

ASSESSMENT OF WATER ACTIVITIES OF CHINESE TOURISTS AT KOH LARN

Chatekarn Thongpada^{1*}, Suchonnee Metiyothin^{1*}, Kodchaporn Noramart^{1*}, Amnad Saleenukul^{1*}

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The purposes of this research were to study to whether tourists with different personal factors and different behavior had difference in water activity assessments and to study water activity planning at Koh Larn in Chonburi Province. Mix method of quantitative and qualitative research was used. In quantitative research, a closed questionnaire with multiple choices was used. The data were from 300 questionnaires collecting from Chinese tourists who visiting Koh Larn for water activities. In qualitative research, open questions were used to interview representatives of five tour companies. The data were analyzed using SPSS (Statistical Package for Social Sciences) program for frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis testing was performed using the Independent Sample t-test. In addition, one-way analysis of Variance was used to test the difference of the mean of the samples of more than 2 groups, and the significance level was set at 0.05.

The results showed that in Chinese tourists' travel behavior, most respondents (50.0 %) had the goal to travel for leisure. Their travel companions were people in their family/ relatives (32.7%). They had their first visit to Thailand (54.3%). They participated in snorkeling and diving activities (29.0%) They had 2,001-3,000 yuan travel expenses (36.3%). The Chinese tourists were interested in visiting the central region (38.3%). For water activity assessment, sea walking (underwater walking) had average of 4.46 which was at the highest level. The hypothesis test showed that the tourists with different personal factors had no difference in water activity assessment. Tourists with different goals of tourism, travel companions, regions to visit had difference in water activity assessment. The results of the interviews with 5 representatives of tour companies revealed that for water activities, the companies should focus on safety and they should have adequate lifeguards for the increasing tourists and they should focus on service standards. The company staff should be caring and should smile and pay attention to tourists.

Keywords: Water activity assessment, Chinese tourists, Koh Larn

*Author e-mail address: YingPetch_lek@hotmail.com, marketingcooking66@gmail.com, nava_noy@yahoo.com, dr.amnad@hotmail.com

การประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน

ฉัตริگانต์ ทองประดา¹, สุชนนี เมธิโยธิน¹, กชพร นรมาศย์¹, อำนาจ สาลีหนูถูล¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำ แตกต่างกัน และเพื่อศึกษาการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยมีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) คือ ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพซึ่งเป็นการจัดทำแบบสอบถามแบบปิด (Close Question) โดยกำหนดตัวเลือกของคำตอบไว้เรียบร้อยแล้ว โดยเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเล่นกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรีจำนวน 300 ชุด และแบบเปิด (Open Question) โดยสัมภาษณ์กับกลุ่มบริษัททัวร์คู่ค้า ที่พานักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี จำนวน 5 บริษัท

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวคือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ, มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติ, มีประสบการณ์เยือนประเทศไทยที่ ครั้งแรก, มีกิจกรรมนันทนาการเป็นค่าน้ำดูปะการัง, การประเมินกิจกรรมทางน้ำ อันดับแรกคือ Sea walking (เดินใต้น้ำ) ลำดับสองคือ Jet Ski มีอันดับสามคือ Parasailing (ลากร่ม) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำ ไม่แตกต่างกัน เป้าหมายของการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ภูมิภาคที่ต้องการเยือนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำ แตกต่างกัน ผลการสัมภาษณ์กลุ่มบริษัททัวร์คู่ค้า จำนวน 5 บริษัท ที่พานักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเที่ยวตามหมู่เกาะและเกาะล้านยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะเกาะล้านเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลาย กิจกรรมทางน้ำควรเน้นเรื่องความปลอดภัยทางทะเลควรมีไลต์ไฟการ์ดประจำหาดควรมีการเน้นด้านบริการให้มีมาตรฐาน มีการเอาใจใส่ ยิ้มแย้มแจ่มใส ใส่ใจลูกค้า

คำสำคัญ: กิจกรรมทางน้ำ, นักท่องเที่ยวชาวจีน, เกาะล้าน

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกาะล้าน ตั้งอยู่ในอ่าวไทย อยู่ในแนวขนานกับหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี ห่างจากชายฝั่งเมืองพัทยา ประมาณ 7 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 3,500 ไร่ ความยาวจากทิศเหนือจรดทิศใต้ ประมาณ 4.65 กม. ความกว้างของเกาะล้านส่วนที่มีความกว้างมากที่สุดวัดได้ประมาณ 2.15 กม. ประกอบด้วยหมู่เกาะ เกาะล้าน เกาะกรก และเกาะสาก แต่เดิมนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างเรียกขานหมู่เกาะล้านว่า “หมู่เกาะปะการัง (Coral Islands) ” เนื่องจากสมบูรณ์ไป

ด้วยปะการังหลากหลายชนิด เป็นแหล่งปะการังที่สมบูรณ์แห่งหนึ่งของประเทศไทย เป็นเกาะที่มีหาดทรายและบรรยากาศที่สวยงาม และอยู่ไม่ไกลจากชายฝั่งมากนักสามารถนั่งเรือไปเที่ยวแบบ ไปเช้า - เย็นกลับได้ หรืออาจจะเลือกพักบนเกาะมีที่พักให้เลือกมากมาย รองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งไทยและต่างประเทศ ซึ่งเกาะล้านเป็นชายหาดที่นักท่องเที่ยว ชอบมาเล่นกีฬาทางน้ำ เช่น ขับเจ็ตสกี ลากร่ม คำน้ำดูปะการัง เพราะจุดเด่นของเกาะคือ หาดทรายขาว ทะเลสีฟ้าคราม และเป็นสถานที่ที่น้ำ



ทะเลสะอาดน่าเล่น สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะล้านที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวแวะเที่ยว เช่น หาดตาแหวน ซึ่งอยู่ทางตอนเหนือของเกาะมีหาดทรายที่ขาวสะอาด ยาวประมาณ 750 เมตร และน้ำทะเลใสสีคราม ปลายหาดทั้งสองด้านยังมีแนวปะการังในระดับน้ำตื้นที่มีสีส้มสวยงาม, หาดสังวาลย์ที่อยู่ติดกับหาดตาแหวนมีความยาวประมาณ 150 เมตร เป็นชายหาดที่สงบ และจะสวยงามมากที่สุดในช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่ชอบความสงบ และนิยมนอนอาบแดด, หาดทองหลาง เป็นชายหาดขนาดเล็กที่เงียบสงบอีกแห่งหนึ่ง บริเวณปลายหาดที่เชื่อมต่อกับหาดตาแหวนทั้ง 2 ด้านมีแนวปะการังน้ำตื้นที่สวยงาม จึงมีบริการเดินชมปะการังใต้น้ำแบบ Sea Walker ที่นักท่องเที่ยวนิยมมาใช้บริการ และบริการเรือท่องเที่ยวให้สามารถลงไปชมปะการังได้อย่างใกล้ชิด และเหมาะกับกิจกรรมการดำน้ำดูปะการัง นอกจากนี้ส่วนยังมีหาดตาหยง เป็นชายหาดส่วนตัวที่มีความสงบและร่มรื่น มีน้ำทะเลที่ใส หาดทรายขาวสะอาด ความยาวประมาณ 100 เมตร สองฝั่งของชายหาดประกอบไปด้วยหินก้อนใหญ่ เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่ชอบความสงบเป็นส่วนตัว โดยในช่วงปลายฝนต้นหนาวต้นไม้บริเวณหาดตาหยงจะเปลี่ยนเป็นสีส้มสวยงามมาก, หาดเสมอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของเกาะ มีโขดหินและพื้นป่าที่ค่อนข้างสมบูรณ์มีความสวยงาม เงียบสงบเหมาะสำหรับการพักผ่อนและการเล่นน้ำมีน้ำทะเลสีครามและหาดทรายที่ขาวสะอาด, หาดเทียน อยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะ หาดทรายแห่งนี้มีความสวยงามไม่แพ้หาดตาแหวนแต่มีขนาดเล็กและเงียบสงบจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัว, หาดนวล, จุดชมวิวยานาม และ จุดชมวิวกังหันลม เป็นจุดชมวิวน่าสนใจอีกแห่งหนึ่งบนเกาะล้านเพราะมีกังหันลมที่ใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าสำหรับเกาะล้านเรียงรายกันอยู่มากมาย ซึ่งการจับขี้นานพาหะชมวิวจะต้องระวัง เพราะทางค่อนข้างชัน โดยในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวเกาะล้านคิดเฉลี่ย 7,000 – 10,000 คน/วัน และมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่าวันละ 2,000,000 บาท จากสภาพพื้นที่ของเกาะล้าน ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีคุณภาพที่ทำให้การท่องเที่ยวบนเกาะล้านเจริญ

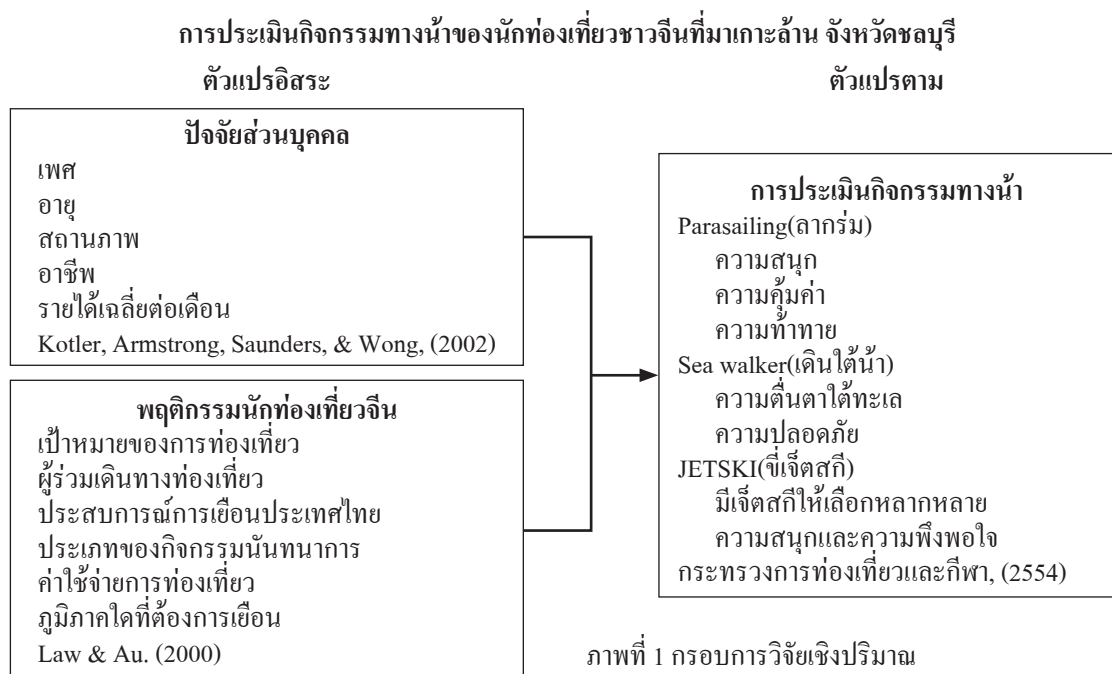
เติบโตเป็นอย่างมาก การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในเกาะล้าน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้าง 1) ความดึงดูดใจ (Attractions) และเป็นเสน่ห์ของเกาะล้าน, 2) การเข้าถึงง่าย (Accessibility) คือ เกาะล้านอยู่ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางสะดวกสามารถไป-กลับได้ในวันเดียว และ 3) ความสะดวกสบาย (Public and Private Amenities) ซึ่งเกาะล้าน จะมีการให้บริการทั้งจากภาครัฐและเอกชน ที่คอยอำนวยความสะดวก ต่างๆ ทั้งที่พักอาหาร ตลอดจนกิจกรรมสันทนาการเพื่อความบันเทิงต่างๆ ที่หลากหลาย, 4) บุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Human Resource) ซึ่งเกาะล้านมีการอบรมพัฒนาบุคลากร ให้มีความพร้อมและสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ, 5) ภาพลักษณ์ และคุณลักษณะพิเศษ (Image and Character) ความมีเสน่ห์ของเกาะล้าน คือ มีหาดทรายที่ขาวสะอาด บรรยากาศสวยงาม สงบ ร่มรื่น และอุดมสมบูรณ์ด้วยปะการังนานาชนิด จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมทั้งชาวไทยและต่างชาติ และ 6) ค่าใช้จ่าย (Price) การไปเที่ยวเกาะล้านสามารถเดินทางไป-กลับได้ใน 1 วัน ค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นที่นิยมไปพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ องค์ประกอบพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว 6 ประการ ที่จะส่งผลต่อการมาเยือนนักท่องเที่ยวให้เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำเมื่อมีโอกาส (Law & Au, 2000)

นอกจากองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีกิจกรรมทางน้ำ ซึ่งเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่สร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้ที่มาเที่ยวเกาะล้าน ซึ่งจากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ปี 2558 นักท่องเที่ยวเน้นการเที่ยวทะเลมากที่สุด โดยการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา เช่น กิจกรรมดำน้ำตื้น ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดในปี พ.ศ. 2556 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 3.55 และเพิ่มเป็นร้อยละ 16.43 ในปี พ.ศ. 2558 รองลงมาได้แก่ กิจกรรมดำน้ำลึก มวยไทย และกอล์ฟ ในปี พ.ศ. 2559 สามารถสร้างให้เกิดรายได้รวม 21,003 ล้านบาทสำหรับ เกาะล้านในปี 2560 มีธุรกิจท่องเที่ยวและดำน้ำ (Elegance Travel) ในเกาะล้านกว่า 30 บริษัท ที่ให้บริการกิจกรรมทางน้ำ เช่น สกีน้ำ, เจ็ตสกี, โด่กลั่น, ลากรัม, เดินใต้น้ำ และ ชีเจ็ตสกี ฯลฯ

โดยกิจกรรมทางน้ำจะสามารถเล่นได้ตามชายหาดทั่วไป แต่ที่มีมากที่สุดคือบริเวณหาดทรายขาวซึ่งมีกิจกรรมให้เลือกเล่นหลากหลาย ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ทั้งจากไต้หวันและประเทศจีนแผ่นดินใหญ่เป็นอันมากโดยจะพบนักท่องเที่ยวชาวจีนได้จากตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งจุดโดยสารสำคัญ เช่น บริเวณชายหาด และสะพานท่าเรือพัทยาใต้ ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนจำนวนมาก ซึ่งมาในลักษณะกรุ๊ปทัวร์ เดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่เกาะล้านอย่างไม่ขาดสาย เฉลี่ยวันละ 3,000-5,000 คน ในขณะที่ช่วงเทศกาลมหาสงกรานต์ปี 2559 ที่บรรยากาศท่องเที่ยวคึกคักเป็นอย่างมากเนื่องจากมีประชาชน และนักท่องเที่ยวทั้งในส่วนของชาวไทยและต่างประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะล้านมากขึ้นหลายเท่าตัว เฉลี่ยวันละ 2-3 หมื่นคน ทำให้ผู้ประกอบการโดยเฉพาะเรือข้ามฟาก ทั้งเรือขนาดใหญ่ เรือด่วน และเรือสปีดโบ๊ต ซึ่งรวมแล้วมีกว่า 1,500 ลำ รวมทั้งรีสอร์ตและที่พักซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณหาดหน้าบ้านหาดแสมและหาดตาแหวน ถูกจับจองจนเต็มตลอดไปกว่าสัปดาห์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

จากเหตุผลดังกล่าว ประกอบกับผู้วิจัยประกอบธุรกิจนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยว

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ซึ่งมีการจัดกิจกรรมทางน้ำให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เล่น จึงสนใจที่จะทำการศึกษา “การประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้านจังหวัดชลบุรี” เพื่อเป็นการขยายโอกาสและเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือจัดการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมนันทนาการให้กับนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนในเกาะล้านเมืองพัทยา ที่เหมาะสมและกลุ่มอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้านจังหวัดชลบุรี

สมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการประเมินกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
2. ทำให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการประเมินกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี
3. ได้รูปแบบการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบการท่องเที่ยวของชาวจีน ผลสำรวจ Chinese International Travel Monitor ในปี 2559 ได้แบ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนออกเป็น 5 กลุ่ม (กรวรรธม สังขกร, จักริ เตชะวาริ และกาญจนา จีรัตน์, 2556) ได้แก่

1. ท่องเที่ยวแบบเจาะลึก (สัดส่วน 25%) เป็นคนที่เกิดในยุค 60s – 70s เป็นกลุ่มที่มองโลกในแง่ดี มีความคิดสร้างสรรค์ ชอบเรียนรู้และสำรวจสิ่งใหม่ๆ และมักวางแผนการท่องเที่ยวอย่างละเอียด
2. ท่องเที่ยวเป็นครอบครัว (สัดส่วน 25%) เป็นคนที่เกิดในยุค 60s – 70s และมักไม่ได้อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ คนกลุ่มนี้มักมีหน้าที่ในการหาเลี้ยงครอบครัว และมองว่าการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว โดยจะเลือกที่พักที่ปลอดภัยและเหมาะสมสำหรับครอบครัวเป็นหลัก
3. ท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์ (สัดส่วน 17%) เป็นคนที่เกิดในยุค 80s – 90s และอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ชอบที่พักที่มีสไตล์ และมักฟังคำแนะนำจากมืออาชีพเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในพื้นที่ เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและมุ่งมั่น มองการท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับชีวิต
4. ท่องเที่ยวเพื่อความสุข (สัดส่วน 12%) เกิดในยุค 80s ท่องเที่ยวเพื่อหาความสุขและเป็นการแสดงออกถึงสถานะของตนเอง ชอบที่พักระดับ 4-5 ดาว และไม่พลาดการท่องเที่ยวแบบผจญภัยในพื้นที่
5. ท่องเที่ยวแบบเรียบง่าย (สัดส่วน 21%) เกิดในยุค 90s หรือยุคมิลเลนเนียล มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ เพราะมักเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย มีอารมณ์สุนทรีย์ และ

มีความสุขกับการท่องเที่ยวโดยไม่ยึดติดกับวัตถุ มักเลือกที่พักที่มีราคาคุ้มค่า

ศิริเพ็ญ คาบเพชร (2557) ได้ศึกษาการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ตลอดจนศึกษาปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดัน และองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที่ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำไม่มีความแตกต่างกันมากนัก นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 10,000 บาท อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันในเรื่องจุดมุ่งหมายในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม และกระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยผลักดันที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวครั้งแรก ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และความสะดวกในการเดินทาง และเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม คือ ด้านการคมนาคม

แสงเดือน รตินทร (2555) ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยผลักดัน และเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 400 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามภาษาจีน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11,970 หยวน ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาคตะวันออกและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยวตามลำดับ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเห็นด้วยระดับมาก จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างกัน และยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

น้ำฝน จันทน์นวล (2556) ศึกษาปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมา

ท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยใช้ข้อมูลการให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นภาษาจีน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที่จำแนกตามเพศ และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยการทดสอบค่าเอฟ จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-30 ปีมีการศึกษาระดับอนุปริญญา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-7,000 หยวน หรือประมาณ 25,000-35,000 บาท 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างรายได้ค่าใช้จ่าย อายุอาชีพ แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันด้วยเช่นกัน 3) วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกเลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นิยมมากที่สุด คือ ทะเลทางภาคใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การประเมินกิจกรรมทางน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี” ครั้งนี้ กำหนดวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน การประเมินกิจกรรมทางน้ำ แตกต่างกัน และ 3) เพื่อศึกษาการวางแผนกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้ศึกษานำวิธีการศึกษาเชิงผสมวิธี (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการศึกษาแบบคู่ขนานดำเนินการศึกษาไปพร้อมๆ กัน

ทั้ง 2 วิธี เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละวิธีเสร็จสิ้น จึงนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 วิธีมาผสมผสานในขั้นตอนการตีความเพื่อยืนยันความถูกต้องและความสอดคล้องกันของผลการศึกษาโดยให้นำหน้าข้อมูลเท่าเทียมกัน

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเล่นกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เฉลี่ยวันละ 5,000 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 370 คน แต่เพื่อให้เกิดความสะดวก ผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บ 300 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) โดยเลือกสุ่มจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเล่นกิจกรรมทางน้ำ 3 ชนิดวันละ 30 คน จนครบจำนวน 300 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) อาชีพ และ 5) รายได้ต่อเดือนโดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) รวมจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนโดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Question) ประกอบด้วย 1) เป้าหมายของการท่องเที่ยว 2) ผู้ร่วมเดินทาง 3) ประสบการณ์เยือนประเทศไทย 4) ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ 5) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และ 6) ภูมิภาคใดที่ต้องการเยือน รวมจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการประเมินกิจกรรมทางน้ำ มีลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert's Scale มี 5 ระดับใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating

scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและ กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่กลุ่มบริษัททัวร์คู่ค้า จำนวน 10บริษัท ที่พานักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purpose random sampling) ระดับบริหาร/เจ้าหน้าที่ 5/10 บริษัททัวร์คู่ค้าประกอบด้วย 1) บริษัท ไทย นิเวศเนอเธอร์ชั่น กรุ๊ป จำกัด 2) บริษัท คันท้า กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด 3) บริษัท ไทย ไทจี จำกัด 4) บริษัท ควอลิตี้เอ็กซ์เพรส จำกัด และ 5) บริษัท ไทยสุข จำกัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure interview) ที่มีลักษณะแบบคำถามปลายเปิด

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.7 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.7 มีสถานภาพแต่งงานคิดเป็นร้อยละ 64.7 มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีรายได้อยู่ที่ 5,001 – 6,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 38.0

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน

ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พฤติกรรมท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวคือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจคิดเป็นร้อยละ 50.0 มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว/ญาติคิดเป็นร้อยละ 32.7 มีประสบการณ์เยือนประเทศไทยที่ครั้งแรกคิดเป็นร้อยละ 54.3 มีกิจกรรมนันทนาการเป็นดำน้ำดูปะการังคิดเป็นร้อยละ 29.0 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ที่ 2,001-3,000 หยวนคิดเป็นร้อยละ 36.3 มีภูมิภาคที่ต้องการเยือนคือภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 38.3

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับข้อมูลการประเมินกิจกรรมทางน้ำ

การประเมินกิจกรรมทางน้ำ พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.599 คืออยู่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า การประเมินกิจกรรมทางน้ำ อันดับแรกคือ Sea walking(เดินใต้น้ำ) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.46 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับสองคือ Jet Ski มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมากที่สุด อันดับสามคือ Parasailing(ลากร่ม) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกันพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกันพบว่า เป้าหมายของการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวภูมิภาคที่ต้องการเยือนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 : ข้อมูลเชิงพรรณนาผลการสัมภาษณ์กลุ่มบริษัททัวร์คู่ค้า จำนวน 5 บริษัท ที่พานักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

แนวคิดและมุมมองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยว เกาะล้าน จังหวัดชลบุรีพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเที่ยวตามหมู่เกาะและ เกาะล้านยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะเกาะล้านเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลาย

แนวคิดและมุมมองต่อภาพรวมกิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า กิจกรรมทางน้ำควรเน้นเรื่องความปลอดภัยทางทะเลควรมีการคัดประจำหาด

แนวคิดในการวางแผนพัฒนากิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้านจังหวัดชลบุรี พบว่า ควรมีการปรับปรุงพัฒนาการจัดระเบียบความปลอดภัยและการจัดระเบียบกิจกรรมทางน้ำให้เหมาะสมต่อความต้องการ

การอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกันพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริเพ็ญ ดาบเพชร (2557) ได้ศึกษาการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ ตลอดจนศึกษาปัจจัยดึงดูด ปัจจัยผลักดันและองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

สมมติฐานที่ 2 : พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำแตกต่างกันพบว่า เป้าหมายของการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวภูมิภาคที่ต้องการเยือนแตกต่างกันมีการประเมินกิจกรรมทางน้ำ แตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2555) ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยผลักดัน และเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 400 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามภาษาจีน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับ

ปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11,970 หยวนค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาคตะวันออกและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติทะเล และชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเห็นด้วยระดับมาก จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มบริษัททัวร์คู่ค้า จำนวน 5 บริษัท ที่พานักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเที่ยวตามหมู่เกาะและ เกาะล้านยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพราะเกาะล้านเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมทางทะเลที่หลากหลาย กิจกรรมทางน้ำควรเน้นเรื่องความปลอดภัยทางทะเล ควรมีการ์ดประจำหาดควรมีการเน้นด้านบริการให้มีมาตรฐาน มีการเอาใจใส่ อิ่มแยมแจ่มใส ใส่ใจลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำฝน จันทน์นวล (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนก

ตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยใช้ข้อมูลการให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามเป็นภาษาจีน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าที่จำแนกตามเพศ และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยการทดสอบค่าเอฟ จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุอาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-30 ปีมีการศึกษาระดับอนุปริญญา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-7,000 หยวน หรือประมาณ 25,000-35,000 บาท 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในระดับมาก และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างรายได้ค่าใช้จ่าย อายุ อาชีพ แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันด้วยเช่นกัน 3) วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก เลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นิยมมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ แผนพัฒนากิจกรรมทางน้ำที่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี

1. การประเมินกิจกรรมทางน้ำที่ควรส่งเสริมให้มีส่วนต่อไปคือ อันดับแรกคือ Sea walking(เดินใต้น้ำ) อันดับสองคือ Jet Ski อันดับสามคือ Parasailing(ลากร่ม)
2. อุบัติเหตุต้องเป็นศูนย์ หรือ “ Zero Accident” โดยทำการตรวจสอบ ซ่อมบำรุง ปรับปรุง เครื่องมือ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางน้ำให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพในการทำงาน
3. จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวในเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เพื่อสร้างความตระหนักใจรักบริการ (Service Mind) พร้อมทั้งจะสร้าง

ความสุขและความพึงพอใจให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้อง โดยถือว่าพนักงานที่มีความสำคัญเสมอ(Customer Come First)

4. ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยความรวดเร็วและเต็มใจด้วยการเริ่มต้นทักทายผู้มาติดต่อด้วยการซักถามด้วยภาษาที่สุภาพผู้มาติดต่อสามารถดำเนินการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One stop services)

5. แผนการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่นการบริหารจัดการ ควบคุม ดูแลการเข้า-ออกของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่เดียวกัน เวลาเดียวกัน การจัดทำป้ายบอกทาง ป้ายให้เข้าแถว ป้ายอธิบายวิธีการใช้ห้องน้ำ ป้ายห้ามสูบบุหรี่ ห้ามทิ้งขยะ ฯลฯ เป็นภาษาจีน ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการ์ตูนเพื่อให้เข้าใจง่าย คุณเป็นมิตรและควรมีภาษาอังกฤษกำกับอยู่ด้วยเพื่อลดความขุ่นข้องหมองใจเรื่องการดูแลลูกค้าพันธ์

6. การสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างคนไทยกับนักท่องเที่ยวจีน เช่น การณรงค์ให้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่นำรายได้จำนวนมากเข้าประเทศไทย การสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวจีนโดยการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ทั้งเอกสาร แผ่นพับ ไปสเตอร์ วีดิทัศน์ และ Application เพื่อแนะนำข้อพึงปฏิบัติไม่พึงปฏิบัติเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในเกาะล้านเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่จำเพาะเจาะจงดังนั้นผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าต่อไป ควรขยายกลุ่มเป้าหมายโดยจำแนกตามลักษณะภูมิศาสตร์ให้มีการกระจายไปสู่กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุม หรือศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มประชากรที่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างออกไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *สถิติข้อมูลการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/cover.php>
- กรวรรณ สังขกร, จักรี เตชะวารี และกาญจนา จีรัตน์. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 6(2), 53-60.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 9(2), 39-59.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือก มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 18(1), 84-104.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2002). *Principles of marketing* (3rd ed.). London, United Kingdom: Prentice-Hall.
- Law, R., & Au, N. (2000). Relationship modeling in tourism shopping: a decision rules induction approach. *Tourism Management*, 21(3), 241-249.
- Yamane, Taro. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.) New York: Harper and Row.