

บทคัดย่อ

ในปี 2559 ไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมมาเที่ยวที่สุดและการที่นักท่องเที่ยวจีนได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วได้สร้างความกดดันต่ออุตสาหกรรมและสังคมไทย การศึกษานี้จึงเน้นความสัมพันธ์ไทยจีนด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบโจทย์ทางนโยบายด้านการรองรับตลาดใหม่และจัดการความสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

วัตถุประสงค์ของโครงการนี้ ได้แก่ 1) ศึกษาวิวัฒนาการด้าน Financial flow ที่เป็นส่วนหนึ่งของ E-commerce ด้านการท่องเที่ยวของจีน 2) ศึกษาห่วงโซ่ทางการเงิน (Financial supply chain) ของระบบการชำระเงินออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศของตลาดนักท่องเที่ยวจีน ตลอดจนความเชื่อมโยงของระบบดังกล่าวกับการไหลทางกายภาพ (Physical Flow) และการไหลของข้อมูล (Information Flow) ของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและผลที่อาจมีต่อธุรกิจของคนไทยในด้านการสร้างและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ตลอดจนรายได้ของรัฐ 3) ศึกษารูปแบบการจัดสรรหรือแบ่งปันผลประโยชน์ของแต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ของระบบการชำระเงินเพื่อการท่องเที่ยวออนไลน์ 4) ศึกษาแนวโน้มการเข้ามาของนักธุรกิจจีนที่มาลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย และอาศัยช่องทางการชำระเงินออนไลน์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันแก่ธุรกิจ 5) ศึกษาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวยุโรปเป็นนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อภาคเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศไทย และ 6) ศึกษาการรับรู้ของคนท้องถิ่นต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในเมืองท่องเที่ยวหลักของไทย

ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ตและระบบชำระเงินของประเทศจีนที่มุ่งสู่ “สังคมไร้เงินสด” ที่สมบูรณ์แบบ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ ซึ่งเป็นระบบนิเวศใหม่ที่ก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ (Startup Business) เป็นจำนวนมากที่เข้ามาให้บริการท่องเที่ยว โดยอาศัยประสิทธิภาพของ “ระบบการชำระเงินออนไลน์ผ่านตัวแทนบุคคลที่ 3 บน Smart Mobile เป็นกลไกสำคัญ

ผู้ประกอบการไทยจึงต้องเผชิญกับปัญหาการแข่งขันกับ start up จีนที่มีระบบธุรกิจนิเวศน์ออนไลน์ที่ครบวงจรและเกื้อหนุนกันซึ่งบริษัทไทยเข้าไม่ถึง โดยมีกลุ่มธุรกิจจีนเข้ามาลงทุนรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในช่วงเวลาเดินทางรวมทั้งหลังการเดินทาง และยังมีการลงทุนของกลุ่มธุรกิจจีนที่ดำเนินกิจการการชำระเงินผ่าน E-payment ในไทย โดยอาศัยช่องว่างของระบบเพื่อหลบเลี่ยงการตรวจสอบต่างๆ เช่น การทำธุรกรรมนอกระบบหรือการจ้างงานที่ผิดกฎหมาย เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ให้ต่ำกว่าผู้ประกอบการไทย และปัญหาการบังคับใช้กฎหมายของไทยที่บังคับใช้ได้เฉพาะกับผู้ประกอบการไทยเท่านั้น

เมื่อวิเคราะห์โครงสร้างการใช้จ่ายเงินของกลุ่มทัวร์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มทัวร์มีสัดส่วนการใช้จ่ายเพื่อการซื้อของที่ระลึกมากกว่า ขณะที่นักท่องเที่ยวอิสระจะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านกิจกรรมท่องเที่ยว สันทนาการ การเดินทาง และอาหารสูงกว่าการท่องเที่ยวแบบกลุ่มทัวร์ การท่องเที่ยวแบบอิสระกลับมีรูปแบบการกระจายผลประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ดีกว่า

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวยุโรปเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนทำให้ภาคเศรษฐกิจที่คาดว่าจะหดตัวมากจากการเปลี่ยนการใช้จ่าย ได้แก่ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม และการขนส่งผู้โดยสารทางบก ส่วนภาคเศรษฐกิจที่คาดว่าจะขยายตัวมากจากการเปลี่ยนแปลงการใช้จ่าย ได้แก่ การเช่ารถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจขายของระลึก และของฝาก เป็นต้น

สำหรับผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง พบว่า แม้ว่าการรับรู้พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวชาวจีนทำให้คนท้องถิ่นยอมรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนลดลง แต่การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของคนจีน โดยเฉพาะผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจซึ่งมีขนาดอิทธิพลต่อการยอมรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงกว่าการรับรู้พฤติกรรมทำให้คนเชียงใหม่และภูเก็ตยังคงยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

การศึกษานี้ยังได้ให้ข้อเสนอเชิงนโยบาย เชิงประชาสัมพันธ์และข้อเสนอเพื่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน

Abstract

In 2016 Thailand was the most visited foreign country for Chinese tourists. The large and rapid influx of Chinese tourists has created substantial pressure on the local industry and communities. This study emphasizes the China-Thailand relation with regard to tourism to provide policy recommendation for managing the new market in order to achieve mutual benefits.

The objectives of this study are to: 1) review the evolution of financial flows in the Chinese tourism e-commerce system, 2) follow the financial supply chain of online payment system used by Chinese tourists to see how the physical, financial and information flow are connected, 3) investigate the distribution of value of benefits from the online to offline (O2O) tourism arrangement, 4) monitor direct foreign investment from China following the drastic increase in the inflow of Chinese tourists, 5) investigate the impact of market shift from European to Chinese customers on the revenue distribution of the tourism supply chain and 6) study the perception local residents of behavior of Chinese tourists of in major tourist cities.

The conclusions of the study are as follows:

As China advances towards a cashless society, tourism business ecosystems have evolved to serve tourists online in a complete cycle from pre-trip planning to post trip feedback. These rely on the effectiveness of the third party payment system via smart mobile phones. These platforms which are not accessible to Thai firms have provided a greater competitive advantage to Chinese business.

Based on this competitive advantage, Chinese investors have followed the tourists to provide “network of services” to the Chinese tourists in Thailand both during and after trips and have benefited from regulatory gaps which allow them to evade the local laws, taxation and the local banking system.

Our study also found that Chinese FIT and mass tourists have different structure of expenditure. FITs tend to have a more beneficial income distribution effect as they spend more on food, souvenirs, travels and entertainments but mass tourists spend more on shopping. The change in the market structure from a larger European market to currently a larger Chinese market tourists has made negative impact on food and beverage, and transport sector and positive impact on vehicle rent and souvenir sectors.

Our study of perception – attitude – support of local residents for tourism development indicated that although the local residents perceived the behavior of Chinese tourists as unsuitable, in both Chiang Mai and Phuket. The net economic benefits of tourism have made their behavior acceptable.

In addition, the study provides policy, marketing recommendation and adaptation that local entrepreneurs need to adopt to stay competitive in the market.