



แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ

รุ่งนภา อุดมชลปราการ และชวลีย์ ณ ถลาง
คณะวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนและ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยคำถามแบบมีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 30 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการรถโดยสาร ผู้ประกอบการเรือข้ามฟาก และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว การวิจัยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะช้างด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้ และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน เป้าหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ศึกษาข้อมูลท่องเที่ยวผ่าน อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ เส้นทางของเกาะช้างที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้เดินทางมาท่องเที่ยว คือทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีความเป็นธรรมชาติสูง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนและสวนผลไม้ ส่งผลให้เกาะช้างมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี และ 2) ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้างเห็นความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้างเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนความท้าทายในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน มีหลายประการ ได้แก่ บทบาทสำคัญของระบบเทคโนโลยี สื่อออนไลน์ในการดำเนินชีวิตของชาวจีน ความแตกต่างทางด้านภาษา และวัฒนธรรมจีน ความคาดหวัง และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีมากขึ้น รวมถึงปัญหาเสถียรภาพทางการเมืองของไทย ปัญหาคู่แข่งด้านท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ

คำสำคัญ : การพัฒนาการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน ทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้าง

AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF CHINESE TOURISTS IN KOH CHANG FROM THE BUSINESS OWNER'S PERSPECTIVE

Rungnapa Udomchonprakan and Chawalee Na Thalang

Faculty College of Management, University of Phayao

Abstract

The research aimed to 1) study the behavior of Chinese tourists in Koh Chang in the business owner's perspective, and 2) investigate the business owner's attitude towards the visit of Chinese tourists in Koh Chang. This study was conducted in a qualitative research method. The structured interview was conducted to 30 stakeholders in Koh Chang: hotel management, food shop owner, land transport owner, ferry owner and the travel agencies. The qualitative research applied the content analysis. The interview data indicated as follows:

1) The Chinese tourists paid an important role in generating the revenue in Kho Chang. The majority of the Chinese tourists traveled with their family by own arrangement after collecting the travel data from the internet. The variety of tourism activities as well as the beautiful nature, island culture community and the fruit orchard made the Chinese tourists prefer to visit Koh Chang for their holiday all year -round.

2) The business owners in Koh Chang displayed the need to enhance the tourism for Chinese market. There were a number of challenges in delivery service to Chinese tourists consisting of the significant influence of Internet /online media towards Chinese tourists, the difference between Thai and Chinese languages and culture, the Chinese tourist expectation and travel experience, Thai political stability, tourism rivalry countries and the economic condition.

Keywords: The Development of tourism, The behavior of Chinese tourists, Koh Chang business Owner attitude.

บทนำ

สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่างปี 2557 ถึง ปี 2560 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจาก รัฐบาลหันมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวหลายด้านที่สามารถเป็นตัวดึงดูดเงินตราเข้าประเทศได้ รัฐบาลจึงให้ความสนใจ และออกนโยบายสนับสนุนส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองไทย และเพื่อให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จัก และเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า รวมถึงเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยธุรกิจโรงแรม และที่พัก เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และเป็นแหล่งที่มาของการสร้างงาน และแหล่งที่มาซึ่งรายได้ของประเทศ (Kasikorn Research Center, 2017)

จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเมืองไทยมากที่สุด คือ “นักท่องเที่ยวจีน” นักท่องเที่ยวจีนถือว่าเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจาก จำนวนประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในโลกแล้ว เศรษฐกิจของประเทศจีนมีการขยายตัวและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนในประเทศมีอำนาจการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น และทำให้พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของผู้บริโภคจีนเปลี่ยนไป ตลาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยยังเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่อง และมีศักยภาพในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนเลือกเป็น อันดับแรกคือ ประเทศไทย

เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้มีอัตราการเข้าพักโรงแรมเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ธุรกิจโรงแรม ตลอดจนธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว รถโดยสาร เรือข้ามฟาก ควรจะมีการเตรียมความพร้อมในทุกๆด้าน ทั้งทางด้านการบริการที่มีมาตรฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและพนักงานบริการ เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันด้วยความแตกต่างทางภาษาวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันทางด้านความคิดของคนไทยจึงทำให้เกิดช่องว่าง และข้อจำกัดในการให้บริการและไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจ และไม่สามารถสร้างความประทับใจสูงสุดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้ และถ้ายังปล่อยผ่านปัญหาเช่นนี้ไป ฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยก็จะลดลง และหายไปในที่สุด (Thanakrit Sungchoei, 2011)

อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดถือว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกระแสนายการเรียลลิตี้ชื่อดังของประเทศจีนที่มาถ่ายทำในเกาะช้าง อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานทางภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดตราดให้เป็นรู้จักของนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีที่คนตราด และผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และธุรกิจบริการอื่นๆต้องหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจ และปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังต้องพัฒนาคุณภาพการบริการควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และมีฐานลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นแบบระยะยาว

จากจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้างต้องหาแนวทางหรือรูปแบบในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง เพื่อเพิ่มคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพราะฉะนั้นคุณภาพการบริการจึงจัดว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จ ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจที่จะจ่ายด้วยเหตุนี้ การยกระดับคุณภาพการบริการจึงเป็นกลไกสำคัญที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง (Prachachat Business, 2018)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

คำถามการวิจัย

ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มีทัศนคติอย่างไรกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนบนเกาะช้าง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้าง ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนไว้ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ (Interview) ที่ตั้งขึ้นเองแบบมีโครงสร้าง แบบสัมภาษณ์นี้จะใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ประกอบธุรกิจโรงแรม หรือผู้จัดการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการรถโดยสาร และผู้ประกอบการเรือข้ามฟาก และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว ในพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) แบบมีโครงสร้าง จำนวน 11 ข้อ โดยข้อที่ 1-6 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้าง และ ข้อที่ 7-11 เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน และมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกทำการเก็บข้อมูลโดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งเป็นคำถามแบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งสิ้น จำนวน

30 คน ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรม หรือผู้จัดการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการรถโดยสาร และผู้ประกอบการเรือข้ามฟาก และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม หรือผู้จัดการโรงแรม จำนวน 16 คน ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 5 คน ผู้ประกอบการรถโดยสาร จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการเรือข้ามฟาก จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวจำนวน 5 คน ในพื้นที่อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ โดยมีข้อคำถาม จำนวน 11 ข้อ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพของข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ จะทำการศึกษาจากความคิดเห็นในภาพรวมที่มีผลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ

2. การตรวจสอบข้อมูล

2.1 ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมถูกต้องหรือไม่ คือ ตรวจสอบข้อมูลที่ศึกษาโดยใช้แหล่งข้อมูลมากกว่า 1 แห่ง เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูล

แหล่งเวลา	หมายถึง	ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่
แหล่งสถานที่	หมายถึง	ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่
แหล่งบุคคล	หมายถึง	ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

2.2 ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลที่รวบรวมมานั้นถ้าเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่แตกต่างกัน จะได้ข้อมูลเหมือนกันหรือไม่ คือ จากการสัมภาษณ์ (Supang Chantawanich, 2010)

3. การจัดทำข้อมูล

การนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการถอดเทปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาเรียบเรียงจัดพิมพ์เป็นบันทึก (Transcript) พร้อมทั้งจะทำการวิเคราะห์ (Content Analysis) ด้วยการเปรียบเทียบข้อมูล (Content Comparison) โดยการนำข้อมูลมาเทียบเป็นปรากฏการณ์มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยที่ผู้วิจัยสังเกต หรือรวบรวมข้อมูลได้หลายๆอย่างแล้วนำมาแยกตามชนิด นำมาเปรียบเทียบกันโดยหาความสัมพันธ์จากสิ่งต่างๆ เหล่านั้น และสรุปผลออกมา

4. การตีความข้อมูล

ตีความสร้างข้อสรุปข้อมูลจากสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือเหตุการณ์จากที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วลงมือสรุป ข้อมูลในส่วนที่เป็นบันทึกละเอียดที่มีอยู่มากนั้นถูกลดทอน หรือตัดทิ้งไป จนกระทั่งเหลือเฉพาะประเด็นหลักๆ ที่นำมาผูกโยงกันเท่านั้น ซึ่งทำให้ข้อมูลมีความกระชับชัดเจนมากขึ้น

5. การเรียบเรียง และสรุปประเด็นสำคัญจากข้อมูล

เชื่อมโยงข้อสรุปชั่วคราวที่ผ่านการตรวจสอบยืนยันแล้วเข้าด้วยกัน การเชื่อมข้อสรุปชั่วคราวนั้น จะเชื่อมโยงตามลำดับข้อสรุป แต่ละข้อสรุปเป็นบทสรุปย่อย และเชื่อมโยงบทสรุปย่อยแต่ละบทสรุปเข้าด้วยกัน

เป็นบทสรุปสุดท้าย การเชื่อมโยงแต่ละครั้งจะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่สรุปว่า ข้อมูลชุดใดสัมพันธ์กับข้อมูลชุดใด และสัมพันธ์ในลักษณะ “เป็นบางส่วน” หรือ “อยู่ภายใต้ข้อมูลชุดใด” จนกระทั่งผลสุดท้ายจะได้บทสรุปใหญ่ที่มีความสัมพันธ์ครอบคลุมข้อสรุป และบทสรุปย่อยในรูปของข้อความเชิงอธิบายที่มีลักษณะเป็นนามธรรมสูงกว่าข้อสรุป และบทสรุปย่อย ข้อความที่กล่าวนี้สามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ หรือข้อเท็จจริงได้อย่างรอบด้าน

สรุปผลการวิจัย

สรุปข้อมูลการสัมภาษณ์ สามารถสรุปตามประเด็นได้ดังนี้

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้

ด้านความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะช้าง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะช้างด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและเพิ่มรายได้ ก่อให้เกิดการจ้างงานตลอดทั้งปี ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะช้างมีการขยายตัว และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน

ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เป้าหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว หาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ และเข้าใจปฏิบัติตามกฎและมารยาทสากลเป็นอย่างดี

ด้านความต้องการหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะช้าง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะช้าง เพราะต้องการพักผ่อนกับเพื่อน และครอบครัวท่องเที่ยว เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ และได้รับประทานอาหารทะเล และผลไม้คุณภาพดี ราคาถูก

ด้านช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะช้างของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะช้างตลอดทั้งปี

ด้านการดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเกาะช้าง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเสน่ห์ของเกาะช้างที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม ความเป็นธรรมชาติสูง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และสวนผลไม้ ความคุ้มค่าของราคาที่พัก และอาหาร คุณภาพการบริการ และความปลอดภัยสูง

ด้านแนวโน้มการตลาดของนักท่องเที่ยวจีนในเกาะช้าง ผู้ให้ข้อมูลทุกคนมีความคิดเห็นว่าในอนาคตตลาดนักท่องเที่ยวจีนจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ด้านทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติ ดังนี้

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้างทุกคน เห็นด้วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้างเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ความท้าทายในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน ในยุคปัจจุบัน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของระบบเทคโนโลยี ดิจิทัล คู่แข่ง และการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ ความคาดหวังประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีมากขึ้น ความแตกต่างทางด้านภาษา และวัฒนธรรม เสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศไทย

แนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด 7P ต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ควรเน้นด้านการพัฒนาบุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และด้านการส่งเสริมการขายผ่านสื่อออนไลน์ ดิจิทัล ราคาไม่มีผลต่อการวางแผนการตลาด

การปรับตัวของผู้ประกอบการในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวหลัก พัฒนาคุณภาพการบริการ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า ควรปรับทัศนคติของพนักงานบริการ พัฒนาทักษะภาษาจีนให้แก่พนักงาน และศึกษาพฤติกรรม ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรมของชาวจีน

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า หน่วยงานทางภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุน พัฒนาระบบสาธารณูปโภค เตรียมความพร้อมในการบริการ จัดกิจกรรม โครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ออกนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว และเป็นศูนย์กลางในการวางแผน และกำหนดรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. การศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะช้างด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ และเพิ่มรายได้ ก่อให้เกิดการจ้าง ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกาะช้างมีการขยายตัว และกระจายรายได้ให้คนในชุมชนเป้าหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน และสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ สอดคล้องกับเลิศพร ภาระสกุล (Lertporn Buransakun, 2015) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ แรงจูงใจต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม หลีกหนีความจำเจ และต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว เส้นผ่าของเกาะช้างที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้เดินทางมาท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีความเป็นธรรมชาติสูง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนและสวนผลไม้ ความคุ้มค่าของราคาที่ที่พักและอาหาร คุณภาพการบริการ และความปลอดภัยสูง ส่งผลให้เกาะช้างมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ไม่สอดคล้องกับอัจฉรา สมบัติสินทนา (Atchara Sombatnanthana, 2012) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงวันหยุดตามเทศกาล ใช้เวลาในการท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้ง โดยการท่องเที่ยวแต่ละช่วงเวลาจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

จากการศึกษาความคิดเห็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้าง ในครั้งนี้ยัง พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในเกาะช้าง จากเดิมส่วนใหญ่นิยมซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ แต่ในปัจจุบันกลับนิยมท่องเที่ยวด้วยตนเอง ไม่สอดคล้องกับน้ำฝน จันทร์นวล (Namfon Chanuan, 2013) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาครั้งแรกเลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นิยมมากที่สุด คือ ทะเล

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะช้างจะทำการศึกษาข้อมูลท่องเที่ยวผ่าน อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนที่เคยมาท่องเที่ยวในเกาะช้างจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ถ่ายทอดเรื่องราวการเดินทางในแง่มุมต่าง ๆ จึงเป็นวิธีดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ อีกทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่สนใจก็เปลี่ยนแปลงไป เช่น เกิดกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนเกาะช้าง และสวนผลไม้ เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ในฝั่งหมู่บ้านสลักเพชร ในช่วงโลว์ซีซั่น (ช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม – เดือนตุลาคม) ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้างมีการเสนอขายโปรแกรมท่องเที่ยวสวนผลไม้ และท่องเที่ยววิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนเกาะช้าง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถือว่าส่งผลดีให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเกาะช้างให้เกิดการขยายตัว สร้างรายได้ และเกิดการจ้างงานตลอดทั้งปี อีกทั้งยังส่งผลดีในด้านของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หาดทราย หองทะเล ปะการัง ได้ฟื้นตัวและเกิดสมดุลทางธรรมชาติอีกด้วย

2. การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการท่องเที่ยวบนอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราดต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเกาะช้างทุกคน เห็นด้วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้างเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าความท้าทายในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนในยุคปัจจุบัน อันดับแรกคือเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของระบบเทคโนโลยี ดิจิทัล ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของชาวจีน ไม่สอดคล้องกับเลิศพร ภาระสกุล (Lertporn Buransakun, 2015) ศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า แหล่งข้อมูลที่มีความสำคัญที่นักท่องเที่ยวจีนใช้ในการค้นหาข้อมูลประเทศไทย อันดับที่ 1 คือสื่อสิ่งพิมพ์ รองลงมาคือ สื่อประเภทกระจายเสียงและเว็บไซต์ และสื่อที่ได้สำคัญน้อยที่สุด คือ สื่อบุคคล นอกจากนี้คู่แข่ง และการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจ ความแตกต่างทางด้านภาษาและวัฒนธรรม ความคาดหวัง และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีมากขึ้น ตลอดจนเสถียรภาพทางการเมืองภายในประเทศไทย ซึ่งล้วนแต่ถือเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะช้างต้องต่อสู้

ทัศนคติเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด 7P ต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ควรเน้นด้านการพัฒนาบุคคล ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และด้านการส่งเสริมการขายผ่านสื่อออนไลน์ ดิจิทัล ราคาไม่มีผลต่อการวางแผนการตลาด ไม่สอดคล้องกับ Xie Kangle. (2556) ศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ดังนี้ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้ให้บริการ และราคา

การปรับตัวของผู้ประกอบการในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวหลัก พัฒนาคุณภาพการบริการ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า ควรปรับทัศนคติของพนักงานบริการ พัฒนาทักษะภาษาจีนให้แก่พนักงาน และศึกษาพฤติกรรม ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรมของชาวจีน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า หน่วยงานทางภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุน พัฒนาระบบสาธารณูปโภคเตรียมความพร้อมในการบริการ จัดกิจกรรม โครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ออกนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยว และเป็นศูนย์กลางในการวางแผนและกำหนดรูปแบบการพัฒนา การท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ในทัศนะของผู้ประกอบการ

1. หน่วยงานทางภาครัฐ สนับสนุนพัฒนา ปรับปรุง สิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจีน

2. พัฒนา ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมและระบบขนส่งบนเกาะช้างให้ได้มาตรฐานครอบคลุมกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งคุณภาพ ราคา และบริการ

3. มาตรการทางกฎหมายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

4. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

5. พัฒนาศักยภาพด้านการเรียนรู้ทางภาษาและเทคโนโลยี

6. เตรียมกลยุทธ์ทางการตลาดให้ทันกับพัฒนาการในยุคดิจิทัล

6.1 ปรับรูปแบบธุรกิจให้พร้อมทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์

6.2 พัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการครบวงจรเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการใช้ชีวิตของชาวจีนในปัจจุบัน

6.3 เปิดรูปแบบการชำระเงินแบบ e-payment

7. จัดกิจกรรม โครงการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น เผยแพร่ข้อมูลการบริการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมผ่านสื่อดิจิทัล มีเดีย

8. สร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเกาะช้างให้เป็นการท่องเที่ยววิถีชุมชน ทะเล และสวนผลไม้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มีความคาดหวังว่าผลการศึกษจะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะช้าง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวก็สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองได้ เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพเป็นที่รู้จัก สามารถเน้นการตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

1. ควรนำผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน มาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางด้านอาหาร และผลไม้ตามฤดูกาล

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำสื่อที่มีความหลากหลาย ทันสมัย เช่น สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม วิถีชีวิต ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมดิจิทัลของชาวจีน

Reference

- Atchara Sombat Nanthana. (2012). *Travel behavior of Chinese tourists traveling in Foreign tourists traveling to Thailand during May 2016*. Retrieved May 25, 2016, from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/2/2556>.
- Kasikorn Research Center. (2017). *Thai tourism situation*. Retrieved September 28, 2018, From <https://www.kasikornresearch.com/>.

- Lertporn Buransakun (2015). *Tourist behavior*. Publisher of Chulalongkorn University.
- Namfon Chanuan. (2013) Factors influencing the decision of Chinese tourists traveling to Thailand. *Journal of Southern Technology*, 6(2), 53-60.
- Prachachat Business, (2018). *Thai hotel business*. Retrieved September, 28, 2018 from <https://www.prachachat.net>
- Supang Chantawanich. (2010). *Analysis of qualitative research*. Chulalongkorn Publishing House University
- Thanakrit Sungchoei. (2011). Cross-Cultural Dimension Differences in Tourist Behavior. *e-TAT Tourism Journal*, 2, April – June, 43-53.
- Xie Kangle. (2013). *Behavior and marketing mix affecting the decision of Chinese tourists who choose cultural tourism in Bangkok*. (Master's Thesis). Nakhon Pathom Rajabhat University.

Received : March 8, 2019

Revised : April 27, 2019

Accepted : May 1, 2019