

ลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน : การรับรู้ของมัคคุเทศก์ไทย

Behavioral Traits of Elderly Chinese Tourists: Thai Tour Guide's Perception

วิระพงษ์ ปัญญานคุณ

WIRAPHONG PANYATHANAKHUN

คณะสหวิทยาการจัดการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Faculty of Interdisciplinary Management and Technology, Kasetsart University

Email: wiraphong.pa@ku.th

Received: 15 April 2025 / Revised: 26 May 2025 / Accepted: 6 June 2025

บทคัดย่อ

นักท่องเที่ยวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งครองสัดส่วนในการเดินทางเยือนประเทศไทยสูงที่สุดในปี 2567 และยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีจำนวนมากที่สุดช่วงก่อนสถานการณ์โควิดหลายปีติดต่อกัน แต่การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุยังมีจำกัด การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน โดยศึกษาผ่านการรับรู้ของมัคคุเทศก์ไทย ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ มัคคุเทศก์ภาษาจีนสัญชาติไทย ซึ่งมีอายุการทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 20 คน ใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบก้อนหิมะ (snowball) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อสร้างข้อสรุป (summative analysis)

ผลการศึกษาให้ชี้ให้เห็นถึงการรับรู้ของมัคคุเทศก์ชาวไทยเกี่ยวกับอุปนิสัยและบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน รวมไปถึงพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การรับประทานอาหาร การพักผ่อน การใช้จ่ายซื้อสินค้า ตลอดจนการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยนี้เสนอแนะว่าผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวควรปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน, มัคคุเทศก์ไทย, การรับรู้

ABSTRACT

Chinese tourists are the largest group of international visitors to Thailand in 2024. They have also been the dominant group of international tourists for many consecutive years prior to the COVID-19 pandemic. However, research on the behavior of Chinese tourists, particularly elderly tourists, remains limited. This study aims to explore the behavioral characteristics of elderly Chinese tourists through the perception of Thai tour guides. The research employs a qualitative approach using unstructured in-depth interviews. The primary informants are Thai tour guides who are licensed and provide tour services in the Chinese

language, with a minimum of three years of experience. A total of 20 tour guides were selected using the snowball sampling technique. Data was analyzed using summative analysis.

The study findings reveal the habits and personality traits of elderly Chinese tourists, as well as their travel behaviors in Thailand, including dining, lodging, shopping, and participating in activities at tourist sites, as perceived by Thai tour guides. This research suggests that tourism business owners and operators should improve their products and services to align with the behaviors and preferences of this tourist group.

Keywords: Tourist behavior, Elderly Chinese tourist, Thai tour guide, Perception

บทนำ

ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนนับเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงด้วยปัจจัยหลายประการทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ กล่าวคือ ในแง่ปริมาณ ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีประชากรสูงอายุเติบโตเร็วที่สุดในโลก ใน พ.ศ. 2565 ประชากรสูงอายุชาวจีนมีจำนวน 280.04 ล้านคน คิดเป็น 19.8เปอร์เซ็นต์ของประชากรทั้งประเทศ (Liu. 14 December 2023 : Online) คาดว่าใน ค.ศ. 2583 ประชากรซึ่งอายุเกิน 60 ปีจะมีสัดส่วนสูงถึง 28 เปอร์เซ็นต์ของประชากรโดยรวม (Bhutia. 27 August 2024 : Online) ในขณะเดียวกัน ผู้สูงอายุชาวจีนก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยมีสัดส่วนสูงถึง 20 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนทั้งหมด (Parulis-Parulis-Cook. 16 July 2021 : Online; Blazyte. 15 September 2022 : Online) โดยประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมอันดับที่ 3 รองจากญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา (China Travel News. 23 January 2025 : Online) ในแง่คุณภาพ พบว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันมีฐานะทางเศรษฐกิจ สุขภาพแข็งแรง และมีความคล่องแคล่วมากกว่าคนรุ่นก่อน ๆ อีกทั้งมีเวลาว่าง ชื่นชอบท่องเที่ยวนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น (Gma. 27 August 2024 : Online; Kipping. 8 January 2024 : Online)

จากสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเยือนประเทศไทยสูงเป็นอันดับหนึ่งหลายปีติดต่อกันโดยพบวก่อนสถานการณ์โควิดใน พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวจีนเยือนไทยจำนวนมากถึง 11.13 ล้านคนจากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 39.79 ล้านคน มีสัดส่วนราว 28 เปอร์เซ็นต์ สร้างรายได้รวม 531,577 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 28 ตุลาคม 2563 : ออนไลน์) สำหรับ พ.ศ. 2567 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาเยือนไทยราว 6.73 ล้านคนจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 35.54 ล้านคน หรือคิดเป็น 19 เปอร์เซ็นต์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 6 มกราคม 2568: ออนไลน์) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณางานวิชาการที่กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนโดยเฉพาะในประเทศไทยยังพบว่ามีจำนวนน้อย ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเชิงสำรวจของ Wang (2019) และหนังสือของ ฉันทัช วรรณธนม (2557) ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนสั้น ๆ เพียงไม่กี่บรรทัด ขณะที่งานวิจัยส่วนใหญ่ที่พบมักเน้นศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนโดยรวม โดยไม่ได้แยกกลุ่มผู้สูงอายุออกมาอย่างเฉพาะเจาะจง ส่งผลให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุมักมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดสำคัญในการทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในประเทศไทยอย่างลึกซึ้ง ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจัยด้านอายุหรือช่วงวัยย่อมมีอิทธิพลต่อรูปแบบพฤติกรรมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ฉะนั้น การนำข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยทั่วไปมาปรับใช้ในบริบทของการบริการสำหรับผู้สูงอายุจึงจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบและระมัดระวัง

เมื่อพิจารณาข้อเท็จจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน มีแนวโน้มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศโดยอาศัยบริการของบริษัทนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยอื่น (Yin and Cao. 30 June 2023 : Online)

ยิ่งทำให้การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้บริการจัดนำเที่ยวมีความสำคัญและน่าสนใจ ในขณะเดียวกัน หากมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมุมมองของมัคคุเทศก์ซึ่งเป็นบุคลากรซึ่งใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ย่อมจะเป็นประโยชน์อย่างมากในแง่ที่ทำให้เราทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้านักท่องเที่ยวจากมุมมองมัคคุเทศก์ไทย ทั้งนี้เพราะเจตคติของมัคคุเทศก์เป็นสิ่งสำคัญในการประกอบวิชาชีพให้เกิดประสิทธิผลและบรรลุเป้าหมาย รวมทั้งผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้เจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในการรับรู้ของมัคคุเทศก์ไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน หมายถึง นักท่องเที่ยวจีนแผ่นดินใหญ่ (สาธารณรัฐประชาชนจีน) อายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว
2. มัคคุเทศก์ไทย หมายถึง ผู้ถือใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์สัญชาติไทย ซึ่งสื่อสารและให้บริการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วยภาษาจีน
3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกของนักท่องเที่ยว (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์. 2558) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้จาก วาจาและการกระทำของนักท่องเที่ยวในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในงานวิจัยนี้ครอบคลุมประเด็นด้านอุปนิสัยและบุคลิกภาพ ตลอดจนการแสดงพฤติกรรมในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การรับประทานอาหาร การพักผ่อน การใช้จ่ายซื้อสินค้า และการทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว
4. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเกิดความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ ที่รับเข้ามากระทบประสาทสัมผัสโดยอาศัยความจำ ความรู้ ร่วมกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สถานการณ์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน

กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงด้วยปัจจัยหลายประการ เช่น นักท่องเที่ยวมีสุขภาพดี คล่องแคล่ว มีเวลารว่าง และมีกำลังซื้อสูงขึ้น ทั้งการเดินทางระยะยาวยังเป็นตัวเลือกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมากขึ้น (People's Daily. 19 December 2023 : Online; Gma. 27 August 2024 : Online) อีกทั้งยังพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มหลักในการใช้บริการบริษัททัวร์ (Bhutia. 27 August 2024 : Online) ในขณะเดียวกัน ประชากรกลุ่มวัยเกษียณแถบเมืองชายฝั่งทะเลซึ่งมีเศรษฐกิจดียังมีจำนวนมากขึ้น อายุของกลุ่มผู้เกษียณการทำงานน้อยกว่าหลายชาติ โดยเฉพาะหญิงเกษียณการทำงานเมื่อ 50-55 ปี ส่วนเพศชายจะเกษียณการทำงานเมื่ออายุครบ 60 ปี (Master and Hall. 16 August 2024 : Online; Parulis-Cook. 16 July 2021 : Online) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มเลือกเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว และใช้เวลาเดินทางยาวนานขึ้น (Kipping. 8 January 2024 : Online) สถาบันการวิจัยการท่องเที่ยวของจีนคาดการณ์ว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุตอนต้นจะมีมากกว่า 100 ล้านคนในสิ้นปี พ.ศ. 2568 และมูลค่าในตลาดราว 1 ล้านล้านหยวน (140 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) อีกทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุจากเมืองขนาดเล็กและกลางในชนบทมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Yin and Cao. 30 June 2023 : Online) คาดว่าการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุจะมีสัดส่วนมากถึง 50 เปอร์เซ็นต์ของการท่องเที่ยวภายในประเทศใน พ.ศ. 2583 (Master and Hall. 16 August 2024 : Online)



สาธารณรัฐประชาชนจีนนับเป็นประเทศที่ประชากรสูงอายุเติบโตเร็วที่สุดในโลก ใน พ.ศ. 2565 ประชากรสูงอายุมีจำนวน 280 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 19.8 เปอร์เซ็นต์ของประชากรโดยรวม (Liu. 14 December 2023: Online) คาดว่าตัวเลขประชากรผู้สูงอายุจะทะลุ 400 ล้านคนใน พ.ศ. 2578 ในขณะที่เดียวกันคาดหมายว่าประชากรอายุระหว่าง 50-60 ปีจะมีจำนวนถึง 300 ล้านคนในทศวรรษหน้า (Gma. 27 August 2024 : Online)

การท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ใน พ.ศ. 2565 ปริมาณนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ใช้บริการทัวร์มีสัดส่วนสูงถึง 62 เปอร์เซ็นต์ส่งผลให้จำนวนธุรกิจนำเที่ยวและแพ็คเกจทัวร์ซึ่งเน้นให้บริการผู้สูงอายุขยายตัวเพิ่มขึ้น (Gma. 16 February 2023 : Online) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนเป็นตลาดสำคัญของจุดหมายปลายทางระยะไกล กล่าวคือ ใน พ.ศ. 2562 นักท่องเที่ยวจีนซึ่งเดินทางไปยุโรปมากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 50-70 ปี และมีสัดส่วนเกือบ 1 ใน 3 ของผู้ที่เดินทางเยือนแอฟริกา (Parulis-Cook. 16 July 2021 : Online)

ในแง่พฤติกรรม พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนคำนึงถึงความคุ้มค่าเงินและให้ความสำคัญกับราคาเป็นปัจจัยแรก ๆ ทำให้ทัวร์ราคาถูกเป็นที่นิยมของผู้สูงอายุ (Gma. 16 February 2023 : Online) นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีแนวโน้มให้ความสนใจกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ด้านวัฒนธรรม เช่น การลิ้มลองอาหารพื้นถิ่น (Parulis-Cook. 16 July 2021 : Online) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Yin and Cao. 30 June 2023 : Online) โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความสะดวกสบายของที่พักและบริการทัวร์เป็นสำคัญ (Parulis-Cook. 16 July 2021 : Online) ผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการสูงสุดแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แพ็คเกจทัวร์ด้านสุขภาพ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับครอบครัว (Wang. 7 February 2024 : Online) ในช่วงหลังสถานการณ์โควิด พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนที่เดินทางออกต่างประเทศกลับมาฟื้นตัวในระดับใกล้เคียงกับระดับก่อนหน้านั้น โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนส่วนมากที่ใช้บริการทัวร์เดินทางโดยไม่มีลูกหลานติดตามไปด้วย และยังพบว่าผู้สูงอายุจำนวนมากมีทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มสูงขึ้น (Zhu. 13 March 2024 : Online)

2. สถานการณ์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย

ข้อมูลสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเยือนไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากใน พ.ศ. 2530 มีนักท่องเที่ยวจีนในไทยเพียง 21,468 คน กระทั่ง พ.ศ. 2549 พบว่าเป็นปีแรกที่นักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนเกิน 1 ล้านคน (ศรีสุตา วณภิญโญศักดิ์. 2558) หลังจากนั้น จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนก็มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเพิ่มขึ้นอีก 10 เท่าตัวเป็น 11.13 ล้านคนใน พ.ศ. 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 28 ตุลาคม 2563 : ออนไลน์) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจากจีนครองสัดส่วนสูงสุดหลายปีติดต่อกันก่อนที่จะหดตัวลงอย่างรุนแรงในช่วงวิกฤตการณ์โควิด

ใน พ.ศ. 2567 สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติจากจีนกลับมาครองเป็นอันดับหนึ่งอีกครั้ง คือ รว 7 ล้านคน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 15 ตุลาคม 2567 : ออนไลน์) โดยมีอัตราเติบโตขึ้น 100 เปอร์เซ็นต์จากปีก่อนหน้า แต่มีสัดส่วนเพียง 63 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับ ค.ศ. 2562 ขณะที่เที่ยวบินระหว่างไทย-จีนฟื้นกลับมาเพียง 68.5 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับ พ.ศ. 2562 (ไทยโพสต์. 15 ตุลาคม 2567 : ออนไลน์) สาเหตุหลักเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศจีนที่ชะลอตัว สภาวะการแข่งขันระหว่างประเทศที่รุนแรง และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเน้นมองหาจุดหมายปลายทางที่ไม่เคยเดินทางไปเยือน เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 15 ตุลาคม 2567 : ออนไลน์)

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์ ระบุว่านักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเยือนไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเองมากถึง 86 เปอร์เซ็นต์ในขณะที่เดินทางมากับบริษัททัวร์เพียง 14 เปอร์เซ็นต์

แตกต่างจากช่วง พ.ศ. 2562 ซึ่งอยู่ในสัดส่วน 60 ต่อ 40 เปอร์เซ็นต์ (กมลมาลย์ แจ้งล้อม และ ปุญญภาพ ตันติปิฎก. 25 กรกฎาคม 2567 : ออนไลน์) การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ที่ล่าช้าต่ำกว่าที่คาด ส่วนหนึ่งเกิดจากทัวร์ศูนย์เหรียญนั้นยังไม่ฟื้นตัว (มติชนสุดสัปดาห์. 19 มีนาคม 2567: ออนไลน์) โดยแผนการเดินทางที่นิยม คือ กรุงเทพบวกกับอีก 1 จังหวัดโดยเฉพาะอย่างยิ่ง พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ มีระยะเวลาเดินทางประมาณ 7 วัน สาเหตุที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเกี่ยวข้องกับเหตุผลเรื่องค่าใช้จ่ายและมาตรการวีซ่าฟรี ความคล้ายคลึงกันทางวัฒนธรรม ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นมิตรของคนไทย (กมลมาลย์ แจ้งล้อม และ ปุญญภาพ ตันติปิฎก. 25 กรกฎาคม 2567 : ออนไลน์; กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 3 พฤศจิกายน 2566 : ออนไลน์)

ทั้งนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่เดินทางมาด้วยตนเองกับกลุ่มที่ใช้บริการทัวร์ กล่าวคือ กลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง จะมีความสนใจในวิถีชีวิตและแสงสียามค่ำคืน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งกิจกรรมทางทะเลและผจญภัย ส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนำเที่ยวส่วนมากจะอยู่ในเส้นทางกรุงเทพฯ-ชลบุรี ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ การลิ้มลองอาหารไทย กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมทางทะเล และเข้าร่วมเทศกาลในจังหวัดชลบุรี (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 3 พฤศจิกายน 2566 : ออนไลน์) โดยมีแนวโน้มว่าในอนาคตอันใกล้ ตลาดนักท่องเที่ยวจีนจะให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์และละคร การหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ การลิ้มลองอาหาร การดูแลสุขภาพ การเรียนรู้นอกห้องเรียนในช่วงปิดภาคเรียน และความเชื่อความศรัทธาในสิ่งลี้ลับ (กมลมาลย์ แจ้งล้อม และ ปุญญภาพ ตันติปิฎก. 25 กรกฎาคม 2567 : ออนไลน์)

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม หมายถึง “การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอก เป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสังเกตและใช้เครื่องมือทดสอบได้” (บุรฉัตร จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติธัมพร และ สัญญา เคนาภูมิ. 2562) ในส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) ให้ความหมายว่า “ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทาง ในระหว่างการเดินทาง และภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ” ส่วนบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2559) นิยามว่า “การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ก็ตาม หรือบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามเพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์การใดสถานการณ์หนึ่ง”

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายใน (covert) และพฤติกรรมภายนอก (overt) โดยที่พฤติกรรมภายในเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัว เป็นพฤติกรรมในเชิงจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจ และอารมณ์ของแต่ละบุคคลที่คนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ในขณะที่พฤติกรรมภายนอกเป็นสิ่งที่ตรงกันข้าม คือ สามารถแสดงออกให้ผู้อื่นสังเกตเห็นได้ เป็นพฤติกรรมเชิงกายภาพที่เกิดจากการเคลื่อนไหวร่างกายและแสดงออกปฏิกิริยาต่าง ๆ ทั้งนี้ พฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (ปรโมชน์ รอดจรัส. 2562; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2559)

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม (รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. 2558) ได้แก่ (1) สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดึงดูดหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจ เช่น ตัวสินค้า ราคา การส่งเสริมการขาย เป็นต้น (2) ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยปัจจัยเชิงประชากรศาสตร์ เช่น ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้ วงจรชีวิต เป็นต้น และปัจจัยเชิงจิตวิทยา เช่น ความต้องการจำเป็น แรงจูงใจ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ บุคลิกภาพ ลักษณะการใช้ชีวิต แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) ประสบการณ์ในอดีต

เป็นต้น ส่วนปัจจัยเชิงสังคมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว เป็นต้น (3) ลักษณะเด่นและการให้บริการของจุดหมายปลายทางเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจและดึงดูดใจของจุดหมายปลายทาง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ตั้ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพทางภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นต้น และ (4) ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ หมายถึง ปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่จัดรวมอยู่ใน 3 กลุ่มข้างต้น เช่น สถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้มีความหมาย 2 ทาง ทางหนึ่ง หมายถึง ประสบการณ์ในการมองเห็น การได้ยินเสียง การสัมผัส การลิ้มรส และการได้กลิ่นสิ่งต่างๆ รวมไปถึงบุคคลในสิ่งแวดล้อมรอบตัว และ สอง หมายถึง กระบวนการที่เราดึงข้อมูลจากพลังงานในรูปแบบต่างๆ ที่มากระทบต่อประสาทสัมผัส (Rogers, 2017) นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2567) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจากการสัมผัส ซึ่งคือกระบวนการที่สิ่งเร้าจากภายนอกมากระทบประสาทสัมผัสของอินทรีย์ โดยการรับรู้จะมุ่งไปที่ความเข้าใจและการแปลความหมายของสิ่งที่มากระทบอวัยวะสัมผัส ตลอดจนความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของวัตถุนั้น ทั้งนี้ การรับรู้และการแปลความหมายเป็นเรื่องจิตวิสัย (subjective) หมายความว่าคุณลักษณะและเหตุการณ์ของสิ่งต่าง ๆ จะถูกให้ความหมายในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคล อันเป็นผลจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมรอบตัวและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ฉะนั้น การรับรู้ทางจิตวิสัยจึงแตกต่างจากภาวะที่เป็นจริงทางวัตถุวิสัย (เลิศพร ภาระสกุล, 2559) โดย นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2567) กล่าวว่าอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ หนึ่ง คุณสมบัติภายในจิตใจของผู้รับรู้ ได้แก่ ความสนใจ ความต้องการทัศนคติ และความใส่ใจต่อสิ่งเร้า สอง คุณสมบัติของสิ่งเร้าภายนอกที่กระทบต่ออวัยวะสัมผัส ได้แก่ การเปลี่ยนแปลง ขนาด การเคลื่อนไหว และการเกิดซ้ำ ๆ ของสิ่งเร้า

ในแง่กระบวนการรับรู้ พบว่าประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การคัดเลือกข้อมูล (selection) การจัดระเบียบข้อมูล (organization) และการตีความหมายข้อมูล (interpretation) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเก็บข้อมูลเพียงบางส่วนจากสิ่งเร้าจำนวนมากรอบตัวผ่านอวัยวะสัมผัส โดยจะให้ความสนใจกับบางสิ่งและบางสถานการณ์ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อเรา จากนั้นข้อมูลที่ได้รับมาก็จะถูกจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ (categorization) ตามลักษณะและคุณสมบัติของสิ่งนั้นโดยเชื่อมโยงกับความรู้อันมี ก่อนที่สิ่งเร้านั้นจะถูกให้ความหมายซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และภูมิหลังของแต่ละบุคคล ทำให้การรับรู้ของบุคคลอาจแตกต่างกันไป (Ou, 2017) ทั้งนี้ กระบวนการรับรู้จะเกี่ยวข้องกับ 2 มิติ คือ มิติกายภาพ ได้แก่ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรับข้อมูลจากภายนอกผ่านอวัยวะสัมผัสแล้วนำข้อมูลลำเลียงผ่านประสาทสัมผัสและสมอง และมีมิติทางจิตวิทยา ได้แก่ การที่บุคคลแสดงความสนใจและให้ความหมายต่อสิ่งเร้าภายใต้อิทธิพลของความเชื่อ ค่านิยมทัศนคติ ความต้องการ และความสนใจของแต่ละบุคคล (Ou, 2017)

เลิศพร ภาระสกุล (2559) ระบุว่า การรับรู้ในแง่ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนั้นแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การรับรู้ต่อบุคคลอื่น การรับรู้ต่อตนเอง และการรับรู้ที่มีต่อการรับรู้ของผู้อื่น กล่าวเฉพาะการรับรู้ต่อบุคคลอื่น ซึ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ จะเป็นไปในทางบวกหรือลบนั้น วัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการรับรู้ เพราะวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อสิ่งแวดล้อมที่บุคคลเติบโตมา เป็นกรอบที่ช่วยให้บุคคลวิเคราะห์ตีความหมายของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ตลอดจนประสบการณ์ที่พบเจอ รวมไปถึงตอบสนองต่อสิ่งเร้าด้วยเหตุนี้ ความต่างทางวัฒนธรรมจึงมีผลต่อการรับรู้ของบุคคลที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งบางครั้งก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนที่มาจากต่างวัฒนธรรม ซึ่งในที่นี้หมายถึงระหว่างมัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ บุคคลจะรับรู้บุคคลอื่นผ่านสัญญาณซึ่งมีลักษณะคำพูดและไม่เป็นคำพูดก็ได้ อันได้แก่ กริยาท่าทาง อากัปกิริยา สีหน้า รวมไปถึงการใช้กาลเทศะต่าง ๆ นอกจากนี้ ความรู้ที่บุคคลมีเกี่ยวกับวัฒนธรรมของผู้อื่นยัง

เป็นอีกหนึ่งปัจจัยมีอิทธิพลต่อการให้ความหมายต่อสัญญาณด้วยเช่นกัน หากบุคคลมีความรู้ในวัฒนธรรมของผู้อื่นไม่เพียงพอ หรือรับรู้จากแหล่งข้อมูลที่มีอคติก็อาจทำให้การรับรู้ถูกบิดเบือนไปได้ (เลิศพร ภาระสกุล. 2559)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยในต่างประเทศด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนสามารถแบ่งกลุ่มได้ ดังนี้ (1) กลุ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกประเภทนักท่องเที่ยว เช่น Xu (2020) ได้จำแนกประเภทของผู้สูงอายุชาวจีนตามแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว พบว่ามี 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการเดินทาง (travel enthusiast) กลุ่มใช้เวลาไปกับครอบครัว (family oriented traveler) กลุ่มที่ทำตามฝันอย่างระมัดระวัง (cautious dream fulfiller) และกลุ่มขาดความสนใจในการเดินทาง (uninterested individual) และ Otoo, Kim, Agrusa and Lema (2021) ได้แบ่งประเภทนักท่องเที่ยวตามลักษณะบุคลิกภาพ พบว่ามี 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ psychocentric และ midcentric (2) กลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวกับข้อก้ำกัฏในการเดินทางและความต้องการการสนับสนุน เช่น Yue and Lening (2022) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนเผชิญข้อก้ำกัฏในการเดินทางหลายด้าน เช่น ทรัพยากรทางการเงิน ปัญหาสุขภาพ ฯลฯ Mahadevan and Fan (2020) ได้พบว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุชาวจีนอย่างมีนัยสำคัญ ฉะนั้น มาตรการเชิงสังคมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ต่ำและมีภูมิลาเนาในเขตชนบท กับทั้งการปรับปรุงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เอื้อต่อการเดินทางของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง Wen, Yu, Huang and Goh (2020) ซึ่งศึกษาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่าอุปสรรคที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวจีนสูงอายุเผชิญ ได้แก่ อุปสรรคด้านภาษา ความขาดแคลนตัวแทนท่องเที่ยวและบริการที่เหมาะสม และไม่มีการตรวจร่างกายก่อนการเดินทาง นอกจากนี้ Xiong, Zheng, Gu, Wen and Li (2023) พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนซึ่งเดินทางไปเยือนต่างประเทศมีความต้องการได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวหลายด้าน เช่น ทศนคติ การให้การดูแล การเงิน การเป็นผู้ติดตาม และการให้เวลา (3) กลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวกับแรงจูงใจและการตัดสินใจ เช่น Li (2019) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนและความพึงพอใจในการเดินทางแบบไปกลับภายในวันเดียว (day trip) พบว่า แรงจูงใจหลักที่สำคัญ ได้แก่ การแสวงหาความรู้ ในขณะที่แรงจูงใจดึงดูดที่สำคัญ ได้แก่ คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความปลอดภัย ความน่าดึงดูดของทิวทัศน์ และคุณภาพบริการของผู้ให้บริการ นอกจากนี้ Pan, Wang and Ryan (2021) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทางแถบชนบทของผู้สูงอายุชาวจีนพบว่า ที่ตั้งของจุดหมายปลายทางที่ร่มลพิษ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงบริการทางการแพทย์เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเลือกจุดหมายปลายทาง

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในประเทศไทย เช่น Wang (2019) ซึ่งทำการศึกษาเชิงปริมาณถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวจีนชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยแพคเกจทัวร์ พักในโรงแรมราคาประหยัด โปรดปรานอาหารจีน ให้ความสนใจกิจกรรมทัศนารจรและการถ่ายภาพ มีแรงจูงใจหลักเพื่อเปิดโลกทัศน์และเพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิต นอกจากนี้ ยังมีหนังสือด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ ฉันทซ์ วรรณณอม (2557) ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนสั้น ๆ เพียงว่า “...นักท่องเที่ยวจีนภาพรวมจะชอบจู้จี้ จุกจิก ชี้ไวยวาย พุดจาเสียงดัง อดทนเข้มแข็ง ชอบให้ความสนใจอย่างออกหน้าออกตา โดยเฉพาะคนสูงอายุ อารมณ์ค่อนข้างรุนแรง จะสนใจทุกเรื่องที่แตกต่างหรือเหมือนกันกับในประเทศจีน มีความเชื่อในลัทธิศาสนาที่มั่นคง ชื่นชมในระบบการปกครองของไทย” ในขณะเดียวกัน พบงานวิจัยจำนวนหนึ่งเกี่ยวกับพฤติกรรมและภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยโดยไม่เจาะจงกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น ชนิชา หมอยาติ และชติระ ระบอบ (2562), Gong, Detchkhajornjaroensri

and Knight (2019) และ jarurojpakorn (2017) พบว่านักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์เชิงพฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะที่ขาดระเบียบวินัยและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนงานวิจัยของ Li, Chen, Huang, Wanichwasin and Cui (2021) ได้ข้อค้นพบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจีนในลักษณะผสมผสานกันระหว่างภาพลักษณ์เชิงบวกและเชิงลบ โดยภาพลักษณ์เชิงบวกนั้นเกี่ยวข้องกับความเป็นมิตรและความเอื้ออาทร ตลอดจนความกลมเกลียวในหมู่คณะ ซึ่งในการวิจัยนี้จะดำเนินการศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยโดยเจาะจงเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุผ่านมุมมองของมัคคุเทศก์และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งแตกต่างจากงานที่กล่าวมาข้างต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้ ได้แก่ มัคคุเทศก์ภาษาจีนสัญชาติไทย ซึ่งมีใบอนุญาตเป็นมัคคุเทศก์จำนวนทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งมีประสบการณ์การให้บริการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยผ่านบริษัทนำเที่ยวไม่น้อยกว่า 3 ปี ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบก้อนหิมะ (snowball sampling)

2. เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured in-depth interview) โดยตั้งคำถามในลักษณะปลายเปิดต่อผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ตลอดจนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนที่แสดงออกระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้บริการบริษัททัวร์โดยคำถามครอบคลุมประเด็นกว้าง ๆ 5 ด้าน ได้แก่ อุปนิสัยและบุคลิกภาพ พฤติกรรมการกิน พฤติกรรมการพักผ่อน พฤติกรรมการจับจ่ายซื้อสินค้า และพฤติกรรมการทำกิจกรรมท่องเที่ยว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) มัคคุเทศก์ภาษาจีนสัญชาติไทย ในระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม 2567 จำนวน 20 ราย ทั้งนี้ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายใช้เวลาประมาณ 60 นาที โดยมีการบันทึกคำสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้หยุดทำการเก็บข้อมูลเมื่อข้อมูลอิ่มตัว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้นำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์เชิงคุณภาพเพื่อสร้างข้อสรุป (summative analysis) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (อัศวิน แสงพิบูล. 2562) (1) รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วทำการจดบันทึก (2) นำข้อมูลที่ได้มาจำแนกออกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นสัมภาษณ์ (3) วิเคราะห์ตีความข้อมูลแยกตามประเด็นที่สัมภาษณ์ (4) สร้างข้อสรุปเชิงภาพรวมของพฤติกรรมในแต่ละประเด็น (5) นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็นรูปความเรียง ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะได้รับการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) โดยผลการศึกษานำเสนอเฉพาะประเด็นที่มีผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงตรงกัน ตั้งแต่ 3 รายขึ้นไป

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 20 คน ประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 13 คน (65 เปอร์เซ็นต์) และเพศชาย 7 คน (35 เปอร์เซ็นต์) มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 12 คน (60 เปอร์เซ็นต์) อายุ 41-50 ปี จำนวน 7 คน (35 เปอร์เซ็นต์) และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน (5 เปอร์เซ็นต์) ในด้านการศึกษา ผู้ให้ข้อมูล

ทั้งหมด (20 คน) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (100 เปอร์เซ็นต์) ด้านประสบการณ์ทำงาน ผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ระหว่าง 3-5 ปีจำนวน 4 คน (20 เปอร์เซ็นต์) ประสบการณ์ระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 16 คน (80 เปอร์เซ็นต์) ส่วนลักษณะทำงาน พบว่า เกือบทั้งหมด (19 คน) เป็นผู้รับจ้างอิสระ (freelance) (95 เปอร์เซ็นต์) มีเพียง 1 คนที่ทำงานประจำ (5 เปอร์เซ็นต์)

2. ลักษณะเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน

2.1 อุปนิสัยและบุคลิกภาพ

พฤติกรรมที่เห็นชัดเจนในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน ซึ่งกล่าวถึงโดยผู้ให้ข้อมูลจำนวนถึง 14 ราย คือ พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมสากล โดยพบเห็นการแสดงพฤติกรรมหลายอย่างที่ ไม่เหมาะสมและขาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย เช่น การแก่งแย่งในการรับบริการ การส่งเสียงดัง การถ่มน้ำลายลงพื้นการไม่เข้าคิวและการแซงคิวการทิ้งขยะไม่เป็นที่ การใช้สุขาโดยไม่ปิดประตู และล็อกกลอนประตู การไม่รูดน้ำหลังใช้ห้องสุขา การขึ้นไปนั่งเหยียบผ้าม่านโครก เป็นต้น ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจีนอย่างมากดังคำสัมภาษณ์ เช่น “คนแก่งทำอะไรดิบ ๆ อยู่ อยากอยู่ก็อยู่ แม่แต่ในห้องแอร์ แต่ไม่มีอะไรนะ ถ้าบอกเขา ก็พอจะอยู่ในกฎในเกณฑ์ ถ้าไม่บอกก็จะทำตัวเหมือนบ้านเขา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 14) “คนแก่มักไม่ค่อยเปิดรับอะไรใหม่ ๆ อย่างเข้าห้องน้ำไม่ค่อยปิดประตู พอเดินผ่านก็เห็นเลย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 20) “คนจีนทำอะไรจะมีลักษณะยื้อแย่งแข่งกัน แย่งกันกิน แย่งกันตักอาหาร แย่งกันขึ้นรถ ดูไม่ค่อยมีระเบียบ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8) “ปกติคนจีนจะพูดเสียงดังโหวกเหวก เหมือนทะเลาะกัน แต่จริง ๆ ไม่ใช่” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6) สาเหตุประการสำคัญอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวสูงอายุหลายท่านยังขาดความเข้าใจในเรื่องวัฒนธรรมไทยจึงแสดงพฤติกรรมบางอย่างที่ไม่เหมาะสม เช่น การนำเท้าขึ้นพาดบนพนักพิง รวมไปถึงการใช้เท้าชี้และเหยียบสิ่งของ ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนแก่มักไม่มีคอนเซ็ปต์เรื่องของสูงของต่ำ เรื่องศีรษะเรื่องเท้า บางทีก็ใช้เท้าชี้ ใช้เท้าเหยียบสิ่งของ หรือโยนสตางค์เป็นเรื่องธรรมดา เราต้องบอก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8) “คนจีนไม่ค่อยรู้วัฒนธรรมไทย ไกด์ต้องอธิบายให้เข้าใจ พฤติกรรมไม่ดีขึ้นอยู่ไปกับไกด์ด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7) “เขาจะชอบคิดว่าบ้านเขาดีกว่าเรา เลยไม่ค่อยอยากเรียนรู้วัฒนธรรม ปิดตัวเองไปหน่อย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 12)

นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีลักษณะเด่น คือ มีน้ำใจเอื้ออาทร มีความห่วงใยผู้อื่น โดยมักแบ่งปันสิ่งของและได้ถามทุกข์สุขบุคคลรอบข้างอยู่เสมอ ลักษณะดังกล่าวถูกกล่าวถึงโดยผู้ให้ข้อมูล 10 ราย เช่นคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้ “คนแก่จะเอ็นดูเรา เป็นห่วงเป็นใย มักจะถามไถ่ว่ากินข้าวหรือยัง มีปัญหาอะไรรีเปลา่ หรือมีอะไรก็จะเตือนตลอด” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 11) “ผู้สูงอายุจะเป็นกันเองกับเรามาก มีน้ำใจ มักเอาของมาให้ชิมเสมอ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4) “จากประสบการณ์คนแก่จะมีน้ำใจ ชอบแบ่งปันนะ ต่อให้เขาไม่มี เช่น ถั่ว ถ้าเขารู้ว่าเราดีกับเขา เขาก็จะจัดออกมาให้เรา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 20)

ในขณะเดียวกัน การศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีบุคลิกรักเวลา โดยบ่อยครั้งจะมารวมตัวก่อนเวลานัดหมาย (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 7 ราย) ดังคำสัมภาษณ์ “คนแก่มักตรงเวลากว่าคนวัยอื่นจะตื่นแต่เช้าลงมารอห้องอาหารเปิด” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3) “ทุกสถานที่ที่จะเร็วหมดเลย ต้องร่นหมด จะมาก่อนเวลานัด อย่างนัดเวลาชั่วโมงหนึ่ง เขาก็จะมาก่อนเร็ว ส่วนหนึ่งอาจจะกลัวหลง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 19) อีกทั้งยังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีบุคลิกภาพเปิดเผย ตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อน และเข้าถึงง่าย โดยมีผู้ให้ข้อมูล 7 คนกล่าวถึงประเด็นนี้อย่างชัดเจน ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนแก่ที่พบจะค่อนข้างมีความจริงใจ ไม่มีเหลี่ยม เป็นคนตรง ๆ ซื่อ ๆ เข้าถึงง่าย อ่านใจง่าย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2) “คนจีนจะตรงไปตรงมา ไม่อ้อมค้อม จะพูดตรง ๆ จะบอกตรง ๆ จะไม่ชักแม่น้ำทั้งห้า ชอบก็บอกไม่ชอบก็บอก ไม่ซับซ้อน รู้สึกยังงี้พูดอย่างนั้น ถ้าไม่ชอบจะบอกให้รู้เลย จะไม่เก็บอาการ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 15) แต่กระนั้นก็พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีความระแวดระวังตัว จะไม่ไวใจใครง่าย ๆ โดยเฉพาะกับคนแปลกหน้าซึ่งไม่คุ้นเคย เนื่องจากกลัวถูกหลอกลวง (สรุปจากผู้ให้

ข้อมูล 5 ราย) เช่นคำสัมภาษณ์ดังนี้ “ถ้ารู้จักกันใหม่ ๆ ตอนแรก ๆ จะไว้ตัว ถ้ารู้จักแล้วจะเป็นกันเองมาก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 11) “คนแก่เขาจะค่อนข้างระวังเนื้อระวังตัว แต่ถ้าทำให้เขาไวใจเราได้ เขาจะเปิดใจ เพราะเขากลัวถูกไค้หลอก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 12)

บุคลิกภาพอีกข้อหนึ่งที่พบในนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน คือ ความเป็นคนง่าย ๆ ไม่เรื่องมาก สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในประเทศไทยได้อย่างดี (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 7 ราย) ดังคำสัมภาษณ์ “คนแก่ส่วนมากจะไม่เรื่องมาก อะไรก็ได้ ต่อให้ร้านอาหารนั้นจะสกปรก ยังไม่เก็บโต๊ะ ก็กินกันได้” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 17) “คนแก่ที่มาจากจีนแผ่นดินใหญ่จะไม่เรื่องมาก อะไรก็ได้ ถ้าเป็นได้หัววัน ทุกอย่างต้องเพอร์เฟค บริการต้องดี” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 19) อย่างไรก็ตาม พบว่ามีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 คนมีทัศนคติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในทางกลับกัน กล่าวคือ เห็นว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีอุปนิสัยจุกจิกจู้จี้และเจ้าปัญหา ดังคำสัมภาษณ์ “คนแก่จะเป็นอะไรที่จู้จี้จุกจิก เรื่องเยอะ ปัญหาเยอะ ใช้อะไรไม่ค่อยเป็น” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 9) “แขกคนจีนโดยเฉพาะผู้สูงอายุ จะชอบร้องขอ ชีฟองชีดำหนิ จะเอาโน่นเอานี้ ถ้าไม่ได้จะฟ้อง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8)

ไม่เพียงแค่นั้น มีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 7 รายให้ความเห็นว่าคนสูงอายุชาวจีนมีอุปนิสัยดื้อรั้น เอาแต่ใจตัวเอง และไม่เชื่อฟังคำแนะนำ รวมไปถึงการปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนจีนจะชอบฝ่าฝืนกฎกติกา อะไรที่ห้าม ฉันจะทำ ต้องบังคับแถมขู่ ทำให้เราต้องก้าวร้าว” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8) “คนจีนขนาดบอกข้อห้ามอะไรไป ก็ยังจะทำ เช่น ยืนฉี่ริมทะเล พอโดนปรับ ก็โวยวาย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 19) ในขณะเดียวกัน กลับพบว่าผู้ให้ข้อมูลจำนวน 7 รายที่ไม่ได้มีทัศนคติเช่นเดียวกันนั้น กลับมองว่าผู้สูงอายุเป็นผู้ว่านอนสอนง่าย ไม่ดื้อรั้น มักเชื่อฟังคำแนะนำและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ดังคำสัมภาษณ์เช่น “ผู้สูงอายุจะเชื่อฟังไค้ดี ส่วนน้อยที่ไม่เชื่อฟัง ถ้าอธิบายเขา เขาจะเชื่อฟังและปฏิบัติตาม ไม่ใช่คนดื้อ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 12) “คนจีนจะไม่ชอบการถูกบังคับ ถ้าจะให้เขาทำตามที่เราบอก ต้องแสดงเหตุผล แล้วเขาจะเชื่อฟังเรา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 11)

นอกจากลักษณะอุปนิสัยและบุคลิกดังที่กล่าวไปข้างต้น ยังพบด้วยว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีบุคลิกช่างซักช่างถาม ขี้สงสัยและชอบตั้งคำถามกับเรื่องราวต่าง ๆ รอบตัว โดยมีผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 รายกล่าวถึงประเด็นดังกล่าว ดังคำสัมภาษณ์เช่น “เวลาพูดคุยกัน เขาจะอยากรู้เรื่องของเรา จะมีคำถามตลอดเวลา ไม่เฉพาะเรื่องส่วนตัว สภาพลสังคม เศรษฐกิจบ้านเราเป็นยังไงเขาก็อยากรู้ ส่วนหนึ่งมองว่าเขาแสดงความเป็นมิตร ให้ความเป็นกันเองกับเรา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 19) “ผู้สูงอายุจะขี้สงสัย ชอบซักถามแต่ประวัติศาสตร์จะไม่ค่อย จะฟังแค่ผ่าน ๆ จะถามการเมือง ธุรกิจ การค้าขายเสียมากกว่า เพราะประวัติศาสตร์เขายาวกว่าเรา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 12)

ลักษณะอุปนิสัยและบุคลิกของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนด้านอื่น ๆ ที่พบจากการสัมภาษณ์ เช่น นักท่องเที่ยวสูงอายุจำนวนมากชอบบ่นหรือจู้จี้ ซึ่งมักพบเห็นพฤติกรรมการบ่นหรือเป็นประจำ แม้กระทั่งในที่สาธารณะและในที่ห้ามสูบ เช่น ในห้องพัก หรือแม้กระทั่งบนโต๊ะอาหาร ลักษณะพฤติกรรมดังกล่าวได้ถูกระบุจากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 ราย ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนจีนชอบบ่นหรือจู้จี้ โดยเฉพาะคนสูงอายุ ถ้าดีเป็นตัวเลข 10 คนก็จะบ่น 7-8 คน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 15) “ผู้ชายส่วนมากจะชอบบ่น แต่ผู้หญิงก็เห็นเยอะ เขาชอบบ่นเป็นประจำ สูบได้ทุกที่ที่มีโอกาส แม้กระทั่งสูบบุหรี่คาโต๊ะกินข้าวหรือบนรถ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 1)

ในขณะเดียวกัน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชอบการเอาอกเอาใจ การเอาใจใส่ การยกย่องให้เกียรติจากบุคคลรอบข้างรวมทั้งให้ความสำคัญกับหน้าตาและศักดิ์ศรี ซึ่งปรากฏในคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล 5 ราย ดังเช่น “คนแก่ต้องการการเอาใจใส่ ถ้าเราเอาใจคนแก่ คนแก่จะรักเรามาก จะเทคแคร์เราดี ถ้าคนจีนให้อะไรต้องรับไว้ เพราะการปฏิเสธ เขาจะเสียหน้า” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2) “สังคมจีนจะยึดถือในระบอบอาวุโส คนแก่จะชอบคนยกย่องให้เกียรติ ชอบให้คนชม ชอบให้คนเอาใจ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6)

บุคลิกภายนอกที่สามารถพบเห็นได้ชัดอีกประการหนึ่งของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน คือ ความแคล่วคล่องว่องไว ทะมัดทะแมง กระฉับกระเฉง (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 5 ราย) จนดูเหมือนทำอะไรรับแรง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางรับประทานอาหารเช้า หรือแม้กระทั่งการทำการกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนจีนสูงอายุจะกินเร็ว เดินเร็ว จะทำอะไรเร็วคนแก่ที่จีนจะแข็งแรง จนบางที่เดินนำหน้าไกด์” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6) นอกจากนี้ ยังพบอีกหนึ่งลักษณะที่สำคัญซึ่งระบุโดยผู้ให้ข้อมูลจำนวน 5 ราย คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมักเกรงกลัวกฎหมายและตำรวจ มักคุเทศก์หลายคนจึงมักอ้างถึงบทลงโทษทางกฎหมาย เช่น ค่าปรับ เพื่อโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎกติกาต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนผ่านทัศนคติของมัคคุเทศก์ดังนี้ “คนแก่จะซัดแล้วโดยเฉพาะกลัวผิดกฎหมาย กลัวโดนปรับ เพราะในบ้านของเขาเขาถูกข่มขู่มาตลอดและการบังคับใช้กฎหมายที่นั่นเข้มงวดมาก” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 6) “คนจีนจะชอบซักถามเรื่องกฎหมาย ข้อปฏิบัติต่าง ๆ เพราะกลัวโดนปรับกลัวทำผิดกฎหมาย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 2)

ลักษณะประการสุดท้าย คือ ความเป็นผู้มีอารมณ์ดี เร็วและหัวเราะง่าย ซึ่งปรากฏในคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล 4 ราย ดังเช่น “คนแก่ที่เห็นจะมีมนุษยสัมพันธ์ดีกว่าคนหนุ่มสาว ชอบหัวเราะ เฮฮา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 7) “ผู้สูงอายุจะอารมณ์ดีมาก หัวเราะง่าย รักสนุก ไม่เครียด จะหัวเราะเสียงดัง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 10)

2.2 พฤติกรรมการรับประทานอาหารและการพักผ่อน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารและการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่จุจิกเรื่องกินอยู่ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 14 ราย) มักกินอาหารเร็วและมีเสียงดัง (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 9 ราย) ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนจีนกินง่าย ไม่เลือก ไม่เคยถามว่านี่คืออะไร” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 13) “คนแก่จะกินมูมมาม กินเสียงดัง ทำหกละเออะ จะเป็นแค่คนแก่ วัยรุ่นจะไม่น่าเป็น” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 17) “การกินเสียงดังเป็นวัฒนธรรมของเขา ถ้าชดน้ำซุปลเสียงดัง ถือว่าอร่อย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 20)

นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนนิยมอาหารรสจืด (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 11 ราย) สามารถรับประทานอาหารไทยได้แต่ต้องปรุงรสอ่อน นอกจากนี้ยังชื่นชอบรับประทานผลไม้ไทย (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 9 ราย) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทูเรียน มังคุด มะม่วงสุก และน้ำมะพร้าว รวมไปถึงชื่นชอบอาหารทะเล (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 4 ราย) ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนจีนติดกินจืด เป็รียวเผ็ดหวานไม่เอาเลย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 20) “ร้อยละ 99 ชอบทุเรียน คนน้อยที่จะไม่ชอบทุเรียน ชอบผลไม้ที่มีรสหวาน เช่น มะม่วง สับปะรด มังคุด อะไรที่เป็นผลไม้ไทยชอบเกือบหมด” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 14)

ในขณะเดียวกัน ยังพบด้วยว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนจำนวนมากให้ความใส่ใจกับสุขภาพ และค่อนข้างพิถีพิถันเกี่ยวกับการกิน (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 8 ราย) เช่น ชอบกินผัก หลีกเลียงอาหารที่อาจก่อให้เกิดโรค ไม่นิยมบริโภคน้ำเย็นและน้ำแข็ง จะชอบดื่มน้ำอุ่น ๆ โดยมักพกพากระติกน้ำร้อนส่วนตัวเป็นประจำ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 11 ราย) ดังคำสัมภาษณ์เช่น “คนแก่จะดื่มน้ำชาอุ่น คนแก่จะไม่กินน้ำแข็ง บางคนจะพกกระติกน้ำร้อนมาเอง” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8) “ผู้สูงอายุจะใส่ใจเรื่องสุขภาพ จะละเอียดเรื่องกิน เช่นจะหลีกเลียงอาหารบางอย่างเพราะกลัวร้อนใน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 12) “คนแก่จะเน้นกินผักเยอะ ไม่เน้นเนื้อสัตว์ สังเกตดูในงาน ผักจะหมดก่อนเนื้อสัตว์” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 17)

ในด้านการพักผ่อน พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนไม่ค่อยจุจิกเรื่องที่พัก แต่ก็มีปัญหาเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพัก (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 6 ราย) นักท่องเที่ยวสูงอายุหลายท่านเคยชินกับการไม่อาบน้ำและชอบใส่เสื้อผ้าชุดเดิมซ้ำหลายวัน (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 8 ราย) รวมทั้งไม่เปิดเครื่องปรับอากาศ ในขณะที่อยู่ในห้องพัก (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 6 ราย) สาเหตุอาจเพราะภูมิลำเนาตั้งอยู่ในเขตอากาศหนาว ตัวอย่างคำสัมภาษณ์เช่น “เท่าที่สังเกตเห็น คนแก่จะไม่ค่อยเรื่องมากเรื่องที่พัก ขอแค่ห้องสะอาดก็เพียงพอ”



(ผู้ให้ข้อมูลที่ 12) “ผู้สูงอายุหลายคนไม่ชอบเปลี่ยนเสื้อผ้า ไม่ชอบอาบน้ำ จะชอบใส่เสื้อผ้าซ้ำ ๆ หลายวัน”
 (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3) “แอร์บ้านเราหนาว เขาไม่ค่อยชอบแอร์ เขาชอบพลังแสงแดดและอากาศข้างนอกมากกว่า”
 (ผู้ให้ข้อมูลที่ 16)

2.3 พฤติกรรมการจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (17 ราย) ระบุว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนส่วนมากใช้จ่ายประหยัด มีนิสัยมัธยัสถ์ จะไม่ค่อยจับจ่ายซื้อของฝาก รวมทั้งไม่นิยมซื้อออปชันทัวร์ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 4 ราย) ตลอดจนไม่นิยมการให้ทิป (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 5 ราย) มีบ้างที่มองหาของฝากให้หลาน ๆ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 3 ราย) สินค้าไทยที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนจะเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อสุขภาพ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 9 ราย) ได้แก่ ยาไทย แผนโบราณ จำพวกยาหม่อง ยานวดแก้ปวด แผ่นลดปวดเมื่อย ยาต้ม เป็นต้น ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่นิยมซื้อจะเป็นพวกขนมขบเคี้ยว (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 7 ราย) โดยเฉพาะผลไม้อบแห้ง ตัวอย่างคำสัมภาษณ์เช่น “คนแก่จะมัธยัสถ์ ไม่ค่อยซื้อ ถ้าจะซื้อของจะไม่ค่อยซื้อให้ตัวเอง แต่จะซื้อฝากหลาน” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 3) “ถ้าเราขายอะไรเพิ่ม จะไม่เอา อะไรที่ขายเพิ่มได้ เช่น นวด ดุโซว์ เขาก็จะไม่สนใจ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 19) “คนแก่จะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลัก การจ่ายก็เพื่อความสุขส่วนตัว จะกินใช้เฉพาะในสถานที่เท่านั้น จะไม่ค่อยซื้อฝากคนนั้นคนนี่ หลัก ๆ ที่จะซื้อจะเป็นพวกสมุนไพรไทย ยาหม่อง น้ำมันนวด” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 14)

2.4 การทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวจีนชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและกิจกรรมทางน้ำเป็นอย่างมาก (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 12 ราย) นักท่องเที่ยวจะไม่ค่อยให้ความสนใจกับรายละเอียดเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากนัก (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 9 ราย) ตัวอย่างคำสัมภาษณ์เช่น “คนจีนส่วนใหญ่มาบ้านเรา เพราะอยากมาเที่ยวทะเล เพราะทะเลบ้านเราสวยกว่าบ้านเขา” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 16) “พวกแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ผู้สูงอายุจะเฉย ๆ ไม่ค่อยสนใจเท่าไร ไม่ค่อยถามอะไรมาก จะเน้นถ่ายรูปมากกว่า” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 4)

นอกจากนี้ ยังพบว่ากิจกรรมที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจเข้าร่วมจะเป็นกิจกรรมเบา ๆ ที่สร้างความผ่อนคลายและไม่ใช้พละกำลังมาก รวมทั้งชอบโปรแกรมทัวร์ที่ไม่แออัดแน่นมากจนเกินไป (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 5 ราย) กิจกรรมที่ชอบ เช่น การชมโชว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโชว์สาวประเภทสอง (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 12 ราย) การถ่ายภาพ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 6 ราย) การไหว้พระ (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 4 ราย) การนวดไทย (สรุปจากผู้ให้ข้อมูล 4 ราย) เป็นต้น ตัวอย่างคำสัมภาษณ์เช่น “พวกโชว์อย่างโชว์สาวประเภทสอง คนจีนจะสนใจมากหลาย ๆ คนตั้งใจมาดูโชว์นี้โดยเฉพาะเลย” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 8) “คนจีนส่วนใหญ่จะเที่ยวไม่หนัก อะไรที่เหนื่อยเขาจะไม่อยากทำ เขาอยากมาพักผ่อนมากกว่า โปรแกรมก็จะไม่แน่นและไม่รีบ” (ผู้ให้ข้อมูลที่ 16)

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในมุมมองของมัคคุเทศก์ชาวไทย ทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีพฤติกรรมบางอย่างที่มีความจำเพาะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวจีนวัยอื่น เช่น พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินที่มีมัธยัสถ์ การแสดงออกในสาธารณะที่ยังไม่สอดคล้องกับค่านิยมสากล แต่ก็มีพฤติกรรมหลายอย่างที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ มากนัก เช่น การให้ความสำคัญกับหน้าตาทางสังคม และการหลีกเลี่ยงการบริโภคน้ำเย็น ฯลฯ โดยข้อค้นพบในงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องอย่างเห็นได้ชัดกับงานวิจัยของ Li, Chen, Huang, Wanichwasin and Cui (2020) ในแง่ที่เผยให้เห็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนทั้งด้านบวกและด้านลบ ในส่วนภาพลักษณ์ด้านบวกนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวจีนมีความเป็นมิตรและเอื้ออาทร แต่ภาพลักษณ์

ด้านลบนั้นจะเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติที่ไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมสากล อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของงานวิจัยนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยของ ชนิชา หมอยาดี และ ชุตีระ ระบอบ (2562) Jarurojpakorn (2017) และ Gong, Detchkhajornjaroensri and Knight (2018) ที่ส่วนใหญ่นำเสนอพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในภาพลักษณ์ที่ไม่ดีนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิบัติที่ไม่เหมาะสมในระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่งานวิจัยนี้กลับพบพฤติกรรมเชิงบวกและลบผสมผสานกัน ซึ่งผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกันส่วนหนึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างของวัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัย เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ซึ่งอาจมีลักษณะเชิงพฤติกรรมบางประการที่แตกต่างจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยทั่วไป

นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ยังค่อนข้างสอดคล้องกับ ฉันทข วรรณอนอม (2557) ในแง่ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนภาพรวมมีบุคลิกจู้จี้ จุกจิก พูดจาเสียงดัง อดทนเข้มแข็ง และเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ จะให้ความสนใจใฝ่รู้เรื่องราวต่าง ๆ ของประเทศไทย แต่ในส่วนที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุแสดงอารมณ์รุนแรงนั้น อาจไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่พบว่าผู้สูงอายุเป็นคนง่าย ๆ มีบุคลิกว่าจริง สนุกสนาน หัวเราะง่าย ทั้งนี้ ผลการศึกษาบางส่วนที่ไม่สอดคล้องกันอาจเกี่ยวข้องกับการรับรู้ซึ่งมีลักษณะอัตวิสัยของผู้เขียน ทำให้การวิเคราะห์ตีความพฤติกรรมที่พบแตกต่างกันได้

ในด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang (2019) ซึ่งพบว่า ผู้สูงอายุชาวจีนมีความชื่นชอบการทัศนจรและการถ่ายภาพ นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ที่พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนชอบเที่ยวชมชายทะเลและทำกิจกรรมทางทะเล ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Amonhaemanon and Amonhaymanon (2558) สุจิตรา จันทนา (2564) และ Li (2019)

ภายใต้ข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในด้านต่าง ๆ งานวิจัยนี้เสนอว่าผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการควรทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและจัดบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและความภาคภูมิใจต่อตราสินค้า อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนที่ได้จากการวิจัยนี้ เป็นข้อมูลในลักษณะภาพกว้าง ๆ เท่านั้น ไม่สามารถเหมารวมได้ว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนทั้งหมดจะแสดงออกเชิงพฤติกรรมแบบเดียวกัน เพราะแท้ที่จริงแล้ว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนมีลักษณะที่หลากหลายขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวหลายประการ เช่น การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิสำเนา ประสบการณ์ชีวิต สภาพทางกาย สถานการณ์ครอบครัว ฯลฯ (Wu, Wang, Wingate and Guo. 2017) ยกตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลที่ 7 ระบุว่า “บุคลิกของคนเหนือและคนใต้จะไม่เหมือนกัน คนเหนือมีอะไรก็พูดออกมาตรงๆ ถ้าเป็นคนใต้จะไม่ค่อยแสดงออก จะเก็บความรู้สึกเก่ง” ในทำนองเดียวกัน ผู้ให้ข้อมูลที่ 10 มองว่า “นิสัยจู้จี้จุกจิก ชีวไววายของคนจีน จะขึ้นอยู่กับเมืองที่มา อย่างปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ ก็จะพบมากหน่อย แต่ถ้ามาจากเมืองอื่น ๆ จะไม่ค่อยเท่าไร” นอกจากนี้ เนื่องจากการวิจัยนี้ศึกษาผ่านผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งการแสดงทัศนะต่าง ๆ มีลักษณะอัตวิสัย (subjective) รวมทั้งมีโอกาสมักมีอคติที่จะอธิบายพฤติกรรมของบุคคลจากต่างวัฒนธรรมโดยยึดโยงกับบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมที่ตนยึดถือ (Ou, 2017) ในขณะเดียวกัน ข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนที่ได้รับนี้ บางส่วนอาจเปลี่ยนแปลงไปภายใต้ปัจจัยเงื่อนไขเวลา รวมไปถึงบริบททางสังคมและเศรษฐกิจในแต่ละยุคสมัย ฉะนั้น การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์จึงควรพิจารณาถึงข้อจำกัดเหล่านี้ด้วย

นอกจากนั้น การศึกษาถึงภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งมีส่วนช่วยลดทอนอคติเกี่ยวกับพฤติกรรมบางประการลงได้ เนื่องจากพฤติกรรมของประชากรกลุ่มนี้อยู่ภายใต้อิทธิพลของประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีจีนอย่างลึกซึ้ง (Tuo, Deng, Tao, Xu, Peng, Linghu, Huang and Yu. 2022) ยกตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลที่ 19

แสดงทัศนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการยื้อแย่งว่า “สภาพสังคมจีนแข่งขันกันสูง เพราะคนเขามาก ถ้ามีชักจูงก็อด” เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลที่ 14 ที่มองพฤติกรรมไม่ค่อยอาบหนาวว่า “คนจีนไม่ค่อยยอมอาบหนาวตอนเช้า บางคนกลิ้งตัวเหม็นมาก สาเหตุเพราะอากาศบ้านเขามันเย็น แต่พอมานบ้านเราเขาไม่รู้” หรือผู้ให้ข้อมูลที่ 20 อธิบายถึงสาเหตุของพฤติกรรมการพูดคุยเสียงดังในที่สาธารณะว่า “เขาเชื่อว่า ถ้าพูดเสียงเบา ๆ แสดงว่าคนนั้นกำลังนินทาเราอยู่”

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและความภักดีต่อตราสินค้า อีกทั้งนิสิต นักศึกษาด้านการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ต้องการเข้าสู่อาชีพมัคคุเทศก์ยังสามารถนำข้อค้นพบไปใช้ในการเตรียมพร้อมเข้าสู่อาชีพได้ด้วย โดยงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้ ในด้านอาหาร ผู้ให้บริการควรจัดบริการอาหารและผลไม้ที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ ควรพิถีพิถันกับการเลือกเมนูอาหารที่ดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ในห้องพัก บนรถ และบนโต๊ะอาหารควรจัดให้มีน้ำร้อนหรือน้ำชาไว้บริการ ในด้านที่พัก อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องพักควรใช้งานง่าย มีระบบการใช้งานไม่ซับซ้อน มีคำแนะนำการใช้งานเป็นภาษาจีนที่อ่านได้ชัดเจน และกำชับเรื่องข้อห้ามการสูบบุหรี่ในห้องพักและค่าปรับที่เกิดขึ้นหากกระทำการฝ่าฝืนกฎระเบียบ ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้บริการควรจัดโปรแกรมนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวและมีกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ โดยเน้นกิจกรรมเบา ๆ และอัดแน่นจนเกินไป ไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์มากนัก แต่ควรให้เวลานักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมที่ชื่นชอบ อีกทั้งผู้ให้บริการควรฝึกฝนทักษะการถ่ายภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการถ่ายภาพเป็นอย่างมาก ในด้านของที่ระลึก ผู้ให้บริการควรพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองราคาถูกที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ผู้ให้บริการควรให้บริการด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และให้การดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างใกล้ชิด เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนชอบให้คนเอาใจใส่และยกย่องให้เกียรติ ในขณะเดียวกัน ผู้ให้บริการโดยเฉพาะมัคคุเทศก์หรือผู้นำเที่ยวควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติตนและการวางตัวที่เหมาะสมในบริบทของสังคมไทย เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจพิจารณาขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากมัคคุเทศก์ไทยไปยังบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เช่น พนักงานโรงแรม และเจ้าหน้าที่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายยิ่งขึ้น และสามารถเปรียบเทียบหรือยืนยันข้อมูลจากหลายแหล่ง (data triangulation) นอกจากนี้ อาจพิจารณาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ซึ่งจะช่วยยืนยันข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์ และเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

กมลลาลย์ แจ้งล้อม และ ปุญญภาพ ตันติปิฎก. (25 กรกฎาคม 2567) “China in focus : รู้เขา รู้เรา ชะเงา นักท่องเที่ยวจีน” ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจธนาคารไทยพาณิชย์. [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.scbeic.com/th/detail/product/chinese-tourist-250724> (19 พฤศจิกายน 2567)

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (3 พฤศจิกายน 2566) “ประเทศไทย จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวจีน” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.ditp.go.th/post/151814> (2 พฤศจิกายน 2567)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (28 ตุลาคม 2563) “สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2562” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.mots.go.th/news/category/615> (15 ตุลาคม 2567)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (6 มกราคม 2568) “สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ธ.ค. ปี 2567 (เบื้องต้น)” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.mots.go.th/news/category/759> (15 ตุลาคม 2567)
- ฉันทิช วรรณธอม. (2557) **หลักการมัคคุเทศก์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชนิยา หมอยาดี และชุตีระ ระบอบ. (2562) “ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในกรุงเทพมหานคร” **วิทยาการจัดการปริทัศน์**. 21(2) หน้า 119-128.
- ไทยโพสต์. (15 ตุลาคม 2567) “ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินจีนเที่ยวไทยปี 67 มีจำนวน 7 ล้านคน ต่ำกว่าคาดการณ์” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.thaipost.net/economy-news/674095> (15 ตุลาคม 2567)
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2567) “การสัมผัสและการรับรู้” ใน **จิตวิทยาทั่วไป**. หน้า 57-85. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเลิศ ตั้งจิตพัฒนา. (2559) **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุรฉัตร จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ. (2562) “กรอบแนวคิดการวิจัยเชิงพฤติกรรมศาสตร์” **สหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**. 8(1) หน้า 49-60.
- ปราโมชน์ รอดจรัส. (2562) **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มติชนสุดสัปดาห์. (19 มีนาคม 2567) “แนวโน้มใหม่ของนักท่องเที่ยวจีน” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : https://www.matichonweekly.com/column/article_754207 (15 ตุลาคม 2567)
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558) **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2559) **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (15 ตุลาคม 2567) “ทั้งปี 2567 นักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยคาดมีจำนวน 7.0 ล้านคนจากเศรษฐกิจจีนชะลอตัว การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูง” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/CH-Toursim-CIS3522-2024-10-15.aspx> (20 พฤศจิกายน 2567)
- ศรีสุตา วณัญญ์ศักดิ์. (2558). **การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของนักท่องเที่ยวจีนกับผลกระทบต่อสังคมไทย**. รายงานการศึกษาศาสตร์บุคคล (หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7) กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ.
- สุจิตรา จันทนา. (2564). “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของวิสาหกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย” **วิทยาการจัดการปริทัศน์**. 23(2) หน้า 145-153.



อัศวิน แสงพิกุล. (2562) **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Amonhaemanon, D. and Amornhaymanon, L. (2558) “Mainland Chinese tourist behavior and Motivations : Evidence from two destinations in southern Thailand” **Journal of International and Thai Tourism**. 11 (1) page 18-36.

Bhutia, P. B. (27 August 2024) “How China's Older Travelers Are Shaking Up the Travel Scene” **Skift**. [Online] Available : <https://skift.com/2024/08/27/trip-com-on-how-chinas-older-travelers-are-shaking-up-the-travel-scene> (25 September 2024)

Blazyte, A. (15 September 2022) “Tourism expenditure of elderly in China from 2016 to 2018 with forecasts until 2020” **Statista** [Online] Available : <https://www.statista.com/statistics/1130925/china-tourism-expenditure-of-senior-citizens> (25 September 2024)

China Travel News. (23 January 2025) “Chinese silver-haired retirees : Big spenders in Japan, Thailand and beyond” [Online] Available : <https://www.chinatravelnews.com/article/185739> (28 January 2025)

Gma, O. (16 February 2023) “Chinese seniors go travelling” **Chinese Tourists Agency**. [Online] Available : <https://chinesetouristagency.com/chinese-elderly-people-go-on-a-trip> (28 October 2024)

_____. (27 August 2024) “The Silver generation in China wants to travel” **Chinese Tourists Agency**. [Online] Available : <https://chinesetouristagency.com/the-silver-generation-in-china-wants-to-travel> (28 October 2024)

Gong, J., Detchkhajornjaroensri, P. and Knight, D. W. (2018) “Responsible tourism in Bangkok, Thailand : Resident perceptions of Chinese tourist behavior” **International Journal of Tourism Research**. 21 (1) page 221-233.

Jarujpakorn, M. (2017). **Service provider’s perception of Chinese tourist behavior**. Master’s thesis (Business Administration) Bangkok : Graduate School, Silpakorn University.

Kipping, D. P. (8 January 2024) “Exploring the Future of Travel : China's Booming Senior Tourism Market” **Linkedin Corporation**. [Online] Available : <https://www.linkedin.com/pulse/exploring-future-travel-chinas-booming-senior-tourism-kipping-7s0yf> (28 October 2024)
<https://www.globaltimes.cn/page/202312/1303684.shtml> (28 October 2024)

Li, S. (2019). **Tourist motivation and satisfaction of Chinese senior tourists on day trips**. Master’s thesis (Commerce) Wellington : Victoria University of Wellington.

Li, Z., Chen, H., Huang, S., Wanichwasin, P. and Cui, R. (2021) “Resident perceptions of Chinese tourists in Thailand” **Tourism Review**. 76 (5) page 1154-1163.

- Liu C. (14 December 2023) "China's elderly population aged 60 and over reaches 280m, 19.8% of total" **Global Times**. [Online] Available : <https://www.globaltimes.cn/page/202312/1303684.shtml>(28 October 2024)
- Mahadevan, R. and Fan, V. S. (2020) "The Nexus between Seniors' tourism expenditure and well-being : Case study of China" **Tourism Analysis**. 25 (1) page 169-174.
- Master, J., and Hall, C. (16 August 2024) "China's senior tourists could be a silver lining for travel firms" **Reuter**. [Online] Available : <https://www.reuters.com/world/china/chinas-senior-tourists-could-be-silver-lining-travel-firms-2024-08-16> (28 October 2024)
- Otoo, F., Kim, S., Agrusa, J., Lema, J. (2021) "Classification of senior tourists according to personality traits" **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. 26(5) page 539-556.
- Pan, Y., Wang, X. and Ryan, C. (2021) "Chinese seniors holidaying, elderly care, rural tourism and rural poverty alleviation programmes" **Hospitality and Tourism Management**. 46 page 134-143.
- Parulis-Cook, S. (16 July 2021) "China's Silver Travelers : 10 Things You Need to Know" **Dragon Trail International**. [Online] Available : <https://dragontrail.com/resources/blog/chinas-silver-travelers-10-things-you-need-to-know> (28 October 2024)
- People's Daily. (2023) "China taps into booming potential of senior tourism market" [Online] Available : <http://en.people.cn/n3/2023/1229/c98649-20116376.html> (15 October 2024)
- Ou, Q. (2017) "A brief introduction to perception" **Studies in Literature and Language**. 15 (4) page 18-28.
- Rogers, B. (2017) **Perception: A Very Short Introduction**. Oxford : Oxford University Press.
- Tuo J., Deng R., Tao M., Xu Z., Peng Y., Linghu Y., Huang S. and Yu, C. (2022) "Cultural factors and senior tourism: Evidence from the Chinese context" **Front. Psychol**. 13 page 1-9.
- Wang, J. (2019). **Motivation and behaviors of Chinese outbound senior tourists**. Master's Thesis (Hospitality and Tourism Management) Phuket : Prince of Songkla University.
- Wang, K. (7 February 2024) "Great potential seen in senior tourism market" **China Daily**. [Online] Available : <https://www.chinadaily.com.cn/a/202402/07> (15 October 2024)
- Wen, J., Yu, C. E., Huang, S. and Goh, E. (2020) "Perceived constraint and negotiation of Chinese outbound senior tourists" **Anatolia**. 31 (1) page 149–153.
- Wu, S., Wang, Z., Wingate, N., & Guo, H. (2017) "Developing the elderly tourism market in China" **Proceedings of the 2017 International Conference on Education Science and Economic Management (ICESEM 2017)**. Atlantis Press, page27-30.
- Xiong, Q., Zheng, Y., Gu, R., Wen, J. and Li, Z. (2023) "Perceptions and desires of Chinese senior outbound tourists receiving travel support from adult children : A qualitative study" **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**. 35 (3) page 645-668.

- Xu, T. (2020) **An investigation into the travel motivations and decision-making processes of Chinese seniors**. PhD thesis (Tourism and Hospitality) Plymouth : University of Plymouth.
- Yin J. and Cao R. (30 June 2023) “China enjoys huge potential in senior tourism market” **People’s Daily**. [Online] Available : <http://en.people.cn/n3/2023/0629/c90000-20037494.html> (30 October 2024)
- Yue, L., & Lening, S. (2022) “Senior tourism : Challenges and opportunities in the context of aging, social change, and the well-being of the Chinese elderly” **Tobacco Regulatory Science**. 8 (1) page 623–637.
- Zhu, W. (13 March 2024) “China's elderly make a beeline for niche destinations” **China Daily**. [Online] Available : <https://www.chinadailyhk.com/hk/article/380809> (28 September 2024)

	Name and Surname (姓名) : WIRAPHONG PANYATHANAKHUN
	Highest Education (最高学历) : Ph.D. (Integrated Tourism Management), National Institute of Development Administration (NIDA)
	University or Agency (任职院校或单位) : Faculty of Interdisciplinary Management and Technology, Kasetsart University
	Field of Expertise (专业领域) : tourism and hospitality management
	Address (地址) : Faculty of Interdisciplinary Management and Technology, Kasetsart University 98 Moo 11, Khokkham, Bangplama, Suphanburi 72150