที่ยว ควรจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สายด่วน 1155 เชิงรุก ผ่านจุดให้บริการนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และควรยกระดับคุณภาพการบริการในด้านเทคนิค เช่น การเพิ่มคู่มือ และพัฒนาศักยภาพบุคลากรในการให้บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เนื่องจากพบว่า การรับรู้ต่อมาตรการการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในรายช้อย่อย (สายด่วน 1155 เข้าถึงได้ง่าย) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

5) ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร รถเช่า และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ควรควมริระบุเบอร์โทรฉุกเฉิน/ เบอร์สายด่วน 1155 รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์แจ้งนักท่องเที่ยวในระหว่างการใช้บริการ ในกรณีเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อได้สะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อมาตรการด้านการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือ ข้อสายด่วน 1155 เข้าถึงได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

6) คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ควรพิจารณาจัดตั้ง คณะอนุกรรมการด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อการขับเคลื่อน นโยบายและแผนการสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ และกำกับติดตามผลการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยว เนื่องจากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในภาพรวมที่ต่างกัน

7) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

(1) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรจัดทำ แผนยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ กำหนดมาตรการการจัดการความปลอดภัย และนำแผนขับเคลื่อนสู่การ ปฏิบัติให้ครอบคลุมทุกพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดการบูรณาการในภาคีที่ เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

(2) กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ควรเพิ่ม จุดบริการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และประชาสัมพันธ์เพิ่ม การรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการให้บริการรวมถึงกองทุนช่วยเหลือเยียวานักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติผ่านเว็บไซต์ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัย ในมาตรการด้านการให้บริการ/ให้ความช่วยเหลือมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเปรียบเทียบความรู้สึกละเลยของนักท่องเที่ยวจีนประเภท ท่องเที่ยวแบบอิสระที่เกิดหลังปี 1990 ระหว่างกลุ่มที่มาเที่ยวกรุงเทพมหานครครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์มาเที่ยวกรุงเทพมหานครมากกว่าสองครั้งขึ้นไป เพื่อให้ได้ทราบถึงความแตกต่างตามพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีน ประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ

2) ควรศึกษาปัจจัยความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของ นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่เดินทางมากรุงเทพมหานครครั้งแรก เพื่อให้ได้ทราบถึงสาเหตุปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ ตัดสินใจไม่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). สถิตินักท่องเที่ยว 2558. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560. 5-8.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). โครงการศึกษาด้านนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). รายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2559.
- ฉัฐอำไพ ธงชัย. (2559). หนีห่าว มาร์เก็ตติ้ง เคล็ดลับมัดใจนักท่องเที่ยวจีนสไตล์ FIT. มหาวิทยาลัยมหิดล. 7 - 10.
- ไชยวัฒน์ อัครไชยตระกูล. (2556). การรับรู้เกี่ยวกับอาชญากรรมและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เทพรัตน์ ตันติกลัยภรณ์ และโอภาส เหลืองดาวเรือง. (2556). เมื่อนานาประเทศขูกลยุทธ์ชิงนักท่องเที่ยวจีนกระเป๋าสตางค์เงินหนา.. แล้วไทยจะยอมเหนื่อยหน้าหรือ? สืบค้น 23 พฤษภาคม 2017, จาก http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/interesting-facts/detail.php?SECTION_ID=611&ID=12353
- นิตยา สุภารณ์. (2552). การรับรู้ของประชาชนต่อความอยู่ดีมีสุขในชุมชนบางไผ่. วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- พิมพ์มาดา วิชาศิลป์. (2555). การศึกษาการรับรู้ด้านความเสี่ยงและการป้องกันความเสี่ยงขณะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประเภทแบกเป้. การบริการและการท่องเที่ยว, (2), 15–26.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วันทิกา หิรัญเทศ. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการให้บริการของตำรวจท่องเที่ยวถนนข้าวสาร. วิทยาลัยราชพฤกษ์.

- ศศิกาญจน์ ศรีโสภณ. (2558). ความปลอดภัยและความรู้สึกปลอดภัยจาก
อาชญากรรมในสภาพแวดล้อมชุมชนอยู่อาศัยย่านเก่า เขตพระนคร
กรุงเทพฯ การศึกษา ชุมชนตรอกศิลป์-ตรอกดีกดิน. Veridian E-Journal,
(1), 1517–1533.
- ศศิธร เจตนาพันธ์. (2558). แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน
ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สิตลา เขมะภตะพันธ์ และโมไนยพล รณเวช. (2559). การเปิดรับสื่อและการรับรู้
ภาพลักษณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของ นักท่องเที่ยวชาวจีน.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Barker, M., Page, S. J., & Meyer, D. (2002). Modeling tourism crime: The
2000 America's Cup. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 762–
782. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00079-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00079-2)
- Batra, A. (2008). Foreign Tourists' Perception towards personal safety
and potential crime while visiting Bangkok. *Anatolia*, 89–101.
- Bentley, T. A., Page, S., & Walker, L. (2004). The Safety Experience of
New Zealand Adventure Tourism Operators. *Journal of Travel
Medicine*, 11(5), 281–286.
- Brandbuffet. (2017). เจาะลึกทุกมุม “นักท่องเที่ยวจีนสไตล์ Fit” โอกาสมหาศาล
ของ “แบรนด์ไทย” ที่ไม่ควรมองข้าม!! สืบค้น 24 เมษายน 2017, จาก
[https://www.brandbuffet.in.th/2017/05/chinese-tourist-trends-
and-opportunities-for-thai-brand/](https://www.brandbuffet.in.th/2017/05/chinese-tourist-trends-and-opportunities-for-thai-brand/)
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism
Principles and Practice*. London.
- Economist Intelligence Unit's. (2016). *Global Liveability Ranking 2016*. 32.
- Federico. (2017). Chinese Millennials Spending Behaviors. สืบค้น 27
กุมภาพันธ์ 2017, จาก [http://daxueconsulting.com/chinese-
millennials-spending-behaviors/](http://daxueconsulting.com/chinese-millennials-spending-behaviors/)
- Goldman. (2015). *The Asean consumer : The Chinese Tourist Boom*.

- ITB academy. (2016). ITB World Travel Trends report 2016/2017. 4.
- Mafengwo. (2017). Destination ; travel in Bangkok. สืบค้น จาก
<http://www.mafengwo.cn/yj/11045/>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism, economic, physical and social impacts.
- Parr, K. D. (1989). Free Independent Traveler : The Unknow Tourists. University of Canterbury.
- Qiongyou. (2017). Bangkok. สืบค้น 14 กันยายน 2017, จาก
<http://place.qyer.com/bangkok/travel-notes/>
- Quinn, P. C. (1985). Suprathreshold contrast perception as a function of spatial frequency. Perception and Psychophysics, 408–414.
- Selby, M., & Morgan, N. J. (1996). Reconstruing place image A case study of its role in destination market research. Tourism Management, 17(4), 287–294.
- Skift staff. (2013). Rise of the Chinese Independent Traveler.
- Thaipublica. (2016). The China Wave คลื่นจีนบุกไทย (3) : เปิดเว็บไซต์ประสบการณ์เที่ยวสุดฮิตของจีน “mafengwo.cn” แหล่งข้อมูลนักท่องเที่ยว “FIT”. สืบค้น 28 มิถุนายน 2017, จาก
<https://thaipublica.org/2016/05/the-china-wave-3/>
- The Statistics Portal. (2016). Gini coefficient in China: inequality of income distribution in China from 2005 to 2016. สืบค้น จาก
<https://www.statista.com/statistics/250400/inequality-of-income-distribution-in-china-based-on-the-gini-index/>
- UNWTO. (2017). Chinese tourists spent 12% more in travelling abroad in 2016. สืบค้นจาก <http://media.unwto.org/press-release/2017-04-12/chinese-tourists-spent-12-more-travelling-abroad-2016>
- World Economic Forum. (2017). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017.
- WTO. (1996). Tourist Safety and Security. Madrid, Spain.