



## ความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา

### Importance of Chinese Tourists towards Shop Businesses in Pattaya

ศตพร เต้จดวง\* ทรงศักดิ์ ยี่กู๋ และ พิสิษฐพัฒน์ ปัญญาเร้ว ทองเปลว

Sataporn Dejduang\* Songsak Yeepoo and Phisitthaphat Panyarew Thongpleaw

ภาควิชาภาษาจีน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

Chinese Department, Faculty of Liberal Arts, Rangsit University, Pathumthani, Thailand

\*Corresponding author, E-mail: Zhongyongsheng12097@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาจำนวน 417 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่แบ่งประเด็นการสอบถามไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลการดำเนินธุรกิจ และความคิดเห็นด้านความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนต่อธุรกิจการค้ามาเป็นข้อมูลพื้นฐานมาวิเคราะห์และอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า ประการแรก ด้านที่มีระดับความคิดเห็นด้วยเฉลี่ยระดับปานกลางหรือไม่เกิน 3.50 คะแนน ได้แก่ 1) รายได้หลักคือรายได้จากนักท่องเที่ยวจีน 2) การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจีน 3) กำลังซื้อต่อคนของนักท่องเที่ยวจีน และ 4) การบอกต่อให้กลับมาใช้บริการ ประการที่สอง ด้านที่มีระดับความคิดเห็นด้วยเฉลี่ยระดับมากหรือ 3.51 คะแนนขึ้นไป ได้แก่ 1) สินค้าของธุรกิจมีความดึงดูด 2) ผลกระทบจากการไม่มีนักท่องเที่ยวจีน 3) การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจีนในอนาคต 4) การปรับตัวของธุรกิจในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวลดลง ประการสุดท้ายคือ เมื่อมีสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น โรคระบาดส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวจีนมากที่สุด มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นด้วย 4.75 อยู่ในระดับ มากที่สุด

**คำสำคัญ:** ความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีน ธุรกิจร้านค้า เมืองพัทยา

#### Abstract

This study aimed to study the importance of Chinese tourists towards retail businesses in Pattaya. This research was descriptive research with a sample group of 417 merchants in Pattaya. The tool used in this research was



a questionnaire which divided the question into three aspects consisting of respondents' general information, business information and opinions on the importance of Chinese tourists towards trade, which are fundamental data for an analysis and a discussion.

The study results found that the areas with an opinion level with a moderate or less than 3.50 points are as follows: 1) the primary income derived from Chinese tourists; 2) Chinese tourists purchasing decisions, 3) the Chinese tourists' purchasing power; and 4) returning to the service again by word of mouth. Secondly, the opinion levels which are at a high level or 3.51 upwards are as follows: 1) the attractive goods of the carriers; 2) impact of no Chinese tourists; 3) offering services to Chinese tourists in the future; and 4) business adaptation to situations where there is a reduction in the number of tourists. Lastly, the operators agreed at the highest level when an emergency such as an epidemic affected Chinese tourists the most with a score of 4.75 on average.

**Keywords:** *Importance of Chinese Tourists, Shop Businesses, Pattaya*

## 1. บทนำ

จากสถิติสรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวเอเชียมีสถิติการใช้จ่ายการท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงสุด โดยนักท่องเที่ยวสัญชาติจีนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือนักท่องเที่ยวสัญชาติมาเลเซียและญี่ปุ่นตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ทั้งนี้ ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลายแห่ง หนึ่งในเมืองที่เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมา เมืองพัทยาได้ถูกจัดอันดับให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เป็นเมืองที่ชาวต่างชาติทุกคนล้วนใฝ่ฝันเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ เมืองพัทยายังเป็นแหล่งสร้างรายได้ สร้างอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจด้านการบริการ เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านค้า ฯลฯ ทำให้ในแต่ละปีมีการขยายตัวและการเติบโตทางธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้เมืองพัทยาเป็นหนึ่งในเขตเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศต่อปีเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีของเมืองพัทยามีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่นับได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่มีส่วนช่วยในการขยายตัวของการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จากการศึกษาของ Wang (2017) ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อเมืองพัทยาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยาภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต แต่ในช่วงต้นปี 2563 ที่ผ่านมามีเกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ขึ้นในประเทศไทยและในหลายประเทศทั่วโลก ทำให้ภาครัฐมีมาตรการการจำกัดการเดินทางเข้าออกของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งผลให้เกิดการยกเลิกการจองห้องพัก การยกเลิกเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อธุรกิจบริการอื่นที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจให้เช่า เป็นต้น ทั้งนี้ ธุรกิจที่มีนักท่องเที่ยวจีนที่เป็นลูกค้าหลักได้รับผลกระทบอย่างมาก บางธุรกิจที่เปิดมาเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะจำเป็นต้องปิดกิจการ



และไม่สามารถหารายได้จากช่องทางอื่นมาทดแทนได้ ส่งผลกระทบต่อเจ้าของกิจการ พนักงาน รวมถึงธุรกิจใ  
เครือข่ายอื่น ๆ ด้วย แต่บางธุรกิจที่ให้บริการกับลูกค้าหลากหลายสัญชาติหรือหลากหลายกลุ่มมากกว่า ยังสามารถ  
ปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึง  
ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาในแง่มุมต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาถึง  
ความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา และนำเสนอมุมมองจากผู้ประกอบการที่มีต่อ  
นักท่องเที่ยวชาวจีน อีกทั้ง ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยที่จะสามารถนำไป  
ประกอบการพิจารณาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจต่อไปในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาจากมุมมองผู้ประกอบการและ  
ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนระดับความสำคัญและแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าในอนาคต

## 3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาในเมืองพัทยาที่ประกอบกิจการร้านค้า  
สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยกำหนดเป็น  
ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าจำนวน 420 คน จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจากร้านค้า 4 ประเภท ประกอบด้วย 1) ร้าน  
ขายอาหารและผลไม้ 2) ร้านขายของที่ระลึก 3) ร้านขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับ และ 4) ร้านขายเครื่องสำอาง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวทางของ  
วัตถุประสงค์การศึกษา โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา ลักษณะคำถามเป็นแบบ  
ตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการดำเนินธุรกิจร้านค้าของผู้ประกอบการ ลักษณะคำถามเป็นแบบ  
ตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความสำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา โดยเลือก  
ศึกษาจากรายได้ การตัดสินใจซื้อ สินค้าที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว กำลังในการซื้อ การบอกต่อ การขาดแคลนนักท่องเที่ยว  
การปรับตัวของกิจการ โดยเป็นแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีหลักการให้  
คะแนนตามทฤษฎีของลิเคิร์ต (Likert, 1961) และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Average) เพื่อใช้อธิบายถึง



ความเห็นด้วยของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา โดยกำหนดระดับเกณฑ์การให้คะแนนการตัดสินใจ 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

### 3.3 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 3.3.1. ข้อมูลปฐมภูมิ

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้เป็นลักษณะแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน โดยทำการเก็บรวบรวมตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2563 – 31 สิงหาคม 2563 ได้คืนมาจำนวน 417 คิดเป็น 99.28% และผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของการทำแบบสอบถามแต่ละชุดและนำไปใช้การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

#### 3.3.2. ข้อมูลทุติยภูมิ

เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ สืบค้นแนวคิด บทความ ทฤษฎีและงานวิจัยจากอินเทอร์เน็ต ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเงินที่มีความสำคัญต่อเขตเศรษฐกิจและเมืองพัทยา

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจ ใช้สถิติในการบรรยายประกอบด้วยค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาโดยใช้สถิติในการบรรยายซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. นำข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากแบบสอบถามตอนที่ 4 มาสรุปและวิเคราะห์ในลักษณะการบรรยายเชิงพรรณนา
4. ผู้วิจัยใช้คะแนนเฉลี่ย (Mean) ในการแปลความหมายของคะแนน ด้วยหลักการกำหนดเกณฑ์คะแนนวิเคราะห์ของบุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว (2535, หน้า 23-24) ซึ่งสามารถแบ่งช่วงการแปลค่าคะแนนเฉลี่ยได้ 5 ระดับ ดังนี้

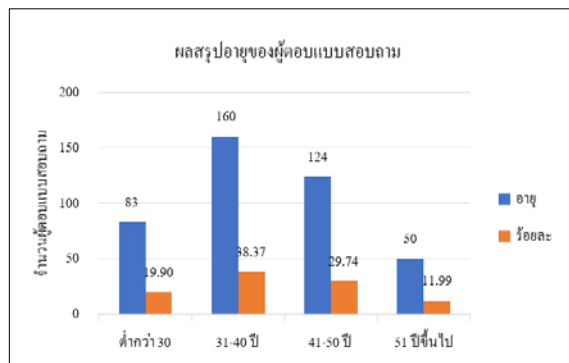


- 4.51-5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 3.51-4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 2.51-3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 1.51-2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1.00-1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

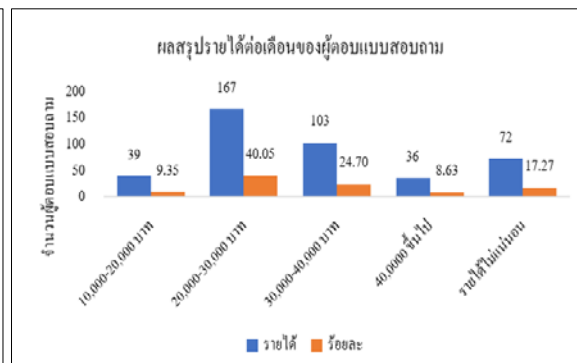
#### 4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

##### 4.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

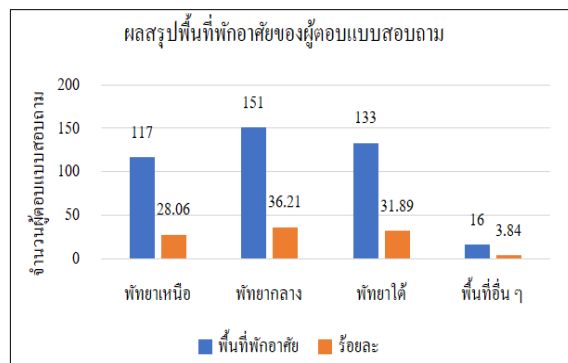
แสดงแผนภูมิรูปภาพของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 1 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 2 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 3 พื้นที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

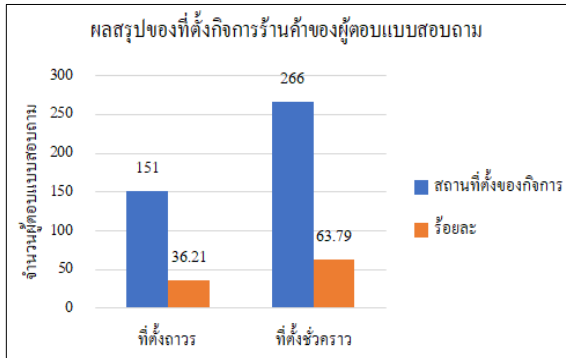
จากรูปที่ 1 ผลสรุปอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุช่วงระหว่าง 30-50 ปี รวม 284 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และจากรูปที่ 2 ผลสรุปรายได้ของมีรายของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 40.05 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพักชานกลาง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 36.21 ดังที่ปรากฏในรูปที่ 3



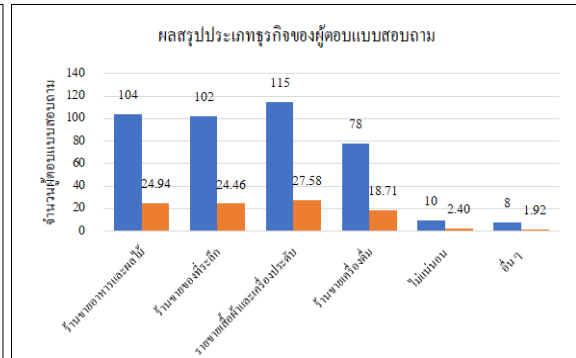
#### 4.2 ข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา

ได้แก่ ลักษณะที่ตั้งของกิจการ ประเภทของธุรกิจ การปรับเปลี่ยนลักษณะธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ นักท่องเที่ยวต่างชาติในธุรกิจ รายได้หลักจากนักท่องเที่ยวชาวจีน มีรายละเอียดดังนี้

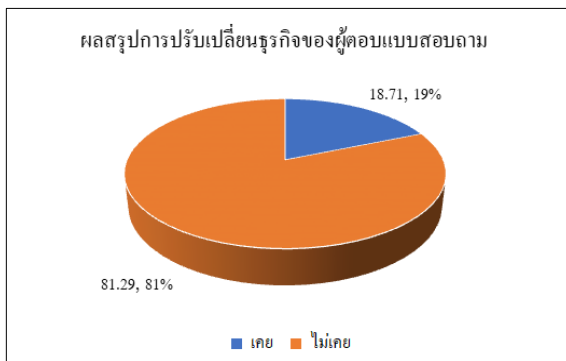
แสดงแผนภูมิของข้อมูลการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม



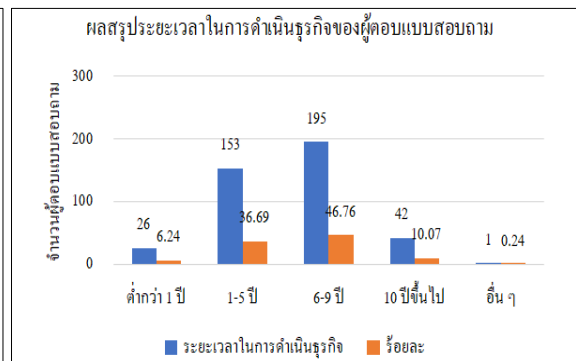
รูปที่ 4 ลักษณะที่ตั้งของกิจการ



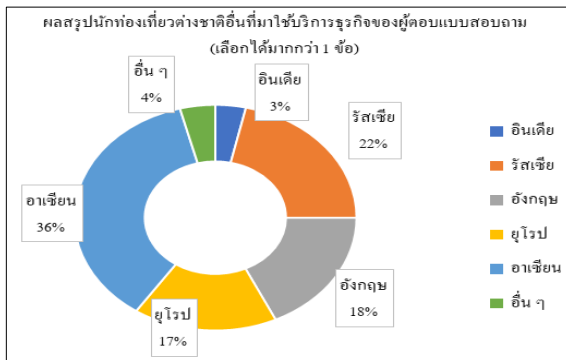
รูปที่ 5 ประเภทของกิจการ



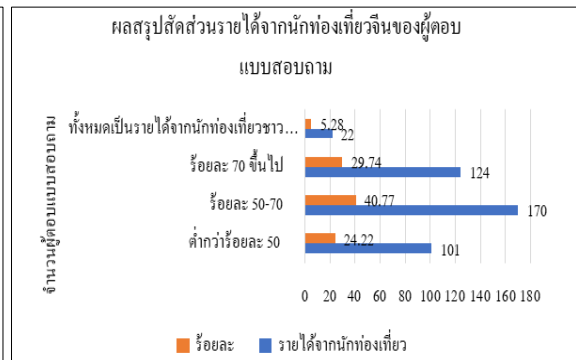
รูปที่ 6 การปรับเปลี่ยนธุรกิจ



รูปที่ 7 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ



รูปที่ 8 นักท่องเที่ยวชาติอื่นที่มาใช้บริการ



รูปที่ 9 รายได้จากนักท่องเที่ยวเงิน



จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินธุรกิจทั้ง 6 ด้านข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปภาพรวมของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาได้ดังนี้

1) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งของกิจการเป็นลักษณะชั่วคราว ร้อยละ 63.79

2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาดำเนินธุรกิจประเภทร้านขายของเรียงจากจำนวนมากไปน้อยได้แก่ ร้านขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ร้านขายอาหารและผลไม้ ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายเครื่องสำอาง อื่นๆ

3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทหายร้อยละ 80 ไม่เคยเปลี่ยนลักษณะและรูปแบบธุรกิจมาก่อน

4) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หรือร้อยละ 46.76 ประกอบธุรกิจร้านค้ามาแล้วมากกว่า 6-9 ปีมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น รองลงมา ร้อยละ 36.69 ประกอบธุรกิจร้านค้ามาแล้ว 1-5 ปี และร้อยละ 10.07 เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่ต่ำกว่า 10 ปี ตามลำดับ

5) นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวจีนแล้ว ร้อยละ 36 ของธุรกิจร้านค้าทั้งหมดมีกลุ่มลูกค้าจากประเทศอาเซียนเป็นลูกค้ากลุ่มหลัก รองลงมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย อังกฤษ ประเทศยุโรปอินเดียและอื่น ๆ เป็นลูกค้าในลำดับรองลงมาตามลำดับ

6) ร้อยละ 40.77 ของผู้ประกอบการมีรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนมากถึงร้อยละ 50-70

#### 4.3 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการด้านความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนต่อธุรกิจร้านค้าเมืองพัทยา

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 417 คน

ลำดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
1. รายได้หลักของธุรกิจของท่านมาจากนักท่องเที่ยวจีน	3.48	0.920	ปานกลาง
2. ความรวดเร็วในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจีน	3.11	0.381	ปานกลาง
3. สินค้าของท่านมีความดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน	3.60	0.924	มาก
4. นักท่องเที่ยวจีนมีกำลังซื้อต่อคนสูง	3.36	1.061	ปานกลาง
5. นักท่องเที่ยวจีนมีการบอกต่อให้กลับมาใช้บริการร้านของท่าน	3.15	0.947	ปานกลาง
6. หากไม่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาใช้บริการจะมีผลกระทบต่อธุรกิจ	3.75	0.654	มาก
7. ท่านจะให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อไปแม้จะมีปริมาณลดลง	3.84	0.988	มาก
8. ธุรกิจของท่านปรับตัวได้ในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวจีนลดลง	3.99	0.962	มาก
9. สถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น โรคระบาดส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน	4.75	0.670	มากที่สุด



จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า จำนวน 417 ราย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรวม 9 ประเด็นข้างต้น สามารถนำเสนอเป็นผลการศึกษาดังนี้

1) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องรายได้หลักของธุรกิจที่มาจากนักท่องเที่ยวจีน มีผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.23 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 114 คน คิดเป็นร้อยละ 27.34 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 147 คน คิดเป็นร้อยละ 35.35 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 69 คนคิดเป็นร้อยละ 16.55 และให้คะแนนระดับ 1 รวม 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.64 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความเห็นด้วย คือ 3.48 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.920$

2) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องความรวดเร็วในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจีน มีผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.43 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 97 คน คิดเป็นร้อยละ 23.26 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 152 คน คิดเป็นร้อยละ 36.45 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.86 และให้คะแนนระดับ 1 รวม 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความเห็นด้วยคือ 3.11 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.381$  จากผลการศึกษาและสังเกตการณ์พบว่า นักท่องเที่ยวจีนมักจะเลือกซื้อสินค้าตามคำแนะนำของไกด์ หรือคำแนะนำบอกต่อเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อมาถึงร้านมักจะมีการเลือกซื้อและการต่อรองราคาอีก ทำให้ใช้เวลาในการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น แต่ถ้าร้านค้าไม่มีพนักงานหรือเจ้าของร้านที่สามารถใช้ภาษาจีนได้ มีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวจีนแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ไว้ในบทสรุปงานวิจัยว่า ราคาสินค้าไทยเป็นตัวกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญด้านคุณภาพของสินค้า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าไทย ส่วนการสื่อสาร หากมีป้ายหรือพนักงานขายที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจีนมากขึ้น

3) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องความดึงดูดของสินค้าต่อนักท่องเที่ยวจีน มีผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 93 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 101 คน คิดเป็นร้อยละ 24.22 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 158 คน คิดเป็นร้อยละ 37.89 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.23 และให้คะแนนระดับ 1 รวม 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.36 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความเห็นด้วยคือ 3.60 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.924$

4) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องกำลังซื้อต่อคนของนักท่องเที่ยวจีน มีผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.38 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 141 คน คิดเป็นร้อยละ 33.81 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 141 คน คิดเป็นร้อยละ 18.71 ให้คะแนนระดับ 1 รวม 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.76 โดยค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความเห็นด้วยคือ 3.36 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางและมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 1.061$





5) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องการบอกต่อนักท่องเที่ยวจีน มีผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.03 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 99 คน คิดเป็นร้อยละ 23.74 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 148 คน คิดเป็นร้อยละ 35.49 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 72 คน คิดเป็นร้อยละ 17.27 ให้คะแนนระดับ 1 รวม 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.47 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยคือ 3.15 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางและมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.947$

6) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องหากไม่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาใช้บริการจะมีผลต่อธุรกิจมากน้อยเพียงใด มีผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 113 คน คิดเป็นร้อยละ 27.01 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 139 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 61 คน คิดเป็นร้อยละ 14.63 และให้คะแนนระดับ 1 รวม 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.84 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยคือ 3.75 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.654$  ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือ COVID-19 ที่ระบาดในปี 2563 ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจห้างร้านทั้งขนาดกลาง ขนาดย่อม ได้รับผลกระทบจนต้องปิดบริการหรือยกเลิกกิจการถาวร ในหลายกิจการที่มุ่งเน้นให้บริการนักท่องเที่ยวจีนเป็นหลักได้รับผลกระทบจากการขาดนักท่องเที่ยวจีนที่สุด มีการเลิกจ้างพนักงาน การปิดกิจการ และไม่สามารถกำหนดวันกลับมาให้บริการได้ใหม่ด้วย (ไทยรัฐออนไลน์, 2563)

7) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อไปแม้จะมีปริมาณลดลง ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความคิดเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 133 คน คิดเป็นร้อยละ 31.89 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 115 คิดเป็นร้อยละ 27.58 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 114 คิดเป็นร้อยละ 27.34 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.83 และให้คะแนนระดับ 1 รวม 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.36 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยคือ 3.84 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.988$  สอดคล้องกับข้อมูลของเว็บไซต์ประชาชาติ (2563) ที่ทำการวิเคราะห์ไว้ว่า นักท่องเที่ยวจีนจะยังคงเลือกเมืองพัทยาเป็นจุดในการเดินทางท่องเที่ยวเช่นในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้าง Pattaya Model ที่จะมุ่งเน้นกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนและรัสเซียเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาในช่วงการแพร่ระบาดและหลังการแพร่ระบาดสิ้นสุดลงให้มากขึ้น

8) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องการปรับตัวของธุรกิจ สถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวจีนลดลง ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนความคิดเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 140 คน คิดเป็นร้อยละ 33.57 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 178 คิดเป็นร้อยละ 42.69 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.07 ให้คะแนนระดับ 2 รวม 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.28 และให้คะแนนระดับ 1 รวม 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยคือ 3.99 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  $S.D. = 0.962$

9) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่แสดงความคิดเห็นเรื่องสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น โรคระบาด ส่งผลต่อธุรกิจมากน้อยเพียงใด ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนระดับความเห็นด้วยในระดับ 5 รวม 355 คน คิดเป็นร้อยละ 85.13 ให้คะแนนระดับ 4 รวม 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.63 ให้คะแนนระดับ 3 รวม 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.84 ให้



คะแนนระดับ 2 รวม 7 คน ร้อยละ 1.68 ให้คะแนนระดับ 1 รวม 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.72 โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นด้วยคือ 4.75 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.670

#### 4.4 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยา โดยกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้มีจำนวน 417 และจากการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมสามารถสรุปเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1) ผู้วิจัยพบว่า ด้านข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีรายได้โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ 20,000 – 30,000 บาท มีที่พักส่วนใหญ่อยู่ในเขตพัทยากลาง และกระจายตามพัทยาเหนือและพัทยาใต้ตามลำดับ จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มเจ้าของธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรวัยแรงงานที่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งนับเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนจำนวนมากที่สุดของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจทั้งหมดในเมืองพัทยา

2) ผู้วิจัยพบว่า ด้านข้อมูลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในเมืองพัทยา ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งชั่วคราวมากถึงร้อยละ 63.79 และประเภทร้านค้าที่มีจำนวนมากที่สุดจากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามคือ ร้านขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับ ร้อยละ 18.71 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สมบัตินนทา (2551) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าในเมืองพัทยาร้อยละ 80 ไม่เคยเปลี่ยนประเภทธุรกิจมาก่อน โดยมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ต่ำกว่า 1-9 ปี จากคำถามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวจีนในเมืองพัทยา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มอาเซียน ถึงร้อยละ 36 และนักท่องเที่ยวรัสเซีย และประเทศยุโรปตามลำดับ สอดคล้องกับสถิติการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาปี 2560 ที่ได้สรุปไว้โดยศูนย์ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ของราชการเมืองพัทยา (2560) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในเมืองพัทยาประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อาเซียน รัสเซีย และยุโรปเป็นหลัก ทั้งนี้ ยังความสอดคล้องกับสัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนที่เป็นรายได้ของธุรกิจร้านค้า ที่มีมากกว่าร้อยละ 40.77 มีรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนมากถึงร้อยละ 50 – 70 อีกด้วย

3) ผู้วิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเรื่องความสำคัญที่มีต่อธุรกิจการค้าในเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวจีนในด้านต่าง ๆ ผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นว่า 1) รายได้หลักคือรายได้จากนักท่องเที่ยวจีน 2) การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจีน 3) กำลังซื้อต่อคนของนักท่องเที่ยวจีน 4. การบอกต่อให้กลับมาใช้บริการ มีความเห็นด้วยระดับปานกลาง มีระดับค่าคะแนนเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) น้อยกว่า 3.50

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า 1) สินค้าของธุรกิจมีความดึงดูด 2) ผลกระทบจากการไม่มีนักท่องเที่ยวจีน 3) การให้บริการกับนักท่องเที่ยวจีนในอนาคต 4) การปรับตัวของธุรกิจในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวลดลง มีความเห็นด้วยระดับมาก มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ย  $\bar{X}$  ตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า สถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น โรคระบาดส่งผลต่อนักท่องเที่ยวจีนมากที่สุด มีค่าระดับคะแนนเฉลี่ย  $\bar{X}$  4.76



จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลของผู้วิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีความพยายามในการปรับตัว เช่น การปรับลดราคาสินค้าให้ถูกลง รวมถึงเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินหน้าต่อไปได้ และคาดหวังว่าเมื่อมีการเปิดประเทศแล้ว จะยังสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทุกประเทศได้เหมือนกับช่วงก่อนหน้าเกิดโรคระบาด

## 5. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าส่วนใหญ่ มีอายุช่วงระหว่าง 30-50 ปี รวม 284 คน คิดเป็นร้อยละ 68.11 มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 40.05 พื้นที่พักอาศัยอยู่ในพืชมัยกลาง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 36.21 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งของธุรกิจร้านค้าเป็นลักษณะชั่วคราว ประกอบธุรกิจประเภทร้านขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับมากที่สุด ทั้งนี้ ร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าไม่เคยเปลี่ยนลักษณะหรือรูปแบบของธุรกิจและส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจมานานกว่า 6-9 ปี และธุรกิจร้านค้าในเมืองพืชมัยมีลูกค้าหลักที่นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวจีนคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศในอาเซียน โดยมีนักท่องเที่ยวจากรัสเซีย ยุโรป อินเดีย และอินโดนีเซีย รองลงมาตามลำดับ และธุรกิจร้านค้าส่วนใหญ่มีรายได้มาจากนักท่องเที่ยวจีนร้อยละ 50-70 มีจำนวนมากที่สุด

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า จากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 417 คน มีความคิดเห็นต่อความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพืชมัยจาก 9 ประเด็น เมื่อนำมาหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ มีความคิดเห็นว่าการจูงใจ เช่น โรคระบาดส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวจีนใน ( $\bar{X} = 4.75, S.D. = 0.670$ ) เห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการปรับตัวในสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวจีนลดลง ( $\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.962$ ) ด้านการให้บริการกับนักท่องเที่ยวจีนต่อไปแม้จะมีปริมาณลดลง ( $\bar{X} = 3.84, S.D. = 0.988$ ) ด้านผลกระทบต่อธุรกิจหากไม่มีนักท่องเที่ยวจีนมาใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.75, S.D. = 0.654$ ) และด้านสินค้ามีความดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน ( $\bar{X} = 3.60, S.D. = 0.924$ ) เห็นด้วยในระดับมากตามลำดับ และด้านรายได้หลักของธุรกิจมาจากนักท่องเที่ยวจีน ( $\bar{X} = 3.48, S.D. = 0.920$ ) ด้านนักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อสูง ( $\bar{X} = 3.36, S.D. = 1.061$ ) ด้านการบอกต่อของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.15, S.D. = 0.947$ ) และด้านความรวดเร็วในการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวจีน ( $\bar{X} = 3.11, S.D. = 0.381$ ) เห็นด้วยในระดับปานกลางตามลำดับ

จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อธุรกิจร้านค้าในเมืองพืชมัยมาก ในช่วงที่มีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ส่งผลทำให้เกิดการลดลงของนักท่องเที่ยวจีนย่อมส่งผลทำให้กิจการร้านค้าทั่วไปได้รับผลกระทบโดยตรง ทั้งรายได้ที่ลดลง มีความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อดำเนินกิจการต่อไป หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของนักท่องเที่ยวจีนต่อธุรกิจร้านค้าของเมืองพืชมัยอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ ผลจากการศึกษายังได้สะท้อนมุมมองหลายประการที่มีคุณค่าต่อการศึกษาค้นคว้าต่อไปอย่างยิ่ง ได้แก่ เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวจีน ผู้ประกอบการก็มีการปรับตัว ทั้งปรับราคาสินค้า ปรับรูปแบบการให้บริการ เริ่มให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาติอื่น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้น นอกจากนี้ แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยวจีนใน



อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยาแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่พร้อมที่จะปรับตัวให้เหมาะสมตามสภาพสังคม เศรษฐกิจในอนาคตต่อไป

## 6. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

### 6.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

- 1) ภาครัฐควรออกมาตรฐานช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการในระยะสั้นและระยะยาว
- 2) ผู้ประกอบการต้องพิจารณาวางแผนการปรับตัวการค้าในธุรกิจทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างรอบด้านมากขึ้น
- 3) ผู้ประกอบการควรวิธีการปรับตัวที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองให้มากที่สุด เช่น การปรับลดราคาสินค้า การไม่เลือกให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น เป็นต้น

### 6.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การศึกษารุ่นนี้ มุ่งสำรวจเฉพาะเจาะจงพื้นที่เศรษฐกิจเมืองพัทยา และกำหนดกลุ่มประชากรในการศึกษา จำกัดไว้เพียงผู้ประกอบการร้านค้าเท่านั้น ดังนั้น หากมีผู้ที่สนใจศึกษาในหัวข้อลักษณะใกล้เคียงกันต่อไปในอนาคต สามารถเลือกพื้นที่ในการศึกษาที่หลากหลายมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถกำหนดกลุ่มประชากรให้ขยายไปถึงผู้ประกอบการในทุกระดับ เพื่อจะได้ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น

## 7. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีด้วยการสนับสนุนจากอาจารย์พิสิษฐพัฒน์ ปัญญาเร็ว ทองเปลวและอาจารย์วิษุฒิ โสมรักษ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ นอกจากนี้ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ สารนิพนธ์ วารสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบทุกเล่ม ซึ่งปรากฏอยู่ในบรรณานุกรมที่ผู้วิจัยได้นำมาอ้างอิงและใช้เป็นแนวทางในการวิจัยจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ อีกทั้ง ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถาม ทำให้สามารถจัดทำบทความวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

## 8. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถิติการท่องเที่ยว. สืบค้น 20 สิงหาคม 2563, จาก

[https://mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cid=411](https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=411)

จุฑาทิพย์ ทิพย์เหรียญ. (2559). พฤติกรรมการซื้อของฝากของนักท่องเที่ยวเงินแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระระดับมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). โควิด-19 ฟันพิษ เมืองพัทยาไร้เงาทัวร์จีน ทำการท่องเที่ยวทรุด. สืบค้น 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/east/1779385>
- ประชาชาติ. (2563). ชงพัทยาโมเดลรับจีน-รัสเซีย ทุ่ม 8 หมื่นล้าน พัฒนาสู่โลมใหม่. สืบค้น 20 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-548050>
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ของราชการเมืองพัทยา. (2560). ข้อมูลด้านเศรษฐกิจของเมืองพัทยา. สืบค้น 30 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://info.pattaya.go.th.aspx>
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Wang, Z. (2017). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.