ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONAL FACTORS AND BEHAVIORS OF CHINESE STUDENTS TRAVELLING IN THAILAND

Received: July 5, 2020
Revised: August 24, 2020
Accepted: August 25, 2020

Gao Shan*
มณฑกานติ ชุบชูวงศ์**
Montakan Chubchuwong**

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
* Master of Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
* Email: ilikesherryshan@163.com
** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก คณบดีของคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
** Assistant Professor and Ph.D. Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
** Email: montakan.chu@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีน 2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีน 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวเชิงการศึกษาของนักศึกษาชาวจีน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 310 ชุดและใช้สถิติหาการแจกแจงความถี่ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงแบบมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) และ Standardized residual จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษาชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงเวลาวันหยุดและปิดภาคการศึกษา โดยเลือกการเดินทางท่องเที่ยวปีละหนึ่งถึงสองครั้ง การเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งใช้เวลาวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าหนึ่งเดือน นักศึกษารับข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ ส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อนร่วมชั้น แต่ละครั้งพวกเขาเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 2-7 วัน และมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 6,001 บาท และเลือกที่พักประเภทโรงแรม พวกเขามีเพื่อนหรือญาติที่มาเยี่ยมในวันหยุดและปิดภาคการศึกษา เมื่อสิ้นสุดการเดินทางนักศึกษาจะแนะนำสถานที่ให้คนอื่นทราบ นักศึกษาชาวจีนให้ความสนใจมากด้านความปลอดภัยของที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและการเลือกที่พัก ค่าครองชีพมีความสัมพันธ์กับการเลือกของที่ระลึก ระยะเวลาการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนกับญาติที่มาเยี่ยมมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

คำสำคัญ: นักศึกษาชาวจีน การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา กรุงเทพ พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Abstract

This research has 3 objectives: 1) studying the variety of students' travel behaviors 2) studying the relationship between the personal factors and the students' different travel behaviors and 3) providing guidance on the development of educational tourism for Chinese students. This research is based on a questionnaire collected from 310 students. The data analyses include frequency, percentage, mean, standard deviation chi-square and standardized residual. The findings show that students normally travel in Thailand during school vacation and public holidays. They choose to travel once or twice a year and make a plan one month prior to the trip. Tourism

information is collected from websites. Most students travel with their classmates. The expense for one person is more than 6,001 Baht per trip and it takes an average of 2-7 days for one trip. Hotels are the first choice of accommodation for their trips. During school vacation and public holidays, their friends and relatives visit them in Thailand. Most of the students recommend places which they have visited to others. In travelling, they put more importance on the safety of accommodation and tourist attractions. Chinese students in different age groups have different choices on tourist attractions and accommodation. Cost of living has impact on their choices of souvenirs. Period of study has impact on their choices of tourism activities, and visitation of friends and relatives has impact on choices of tourist attractions.

Keywords: Chinese Students, Educational Tourism, Bangkok, Travelling Behavior

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาคือ การท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้จากประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม สังคม หรือการเรียนรู้ภาษา (Chronicle, 2018) ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมและกำลังเติบโตมากขึ้น ทั้งนี้ตามข้อมูลของกระทรวงศึกษาธิการของประเทศจีนพบว่าตั้งแต่ปี 1978 จนถึงปี 2018 นักศึกษาชาวจีนมีจำนวน 5.86 ล้านคน ศึกษาในต่างประเทศ และในปี 2018 เพียงปีเดียว มีจำนวนถึง 662,100 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 8.83 ในปีเดียวกัน มีนักศึกษาชาวจีนจบการศึกษาที่ต่างประเทศแล้วกลับมาที่ประเทศจีนจำนวน 519,400 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 8 และมีนักศึกษาชาวจีนรับการศึกษาระดับสูงที่ประเทศจีนมีจำนวน 38.33 ล้านคน โดยมีร้อยละ 60 เข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาในวันหยุดหรือปิดเทอมและใช้เวลาไม่เกิน 10 วัน มีร้อยละ 30 จ่ายเงิน 50,000-100,000 บาท ในการท่องเที่ยวเชิงการศึกษา และมีร้อยละ 6.3 จ่ายเงินมากกว่า 150,000 บาท ตามสถิติของกระทรวงศึกษาธิการจีน ในปี 2014 มีนักศึกษาชาวจีนกับนักเรียนชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวเชิงการศึกษาจำนวน 350,000 คน มีค่าใช้จ่าย 6 หมื่นล้านบาท ในปี 2018 มีนักศึกษาชาวจีนกับนักเรียนชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเพิ่มขึ้นถึง 850,000 คน ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 136.5 พันล้านบาท ประมาณ 160,500 บาทต่อคน แต่สถิติยังชี้ว่า ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษา นักศึกษาชาวจีนแค่มีร้อยละ 15 (กระทรวงศึกษาธิการของประเทศจีน, 2019)

ข้อมูลด้านการศึกษาจาก educations.com ชี้ว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักศึกษาต่างชาติเลือกต่อการศึกษา ยอดนิยมอันดับ 1 ในแถบเอเชียและเป็นอันดับที่ 3 ของโลกรองจากนิวซีแลนด์และสเปน (โพสต์ทูเดย์, 2562) ปัจจุบันนี้ มหาวิทยาลัยหลายแห่งในประเทศไทยเปิดการสอนแบบสองปริญญากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ และมหาวิทยาลัยต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้เปิดวิทยาเขตที่ประเทศไทยเพื่อให้นักศึกษามีโอกาสรับประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Smith, 2013) ข้อมูลของธุรกิจบริการศึกษานานาชาติ ชี้ให้เห็นว่า นักศึกษาชาวจีนเข้ามาศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาในไทยมากที่สุด ณ ปีการศึกษา 2555 จำนวน 4,240 คน (กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ 2, 2557) ในปี 2018 ประเทศไทยมีนักศึกษาชาวจีนเข้ามาศึกษาต่อสูงถึง 10,766 คน หากเทียบกับนักศึกษาชาติอื่น ๆ ก็มากกว่าเกือบ 10 เท่า (“ทุนจีนรุกมหาลัยไทยเปิดทางหนีสอบกดดันเคลื่อนทัพ เรียนนอก 6 แสนคนต่อปี,” 2562) มหาวิทยาลัยไทยที่มีนักศึกษาชาวจีนเรียนมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติและมหาวิทยาลัยสยาม (Marketeer ออนไลน์ 25 ตุลาคม 2562) ตามข้อมูลใน ปี 2016 พบว่าในภาพรวมนักศึกษาต่างชาติศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มี 2,000 คน เป็นนักศึกษาชาวจีน 1,900 คน โดยร้อยละ 80 ของนักศึกษาชาวจีนจะศึกษาในวิทยาลัยนานาชาติจีนอาเซียน วิทยาลัยนานาชาติและหลักสูตรภาษาไทยอย่างละร้อยละ 10 (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2016)

การเติบโตของจำนวนนักศึกษาต่างชาติในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมาเกิดจากการขยายระบบการศึกษาและโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจกับสังคม (UNESCO, 2009) มีรายงานการวิจัยว่าการศึกษาจากชาวต่างชาตินำผลประโยชน์จำนวนมหาศาลมาสู่ประเทศในด้านสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของประเทศปลายทาง (Australia-Educating Globally, 2013) รายงานการวิจัยระบุว่า นักศึกษาต่างชาติเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ (King & Gardiner, 2015) นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการศึกษา นักศึกษาต่างชาติยังมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวของนักศึกษาต่างชาติจะได้แบ่งเป็นสองกลุ่มคือ ตัวนักศึกษาเองและครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่มาเยี่ยม (VFRs) (Liu & Ryan, 2015) แต่ละตลาดจะมีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Zhu, 2016)

จากรายงาน ภารกิจของนักศึกษาชาวจีนการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่าในตลาดการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนมีภารกิจที่แตกต่างกัน นักศึกษาชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาปิดเทอมเพื่อรับประสบการณ์ใหม่ ๆ กับความพึงพอใจ ซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยว นักศึกษาชาวจีนที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวของต่างประเทศ ได้รับความรู้ที่เรียนจากต่างประเทศ เข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาจะส่งผลต่อการวางแผนการเดินทางของครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่มาเยี่ยม (VFRs) นอกเหนือจากนี้ ความพึงพอใจของการเดินทางของนักศึกษาชาวจีนก็จะมีผลต่อเวลาการท่องเที่ยวและการเลือกเดินทางซ้ำครั้งของครอบครัว

และเพื่อน ๆ ที่มาเยี่ยม (VFRs) ซึ่งจะทำให้นักศึกษาชาวจีนมีอีกภารกิจคือ เจ้าบ้านของต่างประเทศ (Liu & Ryan, 2015)

ตามรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2019 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนมากกว่า 39 ล้านคนและนักท่องเที่ยวต่างชาติสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากกว่า 1.9 ล้านล้านบาท ในขณะเดียวกันมีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีทั้งหมด 5.65 ล้านคน ลดลงร้อยละ 4.73 ประเทศไทยมีรายรับได้จากตลาดจีนถึงพันล้านบาท แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนกับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนลดลงแต่ตลาดจีนก็ยังเป็นตลาดที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย (XinHua, 2019)

จากข้อมูลข้านบนจะเห็นได้ว่า นักศึกษาชาวจีนกับนักเรียนชาวจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายใหญ่และมีจำนวนมาก นักศึกษากับนักเรียนในการศึกษาที่ต่างประเทศมีเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี และมีคนที่เข้ารวมการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเพิ่มขึ้น ซึ่งในตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาจีนได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายได้เป็น กลุ่มนักศึกษากับกลุ่มนักเรียน เปรียบเทียบสองกลุ่มจะเห็นได้ว่านักศึกษาชาวจีนเข้ารวมการท่องเที่ยวเชิงการศึกษายังน้อยกว่านักเรียน แต่พวกเขามีความต้องการเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงการศึกษา และยอมรับการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาที่มีเวลาสั้นและจ่ายเงินไม่มากกว่า 150,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ ประเทศไทยจะเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมอันดับ 1 ในแถบเอเชีย ค่าเทอม ค่าครองชีพไม่แพง เหมาะสมความต้องการของนักศึกษาชาวจีน พวกเขาได้มีโอกาสรับประสบการณ์ใหม่ ๆ นอกเหนือจากนี้ปัจจุบันประเทศไทยมีนักศึกษาชาวจีนกำลังศึกษาที่ไทยจำนวนมาก และมีความแนวโน้นขาขึ้นมีประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่มาเยี่ยม ข้อดีของตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาไทยคือ ราคา ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ ภาษาที่ใช้มีการหลากหลาย (เช่น ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน) และมีมหาวิทยาลัยนานาชาติหลายแห่งได้รับนักศึกษาต่างชาติ ทั้งนี้จะทำให้ประเทศไทยมีโอกาศได้รับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษา แต่ปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาไทยยังเป็นตลาดเล็ก ส่วนใหญ่นักศึกษาเข้ามาโดยผ่านโครงการการศึกษาจากมหาวิทยาลัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ เข้ามาน้อยมาก (เช่น บริษัทการท่องเที่ยว โรงแรม) ซึ่งจะทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาขาดโอกาสที่พัฒนาเติบโตขึ้น นอกเหนือจากนี้ นักศึกษาเข้าร่วมการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเพื่อการศึกษา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป และลักษณะของนักศึกษาจะมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว (เช่น เวลา ค่าครองชีพ) ซึ่งจะเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตุประสงค์เพื่อรู้จักพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนกับความสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาของตลาดนักศึกษาชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานครเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาของตลาดนักศึกษาชาวจีน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในหนังสือการจัดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาก็คือ นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวและพักที่สถานที่มากกว่า 1 วันและมีแรงจูงใจเพื่อการศึกษา การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาได้แบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาทั่วไป ผู้ใหญ่เกิดการเดินทางเพื่อการศึกษา นักศึกษาเกิดการเดินทางในประเทศหรือต่างประเทศ และเดินทางท่องเที่ยวมหาวิทยาลัย ตลาดของการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาได้แบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ เที่ยวชมธรรมชาติกับวัฒนธรรมเพื่อได้รับความรู้ ตลาดผู้ใหญ่เกิดการเดินทางเพื่อการศึกษา ตลาดนักศึกษาและตลาดท่องเที่ยวมหาวิทยาลัย Sun (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงการศึกษาคือ ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในการศึกษาและนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรับความรู้ และได้แรงบันดาลใจจากการท่องเที่ยว ในการวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาต้องการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาและความต้องการด้วย

อัจฉรา สมบัตินันทนา (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือ ปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดกริยาต่าง ๆ วรรษมน จันทดิษฐ์ (2552) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหมายถึง พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวแสดงออกในการแสวงหาสำหรับซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ สรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวคือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจัดการซื้อกับการใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนของบุคคลที่ต้องการและตัดสินใจก่อนและหลัง

ลักษณะส่วนบุคคลจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งจะเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาชาวจีนได้แก่

Huang (2006) ศึกษาความแตกต่างทางเพศต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนที่กำลังศึกษาอยู่ในสหราชอาณาจักรพบว่า นักศึกษาชาวจีนเพศชายกับเพศหญิงเลือกเวลาเดินทางท่องเที่ยวและเลือกช่องทางหาข้อมูลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวความคล้ายกันมาก

แต่ในด้านการเลือกที่พักและการเลือกเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน พบว่า **เพศชายชอบเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพศหญิงชอบเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพศชายชอบเลือกที่พักเป็นหอพักเยาวชนขณะที่เพศหญิงเลือกที่พักเป็นโรงแรม**

Lin (2018) ศึกษาแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนในประเทศนิวซีแลนด์ พบว่า แรงจูงใจด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนมีการเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักศึกษาชาวจีนที่มีอายุมากกว่าจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้ความรู้และทางวัฒนธรรมและนักศึกษาชาวจีนที่มีค่าครองชีพไม่มากจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกล

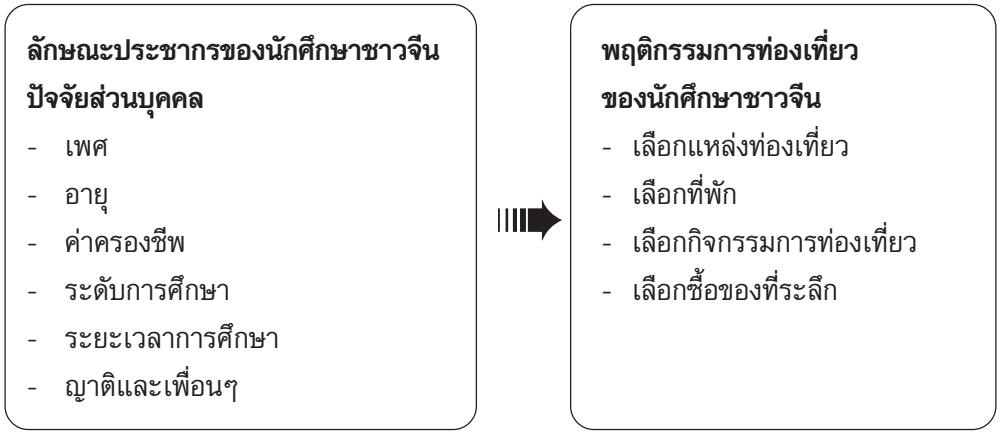
Liu & Ryan (2015) ศึกษาบทบาทของนักศึกษาชาวจีนในการเดินทางไปต่างประเทศ พบว่า กลุ่มญาติกับกลุ่มเพื่อนที่มาเยี่ยมส่งผลให้นักศึกษาชาวจีนเลือกที่พักและเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน กลุ่มญาติที่มาเยี่ยมส่วนใหญ่จะพักอยู่ในที่พักของนักศึกษาหรือที่นักศึกษาจองให้ ส่วนกลุ่มเพื่อนที่มาเยี่ยมจะเลือกที่พักเป็นโมเต็ล นักศึกษาชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวกับกลุ่มญาติจะเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน แต่เมื่อท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อนจะเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นการผจญภัย

Qiu (2014) ศึกษาแรงจูงใจกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับรับข้อมูลและรูปแบบการเดินทางของนักศึกษาชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา พบว่า งบประมาณกับเวลาเป็นข้อจำกัดมากต่อนักศึกษาชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา โดยนักศึกษาชาวจีนที่มีค่าครองชีพไม่มากจะไม่ค่อยเดินทางท่องเที่ยว และพวกเขาเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลาวันหยุดระยะยาวมากกว่า

Francisco & Javier (2015) ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการเลือกสถานที่เรียนของนักศึกษาต่างชาติ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลักสูตรของสถานศึกษาจัดให้มีผลต่อการเดินทางของนักศึกษาต่างชาติ การศึกษาพบว่านักศึกษาต่างชาติเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลักสูตรจัดให้จะได้รู้จักวัฒนธรรมมากขึ้น

นอกจากเก็บข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยยังเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษาชาวจีนที่กำลังศึกษาที่กรุงเทพมหานคร ในเบื้องต้น 9 คน พบว่า **ระยะเวลาการศึกษามีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของหลักสูตรที่สถานศึกษาจัดให้ และค่าครองชีพมีความสัมพันธ์กับเลือกซื้อของที่ระลึก**

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์สามารถสร้างสมมติฐานของการวิจัยได้ว่า **ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลได้แก่** เพศ อายุ ค่าครองชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการศึกษา ญาติหรือเพื่อน ๆ ที่มาเยี่ยมมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว การเลือกที่พัก การเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกซื้อของที่ระลึก ผู้วิจัยจึงเสนอกรอบแนวคิด ดั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรคือนักศึกษาชาวจีนที่ศึกษากรุงเทพมหานคร กำหนดแบบสอบถามจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านออนไลน์ (www.wjx.cn) และส่งลิงค์ในกลุ่มนักศึกษาชาวจีนกำลังศึกษาที่กรุงเทพมหานคร จำกัดจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด มีแบบสอบถามที่ตอบไม่สมบูรณ์ 16 ชุด และพบว่าผู้ตอบที่ไม่เคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย 74 คน จึงมีแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 310 ชุด ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชาวจีนกำลังศึกษาที่กรุงเทพมหานครทั้งหมด 310 คน การทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติหาการแจกแจงความถี่ (Frequency) ของกลุ่มตัวอย่าง ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงแบบมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) ถ้า Sig. (ระดับนัยสำคัญทางสถิติ) >0.05 ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ Sig. (ระดับนัยสำคัญทางสถิติ) <0.05 มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ และใช้ Standardized residual ทดสอบความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง ถ้ามูลค่าเป็นจำนวนบวก (+) หมายถึงมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง ถ้ามูลค่าเป็นจำนวนลบ (-) หมายถึงไม่มีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง

แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ส่วนบุคคล ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา ค่าครองชีพ ระยะเวลาการศึกษา เพื่อนหรือญาติที่มาเยี่ยม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีน ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกที่พัก เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวและเลือกซื้อของที่ระลึก ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้มีการทดสอบ

ความเชื่อมั่นจำนวน 30 คน เพื่อนำมาทดสอบวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีแบบวัดครั้งเดียวด้วยวิธี Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไปทั้งฉบับ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 พบว่า ในการศึกษาครั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 80.6 มีเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 นักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมาเป็นอายุ 26-30 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 อายุ 31-35 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และอายุมากกว่า 35 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 78.1 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 มีค่าครองชีพ/รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีค่าครองชีพ/รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 มีค่าครองชีพ/รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 มีนักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่การศึกษาที่กรุงเทพ 4-12 เดือน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 มีนักศึกษาชาวจีนการศึกษาที่กรุงเทพมากกว่า 12 เดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และมีนักศึกษาชาวจีนการศึกษาที่กรุงเทพน้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 มีเพื่อนที่มาเยี่ยม จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 มีเพื่อนและญาติที่มาเยี่ยม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 มีญาติที่มาเยี่ยม จำนวน 40 ตน คิดเป็นร้อยละ12.9 และไม่มีคนที่มาเยี่ยม จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

ตารางที่ 1 ปัจจัยด้านเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.
1. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์	3.92	0.843
2. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่ทางวัฒนธรรม	3.96	0.852
3. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสถานที่ทางธรรมชาติ	4.31	0.729
4. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นสถานที่ที่ท่านรู้จัก	4.13	0.786
5. ท่านเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย	4.33	0.864
ค่าเฉลี่ย	4.13	0.719

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาชาวจีนที่มีความสนใจมากเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา เลือกสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ที่สามมีความสนใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นสถานที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ตารางที่ 2 ปัจจัยด้านที่พัก

ปัจจัยด้านที่พัก	$\overline{X}$	S.D.
1. ท่านเลือกที่พักที่มีความสะอาด	4.52	0.745
2. ท่านเลือกที่พักที่มีความสวยงาม	4.29	0.772
3. ท่านเลือกที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย	4.32	0.753
4. ท่านเลือกที่พักที่มีความปลอดภัย	4.60	0.739
ค่าเฉลี่ย	4.56	0.704

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับเลือกที่พักมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาเลือกที่พักมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และเลือกที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	$\overline{X}$	S.D.
1. ท่านเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย	3.56	0.943
2. ท่านเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นพักผ่อน	4.07	0.861
3. ท่านเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลักสูตรของสถานศึกษาจัดให้	3.77	0.945
ค่าเฉลี่ย	3.66	0.811

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาชาวจีนมีความสนใจมากเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นพักผ่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมา เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลักสูตรของสถานศึกษาจัดให้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยอยู่ในระดับที่สาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านเลือกซื้อของที่ระลึก

ของที่ระลึก	$\bar{X}$	S.D.
1. ท่านซื้อของที่ระลึกที่ราคาถูก	3.70	0.987
2. ท่านซื้อของที่ระลึกที่พกพาสะดวก	3.89	0.940
ค่าเฉลี่ย	3.79	0.90

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษาชาวจีนมีความสนใจมากเลือกซื้อของที่ระลึกที่พกพาสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมา เลือกซื้อของที่ระลึกราคาถูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Chi-Square)

	ไค-สแควร์	แหล่งท่องเที่ยว	ที่พัก	กิจกรรม	ของที่ระลึก
เพศ	x^2	7.998	7.396	13.300	8.621
	Sig	.277	.232	.073	.239
อายุ	x^2	66.711	63.540	29.922	35.089
	Sig	.000*	.000*	.572	.167
ระดับการศึกษา	x^2	21.365	20.954	25.360	15.870
	Sig	.093	.051	.064	.321
ค่าครองชีพ	x^2	24.125	19.384	27.861	71.559
	Sig	.917	.932	.926	.000*
ระยะเวลาการศึกษา	x^2	17.623	12.445	29.207	15.490
	Sig	.224	.411	.023*	.346
เพื่อนหรือญาติที่มาเยี่ยม	x^2	34.495	22.329	27.210	26.833
	Sig	.032*	.218	.295	.176

จากตารางที่ 5 พบว่า เพศ ระดับการศึกษา Sig>0.05 ซึ่งจะไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกที่พัก เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว และเลือกซื้อของที่ระลึก ช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวและเลือกที่พักอย่างมีนัยสำคัญ เพราะว่า Sig<0.05 ไม่มีความสัมพันธ์กับเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว และเลือกซื้อของที่ระลึก ค่าครองชีพมีความ

สัมพันธ์กับการเลือกซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญ เพราะว่า Sig<0.05 ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกที่พัก และเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว ระยะเวลาการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ เพราะว่า Sig<0.05 ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกที่พัก และเลือกซื้อของที่ระลึก การมีเพื่อนหรือญาติที่มาเยี่ยมมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ เพราะว่า Sig<0.05 ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกที่พัก เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว และเลือกซื้อของที่ระลึก

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Standardized residual)

แหล่งท่องเที่ยว		**อายุ<=25ปี**		**อายุ>25ปี**	
		1	5	1	5
ประวัติศาสตร์	N	74	146	19	71
	Standardized residual	(2.2)	(-2.2)	(-2.2)	(2.2)
วัฒนธรรม	N	68	152	23	67
	Standardized residual	(.9)	(-.9)	(-.9)	(.9)
ธรรมชาติ	N	27	193	6	84
	Standardized residual	(1.5)	(-1.5)	(-1.5)	(1.5)
ชื่อเสียง	N	41	179	13	77
	Standardized residual	(.9)	(-.9)	(.-.9)	(.9)
ปลอดภัย	N	38	182	6	84
	Standardized residual	(2.4)	(-2.4)	(-2.4)	(2.4)
ที่พัก	N	16	204	7	83
ความสะอาด	Standardized residual	(-.2)	(.2)	(.2)	(-.2)
ความสวยงาม	N	25	195	11	79
	Standardized residual	(-.2)	(.2)	(.2)	(-.2)
ความสะดวก	N	23	197	10	80
สบาย	Standardized residual	(-.2)	(.2)	(.2)	(-.2)
ความปลอดภัย	N	15	205	21	289
	Standardized residual	(.0)	(.0)	(.0)	(.0)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Standardized residual) (ต่อ)

กิจกรรมการท่องเที่ยว		น้อยกว่า 3 เดือน		4-12 เดือน		มากกว่า 12 เดือน	
		1	5	1	5	1	5
ผจญภัย	N	16	26	95	93	42	38
	Standardized residual	(-1.6)	(1.6)	(.5)	(-.5)	(.7)	(-.7)
พักผ่อน	N	5	37	39	149	17	63
	Standardized residual	(-1.4)	(1.4)	(.6)	(-.6)	(.4)	(-.4)
หลักสูตรจัดให้	N	15	27	67	121	33	47
	Standardized residual	(-.2)	(.2)	(-.7)	(.7)	(.9)	(-.9)

ของที่ระลึก		ค่าครองชีพ <= 60,000 บาท		ค่าครองชีพ > 60,000 บาท	
		1	5	1	5
ราคาถูก	N	123	171	8	8
	Standardized residual	(-.6)	(.6)	(.6)	(-.6)
พกพาสะดวก	N	95	199	9	7
	Standardized residual	(-2.0)	(2.0)	(2.0)	(-2.0)

แหล่งท่องเที่ยว		ญาติ		เพื่อน		ญาติกับเพื่อน	
		1	5	1	5	1	5
ประวัติศาสตร์	N	11	29	25	74	14	30
	Standardized residual	(-.4)	(.4)	(-1.2)	(1.2)	(.3)	(-.3)
วัฒนธรรม	N	9	31	25	74	16	28
	Standardized residual	(-1.0)	(1.0)	(-1.1)	(1.1)	(1.1)	(-1.1)
ธรรมชาติ	N	4	36	12	87	6	38
	Standardized residual	(-.1)	(.1)	(.6)	(-.6)	(.7)	(-.7)
ชื่อเสียง	N	4	36	18	81	7	37
	Standardized residual	(-1.3)	(1.3)	(.2)	(-.2)	(-.3)	(.3)
ปลอดภัย	N	6	34	14	85	8	36
	Standardized residual	(.2)	(-.2)	(.0)	(.0)	(.8)	(-.8)

โดยจากตารางที่ 5 ได้รับว่าลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เลือกที่พัก เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยว และเลือกซื้อของที่ระลึก จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษาชาจีนที่มีอายุมากกว่าในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว มีมูลค่า Standardized residual เป็นจำนวนบวก (+) สูงกว่านักศึกษาชาจีนที่มีอายุน้อย และพวกเขานิยมเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทมีความปลอดภัยและเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ในการเลือกที่พัก มีมูลค่า Standardized residual เป็นจำนวนบวก (+) สูงกว่าอายุมากกว่า 25 ปี และพวกเขาสนใจการเลือกที่พักที่มีความสะอาด ความสวยงามและความสะดวกสบาย นักศึกษาชาวจีนที่มีระยะเวลาการศึกษาไม่เกิน 1 ปีในการเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สถานศึกษาจัดให้ มีมูลค่า Standardized residual เป็นจำนวนบวก (+) สูงกว่านระยะเวลาการศึกษามากกว่า 1 ปี นักศึกษาชาวจีนที่มีค่าครองชีพน้อยในการเลือกซื้อของที่ระลึกมีมูลค่า Standardized residual เป็นจำนวนบวก (+) สูงกว่าค่าครองชีพมาก และพวกเขาจะมีความสนใจซื้อของที่ระลึกที่พกพาสะดวก นักศึกษาชาวจีนที่มีเพื่อนกับญาติที่มาเยี่ยมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่มีชื่อเสียง มีมูลค่า Standardized residual เป็นจำนวนบวก (+) สูงกว่ากลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มญาติที่มาเยี่ยม

จากแบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า วิชาเอกที่ศึกษา การจราจร ภาษาที่เรียน ภูมิอากาศ ความปลอดภัยของอาหาร สายการบินและโรงแรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนที่ท่องเที่ยว

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่านักศึกษาชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่มีอายุ 20-25ปี และมีจำนวนมากเคยเดินทางในประเทศไทย วัยรุ่นที่มีลักษณะแสวงหาสิ่งใหม่ๆ และรับความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งจะต้องการการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาชาวจีนที่มาศึกษาที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ใช้เวลาการศึกษาไม่เกิน 1 ปี ที่มีระยะเวลาเพียงพอในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย และค่าครองชีพของนักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน แต่พวกเขามีค่าครองชีพเพียงพอ เนื่องจากค่าใช้จ่ายของประเทศไทยไม่สูงมาก จึงทำให้นักศึกษาชาวจีนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในเวลาเดียวกันญาติกับเพื่อนที่มาเยี่ยม ในวันหยุดราชการกับปิดเทอมก็จะทำให้นักศึกษาชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวกับญาติหรือเพื่อนที่มาเยี่ยม

นักศึกษาชาวจีนทั่วไปเดินทางท่องเที่ยวปีละหนึ่งถึงสองครั้ง และการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะการวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้าใช้เวลาหนึ่งเดือน โดยปกตินักศึกษาชาวจีนรับข้อมูลที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ (เช่น Baidu Google) ในปีที่ผ่านมา สังคมออนไลน์ที่มีพัฒนามากขึ้น นักศึกษาชาวจีนส่วนมากใช้สื่อสังคม

ออนไลน์ เช่น Weibo TikTok Kuaishou RED ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยว นอกจากนี้ Qyer Mafengwo เพื่อนและญาติแนะนำ หนังสือการท่องเที่ยว ละครโทรทัศน์ไทยก็เป็นช่องทางที่นักศึกษาชาวจีนที่รับข้อมูลการท่องเที่ยว นักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับเพื่อนร่วมชั้นเรียนและชอบไปเที่ยวเป็นกลุ่ม พวกเขาเดินทางท่องเที่ยวครั้งละ 2-7 วัน แต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 6,001 บาท ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวพวกเขาชอบเลือกที่พักเป็นโรงแรม นักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่ชอบประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้คนอื่นรับรู้

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ทำให้รับรู้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักศึกษาชาวจีนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา ซึ่งคาดว่าจะได้เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยและตลาดการท่องเที่ยวของไทย โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

จากผลการศึกษา พบว่า ระยะเวลาการศึกษามีความสัมพันธ์กับเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของหลักสูตรสถานศึกษาจัดให้ ช่วงอายุของนักศึกษาชาวจีนมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และพวกเขามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ชอบประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้คนอื่นรับรู้ และมีญาติกับเพื่อน ๆ ที่มาเยี่ยมในช่วงเวลาปิดเทอมและวันหยุดราชการ ซึ่งมหาวิทยาลัยควรจะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่มีระยะเวลาการศึกษาไม่เกิน 1 ปี 1. ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวตามอายุของนักศึกษาชาวจีน เช่นกลุ่มนักศึกษาชาวจีนที่มีอายุมากกว่า 25 ปี มหาวิทยาลัยสามารถจัดหลักสูตรการท่องเที่ยวสำหรับการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ เมืองโบราณ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ถ้ากลุ่มนักศึกษาชาวจีนที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มหาวิทยาลัยสามารถจัดหลักสูตรการท่องเที่ยวสำหรับการเยี่ยมชมวัดพระแก้ว พระบรมมหาราชวัง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อทำให้นักศึกษาชาวจีนสามารถให้คำแนะนำให้เพื่อนกับญาติที่มาเยี่ยมชม 2. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในช่วงเวลาเปิดเทอมใหม่หรือกลางภาคการศึกษา เพื่อให้นักศึกษาชาวจีนเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวกับญาติหรือเพื่อนที่ มาเยี่ยมในช่วงเวลาวันหยุดราชการกับปิดเทอม และเพื่อให้รู้จักความต้องการของนักศึกษาชาวจีนและเข้าใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ บริษัทท่องเที่ยว 1. ควรมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย เช่น 1.1 เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวของมหาวิทยาลัย เช่น การให้บริการเช่ารถ เช่าห้องพักโรงแรม 1.2 สร้างช่องทางการขายในมหาวิทยาลัย เช่น นักศึกษาชาวจีนอาจจะต้องการเช่ารถเดินทางท่องเที่ยว จองโรงแรม ซื้อตั๋วสถานที่ท่องเที่ยวผ่านช่องทางการขายในมหาวิทยาลัย 2. สร้างโฆษณาในช่องทาง Social Meida เช่น บริษัทท่องเที่ยวได้ถ่ายวีดีโอที่เกี่ยวกับอาคารทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวที่มีเชื่อเสียง และของที่ระลึกที่เป็นเล็ก ๆ พกพาสะดวกลงใน Weibo TikTok Kuaishou เพื่อแรงดึงดูดนักศึกษาชาวจีนที่มีระยะเวลาการศึกษามากกว่า 1 ปีเดินทางท่องเที่ยวและพาเพื่อนกับญาติที่มาเยี่ยมเดินทางท่องเที่ยว

จากผลการศึกษายังพบว่า นักศึกษาชาวจีนรับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ชอบเลือกที่พักเป็นโรงแรม และช่วงอายุน้อยกว่ามีความสนใจด้านเลือกที่พักมาก ซึ่งโรงแรม 1. ควรใส่ใจกับความสะอาดมากกว่า โรงแรมควรติดป้ายในห้อง เพื่อแจ้งลูกค้าเรื่องเวลาของการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค ควรมีหมายเลขโทรศัพท์ฉุกเฉิน และเตรียมหน้ากากอนามัยที่ห้องเพื่อทำให้ลูกค้าเดินทางข้างนอกใช้ได้ นอกจากนี้ โรงแรมควรระวังความสะอาดของสิ่งอำนวยความสะดวก ติดป้ายบอกลูกค้า วิธีการใช้เครื่องสิ่งอำนวยความสะดวก เวลาของการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ เพราะว่าปัจจุบันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่ายังไม่มีหาย ในอนาคตนักศึกษาชาวจีนควรจะมีความสอนใจมากด้านความสะอาด 2. ควรเชิญชวนนักศึกษาชาวจีนที่มีอายุน้อยกว่ามาพักที่โรงแรม แล้วทำรายการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ลงใน Weibo TaobaoLive TikTok หรือเขียนเคล็ดลับ ประสบการณ์ที่พักลงใน RED Tourism Website (เช่น Qyer Mafengwo) เพราะว่ากลุ่มนี้มีความสนใจมากด้านการเลือกที่พัก และนิยมใช้สังคมออนไลน์แบ่งปันประสบการณ์การเดินทางให้คนอื่นทราบ

การศึกษาครั้งนี้พบว่า นักศึกษาชาวจีนในประเทศไทยโดยความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและต่อเศรษฐกิจ เพราะนอกจากการชำระค่าเล่าเรียน ค่าเช่าห้องพักและค่าใช้จ่ายของชีวิตประจำวันแล้วพวกเขายังมีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายได้จากนักศึกษาชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวมีประมาณ 60 ล้านบาทต่อปี นอก จากนี้ พวกเขายังมีเพื่อนหรือญาติที่มาเยี่ยมและเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาได้

ในอนาคตควรจะมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับตลาดเพื่อน ๆ หรือญาติที่มาเยี่ยม และภารกิจของนักศึกษาชาวจีนในตลาดการท่องเที่ยวไทย นอกเหนือจากนี้ ยังเห็นได้ว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาเป็นตลาดที่ใหญ่และมีศักยภาพในการเป็นเจ้าบ้านในต่างประเทศเป็นอย่างมาก ควรจะมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวเชิงการศึกษาสำหรับนักเรียนชาวจีน

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการของประเทศจีน. (2019). *ภาพรวมของการศึกษาจีน 1-การพัฒนาการศึกษาของชาติในปี 2018.* สืบค้น 21 สิงหาคม 2563, จาก http://www.moe.gov.cn/jyb__sjzl/s5990/201909/t20190929__401639.html

กลุ่มงานส่งเสริมธุรกิจบริการ 2. (2557). *ธุรกิจบริการการศึกษานานชาติ.* สืบค้น 21 สิงหาคม 2563, จาก https://www.ditp.go.th/contents__attach/83469/83469.pdf

ทุนจีนรุกมหาลัยไทยเปิดทางหนีสอบกดดันเคลื่อนทัพ เรียนนอก 6 แสนคนต่อปี. (2562). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้น 27 เมษายน 2563, จาก https://www.thairath.co.th/scoop/1712528

ไทยแชมป์จุดหมายปลายทางยอดฮิตของนักศึกษาต่างชาติ. (2562). *โพสต์ทูเดย์.* สืบค้น 21 สิงหาคม 2563, จาก https://www.posttoday.com/world/595063

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. (2016). *ชิง 4 หมื่นล้าน แย่ง น.ศ.ต่างชาติ ม.เอกชนแข่งเดือดลุยเจาะจีน-อาเซียน.* สืบค้น 27 เมษายน 2563, จาก http://dpuic.dpu.ac.th/ชิง-4-หมื่นล้าน-แย่งน-ศ-ต่า/

วรรษมน จันทดิษฐ์. (2552). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวาจังหวัดสมุทรสงคราม.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อัจฉรา สมบัตินันทนา. (2555). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Australia-Educating Globally. (2013). A great place to study international student strategy. *International Student Strategy,* 17, 9-11. Retrieved from https://www.melbourne.vic.gov.au/SiteCollectionDocuments/internat-student-strategy-2013-17.pdf

Chronicle, C. (2018, Mar 21). Educational tourism, A new opportunity for the industry. *Curacao Chronicle.* Retrieved from https://curacaochronicle.com/tourism/educational-tourism-a-new-opportunity-for-the-industry/

Francisco, J., Garcia, R., & Javier, M. (2015). The role of tourist destination in international studentsอ choice of academic center: The case of Erasmus programme in the Canary Islands. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 13*(1), 175-189.

Huang, R. (2006). A study of gender differences-the travel behavior of Chinese international students studying in the UK. *Tourism, 54*(1), 63-69.

Liu, G., & Ryan, C. (2015). The role of Chinese students as tourists and hosts for overseas travel. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 16*(4), 445-464.

Lin, M. (2018). *Travel motivations and behaviours of mainland Chinese students in New Zealand.* New Zealand: Auckland University of Technology Ethics Committee.

Qiu, J. (2014). *Mainland Chinese International University Students travel motivations, travel information sources, and general travel patterns within Canada: A case study at the University of Waterloo.* Ontario: University of Waterloo.

Smith, A. (2013). The role of educational tourism in raising academic standards. *African Journal of Hospitality,* Tourism and Leisure, 2(3), 1-7.

Sun, J. (2010). *Research on the development of educational tourism products in Kunming.* Yunnan: Yunnan University.

UNESCO. (2009). *2009 World conference on higher education: The new dynamics of higher education and research for societal change and development.* Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000183277

XinHua. (2019). Thailand received a total of 5.65 million mainland Chinese tourists in the first half of this year. *XinHua News.* Retrieved from_http: //www.xinhuanet.com/world/2019-07/24/c__1210212646

Zhu, M. (2016). *Chinese international students' travel information search behavior in Australia.* Lismore, New South Wales: Southern Cross University.