

การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร

The Management of Chinese Tourists' Tourism to Pay Respect to Buddha in the Style of Free Individual Tourism on Mangkon Road

Received: July 13, 2020

Revised: August 01, 2020

Accepted: October 12, 2020

ฐานิภา ภาณุสุวรรณ¹ และธิตินันท์ ชาญโกศล²

Thanipa Panusuwan and Thitinan Chankoson

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ และ 2) เพื่อนำเสนอและยืนยันรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระบนถนนสายมังกร การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 400 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ เพื่อประเมินและยืนยันผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และรูปแบบการจัดกลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านนำเชื่อถือ 2) ด้านความพร้อม 3) ด้านความมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวฯ ได้รับการประเมินและยืนยันผลถึงความเหมาะสมในการนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว ไหว้พระขอพร นักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ

¹ นิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ; Graduate student; Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot; Email: twenni289@gmail.com

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ; Lecturer, Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot; Email: tchankoson@gmail.com, thitinanc@g.swu.ac.th

ABSTRACT

In this research investigation, the researchers analyze 1) the exploratory factor analysis (EFA) of the tourism management model for Chinese tourists on Mangkon Road to pay respect to Buddha in the style of free individual tourism. The researchers present and confirm 2) the tourism management model for Chinese tourists on Mangkon Road to pay respect to Buddha in the style of free individual tourism.

In this mixed-methods research, a questionnaire was used as a research instrument to collect data from 400 Chinese tourists. In the qualitative research, interviews were conducted to evaluate and confirm the results of the EFA and the categorization model.

Findings showed the following. The factors of the tourism model for the management of Chinese tourists on Mangkon Road to pay respect to Buddha in the style of free individual tourism consisted of three components: 1) reliability; 2) readiness; and 3) efficiency. The analysis of the appropriateness and feasibility of the management model under study was evaluated and confirmed for appropriateness and actual implementation.

Keywords: Tourism Management, Paying Respect to Buddha, Chinese Tourists in the Style of Free Individual Tourism

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้เข้าประเทศไทยจำนวนหลายล้านบาทต่อปี ส่งผลให้เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งยังเป็นการกระตุ้นการตื่นตัวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่ต้องการพัฒนาปรับปรุงการบริการให้สามารถรองรับกับความต้องการและเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้ถูกจัดอันดับให้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2561) ในขณะที่แนวโน้มการขยายตัวสูง อันเกิดจากนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ให้ความสนใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง รวมถึงการร่วมกิจกรรมในการเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม สถานที่โบราณ และการสักการะขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นสิริมงคล ประเทศไทยมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีนหลายแห่ง ซึ่งถนนสายมังกร หรือ บริเวณเขาวราช ถือว่าเป็นชุมชนที่เป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย-จีนที่มีประวัติอันยาวนาน (วิกิพีเดีย: ออนไลน์ 2562)

รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปจากเดิม โดยการท่องเที่ยวในลักษณะอิสระ หรือ F.I.T. (Foreign Individual Traveler) ได้รับความนิยมมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการท่องเที่ยว พร้อมกับการกำหนดค่าใช้จ่ายได้เอง โดยอาศัยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการหาข้อมูลข่าวสาร และติดต่อสื่อสารต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อาทิ การจองที่พัก ข้อมูลการเดินทาง และการแนะนำสถานที่ ทั้งนี้ จากการเปิดกว้างของข้อมูลข่าวสาร ทำให้ข้อมูลบางส่วนไม่ได้ผ่านการคัดกรองหรือการจัดการในการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับข้อปฏิบัติของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์หรือวิธีการขั้นตอนต่าง ๆ จึงมักเกิดปัญหาต่อการจัดการการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศได้ (College of Management Mahidol University, 2017)

การเล็งเห็นความสำคัญในการนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้อำเภอพระพรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระในช่วงที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สามารถส่งผลสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยว และยังเป็นแนวทางในการทำงานร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมให้เกิดประสิทธิภาพต่อการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างความน่าเชื่อถือต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้อำเภอพระพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร
2. เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในการวางแผนรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้อำเภอพระพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การประเมินความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสามารถประยุกต์ใช้กรอบการประเมินพื้นฐานจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 4 ประการ หรือ 4A's ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) ที่อาจจะเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น มาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี หรือวิถีชีวิต

2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ที่เป็นโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงได้ อาทิ ระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง โดยจะต้องเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) รูปแบบการบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนให้ได้รับความสุขสบายและประทับใจ โดยปกติรัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนตามยุทธศาสตร์ระดับพื้นที่ สำหรับนักท่องเที่ยวแล้วนับว่ายังเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการเหล่านี้

4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย การบริหารจัดการ การปฏิบัติการ นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงการตลาด ระบบข้อมูลข่าวสาร การประสานงาน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาศัยนโยบายการท่องเที่ยว การวางแผนอำนวยความสะดวก เพื่อจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ พยอ ม ธรรมบุตร (2549) ได้อธิบายการแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ปัจจัย หรือ 5A's ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง ที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงการพิจารณาถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนนทางหลวง และโครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว

2. ที่พักแรม (Accommodation) เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักอาศัยค้างคืนในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสเฮาส์ ฯลฯ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ส่วนหนึ่งของทรัพยากรที่ระบุได้ถึงธรรมชาติ วัฒนธรรม งานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าบ้าน

4. กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องแสวงหาประสบการณ์ จากรูปแบบกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต ได้แก่ การดำน้ำ การทอดผ้า การจับปลา และการทำหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำ ชมปะการัง การเดินป่า การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง เป็นต้น

5. บริการต่าง ๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นต้องมีบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร โรงพยาบาล ปั้มน้ำมัน เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ศุภลักษณ์ อัครางกูล (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลัก ถือเป็นการปฏิบัติที่มาตั้งแต่ยุคแรก ๆ ในปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้มักรวมกิจกรรมอื่นนอกเหนือจากกิจกรรมทางพุทธศาสนา โดยอาจรวมถึงการเดินทางเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรม สถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาไม่ได้มีเพียงผู้ที่นับถือศาสนาเข้าเยี่ยมชมเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวอื่น ๆ ยังให้ความสนใจเข้าร่วมชมความงาม หรือพักผ่อน สงบจิตสงบใจ อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาพสังคมที่วุ่นวาย ผู้คนนิยมเดินทางไปสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาเพื่อเป็นที่พึ่งทางใจกันมากยิ่งขึ้น

ชนัญ วงษ์วิภาค (2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการทั้งทางกายและใจแก่ผู้มาเยือน แต่หากพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่ที่เด่นชัด และบทบาทหน้าที่แฝง เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนา อาจสรุปวิเคราะห์ได้จากข้อสังเกตกรณีของเทศกาลที่เกี่ยวข้องในศาสนาและความเชื่อ เห็นได้ว่าการประกอบพิธีการเช่นไหว้ ช่วยผ่อนคลายความวิตกกังวลที่ผู้คนมีต่ออุบัติเหตุและวิญญูณ การนำข้าวปลา อาหาร และเครื่องใช้ต่าง ๆ ไปเซ่นไหว้ เป็นการแสดงถึงการหมดพันธะข้อผูกมัดในปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันก็หวังความคุ้มครองป้องกันให้กับชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังคาดหวังให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์บันดาลให้ประสบความสำเร็จในการทำมาหากินสืบไป

การจัดการการท่องเที่ยวชาวจีน

ศศิธร เจตานนท์ (2558) กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวของชาวจีน สามารถแบ่งได้ดังนี้

- 1) หน่วยงานท้องถิ่นจัดทำคู่มือแนะนำการใช้ชีวิตและการท่องเที่ยวในพื้นที่แจกจ่ายแก่กับบริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยว อาทิ รายละเอียดการเข้าพื้นที่ท่องเที่ยวที่เปิดบริการ ข้อปฏิบัติ เช่น กฎระเบียบ กฎหมาย และกฎจรรยาบรรณ รวมถึงบทลงโทษ ให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเพื่อรับข้อมูลที่ตรงกัน
- 2) ควรเน้นการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ผู้ประกอบการสามารถออกแบบรายการนำเที่ยวให้สอดคล้องและเข้ากับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- 3) มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และหัวหน้าทัวร์ควรสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทำความเข้าใจถึงความหมายของการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความเป็นท้องถิ่น
- 4) การจัดการด้านความปลอดภัย ทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวต่อเรื่องนี้ และมักจะวิตกกังวลเสมอ

วีรศักดิ์ เกิดผลเจริญยิ่ง (2556) กล่าวว่า จะเห็นได้ว่าปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของไทย มีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ลดลง เป็นผลมาจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปลี่ยนไปเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกเทศ หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า “นักท่องเที่ยวอิสระ” (Free and Independent Traveler: FIT) เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นคนหนุ่มสาว และวัยทำงานที่มีรายได้มากขึ้น มีศักยภาพในการใช้จ่าย รวมถึงกฎหมายท่องเที่ยวของประเทศจีนมีการผลักดันให้การท่องเที่ยวอิสระเป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และเข้าใจประเทศจุดหมายปลายทาง จากการเข้าถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ประเทศต่าง ๆ จึงควรมีวิธีดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พร้อมปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) นี้ แบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิจัยเชิงปริมาณ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ ที่เดินทางท่องเที่ยวบริเวณถนนสายมังกร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบกำหนดสัดส่วนความน่าจะเป็นของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม เท่ากับ 0.50 ของ W.G. Cochran (1953) ที่มีระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้จำนวน 385 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบโควตา สถานที่ละ 100 คน จำนวน 4 สถานที่ รวมทั้งหมด 400 คน

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปแจกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาไหว้พระขอพร บนถนนสายมังกร โดยพิจารณาจากสถานที่ที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมและได้รับการแนะนำ ทั้งนี้ ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาไหว้พระขอพร โดยการพิจารณาการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ทั้งหมด 4 สถานที่ สถานที่ละ 100 ชุด ได้แก่ 1) วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร 2) ศาลเจ้าแม่กวนอิม มูลนิธิเทียนฟ้า 3) วัดมังกรกมลาวาส และ 4) ศาลเจ้าไต้ฮงกง มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

1.2 การสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดข้อคำถามที่สร้างขึ้น เพื่อเป็นเครื่องมือในการวิจัย แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ทั้ง 2 ส่วนนี้ เป็นแบบสอบถามลักษณะเลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญด้านการจัดการการท่องเที่ยว ในส่วนนี้เป็นลักษณะการประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert มี 5 อันดับ และส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะ

1.3 การทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา โดยหาค่าความตรง (Validity) จากดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในส่วนที่ใช้วัด โดยมีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.95 ซึ่งเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.85 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2562)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการยืนยันข้อมูลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้หวังประโยชน์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร

2.1 กลุ่มการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 การเชื่อมโยงข้อมูล โดยใช้หลักการ ความรู้ และประสบการณ์ในการทำงาน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในการสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ซึ่งตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ควรมีความสัมพันธ์กัน จากการตรวจสอบความสัมพันธ์โดยภาพรวมของตัวแปรด้วยค่าสถิติ Bartlett's Test Sphericity (Hair, et al., 2010) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ควรมีระดับความสัมพันธ์กันสูงพอ โดยการตรวจสอบระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติ KMO ของไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2556) นอกจากนี้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเป็นการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลักด้วยเทคนิค Principal Component Analysis และหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกันแบบออร์ทอกอนอล (Orthogonal Rotation โดยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) ซึ่งมีค่าความแปรปรวนของตัวแปรค่าไอเกน (Eigen Value) มากกว่า 1 โดยมีเกณฑ์การพิจารณาว่าตัวแปรที่จัดอยู่ในองค์ประกอบใด ใช้หลักพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรที่มีค่าสูงสุดอยู่ในองค์ประกอบใด จึงถือว่าตัวแปรนั้นอยู่

ในองค์ประกอบนั้น เพื่อให้การจัดตัวแปรเข้าสู่องค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญในทางปฏิบัติ (Practical Significance) โดยค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้น ต้องมากกว่า 0.05 (Hair, et al.,2010)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่กำกับดูแลพื้นที่ จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน นักธุรกิจ จำนวน 2 คน และผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 2 คน รวมทั้งหมด 10 คน โดยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อพิจารณายืนยันผล การประเมินองค์ประกอบที่ค้นพบและมีการเสนอแนะถึงความเหมาะสมในการนำไปใช้ปฏิบัติจริง

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบและยืนยันรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร ได้ผลสรุปดังนี้

1. ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรที่นำมาใช้ศึกษา โดยการวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy พบว่า KMO = 0.964 ซึ่งค่าที่ได้ มากกว่า 0.05 (เข้าใกล้ 1) และค่า Significant ของ Chi-Square = .000 (ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001) ดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่าสถิติ Bartlett's Test of Sphericity

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.964
Bartlett's Test of Sphericity	
Approx. Chi-Square	8537.885
df	325
Sig.	.0000

จากตาราง 1 สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบในระดับดีมากและผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square = 8537.885, df = 325, P-Value = .000 พบว่า ตัวแปรที่นำมา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 แสดงว่า สามารถนำไปใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบของแต่ละตัวแปรว่ามีค่าสูงสุดในองค์ประกอบใด เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรให้เข้าองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมากกว่า 0.50 (Hair, et al.,2010) และค่าไอเกน ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ผ่านเกณฑ์พิจารณาและยอมรับได้

ตาราง 2 ค่าไอเกน (Eigenvalues) ค่าร้อยละความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม (Cumulative Percentage of Variance)

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน			ค่าร้อยละความแปรปรวน			ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม ผลรวมแบบหมุนแกน		
	ผลรวม	ค่าร้อยละความแปรปรวน	ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม	ผลรวม	ค่าร้อยละความแปรปรวน	ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม	ผลรวม	ค่าร้อยละความแปรปรวน	ค่าร้อยละความแปรปรวนสะสม
1	13.851	53.272	53.272	13.851	53.272	53.272	9.438	36.299	36.299
2	2.635	10.136	63.409	2.635	10.136	63.409	4.779	18.380	54.679
3	1.018	3.914	67.323	1.018	3.914	67.323	3.287	12.644	67.323
4	.835	3.210	70.533						
5	.723	2.782	73.315						
6	.630	2.423	75.738						
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
26	.139	.533	100.000						

จากตาราง 2 ผลการสกัดองค์ประกอบด้วยเทคนิค Principal Component Analysis (PCA) และผลการหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยตั้งฉากกันด้วยวิธีแบบเวริแมกซ์ (Varimax) ได้ผลการวิเคราะห์ 3 องค์ประกอบ โดยมีค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.018-13.851 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันที่ไว้วัดโดยภาพรวม ร้อยละ 67.323

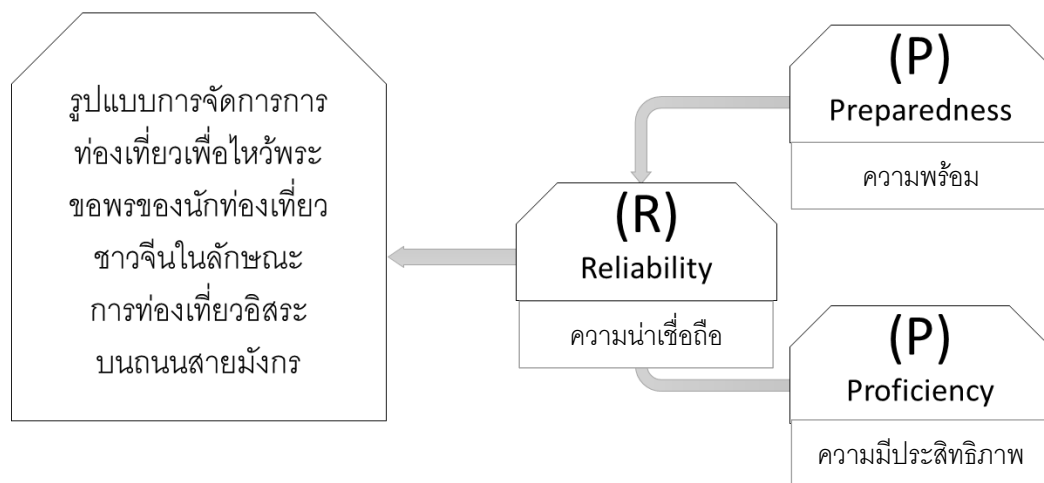
เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรแต่ละตัวแปร เพื่อกำหนดกลุ่มตัวแปรว่าตัวแปรใดจัดอยู่ในองค์ประกอบใด โดยใช้หลักการพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบของแต่ละตัวแปร ว่ามีค่าสูงสุดในองค์ประกอบใด เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรให้เข้าองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าน้ำหนักขององค์ประกอบมากกว่า 0.50 (Hair, et al.,2010) และค่าไอเกน (Eigenvalues) ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ผ่านเกณฑ์พิจารณาและยอมรับได้ ทั้งนี้ ตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด 26 ตัวแปร พบว่ามี 1 ตัวแปรที่ไม่ผ่านหลักเกณฑ์พิจารณา จึงถูกตัดออก โดยคงเหลือตัวแปร 25 ตัวแปร ที่ผู้วิจัยนำมาจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบ (Component) ได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 (R) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีจำนวนตัวแปรทั้งหมด 16 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.545–0.820

องค์ประกอบที่ 2 (P) ด้านความพร้อม (Preparedness) มีจำนวนตัวแปรทั้งหมด 6 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.654–0.818

องค์ประกอบที่ 3 (P) ด้านความมีประสิทธิภาพ (Proficiency) มีจำนวนตัวแปรทั้งหมด 3 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.572–0.769

2. ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 การวิเคราะห์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร หรือเรียกอีกอย่างว่า รูปแบบ “1R2P Model” ดังภาพที่ 1



ภาพ 1 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร หรือ “1R2P Model”

จากภาพ 1 การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพร ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 (R) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) องค์ประกอบที่ 2 (P) ด้านความพร้อม (Preparedness) องค์ประกอบที่ 3 (P) ด้านความมีประสิทธิภาพ (Proficiency) เมื่อนำผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 10 ท่าน โดยการสัมภาษณ์ เพื่อพิจารณายืนยันผลและประเมินองค์ประกอบที่ค้นพบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะถึงความเหมาะสมในการนำไปใช้ปฏิบัติจริง โดยได้รับความเห็นชอบจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จากภาพรวมสามารถแบ่งตามองค์ประกอบที่ได้ ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักใช้เป็นหลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว ทั้งนี้ ความน่าเชื่อถือเกิดจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว และการเตรียมความพร้อมการบริการในด้านต่าง ๆ ที่ครบถ้วน และมีมาตรฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ

2. ด้านความพร้อม การเตรียมความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์ และการบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เป็นส่วนที่สถานที่ท่องเที่ยวควรคำนึงถึง โดยมีแบบแผนการจัดการที่ดี เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมของสถานที่

3. ด้านความมีประสิทธิภาพ การจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวควรมีมาตรฐานที่ดี ทั้งด้านการบริการ รวมทั้งการสื่อสารในภาษาที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าใจได้ง่าย และมีความถูกต้อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ และปฏิบัติตามได้

ผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้ความคิดเห็นว่า รูปแบบนี้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ ทั้งนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือ การจัดให้มีการท่องเที่ยวมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ควรได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรูปแบบดังกล่าวเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระที่ท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพร ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวในกลุ่มการท่องเที่ยวอื่น ๆ อาทิ การท่องเที่ยวชุมชน (Village Tourism) หรือการท่องเที่ยวผจญภัย อาจมีปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมหรือลดลงตามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้น เนื่องจากสถานการณ์ต่าง ๆ มีการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย ทั้งด้านข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมือง รวมทั้งสภาวะการภัยจากภัยธรรมชาติ หรือเหตุการณ์ที่เหนือการควบคุม การปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ และการเตรียมความพร้อมในการรับมือ ควรมีการจัดการที่ดี การสำรวจ และวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและนำเสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพรของนักท่องเที่ยวชาวจีนในลักษณะการท่องเที่ยวอิสระ บนถนนสายมังกร โดยผลการวิจัยที่ได้ในรูปแบบโมเดล เรียกว่า “1R2P Model” ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 (R) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) องค์ประกอบที่ 2 (P) ด้านความพร้อม (Preparedness) องค์ประกอบที่ 3 (P) ด้านความมีประสิทธิภาพ (Proficiency) สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านความน่าเชื่อถือ เป็นตัวแปรที่สำคัญมีความเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงการกำหนดมาตรฐานการบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว บัญชีสื่อความหมายที่ชัดเจน ราคาที่เหมาะสม การบริการที่ดีของเจ้าหน้าที่ ตลอดจนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ถูกต้องลักษณะ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวรรณ สังขกร อารักษ์บารมี มณีตระกูลทอง และกาญจนา จีรัตน์ (2559) ที่พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อที่พักในประเทศไทย ส่วนใหญ่คาดหวังในเรื่อง ความปลอดภัยของที่พักมากที่สุด รองลงมา คือ ความสะอาดของที่พัก ความคุ้มค่าตามราคาที่จ่าย และการบริการที่ดีของที่พัก ตามลำดับ การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงควรคำนึงถึงมาตรฐานของปัจจัยรวมของการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นหลัก

องค์ประกอบที่ 2 ด้านความพร้อม เป็นตัวแปรที่สำคัญ มีความเกี่ยวข้องกับการเตรียมอุปกรณ์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานที่ เช่น รูป เทียน ดอกไม้ เป็นต้น ตลอดจนการคำนึงถึงอุปกรณ์จำหน่ายภายในหรือบริเวณโดยรอบสถานที่ เพื่อความสะดวกในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว พร้อมกับการจำหน่ายของที่ระลึก สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ช้อปปิ้ง และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องน้ำที่รับฝากของ จุดบริการแลกเงินเหรียญ เป็นต้น รวมถึงการนำเสนอขั้นตอนการไหว้พระขอพรที่กระชับไม่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมษฐ์ พิชญ์พันธ์เดชา (2561) ที่พบว่า ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเกาะฮ่องกงเป็นประเทศที่เพียบพร้อมในด้านของสาธารณูปโภคเป็นอย่างมาก ในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีห้องน้ำไว้บริการ และร้านขายของที่ระลึก โดยมีการจัดการพื้นที่ภายในวัดออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน ได้แก่ บริเวณเครื่องสักการะ บริเวณสิ่งศักดิ์สิทธิ์ บริเวณถ่ายรูป และบริเวณขายของที่ระลึก

องค์ประกอบที่ 3 ด้านความมีประสิทธิภาพ เป็นตัวแปรที่สำคัญ มีความเกี่ยวข้องกับความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนของเจ้าหน้าที่ มีป้ายสัญลักษณ์และข้อความภาษาจีน รวมถึงเจ้าหน้าที่สามารถสนทนาให้ข้อมูลความรู้และอธิบายเกี่ยวกับสถานที่ได้ครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรัตน์ สุระศิริานนท์ (2556) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คให้ความสำคัญกับภาษาจีนในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารในประเทศไทย เช่น เมนูอาหารที่เป็นภาษาจีน เพราะคนจีนไม่สามารถสนทนาภาษาอังกฤษได้ดีมากนัก จึงเป็นเหตุผลที่เมนูภาษาจีนยังเป็นที่ต้องการสำหรับนักท่องเที่ยว

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในมุมมองของผู้เกี่ยวข้องด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ให้ความเห็นในเรื่องของการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง โดยผ่านการคัดกรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มความเข้าใจและเข้าถึงข้อมูลที่ตรงกัน

ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในช่องทางสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสังคม ข่าวประชาสัมพันธ์ การแนะนำวิธีควรเป็นภาษาจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมักเลือกรับข้อมูลจากภาษาที่คุ้นเคย ทั้งนี้ ภาครัฐ และเอกชน รวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือกันในการบริหารจัดการ โดยใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ และควรติดตาม คาดการณ์ สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นล่วงหน้า เพื่อเตรียมแผนการรองรับที่เหมาะสมและทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีความประทับใจในการท่องเที่ยวไทย และการบริการที่ดีเสมอมา ทำให้เกิดการแนะนำ บอกต่อ และการกลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีวิธีหนึ่ง การมีภาพลักษณ์ที่ดีมีส่วนในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังไม่มีแบบแผนในการร่วมมือปฏิบัติงานร่วมกัน ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวบางส่วนยังไม่ได้รับการเข้าถึง ทั้งนี้ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญ และร่วมมือกันในการปรับปรุงพัฒนา รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดการการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว
2. สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งมักมีการบริหารจัดการเป็นการภายใน โดยหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวไม่ได้มีส่วนในการดูแลหรือมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ทำให้การจัดการด้านการท่องเที่ยวอาจเข้าไม่ถึง ไม่ได้รับรู้ปัญหา ทั้งนี้ ควรมีการพัฒนาปรับปรุงและดูแลจัดการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างความน่าเชื่อถือในการเดินทางท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ที่ดีของอุตสาหกรรม ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีการปรับเปลี่ยนความต้องการและพฤติกรรมเสมอ
3. สถานการณ์การท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านโรคระบาด สุขอนามัย ภัยธรรมชาติต่าง ๆ และเหตุการณ์ตามยุคสมัย ดังนั้น การศึกษาวิจัยควรมีความทันสมัย และตรงต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลานั้น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันที่สุด และสามารถนำไปใช้ศึกษาแนวทางปฏิบัติ และวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชื้อชาติอื่น ๆ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ยุโรป เป็นต้น
2. ควรศึกษาวิจัยแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีความสอดคล้องกัน เช่น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในกรุงเทพมหานคร หรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ในจังหวัดอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปสักการบูชา เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
3. ควรศึกษาวิจัยในการวิจัยรูปแบบอื่น เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่นอกเหนือจากการหาค่าประกอบ เช่น ค่าสถิติ หรือการยืนยันผล
4. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว หรือการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นไปตามยุคสมัย ให้มีความทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน มักมีการปรับเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ เช่น รูปแบบการท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยี และการรับข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น
5. ควรศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวชุมชน หรือการท่องเที่ยวแบบวันเดียว เพื่อการพัฒนาและปรับใช้กับกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ในอนาคต เป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่หลากหลาย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยสามารถนำมาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และต่อยอดการท่องเที่ยวในอนาคตได้
6. ควรศึกษาด้านการเปิดรับข่าวสารและความน่าเชื่อถือของข่าวสารและแหล่งที่มาต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญและใช้บริการเป็นหลัก เพื่อการจัดการข่าวสารและแก้ปัญหาด้านความเข้าใจข้อมูลที่ถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ สังขกร อาชวี่บาร์มี มณีตระกูลทอง และกาญจนา จีรัตน์. (2559). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย หลังกระแสภาพยนตร์ The Lost in Thailand* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดดา.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2545). *ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์

- วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิยสิทธิ์เนชั่นเนอติ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ประเมษฐ์ พิษณุพันธ์เดชา. (2561). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮองกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพรัตน์ สุระศิริวานนท์. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบแบ็คแพ็คเกอร์ต่อการเลือกร้านอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- วิกิพีเดีย. (2562). ถนนเยาวราช. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ถนนเยาวราช>
- วีรศักดิ์ เกิดผลเจริญยิ่ง. (2556). *นักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่กับกระแสการท่องเที่ยวด้วยตนเอง*. สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2562, จาก <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/articles/detail.php?>
- ศศิธร เจตานนท์. (2558). *แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ขอนแก่น: คลังน่านวิทยา.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2561). *แนวโน้มเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวปี 2561*. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2562. จาก <http://ttaa.or.th/wp-content/uploads/2017/09/เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, 21(1), 97-116.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- College of Management Mahidol University. (2017). “หนีข่าว มาร์เก็ตติ้ง” เคล็ดลับมัดใจนักท่องเที่ยวจีนสไตล์ FIT, สืบค้นเมื่อ 8 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.cm.mahidol.ac.th/cmmu/images/news/articles/2017-05-17-v1.pdf>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.