

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

Behavior of Chinese Tourist Travelers Visiting Pattaya City

ภณสิทธิ์ อ้นยะ¹, จริญญาวิทย์ โตสัจจะวงษ์²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabjune_jabjune@hotmail.com

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, jabpanasit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังเมืองพัทยา โดยพิจารณาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงนำเสนอแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คน ผ่านแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 80,000 - 100,000 หยวน พฤติกรรมการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเยือนพัทยาเพื่อการพักผ่อน และนิยมเดินทางมาทุกครั้งที่มาเยือนประเทศไทย จุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ตลาดกลางคืน สถานบันเทิง และชายหาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง และตัดสินใจเดินทางโดยได้รับอิทธิพลจากคนในครอบครัว

ด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้จ่ายมากกว่า 2,000 หยวนขึ้นไปต่อการเดินทางครั้งหนึ่ง และนิยมเลือกที่พักในรูปแบบโรงแรม 2-3 ดาว การเดินทางภายในพัทยามักใช้บริการรถเช่าหรือรถรับจ้าง นักท่องเที่ยวจำนวนมากยังนิยมเดินทางไปจังหวัดอื่นในประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ต้องการไกด์หรือล่ามระหว่างการท่องเที่ยว และมีความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวพัทยาอีกในอนาคต

จากผลการวิจัย ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพัทยา คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวให้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น และการปรับปรุงบริการให้ตรงกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

คำหลัก: พฤติกรรมการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวจีน, เมืองพัทยา

Abstract

This research aims to study the tourism behavior of Chinese tourists visiting Pattaya City by considering demographic characteristics, travel behavior, and factors influencing their decision to choose tourist destinations. Furthermore, the study proposes strategies for developing the tourism industry to align with the needs of this group. The research employs quantitative methods, collecting data from a sample of 400 Chinese tourists through questionnaires.

The findings reveal that the majority of Chinese tourists are male, aged between 31-45 years, hold a bachelor's degree, and work as private company employees. Their average annual income ranges between 80,000 - 100,000 yuan. The study shows that most tourists visit Pattaya for leisure and tend to return each time they visit Thailand. Popular destinations include night markets, entertainment venues, and beaches. Most tourists plan their trips independently, with decisions influenced by family members.

In terms of spending behavior, most tourists spend over 2,000 yuan per trip and prefer accommodations such as 2-3 star hotels. For transportation within Pattaya, they commonly use rental cars or taxis. Many also travel to other provinces in Thailand, such as Chiang Mai. Additionally, most tourists do not require guides or interpreters during their trips and express intentions to revisit Pattaya in the future.

Based on the findings, recommendations for developing Pattaya's tourism industry include improving tourism infrastructure to meet the needs of Chinese tourists, enhancing accessible promotional channels, and tailoring services to align with the behavior and expectations of this group.

Keywords: Tourism behavior, Chinese tourists, Pattaya City

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะเมืองพัทยา ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การทำความเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ภาคธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

ข้อมูลจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2566) ระบุว่า ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนกว่า 10 ล้านคน ในปีที่ผ่านมา โดยพัทยาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมสูงสุด เนื่องจากมีชายหาดที่สวยงาม กิจกรรมทางน้ำที่หลากหลาย และสถานบันเทิงที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนก็นำมาซึ่งความท้าทายหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริหารจัดการ

ทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น

Zhang & Xie (2022) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวจีนและพบว่า นักท่องเที่ยวจีนมักให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น WeChat และ Xiaohongshu ในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อแนวทางการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ Li & Wang (2023) ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับประสบการณ์ส่วนบุคคล (Personalized Experience) และความสะดวกสบายของบริการ เช่น การรองรับการชำระเงินผ่าน Alipay และ WeChat Pay ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยาจะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการท้องถิ่น และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถวางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ทั้งนี้ การศึกษานี้จะเน้นไปที่การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยพิจารณาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเดินทาง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- สำหรับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพัทยาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะทำให้ได้แนวทางในการปรับปรุงบริการ การตลาด และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตอบเจตจำนงนักท่องเที่ยวชาวจีนมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาจากสถิติปี 2567 (2024): ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 11 สิงหาคม จำนวน 4,398,623 คน (Bangkok Tourism Statistics)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเยือนพัทยาในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างถูกกำหนดตามสูตรของ Yamane (1973) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเพื่อศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ)
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา (เช่น วัตถุประสงค์การเดินทาง สถานที่ที่นิยมเที่ยว การใช้จ่าย ฯลฯ)

3. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

การประเมินความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะได้รับการ ทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability Test) โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของคำถามที่ใช้ในแต่ละด้านพบว่าเท่ากับ 0.775 อยู่ในระดับดีมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก เช่น ถนนคนเดินพัทยา (Walking Street), หาดพัทยา, ศูนย์การค้า และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1-2 เดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอเมริกันในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปผลการวิเคราะห์และอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงเป็นค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ส่วนใหญ่มีอายุ 31- 45 ปี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 80,000 - 100,000 หยวน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดย
ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงเป็นค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบ
แบบสอบถามจำนวน 400 คน ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา

ลำดับ	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1	เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน	383	95.75
2	ไม่ต้องการไกด์หรือล่าม	367	91.75
3	เดินทางมาพัทยาทุกครั้งที่มาประเทศไทย	259	64.75
4	วางแผนการเดินทางมาเที่ยวพัทยาด้วยตัวเอง	263	65.75
5	หากมีโอกาสจะเลือกกลับมาเที่ยวพัทยากอีก	257	64.20
6	เดินทางมาพัทยาน้อยกว่า 2 ครั้งต่อปี	257	64.25
7	เดินทางมาเที่ยวพัทยากับครอบครัว	207	51.75
8	ใช้เวลาเที่ยวพัทยาไม่เกิน 1 สัปดาห์	201	50.25
9	เลือกซื้อ/รับประทานอาหารจากร้านยอดนิยม/สตรีทฟู้ด	196	49.00
10	ค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,000 หยวนขึ้นไป	211	47.25
11	เลือกพักโรงแรม 2-3 ดาว	169	42.25
12	ใช้รถเช่า/รถรับจ้างไม่ประจำทาง	157	39.25
13	นอกจากพัทยาแล้วนิยมเดินทางไปเชียงใหม่ด้วย	148	37.00
14	สิ่งแรกที่นึกถึงพัทยาคือทะเล	224	56.00
15	นิยมไปตลาดกลางคืน/สถานบันเทิง	136	34.00
16	ผู้ตัดสินใจหลักในการมาพัทยาคือคนในครอบครัว	128	32.00

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (64.25%) อยู่ในช่วงอายุ 31-45 ปี (46.75%) มีการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี (68.25%) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (43.25%) รายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 80,000 -
100,000 หยวน (36.50%)

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาพัทยาเพื่อการพักผ่อน (95.75%) มีแนวโน้มเดินทางมาพัทยาทุกครั้งที่มา
ประเทศไทย (64.75%) นิยมเดินทางกับครอบครัว (51.75%) เลือกวางแผนการเดินทางด้วยตัวเอง (65.75%) ส่วน
ใหญ่เลือกเดินทางโดยรถเช่าหรือรถรับจ้าง (39.25%) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมไปตลาดกลางคืนและสถาน
บันเทิง (34.0%) เลือกที่พักในรูปแบบโรงแรม 2-3 ดาว (42.25%) ส่วนใหญ่อยู่พัทยาไม่เกิน 1 สัปดาห์ (50.25%)
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่า 2,000 หยวนขึ้นไป (47.25%)

3. แนวโน้มและความพึงพอใจต่อพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มเลือกกลับมาเที่ยวพัทยาอีก (64.2%) ส่วนใหญ่ไม่ต้องการไกด์หรือล่าม (91.75%) สิ่งแรกที่นึกถึงเมื่อกล่าวถึงพัทยาคือทะเล (56.0%) มีแนวโน้มเดินทางมาท่องเที่ยวพัทยาน้อยกว่า 2 ครั้งต่อปี (64.25%) นิยมรับประทานอาหารจากร้านยอดนิยมและสตรีทฟู้ด (49.0%)

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยาส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง นิยมเดินทางด้วยตนเองและให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการเดินทาง ที่พัก และอาหาร พัทยาเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยให้ความสำคัญกับทะเลและสถานบันเทิง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา สามารถอภิปรายผลได้ใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยา

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-45 ปี และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tang et al. (2020) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวจีนวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่มีอิสระทางการเงินและต้องการใช้วันหยุดเพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน

นอกจากนี้ การที่กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 80,000 - 100,000 หยวน สอดคล้องกับรายงานของ China Tourism Academy (2022) ที่ระบุว่ากลุ่มชนชั้นกลางของจีนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนิยมเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่ให้ความคุ้มค่าและมีแหล่งท่องเที่ยวที่ครบวงจร

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังพัทยาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และนิยมเดินทางด้วยตนเองมากกว่าการใช้ไกด์ทัวร์ ซึ่งแตกต่างจากแนวโน้มเดิมที่ชาวจีนมักเดินทางเป็นหมู่คณะผ่านบริษัทนำเที่ยว (UNWTO, 2019) ปัจจุบันนี้อาจเป็นผลมาจากการที่เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์ เช่น Ctrip และ Fliggy ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางเองได้สะดวกมากขึ้น ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวพัทยานิยมนิคมสถานบันเทิงและตลาดกลางคืน ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Zhang & Xu (2021) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มชอบกิจกรรมยามค่ำคืนและสถานบันเทิงที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญกับการเดินทางแบบครอบครัวและเลือกที่พักที่มีราคาปานกลาง เช่น โรงแรมระดับ 2-3 ดาว ซึ่งเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกับการวิจัยของ Wang et al. (2020) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศนิยมเลือกที่พักที่มีราคาเหมาะสมกับงบประมาณ แต่ยังคงให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในระดับที่พึงพอใจ

3. แนวโน้มและความพึงพอใจต่อพัทยา

นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ระบุว่าแนวโน้มเดินทางกลับมาพัทยาอีก ซึ่งเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์การเดินทางในพัทยา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen & Gursay (2019) ที่ระบุว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเดินทางซ้ำของนักท่องเที่ยวคือคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง และการบริการที่มีมาตรฐาน อีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ไม่ต้องการใช้ไกด์หรือล่าม ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนที่มีความมั่นใจในการเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ China Outbound Tourism Research Institute (COTRI, 2021) ที่ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่มีแนวโน้มเดินทางแบบอิสระและพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น

นอกจากนี้ เมื่อนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ถึงทะเล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Tourism Authority of Thailand (TAT, 2022) ที่ระบุว่า ชายหาดพัทยาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน

สรุปภาพรวมการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาพัทยา มีลักษณะเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง นิยมเดินทางด้วยตนเองและให้ความสำคัญกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถผ่อนคลายและเพลิดเพลินได้ตลอดทั้งวัน ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจีนที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และการเดินทางแบบอิสระ การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองว่าพัทยาเป็นเมืองที่มีความน่าสนใจและต้องการเดินทางกลับมาอีก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพัทยาในการเป็นจุดหมายปลายทางที่สามารถแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวระดับโลก อย่างไรก็ตาม ควรมีการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. พัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรนำข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนมาใช้ในการออกแบบแผนพัฒนาการท่องเที่ยวพัทยาให้สอดคล้องกับความต้องการ เช่น การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภาษาจีน การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Free Independent Traveler: FIT)

2. ยกระดับมาตรฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการพัฒนาและควบคุมคุณภาพที่พัก ร้านอาหาร และแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน โดยเน้นความสะอาด ความปลอดภัย และการให้บริการที่เป็นมิตร เพื่อสร้างความประทับใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

3. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการวางแผนท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางยอดนิยม เช่น WeChat, Weibo, และ Xiaohongshu (Little Red Book) รวมถึงการใช้ KOLs (Key Opinion Leaders) หรืออินฟลูเอนเซอร์ชาวจีนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพัทยาให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ปี 2566. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- Bangkok Tourism Statistics. (2567 14 ตุลาคม) สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพัทยา
[https://roadgenius.com/Bangkok Tourism Statistics - How Many Tourists Visit? \(2023\)](https://roadgenius.com/Bangkok%20Tourism%20Statistics%20-%20How%20Many%20Tourists%20Visit%20%282023%29)
- Chen, X., & Gursoy, D. (2019). "An examination of the effects of motivation and destination image on tourists' future visit intention: The moderating role of satisfaction." *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, 50-60.
- China Outbound Tourism Research Institute (COTRI). (2021). China Outbound Tourism Development Report.
- China Tourism Academy. (2022). Annual Report on China's Outbound Tourism Development.
- Li, J., & Wang, Y. (2023). Personalized Experience and Payment Convenience in Chinese Tourist Preferences. *International Journal of Travel and Leisure*, 45(3), (98-112)
- Tang, J., Liu, H., & Wang, Y. (2020). "Chinese middle-class travelers: Motivations and preferences." *Tourism Management Perspectives*, 35, 100691.
- Tourism Authority of Thailand (TAT). (2022). Tourism Statistics and Trends.
- UNWTO. (2019). Chinese Outbound Tourism: Trends and Forecasts.
- Wang, R., Xu, J., & Li, P. (2020). "Accommodation preferences of Chinese outbound tourists." *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438.
- Zhang, X., & Xie, L. (2022). Chinese Tourist Behavior and Digital Travel Platforms: A Case Study of Thailand. *Journal of Tourism and Hospitality*, 34(2), (150-168)
- Zhang, Y., & Xu, L. (2021). "Chinese tourists' nightlife preferences: A case study of Thailand." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 357-374.