

การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในตำบลบ้านเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง
ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน

The Study of Tourism Resources in Banphe Sub-district, Muang District,
Rayong Province which Serve the Need of Chinese Tourists

◆ นพปฎล ธาระวานิช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยรังสิต

Noppadol Dharawanij

Assistant Professor of Tourism Management Program, College of Tourism and Hospitality,
Rangsit University, E-mail: dharawanij@gmail.com

Abstract

The study had 3 purposes including: 1. to study various types of tourism resources to develop to be tourist attraction, at which Chinese tourists spend more time 2. to study the needs of Chinese tourists in visiting tourism resources 3. to increase the income of the entrepreneurs and local people. Sampling used in this research can be divided into 2 groups: 40 officers in Rayong tourist office, Ban Phe sub-district administrative organization (SAO), tour operators, local philosophers, and other related entrepreneurs; and 100 Chinese tourists who come to visit Ban Phe sub-district. The tools used in this research are an interview and a focus group. After the data required were collected, the researcher then analyzed the data and applied it to develop the existing tourist attractions and propose the project to construct new tourism resources to fulfill the need of Chinese tourists. The findings are 1. There are 2 existing tourist attractions: 1) Samruat Nava Chinese Shrine, an ancient shrine since the time of Chinese merchant ships, 2) local market and should construct 1 new tourist attraction in Ban Phe sub-district which is Suntornphu, the great Thai poet in Thai Pavilion, and Li Bai, the great Chinese poet in Chinese Pavilion, 2. Chinese tourists are interested in spending more times at Samruat Nava Chinese shrine for their safe journey and spare time for purchasing products at local market and visit new monuments constructed to express a profound relationship between Thai and Chinese. 3. The related entrepreneurs and local people will receive more income from their services and products in the local market, Samruat Nava

Chinese shrine according to the number of tourists' statistic and number of tourists' forecast. Ban Phe sub-district, therefore, should improve their existing attractions and construct a new one. And lastly, they should encourage a larger number of entrepreneurs and local people to take care of the mentioned attractions, improve and do more transactions in order to increase the income of the community.

Keywords: Ban Phe Important Tourism Resources, Local Tour Operators and other Related Business in Ban Phe Sub-district, Ban Phe Local People Income

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ในเขตตำบลบ้านเพ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้เวลาในการเยี่ยมชมนานมากขึ้น 2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในเขตตำบลบ้านเพ 3. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่น ในการวิจัยนี้มีการใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ เจ้าหน้าที่ในสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดระยอง เจ้าหน้าที่ใน อบต. บ้านเพ ปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ในสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 40 คน และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ตำบลบ้านเพ จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว และเสนอสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า 1. นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วมี 2 แห่ง ได้แก่ 1) ศาลเจ้าสำราญนาวา ซึ่งเป็นศาลเจ้าโบราณในสมัยการเดินเรือค้าขายของพ่อค้าชาวจีน 2) ตลาดท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวที่จะสร้างใหม่ 1 แห่ง ได้แก่ อนุสาวรีย์สุนทรภู่กวีเอกของไทยในศาลาไทยและอนุสาวรีย์หลี่ไป๋ในศาลาจีน 2. นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสนใจในการสักการะศาลเจ้าจีน เพื่อความปลอดภัยในการเดินทาง และมีเวลาเลือกซื้อของฝากที่ตลาดท้องถิ่น และมีความสนใจชมศาลากวีเอก ที่จะจัดสร้างขึ้นใหม่ที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันเกี่ยวข้องกัน 3. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและชาวบ้านในท้องถิ่นจะมีรายได้จากการบริการ และจำหน่ายสินค้าให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในตลาดตามสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนและการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต ดังนั้น ตำบลบ้านเพควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว และสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมทั้งให้ผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสินค้า และนำสินค้ามาจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่ชุมชน

คำสำคัญ : แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของตำบลบ้านเพ ผู้ประกอบ การนำเที่ยวและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของบ้านเพ รายได้ของ ประชาชนในท้องถิ่นตำบลบ้านเพ

บทนำ

จังหวัดระยองมีคำขวัญดังนี้

“ผลไม้รสล้ำ อุตสาหกรรมก้าวหน้า น้ำปลารสเด็ด เกาะเสม็ดสวยหรู สุนทรภู่กวีเอก” (จังหวัดระยอง, 2016) จังหวัดระยองมีการเดินทางท่องเที่ยวในภาพรวมที่ดี มีอัตราเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในภาพรวมเป็นไปในทิศทางที่ดีเช่นกัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี พ.ศ. 2016 มีจำนวน 1,651 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2015 ซึ่งมีจำนวน 1,360 คน ร้อยละ 21.40 สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (Tourism Authority of Thailand, 2016) หากดูสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนย้อนหลัง 5 ปี พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน ระหว่างปี 2012-2016

ประเทศ	2012	2013	2014	2015	2016
จีน	582	1,018	1,031	1,360	1,651

ที่มา: Department of Tourism, 2012-2016

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พ.ศ. 2556 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2555 ร้อยละ 74.91 พ.ศ. 2557 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2556 ร้อยละ 1.28 พ.ศ. 2558 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2557 ร้อยละ 31.91 และ พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2558 ร้อยละ 21.40 ดังนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเช่นกัน

เทศบาลตำบลบ้านเพ ได้เปลี่ยนจากสุขาภิบาลตำบลบ้านเพ เป็นเทศบาลตำบลเพ ตั้งแต่ พ.ศ. 2542 ตามพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะสุขาภิบาลเป็นเทศบาล พ.ศ. 2542 ตำบลบ้านเพประกอบด้วยชุมชนจำนวน 23 ชุมชน 6 หมู่บ้าน มีเนื้อที่ 28.7 ตารางกิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 200 กิโลเมตร แหล่งท่องเที่ยวของตำบลบ้านเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง มีหลากหลายประเภทและมีหลายแห่งที่น่าสนใจ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและประมง ได้แก่ ชุมชนตะพง ตลาดเก่าบ้านเพ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ พระเจดีย์กลางน้ำ อนุสาวรีย์สุนทรภู่ ศาลเจ้าสำราญนาวา เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก มีนักท่องเที่ยวมาลงเรือที่ท่าเรือบ้านเพเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน (จังหวัดระยอง, 2016) แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่ออันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ เกาะเสม็ด ซึ่งต้องเดินทางมาลงเรือที่ท่าเทศบาล ตำบลบ้านเพ อำเภอเมืองเป็นประจำ แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ได้มีเวลาที่จะแวะชมสถานที่ท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวนิยมบริโภคอาหารทะเลและผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียน และมังคุดซึ่งเป็นผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัดระยอง แต่ไม่มีเวลาเลือกซื้อสินค้าของฝากมากนัก ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวน้อย จึงทำการศึกษาพื้นที่ตำบลบ้านเพ ทางด้านแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งจับจ่ายสินค้าพื้นเมือง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว และการจับจ่ายสินค้าในท้องถิ่น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

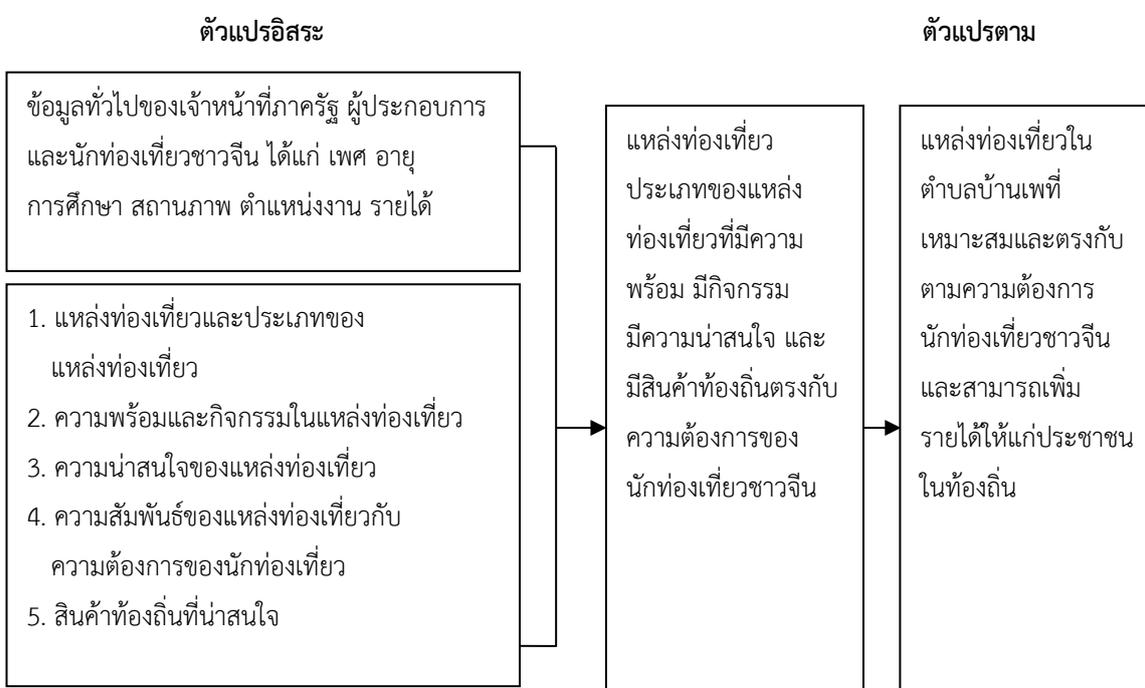
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ในเขตตำบลบ้านเพ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้เวลาในการเยี่ยมชมนานมากขึ้น
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในเขตตำบลบ้านเพ
3. เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชาวบ้านในท้องถิ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่มีอยู่แล้ว และจะสร้างขึ้นใหม่ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและท่าเทียบเรือ รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน
3. ชาวบ้านในท้องถิ่นสามารถผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น เพื่อจัดมีที่วางจำหน่ายและสามารถจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน และมีรายได้เพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายชั่วคราวของคนจากสถานที่ และชีวิตการทำงานปกติในที่หนึ่ง ไปสู่อีกที่หนึ่ง เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในสถานที่นั้น และได้รับความสะดวก สบายจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น (Mason, 2008: 5)

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nation World Tourism Organization – UNWTO) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางใด ๆ ก็ตาม ที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากถิ่นพำนักถาวรของตนในต่างประเทศเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางเป็นหมู่คณะ เนื่องจากการเดินทางแบบนี้ นักท่องเที่ยวเลือกเนื่องจาก 1. ประหยัดค่าใช้จ่าย 2. มีเพื่อนร่วมเดินทาง 3. มีความเหมาะสมคล่องตัว 4. มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและ 5. ได้รับสิทธิพิเศษ เช่น การเข้าชมสถานที่สำคัญบางแห่ง ซึ่งไม่เปิดโอกาสการให้กับการท่องเที่ยวทั่วไป เป็นต้น (Juthaporn, S., 2013: 2-62)

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยที่หนึ่งของตนไปยังสถานที่หนึ่ง คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยเดินทางไปเพื่อการพักผ่อน การศึกษาเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ โดยมีอาจจะมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่น องค์ประกอบหลักทางการท่องเที่ยวมี 3 ประการคือ แหล่งท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถเดินทางเข้ามาเป็นหมู่คณะโดยมีธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวให้อย่างครบวงจร นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวที่มักจะเดินทางเข้ามาประเทศไทยเป็นหมู่คณะใหญ่

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสะดวกสบายในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรนั้นบนานการที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยว

การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งบริการที่รองรับก่อนและหลังการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย และตอบสนองความจำเป็นพื้นฐาน

องค์ประกอบการบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. สถานที่พัก
2. บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
3. ร้านค้า ร้านอาหาร และนันทนาการ

(Chittangwattana, B., 2005: 182)

สรุปได้ว่า การบริการการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความสะดวกสบายด้านต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางมาเพื่อรับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจบริการนำเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเป็นหมู่คณะมักนิยมใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอันจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังได้รับผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน (Chittangwattana, B., 2005: 182)

การบริการ (Services) เป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourism Product) แม้ว่า การบริการเป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองตอบความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจเช่นเดียวกับสินค้า (Goods) แต่กลับมีคุณสมบัติแตกต่างจากสินค้า (Tourism Authority of Thailand, 2003: 22)

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า การบริการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งมีข้อแตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป ดังนั้น ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ดังนี้คือ ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนันทนาการ ต้องให้การบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเป็นหมู่คณะนิยมใช้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการท่องเที่ยว

4. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญ 4 ประการคือ (McIntosh and Goeldner, 1991 : 131-132)

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา นันทนาการ การบันเทิงและสิ่งจูงใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาสุขภาพ

2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น ได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่จะพบสิ่งใหม่หรือ ได้รู้จักคนใหม่ ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเอง และแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การเดินทางไปศึกษาต่อ เป็นต้น

สรุปได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีความสวยงามและมีความแตกต่างจากที่อยู่อาศัยปกติ ในถิ่นพำนักของชาวจีน สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการจะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อการพักผ่อน เรียนรู้และได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน รวมทั้งสร้างความรู้สึกผูกพันกันมาอย่างช้านาน

5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การตอบสนองความต้องการ (Wants) และความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) (Wongmontha, S.,1999: 30)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของ สินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความปรารถนาของตน (Samitthikrai, C., 2011: 6)

โดยสรุปการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อที่จะได้ทราบถึง ความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นตลาด เป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของการบริโภคนั้น ๆ และเพื่อให้ ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุดในธุรกิจท่องเที่ยวเข้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาว่า นักท่องเที่ยว ชาวจีน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้น มีพฤติกรรมการซื้อ ก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยให้ ฝ่ายการตลาดสามารถจัดแผนกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องเหมาะสมกับช่วงเวลาและ ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมกับช่วงเวลาและระยะเวลาที่พำนักอยู่ใน ประเทศไทย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่สำคัญมีปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) และ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) เป็น 2 ปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวและสามารถ บ่งบอกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ หากนักท่องเที่ยวมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนมีฐานะทางเศรษฐกิจดี นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีสินค้าต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบได้แก่ อาหารทะเล ผลไม้ โดยเฉพาะทุเรียน และมังคุด ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกลุ่มประเทศที่มีประชากรมาก พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีประชากรน้อย ๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีประชากรมากถึง 1.5 พันล้านคน ซึ่งมากที่สุดในโลก นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็น

หมู่คณะและมีพฤติกรรมบริโภคสินค้าท้องถิ่นในระดับกลางถึงสูง เนื่องจากนิยมซื้อสินค้ากลับไปฝากญาติมิตร เพื่อนร่วมงานเป็นจำนวนมาก เพื่อแสดงถึงฐานะและความภูมิใจในการที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศ (T. Sureerat, 2002)

6. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นเพศชายและเพศหญิงในจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปีและมีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ท่องเที่ยวโดยใช้บริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนมากและ มีค่าใช้จ่ายให้กับบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อครั้งและค่าใช้จ่าย ต่อวันสูงกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งมากที่สุด ประเทศไทยเป็น จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากทางหนังสือพิมพ์มากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวจีนมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหรือเพื่อหาความรู้และ ประสบการณ์ในวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยเดือนพฤษภาคมเป็นเดือนที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวมากที่สุด รายการนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมท่องเที่ยวคือ วัดและวังในกรุงเทพมหานคร พัทยา ระยองและ กาญจนบุรี โดยผู้ประกอบการมีความคิดที่ควรกระจายไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้หลากหลายมากขึ้น และเน้นเรื่องของความสะอาด ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว (Nitinavakorn, P. 2002: 106-109)

นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศที่เดินทางไม่ไกลมากอยู่ใกล้ ๆ ประเทศจีนใน แถบตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Bharasakul, L. 2015: 11) รวมทั้งประเทศไทยที่เป็นจุดหมาย ปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก รวมทั้ง นิยมเดินทางมาเป็นครอบครัวโดยใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวคือ เที่ยวชมแหล่ง ท่องเที่ยวสำคัญ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และนิยมจับจ่ายสินค้าท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงในแต่ละแห่ง รวมทั้ง นิยมเดินทางท่องเที่ยวแต่ละประเทศระยะเวลา 3-5 วันมากที่สุด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และเดินทางไปท่องเที่ยวภาคตะวันออกที่มีกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวทางทะเล และนิยมจับจ่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่น (Bharasakul, L. 2015: 12)

การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย พบว่า ค่าใช้จ่ายประเภทอาหาร มีความสัมพันธ์สถานภาพสมรส ค่าใช้จ่ายประเภทบันเทิง มีความสัมพันธ์กับอายุและภูมิฐานะ ค่าใช้จ่าย ประเภทของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับภูมิฐานะ สถานภาพการสมรสและจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนผล การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัว คือ ดัชนีราคาสินค้าใน ประเทศไทย รายได้ที่ใช้จ่ายจริงต่อหัว อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อหยวน นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของประเทศไทย สถานการณ์ความสงบในประเทศ สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้ร้อยละ 96 และเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน

พบว่า ตัวแปรอิสระที่กล่าวมาข้างต้น มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ ผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อราคาและรายได้ มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.98 และ 1.08 ตามลำดับ (Suphatatarn, K. 2005: 31)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก และมาอยู่กับเพื่อน ส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 7 วัน โดยให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวประเภทหาดทราย ชายทะเลมาก กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดคือ กิจกรรมไหว้พระ รองลงมาคือ กิจกรรมทางทะเล เช่น การพายเรือ การดำน้ำ และทดลองรับประทานอาหารไทย (Uttarak S., 2011)

การศึกษาปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยในการเยือนประเทศไทย เกิดจากมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการท่องเที่ยวทั้งด้วยตนเองและมากับบริษัทนำเที่ยว มีวัตถุประสงค์เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาคตะวันออกและภาคใต้ (Ratin thorn S., 2012)

การศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาว และซื้อรายการทัวร์ในราคาประหยัด และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาลจีน โดยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย หน่วยงานภาครัฐ และการจัดการเป็น 6 ปัจจัยหลักในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวจีน (Jetanon S., 2014)

โดยสรุปพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ใช้เวลาประมาณ 3-7 วัน และนิยมใช้จ่ายสินค้าต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงในแต่ละท้องถิ่น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ จำนวน 40 คน และนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 100 คน ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนมิถุนายน 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 แบบ ได้แก่

บทสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบบทสัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลในด้านแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ของแหล่ง

ท่องเที่ยวเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยว และส่วนที่ 3 ความคิดเห็นอื่น ๆ ถ้ามี และการสนทนากลุ่ม โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 100 คนเข้ามาพร้อมกัน เพื่อสนทนากลุ่ม และเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มโดยใช้การพรรณนา (Descriptive Analysis) ดำเนินการด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์และศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสนใจ และมีความต้องการในการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายใต้กรอบแนวคิดที่กำหนด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวที่ตำบลบ้านเพ มีความสนใจเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นที่สอดคล้องกับการเดินทางและความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน โดยมีความต้องการแวะชมศาลเจ้าสำราญนาวา เพราะได้สักการะศาลเจ้าในวัฒนธรรมจีน ทำให้เกิดความอบอุ่นใจในการเดินทางทั้งทางบกและทางทะเล พร้อมทั้งมีความรู้สึกปลอดภัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องและประชาชนในท้องถิ่นที่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน และตลาดท้องถิ่นจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นทั้งอาหารทะเลและผลไม้ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวจีน สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นที่จะได้ต้อนรับและจำหน่ายสินค้ากับนักท่องเที่ยวได้โดยตรง ซึ่งจะสร้างรายได้ให้กับผู้ขายและประชาชนในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เสนอการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ได้แก่ ศาลาไทยประดิษฐานรูปปั้นสุนทรภู่และศาลาจีนประดิษฐานหลี่ไป กวีเอกของทั้งสองประเทศและของโลก สอดคล้องกับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความต้องการชมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในบริเวณที่เป็นจุดที่สะดวกในการท่องเที่ยว และแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนที่มีมาอย่างยาวนาน ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงท่าเทียบเรือเทศบาล 1 ประชาชนชาวบ้านและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นด้วยว่า ภายในศาลาจะมีการนำบทกวีของไทยและของจีน ที่เป็นรู้จักมาแปลเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้รู้จักกวีเอกของไทยและชื่นชมบทกวีของตนในศาลาจีนด้วย ระหว่างศาลา 2 หลังซึ่งตั้งอยู่คนละฝั่งในบริเวณเดียวกันจะมีประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ดูแล และนำสินค้าท้องถิ่นมาวางขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ใช้เวลาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นด้วย

สรุปผลการวิจัย นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเทศบาลตำบลบ้านเพเป็นคณะใหญ่ มีผู้นำเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาพร้อมกับมัคคุเทศก์ไทย (Juthaporn, S., 2013: 2-62) นิยมใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว เพื่อที่จะได้รับการดูแลเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว (Chittangwattana,

B., 2005: 182) และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว (Tourism Authority of Thailand, 2003: 22) นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมท่องเที่ยวพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะชายทะเลและเกาะ นอกจากนี้ยังนิยมที่จับจ่ายสินค้าพื้นเมืองเป็นจำนวนมาก (Bharasakul, L. 2015: 12) บ้านเพ จังหวัดระยองเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมท่องเที่ยวมาก (Ratin thorn S., 2012) และมีแนวโน้มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทุกปี (กรมการท่องเที่ยว, 2016) การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนทำให้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและแหล่งท่องเที่ยวที่จะสร้างขึ้นใหม่เป็นการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น (McIntosh and Goeldner, 1991 : 131-132) แหล่งท่องเที่ยวเป็นรู้จักและมีชื่อเสียงยังช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย เพราะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการทางการท่องเที่ยวได้ (Wongmontha, S.,1999: 30) และเมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้น ก็จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และประชาชนในท้องถิ่นอีกด้วย (T. Sureerat, 2002)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้

1. นำผลการวิจัย ไปนำเสนอผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาในพื้นที่เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. เพิ่มเวลาในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อให้มีโอกาสดำเนินการเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารทะเลและผลไม้
3. เร่งก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ใกล้ท่าเทียบเรือ และบรรจุไว้ในรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม และเลือกซื้อสินค้าจากประชาชนในท้องถิ่น
4. เร่งรัดพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้เพียงพอและเอื้อประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1. ควรทำการศึกษาให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาติอื่น ๆ ที่เข้ามาในพื้นที่ตำบลบ้านเพ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาตินั้น ๆ
2. ควรมีการเร่งรัดปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นในอนาคต
3. เทศบาลบ้านเพ ควรมีการกำหนดนโยบาย และแผนการจัดการการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

References

- Ban Phe City. (September 28, 2017). Ban Phe City. Retrieved from <http://www.banphecacity.go.th/index.php>.
- Bharasakul, L. 2015. *The Motivations and the Attitudes Affecting the Satisfaction Level of Chinese Tourist's Visiting Thailand*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Chittangwattana, B., (2006). *Tourism Business*. Bangkok: Press and Design.
- Department of Tourism. (October 22, 2017). *The Foreign Tourists Statistic Arrive to Thailand*. Retrieved from http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php.
- Department of Tourism. (October 22, 2017). The Arrival of Tourists to Rayong Province. Retrieved from <http://tourism.go.th/farms/uploaded/00Statistic/2017/Internal/Profile/East/Profile/Rayong.pdf>.
- Jetanon S. (2014). *Promoting Tourism for Chinese Tourist in Bangkok*. Faculty of Humanities and Social Sciences. Bangkok: Rachabhat Suan Sunanda University.
- Juthaporn, S., (2013). *Introduction to Tourism Industry Unit1-7*. 2nd Edition. Teaching Literature. Bangkok: Sukhothaitammathirat University.
- Koh-Samed.org. (October 25, 2017). *Travel to Koh Samed*. Retrieved from <http://www.Koh-Samet.org/go-to-samet.htm>.
- Mason, Peter. (2005). *Tourism impacts, Planning and Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- McIntosh, Robert W. and Goedner, Charles R. (1986). *Tourism Principle, Practices, Philosophies*. 5rd ed. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Nitinavakorn, P. (2002). *Tourists' Behavior of People Republic of China Tourists in Thailand*. Independent Study of Master of Economic. Bangkok: Sukhothaitammathirat University.
- Ratintorn S. (2012). *The Push and Pull Factors Affecting to the Decision of Chinese Tourists in Choosing Thailand as Their Destination*. APHEIT Journal 18(1).
- Samithikrai, C., (2011). *Consumer Behavior*. 2nd ed. Bangkok: Chula Press.
- Suphatatarn, K. (2005). *The Tourist Behavior Analysis of Chinese Tourists in Thailand*. Master of Economic Program. Bangkok: Thai Chamber of Commerce University.
- Techataweewan, S. (2002). *Tourist Behavior*. Khonkaen: Khonhaen University.

Tourism Authority of Thailand. (January 18, 2016). Rayong Province. Retrieved from <http://thai.tourism thailand. org>.

Tourism Authority of Thailand. (January 22, 2016). Tourism Situation of Rayong Province. Retrieved from <http://www.2tat.or.th>.

United Nations World Tourism Organization. Definition of Tourism. (August 18 2017). Retrieved from <http:// www.unwto.org>.

Uttarak S., (2011). *Factors Influencing Chinese Tourists' Decision to Visit Thailand*. (Master Degree Thesis, Dhurakij Pundit University).

Wongmontha, S., (1999). *Consumer Behavior*. Bangkok: Theera Film and Sotext Co., Ltd.



Assistant Professor, Noppadol Dharawanij, MBA (Hospitality and Tourism Management), Columbia Southern University, USA., Lecturer of Tourism Management Program, College of Tourism and Hospitality, Rangsit University.