

ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน
สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาด
ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) *

The Expectations and Satisfaction of Thai Tourists Traveling to
Kunming, Yunnan Province, People's Republic of China, After
the Outbreak of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)
pandemic

SHAN GAO, นาวิน พรหมใจสา, วิกรม บุญนุ่น, โกมินทร์ วังอ่อน, และ อารีย์ บินประทาน

SHAN GAO, Nawin Promjisa, Vikrom Boonnun, Gomin Wang-on, and

Aree Binprathan

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Faculty of Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University

Corresponding Author, E-mail: ilikesherryshan@163.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุนหมิง 2) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุนหมิง 3) ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวในเมืองคุนหมิงและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน

* ได้รับความเห็นชอบ: 29 สิงหาคม 2567; แก้ไขบทความ: 9 ตุลาคม 2567; ตอรับตีพิมพ์: 11 ตุลาคม 2567

Received: August 29, 2024; Revised: October 9, 2024; Accepted: October 11, 2024



333 ชุดและใช้สถิติ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) และวัดเปรียบเทียบแบบจับคู่ (Paired-Sample T Test)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองคุนหมิงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง 5-6 วัน ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัวและมีนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองคุนหมิง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระดับความคาดหวังและความพึงพอใจมากในด้านสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และที่พัก จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ของเมืองคุนหมิง แต่ยังไม่พึงพอใจอย่างมาก ด้านความเพียงพอของห้องน้ำที่สะอาดรวมถึงด้านการบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านธุรกิจที่พักในเมืองคุนหมิงมีการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ผู้เข้าพัก จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีปัญหาเกิดขึ้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะการสื่อสารภาษาอังกฤษและความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ ข้อเสนอแนะที่พบคือควรมีการพัฒนาในด้านทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ช่องทางการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย จำนวนและความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ รวมถึงการจำกัดเขตการสูบบุหรี่

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวไทย; เมืองคุนหมิง; ความคาดหวังและความพึงพอใจ

Abstract

This study aims to 1) examine the travel behavior of Thai tourists visiting Kunming, 2) explore the expectations and satisfaction of Thai tourists in Kunming, and 3) investigate the problems in the inbound tourism market of Thai tourists visiting Kunming and propose recommendations for developing the inbound tourism market. The study is a quantitative research, collecting data from 333 questionnaires. The statistical methods used include percentage, mean, standard deviation (SD), and paired-sample t-test.



The analysis revealed that most Thai tourists traveling to Kunming are female, hold a bachelor's degree, have a monthly income of 30,001 baht or more, and spend 5-6 days in Kunming. The majority travel with their families and most are visiting Kunming for the first time. Thai tourists generally have high expectations and satisfaction levels in terms of attractions, activities, accessibility, facilities, and accommodations. The analysis further shows that Thai tourists are highly satisfied with the 5A components (Attraction, Activity, Accessibility, Amenities, and Accommodation) of Kunming, but there is significant dissatisfaction with the cleanliness and availability of public restrooms and the service provided to international tourists. Additionally, accommodation businesses in Kunming are found to offer limited tourism information to guests. The survey responses indicate that the inbound tourism market for Thai tourists faces challenges, particularly in terms of amenities, with major issues being English communication and the cleanliness of public restrooms. The recommendations include improving English communication skills, providing more diverse payment options, increasing the number and cleanliness of public restrooms, and implementing more stringent smoking area regulations.

Keywords: Thai tourists; Kunming; expectations and satisfaction

1. บทนำ

ในปี พ.ศ. 2562 โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เกิดขึ้นและแพร่กระจายทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ตลาดการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวยังคงเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบหนักที่สุดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและแอฟริกา (The United Nations World Tourism Organization ,UNWTO, 2022) ในปีพ.ศ. 2562 ก่อนการเกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สาธารณรัฐประชาชนจีนได้รับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 65.7 ล้านคน สร้างรายได้ 35.8 พันล้านดอลลาร์ คิดเป็นระดับที่หนึ่งที่ได้รับนักท่องเที่ยวต่างชาติของ



ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (The United Nations World Tourism Organization, UNWTO, 2019) ในช่วงที่เกิดการระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สาธารณรัฐประชาชนจีนออกประกาศหลายฉบับเพื่อป้องกัน โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปี พ.ศ. 2563 วันที่ 24 มกราคม กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาชนจีนออกประกาศฉุกเฉิน เรื่องการระงับกิจกรรมการท่องเที่ยวของธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติท่องเที่ยวภายในสาธารณรัฐประชาชนจีนก็หยุดเช่นเดียวกัน จนถึงปี พ.ศ. 2566 วันที่ 31 มีนาคม เริ่มจากปี พ.ศ. 2566 เป็นต้นไป สาธารณรัฐประชาชนจีนออกประกาศเรื่องการฟื้นฟูกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติท่องเที่ยวภายในสาธารณรัฐประชาชนจีนมีเพิ่มมากขึ้น ครั้งแรกของปี พ.ศ. 2566 สาธารณรัฐประชาชนจีนได้รับ 1.8 ล้านคน โดยมีการคาดการณ์ว่าจะสามารถกลับมาฟื้นฟูเท่ากับปีพ.ศ.2562 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 (World Tourism Alliance, 2023)

ตามข้อมูลศูนย์เพื่อธุรกิจไทยในจีน สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง (2558) พบว่า มณฑลยูนนาน เป็นตัวเลือกลำดับต้น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจไทยที่ต้องการเริ่มต้นทำความรู้จักกับประเทศจีน ด้วยสภาพภูมิอากาศที่ไม่เย็นจนเกินไปและไม่ร้อนจัด มีที่ตั้งใกล้กับประเทศไทย ในแต่ละปีจึงมีชาวไทยเดินทางไปเยือนมณฑลยูนนานมากขึ้น กว่า 4 แสนคน ในปี 2557 มีคนไทยไปเยือนมณฑลยูนนาน ปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด คือ นครคุนหมิง (จิราภพ ทวีสูงส่ง, 2567) ปลายทางในประเทศจีนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมาท่องเที่ยว ได้แก่ เชียงไฮ้ กว่างโจว ปักกิ่ง ฮาร์บิน เฉิงตู คุนหมิง เซินเจิ้น ทางโจว ฉงชิ่ง และฉางซา และฉินจี้ ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายกิจการสาธารณะของ C-Trip Group กล่าวว่า ไทยเป็น 1 ใน 10 ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวจีนจำนวนมากที่สุดในปี 2566 (Peng, 2004)

ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงพฤศจิกายนในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 5 ของตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของเมืองคุนหมิง ปี พ.ศ. 2560 จากข้อมูลของ Li (2019) ได้ระบุว่า ในปี 2561 สถานที่ท่องเที่ยวภูเขาเจียวซือ เริ่มรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามา ภายในช่วงปลายปี 2561ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 30,000 คน และบริษัทได้รองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 10,000 คนในปี พ.ศ. 2560 โดยมีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวโดยเฉพาะเพื่อรองรับ



นักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง ในเดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2561 ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่า 10,000 คนไปเที่ยวที่กุเจาเจียวซื่อ (Nitikarnkarun, 2019)

นอกจากนี้ จากสถิติย้อนหลังพบว่า ก่อนการเกิด โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นระดับที่หนึ่งที่ได้รับนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตลาดการท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศไทยเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ในตลาดการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาชนจีน การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของประเทศไทยได้นำทุนสำรองเงินตราต่างประเทศมาสู่ประเทศไทย ในช่วงเวลาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พัฒนาตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของประเทศไทยซบเซาและส่งผลให้เศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเสียหายอย่างมาก หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ประเทศไทยออกนโยบายฟรีวีซ่าทำให้ตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของประเทศไทยฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยเป็นประเทศส่วนหนึ่งในการนโยบายฟรีวีซ่าเข้ามาประเทศไทย จึงมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาเที่ยวประเทศจีนและเป็นกลุ่มที่เริ่มเติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของประเทศไทย เนื่องจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ติดกับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และสภาพภูมิอากาศดี เมืองคุนหมิงจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศไทย กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลายเป็นกลุ่มที่เติบโตเร็วที่สุดในตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของเมืองคุนหมิง หลังจากการแพร่ระบาดคลี่คลายลง มาตรการ ข้อจำกัดต่างๆ ได้รับการผ่อนปรน นักท่องเที่ยวไทยเริ่มกลับมาเที่ยว แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านสุขภาพ รวมถึงมาตรการการท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีขึ้นเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจด้านนี้ควรพึงให้ความสำคัญ ซึ่ง จากที่กล่าวจึงนำมาสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้มีความสำคัญเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวไทย หลังจากสถานการณ์คลี่คลายลง มาตรการด้านการท่องเที่ยวได้รับการผ่อนปรน และนโยบายฟรีวีซ่าก็ช่วยกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของจีน นักท่องเที่ยวไทยจึงเริ่มกลับมา แต่ปัจจัยใหม่ ๆ เช่น ความปลอดภัยด้านสุขภาพและมาตรการป้องกันโรค ยังคงมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว



ความคาดหวัง และความพึงพอใจ การวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นในการสำรวจปัจจัยเหล่านี้เพื่อตอบสนองต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุณหมิง
2. เพื่อการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุณหมิง
3. เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวในเมืองคุณหมิงและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

3. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เมืองคุณหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 15,000 คนในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับประชากรที่ทราบจำนวนชัดเจน จะใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรจำนวน 15,000 คน ด้วยสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 375 คนเก็บข้อมูลจาก ออนไลน์ (<https://docs.google.com/forms/d/1i52Ys11uZG6a6SOVn0ay-McOcbNEFXj-bCNAmlRm-E/edit>) ทั้งหมด 51 ชุด เก็บข้อมูลจากสนามบินฉางสวี่ ทั้งหมด 324 ชุด มีแบบสอบถามที่ตอบไม่สมบูรณ์ 42 ชุด จึงมีแบบสอบถามที่ใช้ได้ในการศึกษารั้งนี้ 333 ชุด ซึ่งอัตราการตอบกลับคิดเป็น ร้อยละ 90 โดยที่อัตราการตอบกลับมากกว่าร้อยละ 50 ขึ้นไปถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งสามารถเอาสถิติที่จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เมืองคุณหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั้งหมด 333 คน



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามโดยการกำหนดองค์ประกอบของแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุนหมิง ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุนหมิง และส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวในเมืองคุนหมิง

โดยการออกแบบแบบสอบถามด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุนหมิงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ตามแนวคิดและทฤษฎีกับองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A ได้แก่ สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenity) ที่พักรับรอง (Accommodation) และทฤษฎีการตลาด 4Cs หรือ 4C's Marketing Model ได้แก่ ลูกค้า (Customer) ค่าใช้จ่าย (Cost) ความสะดวก (Convenience) และการสื่อสาร (Communication) ทั้งหมด 333 คน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

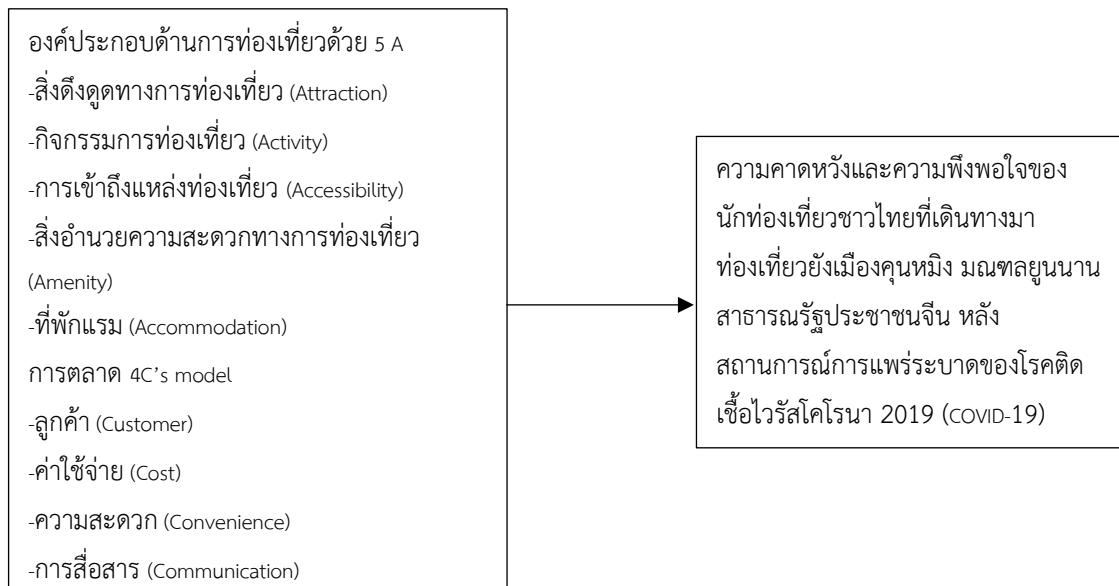
การทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการแจกแจงค่าร้อยละ (Percentage) จำนวน (Number) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และวัดเปรียบเทียบแบบจับคู่สิ่งทดลอง (Paired-Sample T Test) ซึ่งจะต้องให้ทดลองตั้งสมมุติฐานในช่องว่างข้างล่าง

H_0 : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุนหมิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H_1 : ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุนหมิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.46 เพศชาย จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.93 และ LGBTQ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.61 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.95 รายได้ต่อเดือน 0 – 10,000 บาท จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.71 รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.62 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.71 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.11 และรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.90



2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวมาเมืองคุณหมิง

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่เคย (มาครั้งแรก) เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองคุณหมิง จำนวน 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.95 และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองคุณหมิงจำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.05 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วัน จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.43 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1 สัปดาห์ขึ้นไป จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.84 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 4-5 วัน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.12 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 วัน จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.21 ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 3-4 วัน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 และใช้เวลาในการท่องเที่ยว 1-2 วัน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.40 เดินทางกับครอบครัว จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.75 เดินทางกับเพื่อน จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.53 เดินทางคนเดียว จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.61 เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.11 เดินทางกับที่ทำงาน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.80 และอื่น ๆ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.20

3. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุณหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ในการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุณหมิงนั้น ได้ใช้องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) มาเป็นกรอบในการศึกษารายละเอียดดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติพื้นฐานด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

องค์ประกอบการท่องเที่ยว(5A)	ความคาดหวัง			ความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.10	0.84	มาก	4.28	0.75	มาก
ด้านกิจกรรม (Activity)	3.87	0.87	มาก	4.03	0.80	มาก
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)	3.94	0.92	มาก	4.11	0.87	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	3.82	0.94	มาก	3.81	0.95	มาก
ด้านที่พัก (Accommodation)	4.03	0.88	มาก	4.16	0.83	มาก
เฉลี่ยรวม	3.95	0.89	มาก	4.08	0.84	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) รายละเอียดดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 4.10 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.28 ด้านกิจกรรม (Activity) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 3.87 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.03 ด้านการเข้าถึง (Accessibility) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 3.94 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.11 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 3.82 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.81 ด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 4.03 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.16 องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 3.95 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.08



4. ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างด้านความคาดหวังและความพึงพอใจ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว(5A)	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ความคาดหวังและความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	$\bar{X}$	t	df	Sig.2-tailed
ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)					
1. เมืองคุนหมิงมีความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของสถานที่	4.15	4.31	-3.555	332	0.000
2. เมืองคุนหมิงมีผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกมีความหลากหลาย	3.98	4.08	-2.200	332	0.028
3. เมืองคุนหมิงแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.13	4.40	-5.710	332	0.000
4. เมืองคุนหมิงมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	4.15	4.32	-3.978	332	0.000
ด้านกิจกรรม (Activity)					
5. เมืองคุนหมิงมีกิจกรรมเกี่ยวกับเทศกาลและความบันเทิงหลากหลาย	3.84	4.00	-3.071	332	0.002
6. เมืองคุนหมิงมีกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแสดงที่หลากหลาย	3.95	4.06	-2.270	332	0.024
7. เมืองคุนหมิงมีกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินของท้องถิ่นที่หลากหลาย	3.93	4.20	-5.152	332	0.000
8. เมืองคุนหมิงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย	3.77	3.87	-2.020	332	0.044
ด้านการเข้าถึง (Accessibility)					
9. เมืองคุนหมิงมีช่องทางการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยวหลายเส้นทาง	3.98	4.21	-5.241	332	0.000



องค์ประกอบการท่องเที่ยว(5A)	ความคาดหวัง	ความพึงพอใจ	ความคาดหวังและความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	$\bar{X}$	t	df	Sig.2-tailed
10. เมืองคุณหมิงมีการจัดการระบบจราจรอย่างดี	3.98	4.23	-5.122	332	0.000
11. เมืองคุณหมิงมีป้ายหรือสัญลักษณ์ในกำกับการเดินทางที่เข้าใจง่าย	3.94	4.04	-2.240	332	0.026
12. เมืองคุณหมิงมีการอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวที่มีความบกพร่องทางการเคลื่อนไหว	3.85	3.97	-2.785	332	0.006
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)					
13. เมืองคุณหมิงมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว	3.59	3.38	3.536	332	0.000
14. เมืองคุณหมิงมีช่องทางการชำระค่าสินค้า/บริการที่สะดวก	3.97	4.04	-2.270	332	0.024
15. เมืองคุณหมิงมีร้านค้าหลากหลายประเภท	4.18	3.80	-3.094	332	0.002
16. เมืองคุณหมิงมีการบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ	3.79	3.71	1.696	332	0.091
ด้านที่พัก (Accommodation)					
17. ธุรกิจที่พักในเมืองคุณหมิงมีความสะอาด	4.07	4.25	-4.271	332	0.000
18. ธุรกิจที่พักในเมืองคุณหมิงมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักที่ครบครัน	4.11	4.23	-2.554	332	0.011
19. ธุรกิจที่พักในเมืองคุณหมิงมีการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ผู้เข้าพัก	3.88	3.88	-0.257	332	0.798
20. ธุรกิจที่พักในเมืองคุณหมิงมีการรักษาความปลอดภัยในที่พักร่างกายดี	4.06	4.26	-4.592	332	0.000



จากตารางที่ 2 พบว่า เมืองคุนหมิงมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวังเท่ากับ 3.59 มีค่าเฉลี่ยด้านความพึงพอใจเท่ากับ 3.38 มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .000 จึงสามารถพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวมาเมืองคุนหมิงไม่พอใจอย่างมาก ด้านห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ เมืองคุนหมิงมีการบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวังเท่ากับ 3.79 มีค่าเฉลี่ยด้านความพึงพอใจเท่ากับ 3.71 มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .091 จึงสามารถสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวมาเมืองคุนหมิงไม่พอใจด้านการบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ธุรกิจที่พักในเมืองคุนหมิงมีการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ผู้เข้าพักมีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวังเท่ากับ 3.88 มีค่าเฉลี่ยด้านความพึงพอใจเท่ากับ 3.88 มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ .798 จึงสามารถสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวมาเมืองคุนหมิงมีความพึงพอใจน้อยด้านธุรกิจที่พักในเมืองคุนหมิงมีการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ผู้เข้าพัก ประเด็นอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยด้านความคาดหวังน้อยกว่าค่าเฉลี่ยด้านความพึงพอใจ และมีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวมาเมืองคุนหมิงมีความพอใจมากด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ของเมืองคุนหมิง

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ประเด็น	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Customer)	4.07	0.81	มาก
ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Cost)	4.04	0.82	มาก
ด้านความสะดวก (Convenience)	4.06	0.90	มาก
ด้านการสื่อสาร (Communication)	3.89	0.95	มาก
เฉลี่ยรวม	4.02	0.87	มาก



จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02, S.D.=0.87) รายละเอียดดังนี้

ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Customer) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (Cost) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านความสะดวก (Convenience) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านการสื่อสาร (Communication) อยู่ในระดับ มาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

6. ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวในเมืองคุนหมิงและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าในเมืองคุนหมิงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะมาจัดหมวดหมู่สามารถสรุปประเด็น ๆ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 เกี่ยวข้องกับห้องน้ำ ควรมีการปรับปรุงเรื่องความสะอาดและความสะดวกในด้านการบริการห้องสุขาในสถานที่ท่องเที่ยว ห้องน้ำเพิ่มโถโครกและเพิ่มห้องน้ำที่มีชักโครก

ประเด็นที่ 2 เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้านการขยายเส้นทางการใช้จ่าย ด้านจัดการเขตสุขุมบุรี ด้านการจัดการจราจรที่วุ่นวาย และด้านการจัดสร้างจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวกับโรงแรมสำหรับชาวต่างชาติ

ประเด็นที่ 3 เกี่ยวข้องกับภาษา ควรมีการพัฒนาทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 4 เกี่ยวข้องกับประชาสัมพันธ์ ควรเพิ่มรีวิว แล้วให้มีช่องทางการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวออฟเดท

5. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในเมืองคุนหมิง หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี มีระดับศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ส่วนใหญ่ไม่เคย (มาครั้งแรก) เดินทางมาท่องเที่ยวที่เมืองคุนหมิง



ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วัน เดินทางกับครอบครัว เช่นเดียวกับ Zhao (2005) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองคุนหมิงส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 25-44 ปี และได้รับระดับศึกษาปริญญาตรี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเมืองคุนหมิงเป็นครั้งแรก มีความพึงพอใจด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิงค่อนข้างสูง แต่ความพึงพอใจในการบริการของไกด์และบริการด้านภาษาจะต่ำกว่า

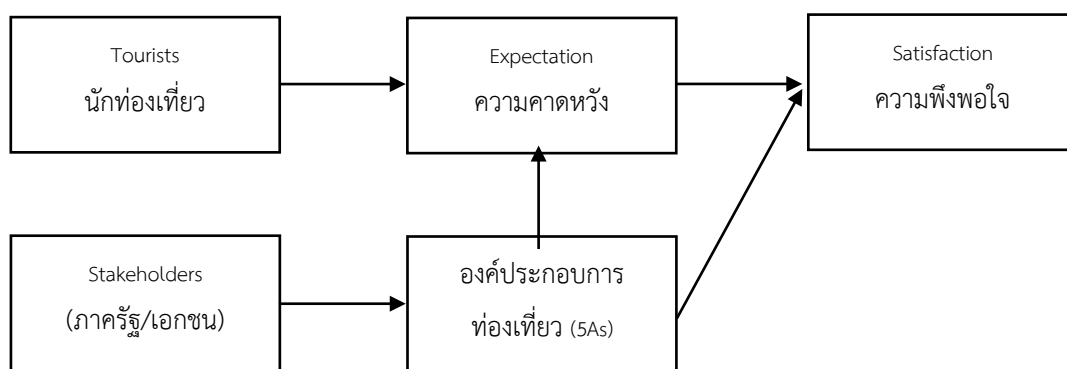
ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activity) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และที่พัก (Accommodation) อยู่ในระดับ มาก แต่ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังโดยเฉพาะ เมืองคุนหมิงมีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอต่อจำนวน มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับ 3.59 อยู่ระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.38 อยู่ระดับ ปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhao, Wu, Ma, and Li (2007) กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในยูนนานมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่พึงพอใจและพอใจพื้นฐานมีจำนวนมาก แต่ยังไม่สามารถสร้างผลทางบวกด้านชื่อเสียงได้ ปัญหาหลักที่พบคือสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ดี ระบบการอธิบายข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่สมบูรณ์ และบางคนมีพฤติกรรมการสับสนหรือส่งผลต่อความพึงพอใจ

จากผลการทดสอบความคาดหวังและความพึงพอใจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเมืองคุนหมิงไม่พอใจด้านห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพออย่างมาก ไม่พอใจด้านการบริการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติและพอใจด้านธุรกิจที่พักในเมืองคุนหมิงมีการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้ผู้เข้าพักซึ่งสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A) ของเมืองคุนหมิงให้ความรู้สึกแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ได้เกินความคาดหวังและมีระดับความพึงพอใจสูง ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Customer) ต้นทุนของผู้บริโภค (Cost) ความสะดวก (Convenience) และการสื่อสาร (Communication) อยู่ในระดับ มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ



Yang (2017) ตลาดการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิงมีความเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่ยอดนิยมเปลี่ยนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เคยไป ต้องนึกถึงยกระดับคุณภาพของพนักงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปรับปรุงระบบการขนส่งด้านการท่องเที่ยว

6. องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพที่ 2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิง

การวิจัยครั้งนี้ได้พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวเมืองคุนหมิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีความคาดหวังและความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านกิจกรรม (Activity) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ระดับมาก ซึ่งคิดว่าเมื่อคุนหมิงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมรับไปเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคาดหวังยังดีส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง หลังจากการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง ซึ่งคิดว่า เดินทางท่องเที่ยวเมืองคุนหมิงสามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยม อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจในการ



เดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองคุนหมิงไม่ได้อยู่ระดับสูงนัก บ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิงยังไม่มีจุดเด่นที่โดดเด่นเป็นพิเศษ และความสามารถในการแข่งขันด้านตลาดการท่องเที่ยวเข้าก็ยังไม่แข็งแกร่ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิงยังขาดผลิตภัณฑ์และเส้นทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย การศึกษานี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในเมืองคุนหมิงไม่สูงมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐและเอกชนของเมืองคุนหมิงจำเป็นต้องพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการสร้างประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของเมืองคุนหมิงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงพัฒนาเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวเมืองคุนหมิงที่แตกต่างกันสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว ซึ่งต้องมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับครอบครัวไทยที่ต้องการ และจัดการกำหนดโปรโมชั่นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเกิน 5 วัน

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย

เมืองคุนหมิงมีศักยภาพอย่างมากในการต้อนรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของเมืองคุนหมิงยังไม่มีนโยบายที่สมบูรณ์เพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้า งานวิจัยนี้สามารถช่วยรัฐบาลของเมืองคุนหมิงและผู้ปฏิบัติงานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองคุนหมิงวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวขาเข้าของเมืองคุนหมิง ดำเนินการประชาสัมพันธ์และจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยละเอียด และกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในระดับปฏิบัติการ

ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ และมัคคุเทศก์ ควรพัฒนาทักษะภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง ควรจัดกิจกรรมฝึกอบรมภาษาสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวและควรจัดด้านประชาสัมพันธ์ด้วยภาษาต่าง ๆ



3. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยในครั้งผู้วิจัยศึกษาเฉพาะความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง ครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองคุนหมิง

3.2 การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของเมืองคุนหมิงและการวิเคราะห์การพัฒนาด้านตลาดการท่องเที่ยวขาเข้าของเมืองคุนหมิง

เอกสารอ้างอิง

- จิราภพ ทวีสูงส่ง. (2567). ทิศทาง-แนวโน้ม “พริวิชาจีน” สิ่งเร้า “ท่องเที่ยวไทย” ให้กลับมา ร้อนแรง. สืบค้นจาก <https://www.thaipbs.or.th/now/content/644>
- สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง. (2558). บทความปีไอซีคุนหมิงปี 2558. ตอนที่ 7 ชม ชิม ซุป สไตล์ไทย ในนครคุนหมิง. สืบค้นจาก <https://kunming.thaiembassy.org/th/content/65577-บทความปีไอซีคุนหมิง-ปี-2558-ตอนที่-7-ชม-ชิม-ซุป-สไตล์ไทย-ในนครคุนหมิง?cate=5f2083460ec8e35b8b42fc19>
- Li, S. F. (2019). More and more overseas tourist sare "checking in" in the more fun Kunming. Retrieved from <https://m.yunnan.cn/system/2019/02/27/030212841.shtml>
- Nitikarnkarun, K. (2019). *Tourist consumption behavior and marketing strategies in Kunming: A study of Thai tourists* (Master's thesis). Kunming University of Science and Technology, Kunming.
- Peng, X. (2024). After mutual visa exemption, Thai tourists' travel. orders to China triple; Kunming and Lijiang are the most popular. The Belt and Road. Retrieved from <https://www.yidaiyilu.gov.cn/p/0D4Q1KO7.html>
- The United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2019). International tourist arrivals. Retrieved from <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>



- The United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2022). In International tourist arrivals. Retrieved from <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data>
- World Tourism Alliance. (2023). 2023H1 China inbound tourism market sentiment report. Retrieved from <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2023/08/2023H1ChinaInboundTourismMarketSentimentReport.pdf>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York, NY: Harper & Row.
- Yang, Q. L. (2017). Characteristics and development features of inbound tourism in Yunnan Province-Taking Kunming as an example. *China Tourism Review*, 3, 85-96.
- Zhao, X. H. (2005). *A Study on Tourist Behaviour Mode of Different Groups of Foreigner Tourist in Kunming* (Master's thesis). ShaanXi Normal University, Xi'an.
- Zhao, X. H., Wu, L. X., Ma, T. F., & Li, T. S. (2007). Study on the Satisfaction of the Main Inbound Tourist in China-Case in Yunnan Province. *Ecological Industry Watch*, 4, 108-111.