

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

ภาพลักษณ์เขตภัยพิบัติมหัศจรรย์ ประเทศจีน ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย

Zhou LiQing

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

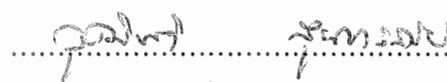
2568 26

2568 26


งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
มีนาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา


อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์ของ Zhou LiQing ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย บูรพาได้


อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรณิ เดียววิเศษ)


..... กรรมการ
(ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)
วันที่ ๑๗ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยให้ความรัก ความอบอุ่นและคอยเป็นกำลังใจให้ตลอดเวลาซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาและการการทำงานนิพนธ์สำเร็จเรียบร้อย

ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รุ่น 4 ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งท่านอื่น ๆ ที่มีได้เอื้อนามในที่นี้ ที่มีส่วนช่วยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ ซึ่งมีส่วนทำให้การทำงานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้อง ครอบครัว รวมถึงผู้บังคับบัญชาและเพื่อน ๆ ทุกท่านของผู้วิจัย ที่คอยให้กำลังใจตลอดการทำการวิจัยและให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม ส่วนข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ขอขอบคุณทุก ๆ ท่านที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นกำลังใจสำคัญอย่างยิ่งในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จด้วยดี

Zhou LiQing

50924467: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์/นักท่องเที่ยวชาวไทย/ เขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีน

Zhou LiQing: ภาพลักษณ์ในเขตก๊วยหลินมณฑลกลวงซี ประเทศจีนในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย (THE SURVEY OF THAI TOURISTS' BEHAVIOR AND DESTINATION IMAGE ON TRAVELING IN GUILING, GUANGXI, CHINA) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 107 หน้า. ปี พ. ศ. 2552.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีน และศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่เขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีน ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเปรียบเทียบความคิดเห็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน จำนวน 200 คน โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีน จำนวน 1 ครั้ง ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยว ระหว่าง 4-5 วัน ผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 1-5 คน เดินทางโดยเครื่องบิน และมีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ เขางวงช้าง แม่น้ำหลีเจียง ป่า มากที่สุด เดินทางโดยการซื้อทัวร์ โดยมีการจองจากผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวก๊วยหลินอยู่ระหว่าง 21,000-30,000 บาท

ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ เขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียง ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลายและด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านราคาและสภาพแวดล้อม และ ด้านสังคม ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านประสบการณ์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยครั้งนี้ เขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงซี ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ สิ่งที่เป็นตัวดึงดูดใจนักท่องเที่ยว คือ การได้มาท่องเที่ยวในสถานที่ที่สวยงาม ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก รวมทั้งเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศจีน ดังนั้นชาวจีนควรร่วมกันรักษาเอกลักษณ์ต่าง ๆ และความสะอาดของเมืองก๊วยหลินให้คงอยู่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

50924467: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERISE MANAGENT: M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERISE MANAGENT)

KEYWORDS: IMAGE/ THAI' TOURISTS/ GUILING, GUANGXI, CHINA

ZHOU LIQING: THE SURVEY OF THAI TOURISTS' BAHAVIOR AND
DESTINATION IMAGE ON TRAVELING IN GUILING, GUANGXI, CHINA. ADVISORY
COMMITTEE: VUTTICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A., 107 P. 2008.

The objectives of this research were to study image of Thai' Tourists and Thai' behavior on traveling in GuiLing, GuangXi, China and compare 200 tourists in objective with sex, age, situation, position, education and monthly income. Data analysis and hypothesis testing were performed by percentage, frequency, mean, standard deviation, F-distribution and T- distribution.

Majority of Tourist in GuiLing, GuangXi, China is female, age between 41-50 years, marriage status, bachelor's degree holder government officer, monthly income between 10,000 – 30,000 baht, The most tourists come for the first time and stay for about 4 – 5 days with 1- 5 persons per group , by flight. Mountain and waterfall is the most favorite sightseeing and come with agency tour the budget between 21,000 – 30,000 baht.

The destination image on traveling in GuiLing, GuangXi, China in Thai tourist is very good (compare with in come is medicos to high) The maximum mean is attractive and knowledge is equity mean is exciting and adventure, price, environmental and the minimum mean is experience.

According to suggestion in this research, China has many sightseeing place because it is the most far city for naturally and historical.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว.....	17
ประวัติความเป็นมาของในเขตคู่มือหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	28
รูปแบบการวิจัย.....	28
กลุ่มตัวอย่าง.....	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	33
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	72
สรุปผล.....	72
อภิปรายผล.....	73
ข้อเสนอแนะ.....	75
บรรณานุกรม.....	77
ภาคผนวก.....	79
ภาคผนวก ก.....	80
ภาคผนวก ข.....	89
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ตั้งแต่ ปี 2545-2550.....	2
4-1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ.....	33
4-2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอายุ.....	34
4-3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	34
4-4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	35
4-5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอาชีพ.....	35
4-6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	36
4-7 จำนวนและร้อยละจำนวนครั้งที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศ จีน ในปี 2549 – 2550.....	37
4-8 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ในปี 2549 – 2550.....	37
4-9 จำนวนและร้อยละ จำนวนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศ จีน ในแต่ละครั้ง ในปี 2549 – 2550	38
4-10 จำนวนและร้อยละวิธีการเดินทางเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนในแต่ละ ครั้ง ในปี 2549 – 2550	38
4-11 จำนวนและร้อยละวิธีการเดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในปี 2549 – 2550.....	39
4-12 จำนวนและร้อยละจำนวนคืนที่พักแรม.....	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-13 จำนวนและร้อยละการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ).....	40
4-14 จำนวนและร้อยละวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขต ก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนในการเดินทางครั้งนี้.....	41
4-15 จำนวนและร้อยละเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน.....	41
4-16 จำนวนและร้อยละจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศ จีน ในการเดินทางครั้งนี้.....	42
4-17 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสีประเทศจีน ในการเดินทางครั้งนี้.....	42
4-18 จำนวนและร้อยละการพักค้างคืนที่โรงแรมในการเดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน การเดินทางในครั้งนี้.....	43
4-19 จำนวนและร้อยละสิ่งที่จะรวมอยู่ในแพคเกจในการเดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน การเดินทางครั้งนี้.....	43
4-20 จำนวนและร้อยละการจองตั๋วในการเดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน.....	44
4-21 จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางเที่ยวภายในเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน.....	45
4-22 จำนวนและร้อยละ ค่าบริการการท่องเที่ยวต่อคน ในการเดินทางไปเที่ยวในเขต ก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน.....	45
4-23 จำนวนและร้อยละความตั้งใจกลับมาเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน.....	46
4-24 จำนวนและร้อยละข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้วางแผนเดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน.....	46
4-25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ เขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านประสบการณ์ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	48
4-27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านสิ่งดึงดูดใจ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	49
4-28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านราคาและสภาพแวดล้อม (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) ..	50
4-29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลาย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	50
4-30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	51
4-31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านการเรียนรู้ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	52
4-32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านสังคม (คะแนน 5 คะแนน).....	52
4-33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านชื่อเสียง (คะแนนเต็ม 5 คะแนน).....	53
4-34 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ.....	53
4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอายุ.....	55
4-36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	57
4-37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-38 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอาชีพ.....	61
4-39 การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ.....	65
4-40 การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในด้านชื่อเสียง จำแนกตามอาชีพ.....	67
4-41 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ เขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	68
4-42 สรุปการผลทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับ ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน.....	71

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การท่องเที่ยวสามารถนำพาประเทศไปสู่การจ้างงาน ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำ สร้างรายได้ เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ รายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้น ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างกว้างขวาง นำความเจริญไปสู่ท้องถิ่น ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสาธารณสุข ปลอดภัย ด้านคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอื่น ๆ อาทิ ถนน ไฟฟ้า ประปา เนื่องจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดกระจายรายได้ไปยังธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ศูนย์การค้า การขนส่ง การผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก ตลอดจนการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนีย์, 2546, หน้า 2)

ธุรกิจท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในเขตกู่หลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน ดังนั้นการพัฒนาบริการความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว การสร้างความประทับใจ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวภายในเขตกู่หลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง กู่หลินตั้งอยู่ในเขตปกครองตนเองชนชาติจ้วง กว่างซี ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน อากาศอบอุ่นชุ่มชื้น ฤดูหนาวไม่หนาวจัด ฤดูร้อนก็ร้อนไม่มาก ต้นไม้ดัดหญ้า เป็นสีเขียวทั้งสี่ฤดู อุณหภูมิเฉลี่ยต่อปี 19 องศาเซลเซียส กู่หลินถือเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงเป็นสถานที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศจีน ชาวจีนยกให้เป็นเมืองดัง “เมืองสวรรค์บนพิภพ” หรือ “ชื่อให้หัวเถาหยวน”

กู่หลินความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติค่อนข้างมาก เมื่อประมาณกว่า 300 ล้านปีก่อน กู่หลินเป็นมหาสมุทรอันกว้างใหญ่ เนื่องจากเปลือกโลกเคลื่อนไหว หินปูนที่ตกตะกอนได้สูงขึ้นเป็นบก หลังจากถูกลมฝนกัดกร่อนจึงได้กลายเป็นลูกเขาแหลม ๆ ที่มีหลายรูปหลายแบบตลอดจนถ้ำหินและแม่น้ำใต้ดินอันลึกลับ ภูมิประเทศ พิเศษเหล่านี้กับแม่น้ำหลีเจียงและเขตทัศนียภาพสวย ๆ ในบริเวณนี้ได้ก่อรูปขึ้นซึ่งภูเขา ลำน้ำกู่หลินที่มีลักษณะพิเศษมีชื่อเสียงทั้งในจีนและในต่างประเทศที่ว่า เขา เขียว น้ำใส ถ้ำแปลกและหินสวย ทั้งได้รับคำชมว่า ภูเขาลำน้ำกู่หลิน เป็นหนึ่งในโลก

กู่หลินเป็นเมืองโบราณที่มีประวัติ 2110 ปี มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อันรุ่งโรจน์เป็นเวลานาน ปัจจุบัน กู่หลินมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ต้องอนุรักษ์ไว้ ทั้งระดับชาติ ระดับเขต

ปกครองตนเองและระดับเมือง 109 แห่ง ปัญญาชนสมัยต่าง ๆ ต่างก็เขียนกวี หรือบทความยกย่องชมเชยภูเขาฉ่าน้ำและพระพุทธรูปกุ้ยหลิน ตามผาหรือถ้ำหินต่าง ๆ ทั่วเมืองกุ้ยหลิน ที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ ป่าศิลาจารึกกุ้ยไห่ และสลักหินบนผาโหมมหยาภูเขาซีซาน แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อดังในเมืองกุ้ยหลินยังมี ยอดเขาปี้เหลียน สวนสาธารณะซีซิง น้ำพุร้อนหลงเซิ่ง ถ้ำหินหลูตี้และภูเขาเซียงปี้ เป็นต้น

ปัจจุบัน กุ้ยหลินมีโรงแรมติดดาวที่รับนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้รวม 28 แห่ง องค์การการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 18 แห่ง ถ้ามและไคด์กว่า 1,000 คน ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวในเมืองกุ้ยหลินได้ปรับปรุงสิ่งก่อสร้างพื้นฐานให้ดีขึ้น มีสายการบินที่บินไปถึงเมืองใหญ่ ๆ ทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศ ได้โดยตรงกว่า 40 สาย

ตารางที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปในเขตกุ้ยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน ตั้งแต่ ปี 2545-2550

ปี	นักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	นักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)
2545	9,843,000	5,761
2546	4,025,000	3,988
2547	8,077,000	21,970
2548	10,050,000	42,266
2549	11,062,000	47,000
2550	12,860,000	60,000

ที่มา สถิติมณฑลยูนนาน, 2551

ตารางที่ 1-1 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปในเขตกุ้ยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีนตั้งแต่ ปี 2545-2550 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปี 2546 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 4,025,000 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 3,988 คน ปี 2547 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8,077,000 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 21,970 คน ปี 2548 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10,050,000 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 42,266 คน ปี 2549 นักท่องเที่ยวต่างชาติ 11,062,000 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 47,000 คน ปี 2550 นักท่องเที่ยวต่างชาติ 12,860,000 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย 60,000 คน

จากข้อมูลปี 2548 ในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 42,266 คน โดยในช่วง 2 ไตรมาสแรกของปี 2551 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า 30,000 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ ในเขตกู่หลิน ซึ่งคาดการณ์ว่าตลอดปี 2551 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่า 80,000 คน

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงภาพลักษณ์ในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำผลข้อมูลดังกล่าวมาศึกษาและประกอบการตัดสินใจในการวางแผนจัดการและให้บริการของรัฐบาลและบริษัทนำเที่ยว ในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากขึ้น และอีกนัยหนึ่งจะได้นำผลการศึกษามาเป็นข้อมูลเชิงวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยกำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวิจัยและแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน
3. เพื่อนำผลที่ศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการแสวงหาโอกาสพัฒนาศักยภาพของ ผู้ประกอบการในการให้บริการในเขตกู่หลินให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จจากการ ประกอบธุรกิจการให้บริการในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน
4. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ กู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนของคนไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนใน มุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขอบเขตการวิจัยประกอบด้วย

1. ขอบเขตของประชากร ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาว ไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่ในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยเดินทางท่องเที่ยวในช่วงปี 2551

กลุ่มที่ศึกษา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่ในเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ซึ่งมีจำนวนไม่แน่นอนตามฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ จึงเลือกขนาด ตัวอย่าง โดยใช้วิธีความน่าจะเป็นแบบเฉพาะเจาะจง เนื่องจากขาดกรอบประชากรที่ชัดเจนในการ เลือกตัวอย่างดังที่ได้กล่าวข้างต้น จำนวน 200 ราย

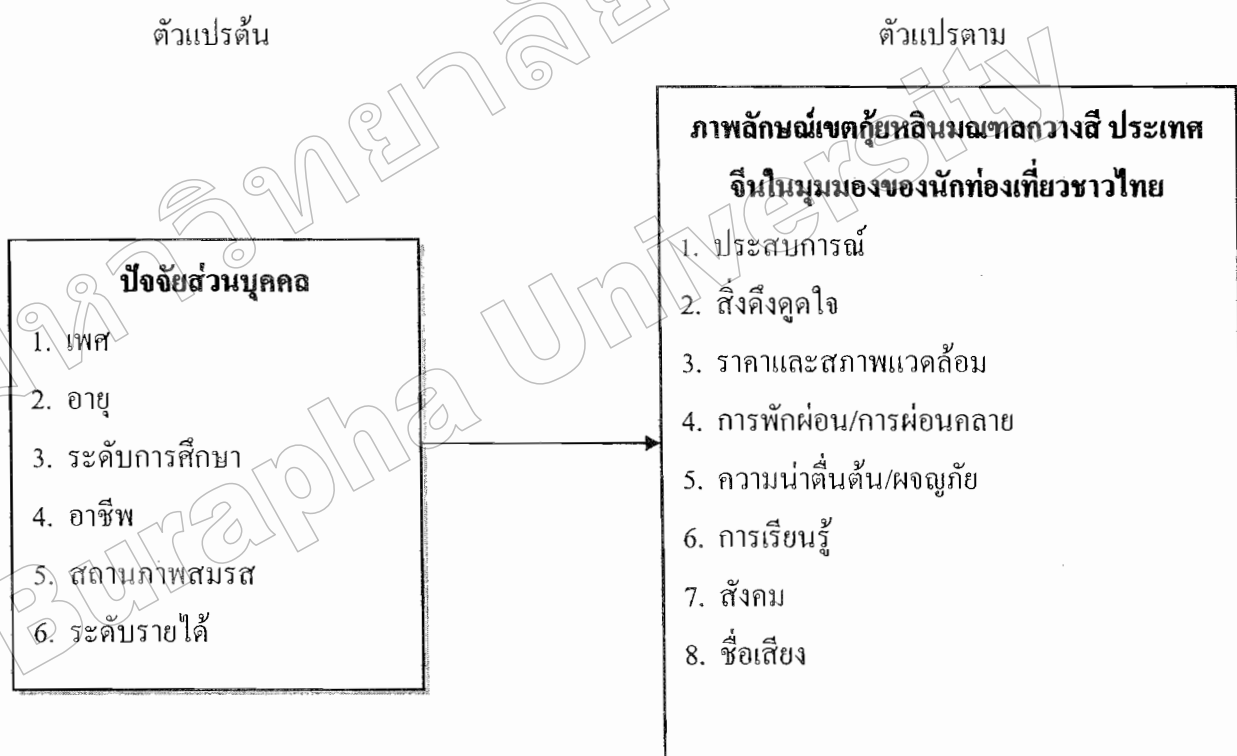
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน และการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และ รัดับรายได้อื่น

3.2 ตัวแปรตาม คือ ภาพลักษณ์ในเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้านประสบการณ์ สิ่งดึงดูดใจ ราคาและสภาพแวดล้อม การพักผ่อนและการผ่อนคลาย ความน่าตื่นตื้น/ผจญภัย การเรียนรู้ สังคม และชื่อเสียง

ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม นำมาแสดงความสัมพันธ์ในรูปของกรอบแนวคิดในการศึกษา ตามภาพที่ 1-1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพของบุคคล องค์กร สถาบัน เป็นต้น ที่เกิดขึ้นในใจของคน มักเป็นภาพที่เกิดจากลักษณะ การกระทำ ความประพฤติหรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้น ๆ เช่น เป้าบู้จิ้น มีภาพลักษณ์เป็นผู้พิพากษาที่ตรง เต็ดขาด และเที่ยงธรรม ภาพลักษณ์

ของขงเบ้งมีลักษณะเป็นผู้ที่ฉลาด ลึกซึ้ง สุขุม เห็นการณ์ไกล การเมืองไทยมีภาพลักษณ์ไม่ไ่
 งดงามนักในสายตาคนไทย ทุกองค์ควรต้องพยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของคนทั่วไป คำว่า
 ภาพลักษณ์ ตรงกับที่ภาษาอังกฤษใช้ว่า Image

ประสบการณ์ หมายถึง การที่มนุษย์ผ่านภาวะการณ์รับรู้ ได้เห็น ได้ฟัง และได้ปฏิบัติด้วย
 ตนเองมาแล้วบ่อยครั้งจนสะสมเป็นประสบการณ์และความชำนาญ เช่น ศิลปินที่มีใจรักและชื่นชม
 ความงามของธรรมชาติ โดยเฉพาะดอกไม้ นานาพันธุ์ จึงมักจะเข้าไปสัมผัสชื่นชมกับความงาม
 ของธรรมชาติ เหล่านั้น และนิยมถ่ายทอดความงามด้วยการวาดภาพธรรมชาติเป็นพิเศษ ศิลปิน
 บางคนจึงมีความเจนจัดในการวาดภาพสีน้ำ หรือนักเรียนอาจวาดภาพจากประสบการณ์ใน
 ชีวิตประจำวัน เป็นต้น

สิ่งดึงดูดใจ หมายถึง จุดเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่สามารถทำให้เกิดความ
 ประทับใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และสามารถทำให้เกิดความต้องการในการเดินทาง
 ท่องเที่ยวที่ในเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน เช่น อากาศที่ดี สถานที่ที่สวยงาม มี
 ขนบธรรมเนียมที่เป็นเอกลักษณ์

ราคาและสภาพแวดล้อม หมายถึง ราคาค่าบริการต่าง ๆ สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว
 ในเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศ ส่วนสภาพแวดล้อม หมายถึง ภูมิประเทศและภูมิอากาศ และ
 สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตกู่หยลิน

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง ประชากรชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 15 ปีขึ้นไป ที่มี
 ดินอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยมีการเดินทางไปยังในเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดย
 มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ภูมิหลังนักท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวอันได้แก่ อายุ เพศ
 สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

กู่หยลิน เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งหนึ่งของประเทศจีน ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ
 ของมณฑลปกครองตนเองชนเผ่าจ้วงกวางสี มีเนื้อที่ 3,970 ตารางกิโลเมตร โดยห่างจากเขตเมือง
 ประมาณ 60 กิโลเมตร เป็นเมืองที่วิเศษสวยงาม มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลกมา
 ช้านาน มีคำขวัญประจำเมืองว่า “เขาเขียว น้ำใส ถ้ำแปลก หินสวย สวนงาม”

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงานวิจัยเพื่อประกอบในการทำงานและช่วยชี้แนะทิศทางในการวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ในเขตกึ่งหลินมณฑลกวางสี ประเทศจีนในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ที่เป็นประโยชน์ต่อการพิจารณา มีประเด็นในการนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. ประวัติความเป็นมาของในเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (Image) ด้านการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ความประทับใจหรือภาพในใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเกิดกับนักท่องเที่ยว เมื่อเอ่ยถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

การสร้างภาพลักษณ์ คือ การจัดการ โดยความพยายามสร้างตลาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยการนำเสนอข้อมูลจากแผ่นพับ ข้อมูลจากบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว นิตยสารการท่องเที่ยว โฆษณาทางโทรทัศน์ และกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับองค์กรทางท่องเที่ยว ที่อาจจะมีการเลือกการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ คือ ผลที่ได้จากการท่องเที่ยวและการรวมกลุ่มที่ได้จากประสบการณ์จากแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจาก ประสบการณ์ที่ได้แหล่งท่องเที่ยวนี้ส่งผลให้ภาพลักษณ์จะมีแนวโน้มทำให้เกิดความสัมพันธ์และความแตกต่างขึ้น Chon (1991, p. 68)

คำว่าภาพลักษณ์ มาจากภาษาอังกฤษว่า Image ตามความหมายทางพจนานุกรม หมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่อง หรือภาพที่อยู่ในความนึกคิด หรือวาดขึ้นในใจ จะเป็นภาพอะไรก็ได้ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต เช่น ภาพคน หน่วยงาน องค์กร สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

คำว่า “ภาพพจน์” มาจากภาษาอังกฤษว่า “Figurative Speech” (เสรี วงษ์มณฑา 2541, หน้า, 14) ให้ความหมายว่าการใช้ภาษาที่สามารถสร้างภาพได้ ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของตัวเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อน ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น

Frank Jefkins (อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2541, หน้า 14) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งได้มาจากการได้มีความรู้ และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น”

Philip Lesly (อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2541, หน้า 14) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์ หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น”

Robinson and Barlow (อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2541, หน้า 15) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตัวเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น

มานิต รัตนสุวรรณ (อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2541, หน้า 15) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์ เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์การใดองค์การหนึ่ง จะเรียกว่า ชื่อเสียง ก็ได้”

จากความเห็นของนักวิชาการ สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง “ภาพของสถาบัน องค์การ หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานนั้น ๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้เวลาที่ยาวนาน”

ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์สามารถจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวจะหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการบริษัทแห่งนั้น รวมถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ บริการ ที่บริษัทนั้นทำจำหน่าย ฉะนั้น คำว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้างและยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบัน หรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรจึงมีความหมายที่ค่อนข้างแคบลงมาจากภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหมายถึง สถาบันและองค์กร ตลอดจนความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า โดยไม่มุ่งไปในเชิงธุรกิจการค้า

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/ Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวสถาบัน หรือองค์กร

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือตราใดตราหนึ่งหรือเครื่องหมายการค้าใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักจะใช้ในการด้านการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เช่น การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่ง ซึ่งมีมากมายหลายยี่ห้อวางขายอยู่ในตลาด ผู้ซื้อที่มีภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) ที่ดียี่ห้อใดก็มักมีแนวโน้มที่จะซื้อยี่ห้ออื่น ๆ

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือ เกิดขึ้นเอง โดยธรรมชาติตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรมิได้ดำเนินการใด ๆ และ เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพที่องค์กรปรารถนาที่จะให้เป็น (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536, หน้า 20) ไม่ว่าในกรณีใด ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจน มุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ มาจากหลายช่องทาง มาอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิดและรู้สึกได้ว่าองค์กร สินค้าและบริการนั้นเป็นอย่างไรหากมีการสื่อสารที่ดีภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์ ดังนั้นภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอสำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้งและผ่านสื่อหลายช่องทาง

ภาพลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงได้ยากหากภาพลักษณ์นั้นอยู่บนพื้นฐานของความจริง และเป็นภาพที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ นักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เพียงแต่ยกให้เป็นภาพที่เด่นชัดขึ้นและเผยแพร่ให้เป็นที่รับทราบเท่านั้น เช่น องค์กรหนึ่งประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ เจ้าของและผู้บริหารงานล้วนเป็นคนไทย ซึ่งเมื่อผู้ใดได้รับทราบข้อมูลนี้ก็จะเกิดความรู้สึกชื่นชม นักประชาสัมพันธ์สามารถนำลักษณะเด่นนี้ออกเผยแพร่ และด้วยเทคนิคการสื่อสารที่ดีจะทำให้กลายเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรได้ ภาพนี้จะคงทนตราบใดที่องค์กรนี้ยังเป็นของคนไทย และบริหารงานด้วยคนไทย

การสร้างสรรคภาพลักษณ์บนความไม่จริง จะไม่เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในปัจจุบัน ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก คนสามารถรับข้อมูลจากสื่อได้หลายช่องทาง โอกาสที่จะเปรียบเทียบและคัดเลือกข้อมูลมีมาก การปกปิดภาพที่แท้จริงเป็นไปได้ด้วยความลำบาก หากผู้บริหารโศกทราบว่ามีการสร้างภาพบนข้อมูลที่ปรุงแต่งขึ้นจะเกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจ ไม่มั่นใจ ไม่พึงพอใจ และอาจขึ้นเป็นปฏิปักษ์กับองค์กรนั้นได้ ซึ่งทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องทำงานหนักขึ้นเพื่อตามแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบนี้

ขั้นตอนของกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ มีดังนี้

1. การมีข้อมูลที่เป็นโดยสมบูรณ์ ข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่เหมาะสมได้ ต่อเมื่อมีข้อมูลเกี่ยวข้องที่ครอบคลุม ครบถ้วน ถูกต้อง และจำนวนมากพอ ข้อมูลที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ ได้แก่

1.1 ข้อมูลภายในองค์กร เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เช่น นโยบาย เป้าหมาย การบริหารงานทั้งในเรื่องเงินและคน แผนการผลิตสินค้าและบริการ หรือแผนการตลาด เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้นักประชาสัมพันธ์เข้าใจงานขององค์กร รู้จักสินค้าและบริการของตนว่ามีคุณสมบัติอย่างไร มีการพัฒนาไปจากเดิมอย่างไร ซึ่งจะให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดภาพลักษณ์ได้อย่างสอดคล้องกับลักษณะขององค์กร สินค้าและบริการ นอกจากนี้เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักบุคลากรขององค์กรทุกระดับ บุคลากรภายในองค์กรเป็นกลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มหนึ่งของการทำประชาสัมพันธ์ ดังนั้นหากต้องการให้บุคลากรภายในมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร นักประชาสัมพันธ์ต้องหาวิธีที่จะสื่อสารกับบุคลากรเหล่านี้ให้ได้ โดยให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในส่วนที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร

บุคลากรภายในที่มีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กร คือ ผู้บริหารองค์กร ซึ่งองค์กรที่มีภาพลักษณ์ดีคนในสังคมยอมรับ ผู้บริหารมักเข้ามามีบทบาทสร้างภาพลักษณ์นั้นด้วย ส่วนนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริหารหน่วยงานมีความเข้าใจ ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง

เนื่องจากการกำหนดภาพลักษณ์สามารถใช้ลักษณะเด่นของสินค้าและบริการ องค์กร การบริหารงาน รวมทั้งผู้บริหารเป็นภาพลักษณ์ได้ทั้งสิ้น ดังนั้น ข้อมูลภายในองค์กรทุกส่วนงานไม่ว่าจะเป็นเรื่องของผลิตภัณฑ์ การบริหารงานบุคลากร ล้วนเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการกำหนดภาพลักษณ์

1.2 ข้อมูลภายนอกองค์กร เป็นปัจจัยที่จำเป็นสำหรับนักประชาสัมพันธ์ ในการนำมา พิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ข้อมูลภายนอกเหล่านี้ ประยุกต์จากแนวคิดปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการตลาด (ธงชัย สันติวงศ์, 2534, หน้า 52-56) ดังนี้

1.2.1 สภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ทักษะคติ ความเชื่อ และวิถีปฏิบัติของ คนส่วนใหญ่ วิถีชีวิตที่สืบทอดและที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป

1.2.2 สภาพเศรษฐกิจของประเทศ ชุมชน และบุคคลเป็นอย่างไร มีความ เปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มจะเปลี่ยนไปในทิศทางใด เศรษฐกิจเป็นปัญหาหรือเงื่อนไขของ ผู้บริโภคหรือไม่

1.2.3 สภาพทรัพยากรธรรมชาติในปัจจุบันและอนาคต ความขาดแคลนทรัพยากร จะนำมาซึ่งปัญหาพลังงานและปัญหาอื่น ๆ หรือไม่อย่างไร ทำให้มองเห็นสภาพแวดล้อมทาง ธรรมชาติที่อาจจะกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร

1.2.4 การแข่งขันท้องถิ่น มีผู้ผลิตสินค้าและบริการประเภทเดียวกันมากน้อย เพียงใด เขามีความสามารถในการผลิตและมีขีดการจำหน่ายเป็นอย่างไร หากเปรียบเทียบกับสินค้า และบริการของเขาแล้วเป็นเช่นไร สินค้าและบริการ มีความเหมือนและความแตกต่างกันอย่างไร ได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไรบ้าง

1.2.5 การแข่งขันกับต่างประเทศ เช่นเดียวกับที่กล่าวมาแล้วในข้อ 4 หากแต่ขยาย ภาพข้อมูลให้กว้างขึ้นในระดับนานาชาติ ซึ่งมีความสำคัญหากเป็นสินค้าและบริการที่มีการจำหน่าย หรือให้บริการในต่างประเทศด้วย

1.2.6 กฎหมายและการเมือง เป็นข้อมูลภายนอกที่มีผลต่อองค์กร ไม่มากก็น้อย องค์กรอาจต้องมีการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย และการเมืองซึ่งส่งผลถึงการ กำหนดหรือการวางกลยุทธ์ทางด้านภาพลักษณ์ หรือประชาสัมพันธ์อาจจะต้องปรับให้สอดคล้อง ด้วย

1.2.7 วิทยาการหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร สินค้าและบริการต้องคอยติดตามหากเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีอยู่เสมอและเป็นไปอย่างรวดเร็ว หาก องค์กรปล่อยปละละเลยไม่ติดตามอาจนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ล้าสมัย

1.2.8 การเมืองระหว่างประเทศ ข้อมูลส่วนนี้มีความจำเป็นเป็นพิเศษสำหรับสินค้า หรือบริการที่มีเครือข่ายในต่างประเทศ การติดตามความเคลื่อนไหวของสภาพสังคมและการเมือง ของต่างประเทศจะทำให้องค์กรมีข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

1.2.9 ลักษณะทางประชากร อายุ อัตราการเกิด หรือการตาย การย้ายถิ่น ล้วนเป็น ข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงลักษณะตลาดที่ชัดเจน นำไปสู่การวางแผนการสื่อสารได้แม่นยำขึ้น

1.3 รู้จักผู้บริหาร โภค แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ ผู้บริหารควรจะเห็นเหมือนหัวใจของการดำเนินงานขององค์กร (Peter Drucker cited in Kotler, 1997, p. 156) กล่าวไว้ว่า การตลาดเป็นเรื่องพื้น ๆ ที่ไม่สามารถพิจารณาโดยแยกเป็นส่วนได้ ควรพิจารณาเป็นภาพรวม และดูที่ผลสุดท้ายซึ่งเป็นผลที่มาจากมุมมองของผู้บริหาร ดังนั้นผู้ตัดสินความสำเร็จของการตลาดคือ ผู้บริหาร มิใช่ผู้ผลิต ซึ่งเชื่อว่าผู้บริหารมีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยผู้บริหารปฏิบัติงานทุกระดับควรมีโอกาสสัมผัสผู้บริหารซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดใหม่เดิมมีความเชื่อว่าผู้ปฏิบัติงานที่ต้องติดต่อกับผู้บริหาร (Front-line People) เท่านั้นที่ควรรู้จักผู้บริหาร ผู้บริหารไม่ว่าระดับกลาง (Middle Man) หรือระดับสูง (Top Management) ไม่จำเป็นต้องรู้จัก

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์

1. พฤติกรรม การกระทำ การแสดงออกในทางที่ดีของสถาบัน หน่วยงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ พนักงาน ก็จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
2. การสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง ไม่ปลอมปน ไม่โกหกหลอกลวง ให้ประชาชนหลงผิด เกิดความเชื่อถือ การหลอกลวงทำให้เสื่อมศรัทธาของประชาชน
3. การเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในการสร้างสรรค์ เสริมสร้าง ปรับปรุง แก้ไขปัญหาสังคม การเสียสละของหน่วยงานผู้บริหาร หรือพนักงานต่อสังคมส่วนรวม
4. การพิสูจน์ความจริง ข้อเท็จจริง ให้ประจักษ์ต่อสังคม ถึงความถูกต้อง การให้บริการที่
5. การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่มากเกินไป รวมทั้งขาดรสนิยมที่ดี จะทำให้เสียภาพลักษณ์

ลักษณะภาพลักษณ์

1. ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์การกระทำที่เกิดขึ้น ตามท่าทีความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อหน่วยงาน
2. ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วมักแก้ไขได้ยาก และจะติดต่อบีบคอดจากผู้รับมอบกิจการ การดำเนินการต่อไปได้ทั้งทางที่ดีและไม่ดี
3. ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมเกิดจากการเผยแพร่โฆษณาจะเกิดขึ้นเร็วและสลายได้เร็ว แต่ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำ การบริการแก่สังคม การสร้างสาธารณประโยชน์ที่เป็นวัตถุประสงค์ของ จะเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร
4. ภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ การให้ร้ายป้ายสี ถ้าพิสูจน์ความจริงชี้แจงข้อเท็จจริง และการประพฤติปฏิบัติดีมาแต่ไหนหลัง ก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ประเภทนี้สลายไป

รวดเร็ว ประชาชนจะยังเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้ทำมา เพียงแต่พิสูจน์และชี้แจงข้อเท็จจริงก็จะหายไปเอง เพราะข่าวลือกลัวข้อเท็จจริง

ส่วนประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีอาจเกิดขึ้นจากหลายสิ่งหลายอย่างขององค์กร เช่น

1. พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ พนักงาน
2. บทบาทในสังคมขององค์กรและของพนักงาน การพูด การเผยแพร่แนวความคิด
3. อาคารสถานที่ โอ้อ่า สะอาด สกปรก
4. สินค้า ครา เครื่องหมาย
5. การบริการ สะดวก เร็ว ช้า
6. การมุ่งมั่นทำความดี มีคุณธรรมอย่างต่อเนื่องไม่หือถอยธรรมชาติและบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์

จุดมุ่งหมายและประโยชน์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างให้เกิดการรับรู้และเกิดทัศนคติที่ดีกับองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่พึงใจผู้บริโภคเป็นภาพพจน์ขององค์กร ธรรมชาติและบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ มี 6 ขั้นตอนดังนี้

1. การทำวิจัยสาธารณสุข เป็นการหาข้อมูลเพื่อการวางแผน
2. การวางนโยบายว่าจะสร้างภาพพจน์ในแนวทางใดบ้าง เป็นการกำหนดแผนในการทำงาน
3. การวางแผนจัดโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการวางกลยุทธ์ในการสร้างภาพพจน์
4. การเผยแพร่สิ่งที่ทำออกไป เป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ความดีขององค์กร เมื่องหน้าเบื้องหลังกิจกรรมขององค์กร
5. การติดตามคูปฏิริยาตอบรับของสาธารณชนว่า ชื่นชม ยินดี พอใจ ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ ในองค์กรอย่างไร ซึ่งถือว่าการวัดผล
6. นำผลที่สาธารณชนมีปฏิริยาตอบรับมาประเมิน เพื่อพิจารณาว่าสิ่งที่องค์กรทำไปนั้น ถูกต้อง เหมาะสมหรือไม่เพียงใด บรรลุเป้าหมายในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรหรือไม่ สมควรจะมีอะไรปรับปรุงแก้ไขหรือไม่ การทำงานของผู้บริหารกับเรื่องของการสร้างภาพพจน์จะดำเนินตามขั้นตอนเป็นวงจรต่อไปไม่สิ้นสุดดังแสดงในรูปที่แสดงธรรมชาติและบทบาทของการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เช่น อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรือเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีก็ได้

การประชาสัมพันธ์ จะมีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ โดยการทำภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนในสถาบัน องค์กร ซึ่งจะต้องให้ความร่วมมือด้วยดี เพราะการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้น ถ้าปราศจากความร่วมมือจากบรรดาสมาชิกขององค์กรแล้ว จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ แต่อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ของสถาบัน องค์กร นั้น ต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความจริงเท่านั้น และต้องมีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อยอดและรักษาภาพลักษณ์ให้คงอยู่ตลอดไป ถ้าสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานใดก็ตามมีภาพลักษณ์ที่ดี ย่อมจะส่งผลให้การดำเนินงานนั้น ๆ บรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้อีกด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังนี้

- ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
- ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม
- ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิง เริงร่า เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ และเพื่อศึกษาหาความรู้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่เด่นชัด 4 ประการเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตได้ดังนี้

1. ในโรงงาน หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ในการประกอบกิจการท่องเที่ยว
2. ลูกค้า หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่ได้รับ คือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้สิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่ประทับใจ สิ่งเหล่านี้คือ สินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า
3. สินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีข้อได้เปรียบคือ สินค้าสามารถนำมาขายได้เรื่อย ๆ เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่เกิดจากการสร้างขึ้น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

4. การขนส่ง ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้ง “โรงงาน” และสินค้า ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ นักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางมาซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ แหล่งผลิตหรือโรงงานด้วยตนเอง

ความหมายของนักท่องเที่ยว (Tourist)

นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ นิยามความหมายดังนี้

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตนเอง ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้ว ไม่พักค้างคืนบนฝั่งก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวและผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักอาศัยของตนเอง ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ในระยะเวลาสั้น ๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลที่พักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนาจร แต่ผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินจะไม่นับเป็นนักทัศนาจร

นอกจากนี้ยังจะพบคำว่า “ผู้มาเยือน (Visitor)” หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourist Resources)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและเพิ่มความรู้ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวางในแง่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือน “สินค้า” และเป็นสินค้าที่สามารถดึงดูด “สินค้า” หรือนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาซื้อถึงที่ตั้งของสินค้าได้อีกด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ตามลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือน่าสนใจต่อการเดินทางไปชม
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกทางอดีต และที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งนักมีลักษณะเป็นวัตถุ พื้นที่ หรือสิ่งก่อสร้าง แต่มีผลดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติ ที่ยึดถือสืบต่อกันต่อมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดในการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเดินทางและกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมายเป็นการนำทรัพยากรด้านต่าง ๆ มาใช้ให้เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของมวลมนุษยชาติ ซึ่งส่งผลไปสู่การพัฒนาประเทศ การท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและระดับโลก จะทำการศึกษาวินิจฉัยและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

2. การเดินทาง การท่องเที่ยวก็คือการเดินทางไปให้ถึงจุดหมายปลายทางตามที่นักท่องเที่ยวตั้งใจไว้ โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง คือ ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ การเดินทางท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพโดยวิธีใดนั้น ๆ จะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทางทั้งสภาพยานพาหนะที่ใช้เดินทาง และระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางมีความปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วยความเรียบร้อย รวมทั้งการประหยัดซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางเพิ่มขึ้น

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ เช่น การไปชมการแข่งขันกีฬาในต่างประเทศ และก็จะพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างอื่นประกอบด้วย เช่น การชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และภาษาของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ฯลฯ ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ประการคือ

3.1 แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริง เปลี่ยนบรรยากาศ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ

3.2 แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

3.3 แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักจูง ชักชวน หรือโน้มน้าวใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ ๆ

3.4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ เพื่อการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความรู้ ประสบการณ์และสถานภาพของตนเอง ตลอดจนทำให้ตนเองได้รับชื่อเสียง เช่น การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน อาสาสมัคร ฯลฯ

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะทรัพยากรที่มีลักษณะแตกต่างกับสภาพแวดล้อมในถิ่นที่อยู่ของตนเอง จะเป็นแรงดึงดูดใจอันสำคัญที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นกับความสนใจของแต่ละบุคคล ความต้องการและแรงจูงใจ ความคาดหวัง สภาพทางสังคม นอกเหนือจากสภาพทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ฯลฯ รวมถึงบุคลิกภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนกลุ่มต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเป็นสมาชิกอยู่ในสังคมด้วย (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2551, หน้า 118-119)

รายการภาพลักษณ์หรือปัจจัยที่ใช้วัดภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งเป็น 9 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติ
2. สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
3. สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
4. การบริการพักผ่อนหย่อนใจและสันทนาการแก่นักท่องเที่ยว
5. แหล่งทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และศิลปะ
6. การเมืองและเศรษฐกิจ
7. สภาพแวดล้อมทางสังคม
8. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ
9. บรรยากาศของสถานที่

ปัจจัยทั้ง 9 ประการข้างต้นอาจเรียกชื่อว่า โครงสร้างของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (Structure of Destination Image) อย่างไรก็ตาม ดังได้กล่าวไว้แล้วว่าการกำหนดโครงสร้างของภาพลักษณ์ท่องเที่ยวอาจขึ้นกับบริบทของสภาพแวดล้อม การนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้น การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยว รวมตลอดจน พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในแต่ละคน แต่ละกลุ่มแต่ละชนชาติ และแต่ละประเทศ จะขอยกตัวอย่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีมุมมองทั้งเหมือนและแตกต่างตามกลุ่มนักท่องเที่ยว ฮองกงดิสนีย์แลนด์ (Hong Kong Disneyland) ถือเป็นแห่งที่ 2 ในเอเชีย

รัฐบาลฮ่องกงตั้งใจอย่างยิ่งที่จะใช้ฮ่องกงคิสนีแลนด์เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับพรีเมียม สำหรับนักท่องเที่ยว โดยใช้ภาพลักษณ์ความเป็น “World-class Destination of Families” เพื่อรับรองนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ ซึ่งเดินทางเข้าเที่ยวฮ่องกง ถึง 12 ล้านคนในปี 2547 เพิ่มขึ้นถึง 44 % จากปี 2546 ส่วนคิสนีแลนด์ตั้งใจจะทำให้ฮ่องกงคิสนีแลนด์เป็นประตูเข้าสู่ตลาดลูกค้าชาวจีนทั้งจากแผ่นดินใหญ่ เกาหลี และประเทศไต้หวัน รวมถึงตลาดเอเชียซึ่งเป็นตลาดที่มีประชากรมากที่สุด และมองว่าเป็นการเริ่มต้นครั้งทศวรรษใหม่ของคิสนีแลนด์ นอกจากกลุ่มครอบครัว นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นลูกค้าเป้าหมายหลักอีกกลุ่ม โดยภายในฮ่องกงคิสนีแลนด์มีโรงแรมไว้บริการ 2 แห่ง คือ Disney Hollywood Hotel และ Hong Kong Disneyland Hotel ซึ่งมีห้องพักประมาณ 2,000 ห้อง พร้อมทั้งศูนย์ประชุมและห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่และหรูหราที่สุดแห่งหนึ่งบนเกาะฮ่องกง โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่ายอดนักท่องเที่ยวจะไม่ต่ำกว่า 5.6 ล้านคน (วุฒิสภา สุนทรสมัย, 2551, หน้า 118-119)

ประวัติความเป็นมาในเขตก๊วยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน

ก๊วยหลิน 桂林 สถานที่ได้รับฉายาว่า “สายน้ำขุนเขาแห่งก๊วยหลิน สูดยอดในปฏิภพหรือในภาษาจีน กล่าวว่่า 桂林山水甲天下 (ก๊วยหลิน ชาน ชวย แจ เทียน เซีย) หมายความว่า เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยขุนเขาท่ามกลางสายน้ำ อันเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อในด้านความงามของเขตปกครองพิเศษชาวจ้วงแห่งมณฑลกว่างซี หรือกว่างสี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางตอนใต้ของจีนที่ยังเต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งธรรมชาติ

ก๊วยหลิน 桂林 สถานที่ได้รับฉายาว่า “สายน้ำขุนเขาแห่งก๊วยหลิน สูดยอดในปฏิภพ” เนื่องจากเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยขุนเขาท่ามกลางสายน้ำ อันเป็นเมืองที่ขึ้นชื่อในด้านความงามของเขตปกครองพิเศษชาวจ้วงแห่งมณฑลกว่างซี หรือกว่างสี ที่อยู่ทางทิศตะวันตกของ มณฑลกว่างตง โดยมีชายแดนติดกับทางเหนือของประเทศเวียดนาม ก๊วยหลินซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกว่างสี อันเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นหินปูน จึงทำให้เกิดเป็นภูเขาสูงแหลม ถ้ากระแสน้ำ ทำให้เกิดภูเขาในรูปร่างหน้าตาเสมือนเป็นปฏิมากรรมขึ้นเอกจากธรรมชาติ เช่น ภูเขาช้าง 象山水月 หมอกฝนแห่งชื่อโจว 訾州烟雨 ม่านหยกธารตกฉิน 南溪玉屏 จันทราแห่งแม่น้ำหยงเจียง 阳江秋月, โปธิโบราณพันปี 千年古榕 เสาเอกแห่งสวรรค์ 南天一柱... เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เป็นสถานที่ผู้เยี่ยมชมไม่ยากพลาดโอกาสไปเยือน และอีกแห่งหนึ่งที่คนไทยรู้จักดีและไม่พลาด คือ แม่น้ำหลีเจียง 漓江 ซึ่งถือเป็นจิตวิญญาณของก๊วยหลินเลยทีเดียว และ หลีเจียงถูกขนานนามกว่า “หลีเจียง-ระเบียบจิตกรรมร้อยลี้” สาเหตุอันเนื่องมาจากความงดงามของตลอด แนวของแม่น้ำอันวิจิตรงดงาม ชาวประมงที่พายเรือ เงามสะท้อนของภูเขาสูงชันเกินบรรยายยิ่งกว่าภาพเขียนชั้นเยี่ยมใด ๆ

ไม่เฉพาะแต่ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น กุ้ยหลินยังมีประวัติอันยาวนาน ย้อนหลังไปหนึ่งหมื่นปีที่นี่เป็นถิ่นที่อยู่ของมนุษย์วานรที่เรียกว่า มนุษย์เจิ้งผิเหยียน 甌皮岩人 นอกจากนี้ตั้งแต่ราชวงศ์ฉินจนถึงช่วงเปลี่ยนแปลงการปกครอง ยังได้ตกทอดมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไว้มากมาย เช่น คลองขุดชิงอันหลิง 兴安灵渠 พระราชวังและสุสานจิ้งเจียง 靖江王府及王陵 ศูนย์บัญชาการทหารแปดวิถี 八路军 (ทหารปลดแอกประชาชนเดิม) เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

แม่น้ำหลีเจียง (漓江) ระเบียบจิตรกรรมธรรมชาติ

หลีเจียงมีต้นกำเนิดจาก เทือกเขาเมืองกุ้ยเป่ย์เยว่ 桂北越城岭 บริเวณเขามาวเอ้อ 猫儿山 หรือที่เรียกว่า หัวหนันตี้เป่ย์ฝิง 华南第一峰 เป็นแหล่งที่อุดมสมบูรณ์ด้วยต้นไม้และอากาศบริสุทธิ์ แม่น้ำตอนบนส่วนที่เป็นสายน้ำหลักเรียกกันว่า แม่น้ำหกถ้ำ หรือ ถ้ำตั้งเหอ 六峒河 สายน้ำทางทิศใต้ที่ไหลจนถึงปากน้ำที่อำเภอชิงอัน 兴安县 สายน้ำฝั่งตะวันออก คือ หวงไปเจียง 黄柏江 ทางตะวันตกคือชวเจียง 川江 เมื่อไหลบรรจบกันเรียก หยงเจียง 溶江 จากเมืองหยงเจียงเจ็ง 溶江鎮 ไหลผ่านหุนโจว 灵川 กุ้ยหลิน 桂林, หยั่งซั่ว 阳朔 จนถึงผิงเล่อ 平乐 รวมระยะทาง 160 กิโลเมตร ช่วงนี้เรียกว่าหลีเจียง 漓江 สองฝั่งของแม่น้ำหลีเจียงเต็มไปด้วยยอดเขาสูงยื่นตระหง่าน รูปร่างร้อยแปดพันเก้า แบบ ขนเขามักจากปกคลุมด้วยต้นไม้ใบหญ้า อีกทั้งดอกไม้ป่าขึ้นแซม มองจากไกล ๆ แลเห็นราวกับสาวงามยืนอ้อมรับผู้มาเยือน ต้นไผ่บนฝั่ง ใบไผ่พลิ้วไหวสะบัด ไปตาม สายลม ดูราวกับชายกระโปรงของสาวน้อยปลิวสะบัด ช่วงสาวงามยิ่ง อีกอย่างที่สวยงาม และน่าประทับใจมาก ๆ คือเงาคลับหัวของภูเขาที่สะท้อนในน้ำ บ้างก็เข้มชัดเจน บ้างก็จืดจาง เสริมเด่นด้วยเรือลำน้อยของชาวประมง ใบเรือสีแดงสดเด่นสง่า แล่นผ่านเงาสะท้อนที่กลับหัวของยอดเขา ดูราวกับเรือแล่นอยู่บนยอดเขาอย่างไร อย่างนั้น ตลอดร้อยกว่ากิโลเมตรของแม่น้ำหลีเจียง ล้วนงดงามราวกับภาพเขียนพู่กัน จีนของจิตรกรเอก แม่น้ำหลีเจียงในช่วงที่จากกุ้ยหลินถึงหยั่งหมิง 阳明 ระยะทาง 80 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ ที่มีลักษณะภูมิศาสตร์เป็นหินปูน บริเวณใกล้กับเมืองกุ้ยหลิน สายน้ำขยักกว้าง ภูเขารูปทรงแปลก ๆ เช่น ผิงหวน 平缓, เขาผุ่ป้อ 伏波山, เขาเต๋ฉ่าย 叠彩山 เขาวงช้าง 象山, เขาทะลุ 穿山, เขาเจดีย์ 塔山 เป็นต้น บริเวณนี้จึงเป็นป่าเขาหินสูงชัน มีแม่น้ำไหลอ้อมเขา หน้าผาสูงชัน ทิวทัศน์ที่มีเสน่ห์ชวนหลงใหล โดยเฉพาะส่วนที่เป็นพื้นหญ้าริมฝั่งที่เป็นระดับไล่สูงชันเรื่อย ๆ ผู้มาเยือนจึงเสมือนเข้าสู่แดนเทพนิยายทั้งจิตและวิญญาณ หลีเจียงมีสี่ลักษณะเด่นคือ เขาเขียว น้ำใส ถ้ำแปลก หินสวย และยังมีสันสีเขียว แอ่งน้ำลึก สายน้ำเขียว น้ำตกขาว กลางน้ำมีเกาะ ริมฝั่งมหาด โขดหินคลื่นเขียว พุ่มไม้เขียวฉจี ไผ่เขียวชูด่น ล้วนเป็นองค์ประกอบในภาพเขียนธรรมชาติ และเป็นภาพที่ไม่ซ้ำแบบเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและสถานที่ บางคนกล่าวว่า หลีเจียงคือ บทกวีรักแรกพบ บ้างก็ว่าหลีเจียงคือ ภาพเขียนพู่กันจีนที่เขาเขียวน้ำใสชวนหลงใหล หรืออาจจะบอกว่า

หลี่เจียงคือ ผลงานจิตรกรรมของผู้สร้าง

สองแควสี่ทะเลสาบ (两江四湖)

จุดบรรจบของสายน้ำธรรมชาติจากแม่น้ำสองสายคือ หลี่เจียง 漓江、ฉวฮัวเจียง 桃花江、กับททะเลสาบ (หูในภาษาจีนคือ ทะเลสาบ) มู่หลงหู 木龙湖、กู่ยู่หู 桂湖、หยงหู 榕湖、และซันหู 杉湖 เดิมทีมีเพียงสามทะเลสาบซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซ่ง 宋 คือ ทะเลสาบ กู่ยู่หู หยงหู ซันหู ส่วนมู่หลงหูเป็นการขุดขึ้นมาจากหล่งเพื่อเชื่อมโยงแม่น้ำหลี่เจียงกับทะเลสาบทั้งสาม ภายหลังจากนั้นก็กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของกู่ยู่หลิน ในปี 2540 รัฐบาลส่วนท้องถิ่น เมืองกู่ยู่หลิน ได้ตัดสินใจก่อสร้างสะพาน 19 แห่ง เพื่อเชื่อมแม่น้ำและทะเลสาบพร้อมกัน ได้มีการปรับเปลี่ยนทัศนียภาพรอบ ๆ ทะเลสาบ และถนนรอบเมือง นอกจากนี้ยังได้บูรณะซ่อมแซม โบราณสถาน เช่น เจดีย์ ศาลากลางน้ำ รวม 50 แห่ง คิดเป็นพื้นที่ทั้งหมดหมื่นกว่าตารางเมตร ซึ่งปัจจุบันจึงกลายเป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในตอนกลางคืนที่มีความงดงามด้วยแสงสีซึ่งต่างจากภาพอันงดงามตามธรรมชาติในตอนกลางวัน

เขาวงช้าง 象鼻山

สวนเขากู่ยู่หลิน (เขียงซัน) 象山公园 สวนสาธารณะเขากู่ยู่หลินหรือเขาวงช้างตั้งอยู่ในเมือง กู่ยู่หลินบริเวณที่แม่น้ำหลี่เจียง 漓江 กับแม่น้ำฉวฮัว 桃花江 ไหลมาบรรจบกัน จากภายในสวน จะมองเห็นเขาวงช้าง เค่นสง่าราวกับมีชีวิตท่ามกลางสายน้ำและขุนเขา

เขาวงช้าง 象鼻山 ตั้งอยู่ใจกลางเมืองตรงบริเวณจุดบรรจบของแม่น้ำหลี่เจียงและแม่น้ำ ฉวฮัวเป็นหนึ่งในภูเขาที่ขึ้นชื่อของกู่ยู่หลิน จุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ ถ้ำจันทร์วารี (สู่ยเยว่) 水月洞、ผาเนตรกู่ยู่หลิน 象眼岩、เจดีย์ผู้เสียสละ 普贤塔、วัดหงเฟิง 宏峰寺 ซึ่งภายในวัดเป็นที่แสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของ ไท่ผิงเทียนกั่น 太平天国 ข้างเคียงยังมีเจดีย์เสื่อลี่ 舍利塔 แห่งวัด ไคหยวน 开元寺 ซึ่งเป็นวัดโบราณ ที่เริ่มสร้างในสมัยราชวงศ์สุย 隋 (ค.ศ. 581-617) แต่เสร็จสิ้นใน สมัยราชวงศ์ถัง 唐 (ค.ศ. 618-907) ถ้ำจันทร์วารีอยู่ติดริมแม่น้ำหลี่เจียง สายน้ำไหลทะลุหินผาและ ดูเหมือนกับพระจันทร์ลอยอยู่เหนือน้ำ ส่วนหินเหนือถ้ำย้อยลงแม่น้ำเหมือนงวงช้างที่ยื่นลงเพื่อดื่มน้ำจากแม่น้ำหลี่เจียง แลดูน่าทึ่งและสวยงามยิ่งนัก นักกวีสมัยถังซ่ง 唐宋 เมื่อได้มาเยือนเขาวงช้าง แล้วประทับใจจนบรรยายเป็นบทกลอนดังนี้

ได้น้ำมีจันทร์สว่างไสว

เหนือน้ำมีจันทร์ลอยเด่น

สายน้ำไหลแต่จันทร์ยัง

จันทร์ลับฟ้าสายน้ำยังคงไหล

ถ้ำจันทร์วารี(สู่ยเยว่) 水月洞

ถ้ำแขวงช้าง บริเวณระหว่างงวงช้างกับขาช้างนั้นจะเป็นถ้ำจันทร์วารี ซึ่งเกิดจากการดันตัวของเปลือกโลกเมื่อประมาณ 12,000 ปีก่อน ก่อให้เกิดช่องทะลุระหว่างทิศตะวันออกกับตะวันตกยาว 17 เมตร กว้าง 9.5 เมตร และสูง 12 เมตร ปากถ้ำหันไปทางตะวันออกกับคางอาทิตย์ขึ้นบางครั้งจึงเรียกถ้ำรับตะวัน (ฉวหยาง) 朝阳洞 แต่ว่าถ้ำอยู่ในน้ำเวลารับแสงตะวันแล้วแลดูเหมือนพระจันทร์ดวงโตที่สว่างไสว จึงเป็นที่มาของชื่อ

สวนเจ็ดดาว 七星公园

สวนเจ็ดดาวหรือ ซีซิงกงหยวน 七星公园 ตั้งอยู่ในเมืองกุ้ยหลินห่างจากใจกลางเมือง เพียง 1.5 กิโลเมตร บนริมฝั่งแม่น้ำหลีเจียงทางตะวันออก มีพื้นที่ 137.4 เฮกเตอร์ เนื่องจากอยู่ติดกับเขาเจ็ดดาว 七星山 จึงเป็นที่มาของชื่อสวนแห่งนี้ เป็นสวนที่มีถ้ำเป็นจุดเด่นที่ใหญ่ที่สุด ภูเขาเจ็ดดาวเป็นภูเขาเจ็ดยอด โดยอยู่ทางทิศเหนือสี่ยอดเรียก เขาผู้ถัว 普陀山 ทางทิศใต้สามยอดเรียกว่า เขาเยว่-หย่า 月牙山 ภูเขาเหล่านี้มีถ้ำมากมาย และถ้ำที่เป็นที่รู้จักและนิยมท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในส่วนของเขาผู้ถัว ซึ่งเป็นถ้ำที่กว้างและลึก สวยงามด้วยหินงอกหินย้อย เส้าหิน และม่านหิน สถานที่แห่งนี้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับท่องเที่ยวมากกว่า 1000 ปี ตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถัง และมีป้ายโบราณซึ่งเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์มากกว่า 500 ชิ้น ช่วยเสริมให้สถานที่นี้มีความลึกซึ้งในประวัติศาสตร์ยิ่งขึ้น

สะพานบุปผา 花桥 อยู่ทางทิศตะวันตกของสวน เป็นสะพานเล็ก ๆ ข้ามบริเวณที่เป็นจุดบรรจบของลำธารเสี้ยวตงเจียง 小东江 กับลำธารหลิงเจียนซี 灵剑溪 สะพานนี้ เดิมเรียกว่า สะพานเจียซี 嘉熙桥, สะพานเทียนจู้(เสาสวรรค์) 天柱桥 เป็นสะพานหินโค้ง เริ่มสร้างในสมัยราชวงศ์ซ่ง 宋朝 และทำการบูรณะใหญ่สองครั้งในราชวงศ์หมิง ในฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อน บริเวณสะพานจะมีดอกไม้ขึ้นมากมาย ตอนหลังจะเรียกตามที่เห็น คือ สะพานบุปผา

จิตรกรรมฝาผนังหัวเซี่ยจื่อกง 华夏之光 เป็นภาพเขียนบนผนังอันเป็นผลงานของ อาจารย์หยวนอวู่ฝู 袁运甫 หยวนจ้าว 袁佐, หยวนเจีย 袁加 แห่งสถาบันจิตรศิลป์ 中央工艺美术学院 ร่วมกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้สร้างสรรค์ภาพเขียนบนกำแพงแห่งนี้ที่เรียกว่า แสงตะวันแห่งชนชาติจีน 华夏之光 ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างศิลปะและ วิทยาศาสตร์ ภาพเขียนจะแสดงถึงวิทยาการแพทย์จีน โบราณ การเดินทะเล โลหะวิทยา ชีวะวิทยา คณิตศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ปรัชญา ฟิสิกส์ ดาราศาสตร์ ภูมิศาสตร์ เกษตรศาสตร์ สี่วิทยาการของโลก (การค้นพบกระดาษ การพิมพ์ เข็มทิศ ดินปืน) ซึ่งล้วนเป็นความภาคภูมิใจของชาวจีนที่แสดงถึงสติปัญญาของชนชาติจีน เพื่อให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาและสืบทอดต่อไป

ถ้ำเจ็ดดาว 七星岩 ถ้ำแห่งนี้เดิมเป็นถ้ำธารใต้บาดาลเมื่อหลายร้อยปีก่อน จนก่อให้เกิด หินงอก หินย้อย เสาหิน ม่านหิน ในรูปร่างหน้าตาต่าง ๆ อันสวยงาม

เขาอูฐ 骆驼山 ภูเขารูปร่างคล้ายหลังอูฐนี้เกิดจากการดันตัวของเปลือกโลก เดิมเรียก เขาจอกสุรา 酒壺山 ซึ่งปัจจุบันนี้ บนหน้าผาทางใต้ยังมีคำอักษรจีน 壺山 สลักอยู่บน หน้าผา สถานที่แห่งนี้เคยเป็นที่ปลีกวิเวกของเหล่านักปราชญ์ ที่มาอิงแอบอยู่ในภูเขา แห่งนี้ ยังชีพโดยการปลูกผลไม้พืชผัก เมื่อเสียชีวิตก็ฝังร่างอยู่ทางใต้ของเขาแห่งนี้

วัดโบราณซีเสี่ย 栖霞古寺 วัดแห่งนี้เริ่มสร้างในสมัยราชวงศ์ถัง ตรงกับเทียนเป่า 天宝 ปีที่ 9 (ค.ศ. 650) นักบวชเซียเจิ้งชว่น 鉴真率 ได้แะมาที่มาเพื่อเผยแพร่ธรรมะ สมัยราชวงศ์หยวน นักบวชดังต้าถุน 唐大淳 ทำการก่อสร้างวัดขึ้นใหม่ สมัยราชวงศ์ซ่ง ชุ่นเจ้อ 顺治 ปีที่ 8 ได้ส่งพระสงฆ์มาจำวัดที่นี้ และได้ยกระดับให้เป็นศูนย์กลาง พุทธศาสนาของภาคตะวันตกเฉียงใต้ ในช่วงสงครามต่อต้านญี่ปุ่น วัดแห่งนี้ได้รับความเสียหายอย่างหนัก และได้ก่อสร้างขึ้นมาใหม่เสร็จสมบูรณ์ในวันที่ 28 กันยายน 2544 วัดที่สร้างขึ้นใหม่ได้สร้างอาคารศาลาต่าง ๆ อาทิ ศาลาเทียนหวัง 天王殿, ศาลาด้าสงเป่า 大雄宝殿, ศาลากวนอิม 观音殿, และหอพระไตรปิฎก 藏经阁 พื้นที่ตรงกลางและปีกทางทิศเหนือใช้การออกแบบแบบเจียงหนัน 江南 การจัดสวน ระเบียงคด ทางเดิน สระบัว ห้องทานเจ้ ห้องสวดมนต์ กุฏิเจ้าอาวาส ภายในยังประดิษฐานพระพุทธรูปที่นำรูปแบบจากคูนหวาง 敦煌 (สถานที่แห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นถ้ำในทะเลทรายบนเส้นทางสายไหม) กวนอิมหยกขาว เทพทั้งสิบบนสวรรค์ แบบศิลปะในสมัยราชวงศ์ถัง ซึ่งถือเป็นแหล่งรวมของพุทธศิลป์

คงหลักศิลากุ้ยไห่ 桂海碑林 เขตปกครองตนเองชาวจ้วงมณฑลกว่างซีเป็นแหล่ง สำคัญในการอนุรักษ์หลักฐานศิลปะวัฒนธรรม โบราณ ในเมืองกุ้ยหลิน บริเวณสวนเจ็ดดาวที่เขาเยว่หงา 月牙山 ตรงตีนเขาทิศใต้ของหยาวกวงเฟิง 瑶光峰南麓 มีถ้ำมังกรเรนกาย (ถ้ำหลงหยิ่น) 龙隐洞 จะเป็นสถานที่เก็บหลักศิลาที่แกะสลักจำนวนมากมาย จนดูเหมือน เป็นดั่งป่าหลักหิน นับได้เบ็ดเสร็จแล้วรวม 220 กว่าแผ่น เนื้อหาที่แกะสลักบนแผ่นศิลานั้นมีทั้งเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ การทหาร ศิลปะวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ของชนกลุ่ม น้อยต่าง ๆ เป็นต้น แผ่นที่มีอายุยาวนานที่สุดคือ แผ่นที่เป็นของสมัยราชวงศ์ถังในสมัยถังจวินจง ฉียนหนึ่งปีที่ 1 唐昭宗乾宁元年 (ค.ศ. 894) ส่วนใหญ่เป็นบทกวีในสมัยราชวงศ์ซ่งก็มี 130 แผ่น ซึ่งเนื้อหาสะท้อนการเมืองในสมัยปลายซ่งเหนือ 北宋 ซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์สูงมาก สมัยราชวงศ์ซ่งตรงกับถังซีปีที่ 4 (ค.ศ. 1665) ซึ่งเป็นการแกะสลักภาพเจ้าแม่กวนอิมที่มีความละเอียดงดงามมาก เส้นสายต่าง ๆ มีความละเอียด ชัดเจน อ่อนช้อยเป็นสิ่งล้ำค่าทางพุทธศาสนา

เขาหลู่ตี้ 芦笛山

ถ้ำหลู่ตี้ ถ้ำหลู่ตี้อยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือของเมืองกุ้ยหลินห่างจากตัวเมือง 5

กิโลเมตร เป็นสถานที่สำหรับคนที่ชอบเที่ยวถ้ำเป็นหลัก และชมทิวทัศน์และชีวิตชาวบ้านในชนบท เป็นของแถม ถ้ำถ้ำมีความลึก 240 เมตร ภายในเต็มไปด้วยหินงอกหินย้อย รูปร่างหน้าตาแปลก ๆ มากมาย บ้างก็เป็นรูปเสา เจดีย์ รูปม่าน แต่ที่ขึ้นชื่อและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวอย่างมาก คือ หินมังกรรอบเจดีย์ หินสิงห์เรียงรับตะวัน หินป่าดึกดำบรรพ์ ป่าหิมพานต์ และวังคริสตัล เป็นต้น ถ้ำนี้จึงได้รับการขนานนามว่า ห้องแกลเลอรีศิลปะธรรมชาติ ถ้ำนี้ได้มีอาคันตุกะมาเยือนตั้งแต่ ค.ศ. 792 ในสมัยราชวงศ์ถัง ภายในผนังถ้ำจึงภาพเขียนทางประวัติศาสตร์ที่เขียนด้วยพู่กันอยู่ถึง 77 ภาพ เดิมทีถ้ำนี้ไม่เป็นที่รู้จัก เนื่องจากปากถ้ำแคบ ๆ และปกคลุมไปด้วยหญ้าหนืด 荊荻草 ซึ่งชาวบ้านนำหญ้านี้มาทำขลุ่ยหรือ 簫 จึงเป็นที่มาของชื่อถ้ำ ส่วนที่ไม่เป็นที่รู้จักนั้น นอกจากปากถ้ำไม่เป็นที่สังเกตแล้ว ชาวบ้านที่รู้ในละแวกนั้นก็ช่วยกันปกปิดไม่ยอม แพร่งพรายออกไป เนื่องจากสมัยนั้น บ้านเมืองไม่สงบ ชาวบ้านจึงใช้ถ้ำนี้สำหรับหลบภัยแต่หลังจากประเทศจีนปลดปล่อยแล้ว ความจำเป็นใช้ถ้ำหลบภัยก็หมดไป ถ้ำนี้จึงได้ถูกเปิดเผยและได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จนทุกวันนี้

แสงสีเสียง-หลิวซันเจ๋ 印象刘三姐

โรงละครที่มีฉากธรรมชาติสายน้ำและขุนเขาที่ใหญ่ที่สุดในโลก การกำกับที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก ละครร้องบทเพลงพื้นบ้านที่สืบทอดยาวนานที่สุด ฉากการแสดงอลังการที่สุด คงหาชมได้ไม่ถี่ยิบ ด้วยฝีมือการกำกับของจางยีเหม่า 张艺谋 ที่โด่งดังจากภาพยนตร์ เรื่องชื่อเรื่อง ฮีโร่ 英雄 พร้อมด้วยผู้ช่วยผู้กำกับหนุ่มอีกสองคน-หวังฉาวเกอ 王潮歌 และฝ่านเอี้ยน 樊跃 ใช้เวลาในการศึกษาจัดเตรียมสามปี จึงปรากฏเป็นการแสดงอันยิ่งใหญ่ที่แสดงถึงวัฒนธรรมแห่งชีวิตที่แวดล้อมด้วยสายน้ำและขุนเขา วิถีชีวิตของชนกลุ่มน้อยในเขตปกครองตนเองกว่างซี ท่วมกลาง ฉากธรรมชาติอันสวยงาม สร้างความ ตื่นเต้น ประทับใจในศิลปะการแสดง บริเวณริมฝั่งตลอดแนวสองกิโลเมตรของแม่น้ำหลีเจียง ฉากหลังขุนเขาสิบสองลูก ท้องฟ้าอันกว้างใหญ่ที่ไร้ขอบเขต ประกอบขึ้นเป็นโรงละครธรรมชาติแห่งสายน้ำและขุนเขาที่ใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบกับการลงทุนอันมหาศาลด้านแสง สี หมอกควันที่ออกแบบสร้างขึ้นมาเฉพาะไม่เหมือนใคร ทำให้การแสดงเหมือนฝัน หรือ อยู่ในแดนเทพนิยาย การแสดงเริ่มจากเวทีทั่วไปซึ่งมีพื้นที่อันจำกัดตามด้วยเวทีธรรมชาติที่กลมมอดสุดลูกหูลูกตาของแม่น้ำหลีเจียง ขุนเขาแห่งกู่หลินให้ความรู้สึกของความเป็นธรรมชาติที่ปลอดโปร่ง การแสดงบนเวทินั้นเป็นสิ่งประดิดประดอย ของมนุษย์ ส่วนการแสดงในเวทีธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งประดิดประดอยร่วมของพระเจ้ากับมนุษย์ ยอดเขาที่อิงแอบ ภาพสะท้อนบนพื้นน้ำ หยดฝนและหมอกควัน เสียงเริงระบำของใบไผ่ แสดงจันทร์นวลผ่อง สิ่งเหล่านี้พร้อมที่จะเป็นตัวละครที่โลดแล่นอยู่บนเวทีได้ทุกเมื่อ สร้างสรรค์ บทเพลงประกอบอันไพเราะงดงาม บทของตัวละครธรรมชาติเหล่านี้จะ แปรเปลี่ยนไปตามเวลาฤดูกาล ซึ่งคู่มือโร้ก็ล้วนได้บรรยายภาพแปลกใหม่

256826

๑
๑๑๕.๑
๑๕๔๕๖

ที่ไม่ซ้ำกันเลย บทการแสดงยึดตามบทของ ตามรอยหลิวซันเจ่ 印象刘三姐 โดยนำเอากล้องประกอบ
 แห่งบทเพลงพื้นบ้าน วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย ชีวิตชาวประมงในแม่น้ำ หลีเจียง ซึ่ง
 เป็นวิถีชีวิตแห่งธรรมชาติ การดำรงอยู่ของมนุษย์ที่กลมกลืนอย่างลงตัว และเป็นการผสมผสาน
 ระหว่างวัฒนธรรมของกวางซี คือหลิวซันเจ่ กับแหล่งท่องเที่ยว ก้องโลก การแสดงในนักแสดงร่วม
 600 ชีวิต ด้วยเครื่องแต่งกายที่แตกต่างกันไป อาทิ ของชนชาติจ้วง 壮族、ชนชาติเย้า 瑶族、และชน
 ชาติเมี้ยว 苗族 ใช้เวลาการแสดง ประมาณ 60 นาที สำหรับผู้ชมจะชมบนริมแม่น้ำตลอดฝั่งสอง
 กิโลเมตร โดยมีที่นั่งที่จัดไว้ ทั้งหมด 2,200 ที่ แบ่งเป็นที่นั่งธรรมดา 2,000 ที่ ที่เหลือเป็นที่นั่งระดับ
 วีไอพี หมายเหตุ หลิวซันเจ่ 刘三姐 เป็นชื่อภาพยนตร์ที่สร้างในปี 1961 โดยใช้สถานที่ในการ ถ่าย
 ทำที่กู่หลิน โดยเรื่องราวเกี่ยวกับนักร้องพื้นบ้านชาวจ้วงที่ชื่อหลิวซันเจ่ เป็นภาพยนตร์ที่คลาสสิก
 สวยงาม ทั้งตัวละคร ภูเขา สายน้ำ เสียงเพลง จนเป็นที่ชื่นชอบ และเป็นที่ยกย่องของชาวจีนทั่ว
 โลก

คลองขุดชิงอันหลิงฉี 兴安灵渠

หลิงฉีหรือคลองขุดหลิง 灵渠 อยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของอำเภอชิงอัน 兴安 ซึ่งเริ่ม
 ก่อสร้างในสมัยก่อนคริสตกาล 214 จึงเป็นระบบการชลประทานยุคโบราณที่ยิ่งใหญ่ของประเทศ
 จีน และก็เป็นคลองขุดที่เก่าแก่ที่สุดของโลก คลองขุดนี้เชื่อมระหว่างแม่น้ำเซียงของมณฑลหูหนัน
 湖南湘江 กับแม่น้ำหลีเจียงของกวางซี 广西漓江 เมื่อรวมกับคลองขุดเจิ้งกั๋ว 郑国渠 ของส่านซี 陕
 西 และคูเจียง 都江堰 ของซื่อฉวน (เสฉวน) 四川 รวมกันเรียกว่า สามมหาวิศวกรรมชลประทานแห่ง
 ราชนวงศ์ฉิน ค.ศ. 221 เมื่อจักรพรรดิฉินได้รวบรวมหกก๊กเข้าเป็นหนึ่งแล้ว เพื่อรักษาฐานอำนาจของ
 พระองค์ จึงได้ส่งทหารจำนวน 500,000 นาย แบ่งออกเป็น 5 เส้นทางลงสู่ทางใต้ แต่เนื่องจากภูมิ
 ประเทศเป็นป่าเขาและลำธาร เมื่อทำศึกนานแล้วยังไม่บรรลุผล จึงออกคำสั่งให้ขุดคลองเพื่อใช้
 ลำเลียงเสบียง โดยใช้เวลาขุดเป็นแรมปีจึงสำเร็จ คลองนี้จึงถือเป็นคลองเพื่อการรวมแผ่นดินจีน เพื่อ
 เชื่อมโยงระหว่างดินแดนขุนเขาทางใต้ กับแผ่นดินที่ราบทางภาคกลาง และเป็นทางแลกเปลี่ยน
 ศิลปวัฒนธรรม ที่สำคัญ คลองนี้จึงถือว่ามีคามสำคัญยิ่งในทางประวัติศาสตร์จีน และเป็นแหล่ง
 ท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอชิงอันเช่นกัน

ที่นาขั้นบันไดหลงเซิ่ง 龙胜龙脊梯田

ที่นาขั้นบันไดที่แลดูเหมือนกับมังกรเลื้อยรอบเนินเขา เรียกว่า ที่นาขั้นบันไดหลงเซิ่ง ตั้งอยู่
 ในทิศตะวันออกเฉียงใต้ของอำเภอหลงจี 龙脊 แถบหมู่บ้านเหอผิง 和平 เนื่องจากบริเวณนี้ไม่มี
 พื้นที่ราบ ชาวบ้านจึงทำนาบนภูเขาในลักษณะขั้นบันได โดยไล่ตั้งแต่ตีนเขาจนถึงยอดเขา เนินเขา
 เดี่ยวก็ดูเหมือนกับขดกันหอย ส่วนภูเขาสูงก็ดูเหมือนเจดีย์แต่ละชั้นแต่ละชั้นสลับซ้อนเรียงกันสูงชัน
 เรื่อย ๆ ช่วงอัศจรรย์ยิ่ง ที่นาขั้นบันไดหลงเซิ่งอยู่ห่างจากอำเภอหลงจี 27 กิโลเมตร และห่างจากกู่-

หลิน 80 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 66 ตารางกิโลเมตร และอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลระหว่าง 300-1100 เมตร ความลาดชัน 26-35 องศา ส่วนที่ลาดชันที่สุดชันถึง 50 องศา ถึงแม้ที่นาขั้นบันไดจะมีอยู่ทั่วไปทางตอนใต้ของจีน แต่ว่าความกว้างใหญ่และความสวยงามเหมือนกับที่หลงเซิ่งนั้นกลับหาได้ยาก การทำนาขั้นบันไดที่นี่เริ่มขึ้นตั้งแต่สมัยราชวงศ์หยวน 元朝 (ค.ศ. 1279-1368) และเสร็จสมบูรณ์ ต้นราชวงศ์ชิง 清朝 (ค.ศ. 1644-1911) หรือมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 650 ปี ทัศนียภาพของที่นาขั้นบันไดตลอดปีจะไม่เหมือนกัน ฤดูใบไม้ผลิ น้ำทำอุ้มเริ่มปักต้นกล้า จึงดูเหมือนสายสร้อยที่คล้องเรียงบนภูเขา ฤดูร้อน ต้นข้าวเขียวขจี เหมือนคลื่นสีเขียวที่โหมพัดมาเป็นระลอก ๆ จากฟ้าผ่า ในฤดูใบไม้ร่วง ต้นข้าวโตได้ที่พร้อมเก็บเกี่ยวสีเขียวเหลืองทองอร่ามดั่งเจดีย์ทองคำ ส่วนฤดูหนาวมวลหิมะสีขาวปกคลุมทั่วทั้งภูเขา จึงดูราวกับเป็นผาหยกขาวในก้อนเมฆ ในหมู่บ้านขั้นบันไดที่เห็นเต็มภูเขานั้นกว้างใหญ่นั้นที่น่าสนใจคือ พื้นที่นาที่ใหญ่ที่สุดนั้นมีเนื้อที่เพียง 1/15 เฮกเตอร์เท่านั้น ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่แคบ ๆ ที่สามารถปักต้นกล้าได้ เพียง 1-2 แถวเท่านั้น ชาวบ้านที่ทำนาในบริเวณนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นชนชาติจ้วง และชนชาติเผ่า ซึ่งเราสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของชาวจ้วง คว้าเครื่องแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ การละเล่นระบำพื้นบ้าน ตลอดจนเสียงเพลงพื้นบ้านที่บ่งบอกถึงจิตวิญญาณ ของชาวจ้วงอย่างแท้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องภาพลักษณ์เขตภูเขาลินมณฑลกวางสี ประเทศจีนในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้รวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีความสอดคล้องกับเรื่องที่ศึกษานี้เป็นการวิจัยด้านภาพลักษณ์ของชาวไทยเดินทางเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาตามประเด็น ดังนี้

ธพร แววกดี (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตา นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2541 ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และทัศนียภาพทางการท่องเที่ยวในระดับมาก ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และชีวิตกลางคืน นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงมาก เช่นเดียวกับการจับจ่ายสินค้า ด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวชาวเอเชียและชาวอเมริกัน มีทัศนคติที่ไม่ดีนัก

การมองภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจะมองปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการศึกษาภาพลักษณ์เหล่านี้ไม่แตกต่างกันก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถานที่พักอาศัย อาหารไทย กีฬา นิสัยคนไทย และข้อมูลทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมี

ความพึงพอใจสูงในด้านอาหารไทย นิสัยคนไทยและมีทัศนคติด้านสถานที่พักอาศัย ส่วนทางด้านการกีฬาของไทยนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

วัฒนชัย ชูมาก (2544) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวไทยเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษา สมาชิกสโมสรโรตารี อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อต้องการความแปลกใหม่เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ การเดินทางไปต่างประเทศเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ และเป็นการให้รางวัลกับชีวิต นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนให้การเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศทำได้ง่ายขึ้น คือ การมีรายได้มากขึ้น การมีวันหยุดพักผ่อนมากขึ้น และความเจริญในการคมนาคมมีมากขึ้น ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวภายในต่างประเทศแทนการท่องเที่ยวยุโรปประเทศ คือ จะต้องสร้างสิ่งดึงดูดใจจากสถานที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการพัฒนา ประชาสัมพันธ์ ถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ การกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ควบคู่กับการรณรงค์ ปลุกจิตสำนึกให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแทนการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

สุธิดา งามย์พันธุ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความประทับใจ และมีความรู้สึกที่ดีมากต่อจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความมีอัธยาศัยยินดี และความเป็นมิตรของคนเชียงใหม่ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความประทับใจต่อรสชาติของอาหารท้องถิ่น ทัศนียภาพของจังหวัดเชียงใหม่ ความสะอาดสวยงาม และมีความรู้สึกปลอดภัยต่อที่พักระบบขนส่งมวลชนและการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความประสงค์จะกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวนหนึ่งเชื่อว่าจังหวัดเชียงใหม่ประสบกับปัญหาอาชญากรรม เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจได้รับข้อมูลจากแหล่งข่าวต่าง ๆ ซึ่งโลกปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็วและทันสมัยอย่างมาก ปัญหาอาชญากรรมจึงนับว่า เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศในอนาคต ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ จึงจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับปัญหาอาชญากรรมควบคู่กันไปกับการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วย เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจและภาพพจน์ของประเทศในภาพรวมที่ดีขึ้น

กัลยกร สุภธรราร (2548) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย พบว่าค่าใช้จ่ายประเภทความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับอายุและภูมิฐานะ ค่าใช้จ่ายประเภทของที่ระลึกมีความสัมพันธ์กับภูมิฐานะ สถานภาพการสมรสและ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ผลการศึกษาในส่วนที่สอง เป็นการคาดประมาณแบบจำลองปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยในช่วงระหว่างปี 2526 - 2546 พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และมีความเชื่อมั่นทางสถิติ ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีผลต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

ศิริกันยา อารัญ (2551) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ภาพลักษณ์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านการพักผ่อน / ผ่อนคลาย ข้อเสนอแนะคือ จังหวัดเชียงใหม่มีสภาพแวดล้อมที่ดีในด้านแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ สิ่งนี้เป็นตัวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่ การมาท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงใหม่เหตุผลหลักคือ เป็นสถานที่สามารถพักผ่อนได้ทางกายและจิตใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เมื่อมาท่องเที่ยว เพราะ จังหวัดเชียงใหม่เองเป็นเมืองแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่ผู้มาท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่จะมีการถ่ายทอดประสบการณ์การที่ได้มาท่องเที่ยว โดยการบอกเล่าทางภาพข้อความ การพูดคุย ถ้านักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี จะช่วยเพิ่มชื่อเสียงให้จังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยภาพลักษณ์ในเขตกึ่งหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีนในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังที่ได้เสนอไปข้างต้น ถือได้ว่าภาพลักษณ์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว และสามารถทำให้เกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการกลับมาเยี่ยมชม และสร้างชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ในเขตกึ่งหลินมณฑลทกวางตี้ ประเทศจีน ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีการกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. กลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. เทคนิคการแปลความหมายข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นเป็นการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการวัดผลเพียงครั้งเดียว (One – Shot - Case Study) และศึกษา ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross - Sectional Study)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ในเขตกึ่งหลิน มณฑลทกวางตี้ ประเทศจีน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า กำหนดไว้จำนวน 200 ราย โดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน ระหว่าง เดือนตุลาคม 2551 กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ	n	=	จำนวนหรือกลุ่มตัวอย่างที่จะได้จากการคำนวณ
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนในการศึกษาที่ยินยอมให้เกิดขึ้นได้
			กำหนดไว้ไม่เกิน 5% ดังนั้น ค่าความคลาดเคลื่อน
			เท่ากับ 0.05
	N	=	จำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน

แทนค่าสูตร

$$n = 200 / (1 + (200)(0.05)(0.05))$$

$$n \cong 133$$

ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% การศึกษาครั้งนี้ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถใช้เป็นตัวแทนประชากรที่สามารถเชื่อถือได้จำนวนอย่างน้อย 242 ตัวอย่างโดยที่ผู้วิจัยได้สำรองเพื่อแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ไว้ 5% รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 254 ตัวอย่าง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวที่ในเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน มีจำนวนไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับช่วงเวลา ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถหากรอบตัวอย่างที่แน่ชัดได้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยระบุขนาดของตัวอย่างที่ครอบคลุมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำนวน 200 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษา คือ แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป วิธีการสื่อสารกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสอบถามจำนวน 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อมูลส่วนตัว ประกอบด้วยข้อคำถามปลายเปิด มีข้อคำถามรวม 6 ข้อ ได้แก่ ข้อมูลที่มีระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) คือ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวจะถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มาเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง วิธีการเลือกเดินทางในรอบปีที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อพฤติกรรมการเดินทาง ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และโดยวิธีการใด สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการไป ลักษณะการเดินทางเป็นแบบใด เช่น เดินทางเอง ซื้อมอเตอร์ เหตุผลที่เลือกเดินทางไปในเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการพักอยู่อาศัยในกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในครั้งนี้ และโดยวิธีการใด เป็นต้น

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ ได้แก่ การซื้อแพคเกจทัวร์ครั้งนี้ ค่าใช้จ่ายรวม ตลอดจนแนวความคิดที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่ในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนหรือไม่ ภายในระยะเวลาเท่าใดถึงจะกลับมาอีกครั้ง

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 41 ข้อ โดยให้ประเมินระดับความคิดเห็นด้วยมาตรทัศนคติโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้ว มาเก็บข้อมูลกับตัวอย่างซึ่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มชาวไทยที่ไปเที่ยวที่ในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามเองและฝากมัคคุเทศก์แจกแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบที่ได้รับ และนำมาวิเคราะห์ จำนวน 200 ชุด

โดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่เขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน 200 ราย ระหว่างวันที่ 10 ถึง 30 ตุลาคม 2551 โดยสถานที่ที่แจกแบบสอบถาม ได้แก่ โรงแรมที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย สถานที่ท่องเที่ยวก्यूหลิน และสนามบินเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน

เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมดมาตรวจคะแนนนำนักทั้งหมด โดยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว เหตุผลที่ท่านตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน และภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน

ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเห็นด้วยน้อยที่สุด	1

2. นำคะแนนเฉลี่ยรายข้อและรายได้เทียบกับเกณฑ์ดังต่อไปนี้ โดยนำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย จะยึดหลักเกณฑ์ในการจัดระดับการประเมินดังนี้

ภาพลักษณ์ในมุมมองแต่ละด้าน ต่ำกว่า 50% หมายถึง มีภาพลักษณ์น้อย
 ภาพลักษณ์ในมุมมองแต่ละด้าน มากกว่า 70% หมายถึง มีภาพลักษณ์มาก
 คะแนนต่ำสุด 1 คะแนน คะแนนสูงสุด 5 คะแนน เทียบเป็นเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในการแปลความ ดังนี้

เกณฑ์การประเมิน (ภาพลักษณ์ในมุมมอง)

มาก 3.51 – 5.00

ปานกลาง 2.51 – 3.50

น้อย 1.00 – 2.50

เกณฑ์การประเมิน

ค่าเฉลี่ย

มาก 3.51 – 5.00

ปานกลาง 2.51 – 3.50

น้อย 1.00 – 2.50

3. การวิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ ทั้งที่เป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม คิดเป็นร้อยละ หาค่าความเชื่อมั่นการทดสอบ

4. สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำ

บรรยาย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดนั้น มีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผลคือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะมีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือการลงรหัสที่ได้ทำก่อนไว้แล้ว จากนั้นนำไปบันทึกแล้วใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลต่อไป

การประมวลผลนั้นดำเนินการตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดงข้อมูลเป็นค่าจำนวนและร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้แก่ อาชีพ ระดับ การศึกษาสูงสุด เป็นต้น และค่าเฉลี่ยเลขคณิต
2. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอ้างอิง คือ การทดสอบคะแนนที่ (t-test) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ สมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 1 คือ การ

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปรเพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ สมมุติฐานงานวิจัยข้อที่ 2-6 คือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบรายคู่ (Least Significant Difference Test - LSD) เพื่อหาความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ในเขตกึ่งหลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีน ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย แสดงผลการวิจัยตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย จึงกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-distribution
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-distribution
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกึ่งหลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	60	30.0
หญิง	140	70.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 140 คน ร้อยละ 70.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 60 คน ร้อยละ 30.0

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	20	10.0
20-30 ปี	30	15.0
31-40 ปี	36	18.0
41-50 ปี	60	30.0
51 ปีขึ้นไป	54	27.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 60 คน ร้อยละ 30.0 รองลงมามีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 54 คน ร้อยละ 27.0 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 36 คน ร้อยละ 18.0 อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 30 คน ร้อยละ 15.0 และ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 20 คน ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	89	44.5
สมรส	102	51.0
หม้าย/ หย่าร้าง	9	4.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 102 คน ร้อยละ 51.0 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 89 คน ร้อยละ 44.5 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 9 คน ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	8.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช	31	15.5
อนุปริญญา/ ปวส	16	8.0
ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	51.0
สูงกว่าปริญญาตรี	35	17.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-4 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท จำนวน 102 คน ร้อยละ 51.0 รองลงมามีสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน ร้อยละ 17.5 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช จำนวน 31 คน ร้อยละ 15.5 และมีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย และอนุปริญญา/ ปวส จำนวน 16 คนเท่าๆ กัน ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก्यूหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	64	32.0
พนักงานเอกชน	48	24.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	22.5
นักเรียน/ นักศึกษา	26	13.0
แม่บ้าน	10	5.0

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
อื่น ๆ ได้แก่ ข้าราชการบำนาญ	7	3.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 64 คน ร้อยละ 32.0 รองลงมา พนักงานเอกชน จำนวน 48 คน ร้อยละ 24.0 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 45 คน ร้อยละ 22.0 นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 26 คน ร้อยละ 13.0 แม่บ้าน จำนวน 10 คน ร้อยละ 5.0 และอื่น ๆ จำนวน 7 คน ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกึ่งหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	33	16.5
10,000-30,000 บาท	52	26.0
30,001-50,000 บาท	50	25.0
50,001-70,000 บาท	30	15.0
70,001-90,000 บาท	8	4.0
มากกว่า 90,000 บาท	27	13.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกึ่งหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-30,000 บาท จำนวน 52 คน ร้อยละ 26.0 รองลงมา ระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 50 คน ร้อยละ 25.0 ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 33 คน ร้อยละ 16.5 ระหว่าง 50,001-70,000 บาท จำนวน 30 คน ร้อยละ 15.0 มากกว่า 90,000 บาท จำนวน 27 คน ร้อยละ 13.5 และระหว่าง 70,001-90,000 บาท จำนวน 8 คน ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-7 จำนวนและร้อยละจำนวนครั้งที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในปี 2549 – 2550

จำนวนครั้งที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
0-1 ครั้ง	184	92.0
2-3 ครั้ง	13	6.5
มากกว่า 3 ครั้ง ขึ้นไป	3	1.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-7 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หยลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มาเที่ยวเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำนวน 0-1 ครั้ง จำนวน 184 คน ร้อยละ 92.0 รองลงมาคือ 2-3 ครั้ง จำนวน 13 คน ร้อยละ 6.5 และ มากกว่า 3 ครั้ง ขึ้นไป จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หยลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ในปี 2549 – 2550

ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน	92	46.0
4-5 วัน	94	47.0
5 วันขึ้นไป	14	7.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ระหว่าง 4-5 วัน จำนวน 94 คน ร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ 1-3 วัน จำนวน 92 คน ร้อยละ 46.0 และ มากกว่า 5 วันขึ้นไป จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละ จำนวนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในแต่ละครั้งในปี 2549 – 2550

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-5 คน	92	46.0
6-10 คน	5	2.5
11-15 คน	17	8.5
มากกว่า 15 คน ขึ้นไป	86	43.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ระหว่าง 1-5 คน จำนวน 92 คน ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ มากกว่า 15 คนขึ้นไป จำนวน 86 คน ร้อยละ 43.0 ระหว่าง 11-15 คน จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.5 และระหว่าง 6-10 คน จำนวน 5 คน ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 จำนวนและร้อยละวิธีการเดินทางเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในแต่ละครั้งในปี 2549 – 2550

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางเอง	17	8.5
ซื้อทัวร์	175	87.5
อื่น ๆ	8	4.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่ซื้อทัวร์ จำนวน 175 คน ร้อยละ 87.5 รองลงมาคือ เดินทางเอง จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.5 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-11 จำนวนและร้อยละวิธีการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน
ในปี 2549 – 2550

วิธีการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	5	2.5
เครื่องบิน	189	94.5
อื่น ๆ ได้แก่ รถโรงเรียน	6	3.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑล
กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีเส้นทางโดยเครื่องบิน จำนวน 189 คน ร้อยละ 94.5 รองลงมาคือ
อื่น ๆ จำนวน 6 คน ร้อยละ 3.0 และรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 5 คน ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละจำนวนคืนที่พักรวม

จำนวนคืนที่พักรวม	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	10	5.0
2 คืน	30	15.0
3 คืน	32	16.0
4 คืน	114	57.0
มากกว่า 4 คืน	14	7.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑล
กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีการพักค้างคืน จำนวน 4 คืน จำนวน 114 คน ร้อยละ 57.0 รองลงมา
คือ 3 คืน จำนวน 32 คน ร้อยละ 16.0 จำนวน 2 คืน จำนวน 30 คน ร้อยละ 15.0 มากกว่า 4 คืน
จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.0 และจำนวน 1 คืน จำนวน 10 คน ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13 จำนวนและร้อยละการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หยลิ่ง มณฑลกวางสี ประเทศจีน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

สถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า	195	97.5
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ ศาสนสถาน เช่น วัด พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน	129	64.5
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี เช่น เทศกาล หมู่บ้าน ชุมชนต่าง ๆ	29	14.5
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและบันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก ไนท์คลับ บาร์	33	16.5
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูแลสุขภาพและรักษาสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล สปา และนวดแผนโบราณ	17	8.5
อื่น ๆ	10	5.0

จากตารางที่ 4-13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หยลิ่ง มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า มากที่สุด จำนวน 195 คน ร้อยละ 97.5 รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ และ ศาสนสถาน เช่น วัด พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ โบราณสถาน จำนวน 129 คน ร้อยละ 64.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและบันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก ไนท์คลับ บาร์ จำนวน 33 คน ร้อยละ 16.5 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี เช่น เทศกาล หมู่บ้าน ชุมชนต่าง ๆ จำนวน 29 คน ร้อยละ 14.5 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูแลสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล สปา และนวดแผนโบราณ จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.5 และอื่น ๆ จำนวน 10 คน ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-14 จำนวนและร้อยละวิธีการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขต
ก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนในการเดินทางครั้งนี้

วิธีการเดินทางในครั้งนี้	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางเอง	17	8.5
ซื้อทัวร์มา	179	89.5
อื่น ๆ	4	2.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-14 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่จะเดินทางโดยการซื้อทัวร์มากที่สุด จำนวน 179 คน ร้อยละ 89.5 รองลงมาคือ เดินทางเอง จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.5 และ อื่น ๆ จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-15 จำนวนและร้อยละเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว เขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี
ประเทศจีน

เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ฮันนีมูน	6	3.0
พักผ่อน	88	44.0
เที่ยวกลางคืนและสถานบันเทิง	3	1.5
กีฬา	1	0.5
ท่องเที่ยว	91	45.5
ช้อปปิ้ง	6	3.0
สัมมนา	5	2.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-15 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่จะมาเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 91 คน ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ เพื่อพักผ่อน จำนวน 88 คน ร้อยละ 44.0 เพื่อฮันนีมูนและช้อปปิ้ง จำนวน 6 คนเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.0

เพื่อสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน ร้อยละ 2.5 เพื่อเที่ยวกลางคืนและสถานที่บันเทิง จำนวน 3 คน ร้อยละ 1.5 และด้านกีฬา จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-16 จำนวนและร้อยละจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในการเดินทางครั้งนี้

จำนวนผู้ร่วมเดินทางในครั้งนี	จำนวน	ร้อยละ
1-5 คน	80	46.0
6-10 คน	21	2.5
11-15 คน	22	8.5
มากกว่า 15 คน ขึ้นไป	77	43.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-16 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ระหว่าง 1-5 คน จำนวน 80 คน ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ มากกว่า 15 คนขึ้นไป จำนวน 77 คน ร้อยละ 43.0 ระหว่าง 11-15 คน จำนวน 22 คน ร้อยละ 8.5 และระหว่าง 6-10 คน จำนวน 21 คน ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-17 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ในการเดินทางครั้งนี้

ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี	จำนวน	ร้อยละ
1-3 วัน	47	23.5
4-5 วัน	131	65.5
5 วันขึ้นไป	22	11.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-17 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี

ประเทศจีน ระหว่าง 4-5 วัน จำนวน 131 คน ร้อยละ 65.5 รองลงมาคือ 1-3 วัน จำนวน 47 คน ร้อยละ 23.5 และมากกว่า 5 วันขึ้นไป จำนวน 22 คน ร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-18 จำนวนและร้อยละการพักค้างคืนที่โรงแรมในการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่ยฺหฺลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน การเดินทางในครั้งนี้

จำนวนคืนที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
1 คืน	14	7.0
2 คืน	24	12.0
3 คืน	27	13.5
4 คืน	115	57.5
มากกว่า 4 คืน	20	10.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-18 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่ยฺหฺลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีการพักค้างคืนจำนวน 4 คืน จำนวน 115 คน ร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ จำนวน 3 คืน จำนวน 27 คน ร้อยละ 13.5 จำนวน 2 คืน จำนวน 24 คน ร้อยละ 12.0 มากกว่า 4 คืน จำนวน 20 คน ร้อยละ 10.0 และ จำนวน 1 คืน จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ตารางที่ 4-19 จำนวนและร้อยละสิ่งที่จะรวมอยู่ในแพคเกจในการเดินทางไปเที่ยวในเขตกู่ยฺหฺลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน การเดินทางครั้งนี้

สิ่งที่จะรวมอยู่ในแพคเกจในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ค่าเดินทางทางโดยสารทั้งหมด	104	52.0
ค่าเดินทางโดยสารบางครั้ง	14	7.0
สิ่งอำนวยความสะดวก	8	4.0
ค่าอาหาร	4	2.0
ค่าบริการการท่องเที่ยวฟรี	9	4.5

ตารางที่ 4-19 (ต่อ)

สิ่งที่จะรวมอยู่ในแฟกเกจในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
อื่น ๆ	2	1.0
ตอบข้อ 1 กับ 3	42	21.0
มากกว่า 3 ข้อ	17	8.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มีค่าเดินทางโดยสารทั้งหมด จำนวน 104 คน ร้อยละ 52.0 รองลงมา มีค่าเดินทางทางโดยสารทั้งหมดและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 42 คน ร้อยละ 21.0 ตอบมากกว่า 3 ข้อ จำนวน 17 คน ร้อยละ 8.5 ค่าเดินทางโดยสารบางครั้ง จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.0 ค่าบริการการท่องเที่ยวฟรี จำนวน 9 คน ร้อยละ 4.5 สิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 8 คน ร้อยละ 4.0 ค่าอาหาร จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.0 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4-20 จำนวนและร้อยละการจูงตัวในการเดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน

การจูงตัวในแฟกเกจในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยว	94	47.0
ตัวแทนการท่องเที่ยว	48	24.0
บริษัทหรือสนามบิน	42	21.0
อื่น ๆ	16	8.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-20 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตก๊วยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่จะจูงจากผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยว จำนวน 94 คน ร้อยละ 47.0 รองลงมา ตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 48 คน ร้อยละ 24.0 บริษัทหรือสนามบิน จำนวน 42 คน ร้อยละ 21.0 และอื่น ๆ จำนวน 16 คน ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางเที่ยวภายในเขตกู่หลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน

ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1,000-5,000 บาท	31	15.5
5,100 - 10,000 บาท	14	7.0
10,000 -1,5000 บาท	5	2.5
15,000 บาทขึ้นไป	80	40.0
ไม่มี	70	35.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเที่ยวภายในเขตกู่หลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่คาดว่าจะมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดเป็นเงิน 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน ร้อยละ 40.0 ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มนอกเหนือจากแพคเกจทัวร์ จำนวน 70 คน ร้อยละ 35.0 ระหว่าง 1,000-5,000 บาท จำนวน 31 คน ร้อยละ 15.5 ระหว่าง 5,100 - 10,000 บาท จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.0 และระหว่าง 10,000-1,5000 บาท จำนวน 5 คน ร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-22 จำนวนและร้อยละ ค่าบริการการท่องเที่ยวต่อคน ในการเดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน

ค่าบริการการท่องเที่ยวต่อคน	จำนวน	ร้อยละ
10,000-20,000 บาท	72	36.0
21,000-30,000 บาท	122	61.0
31,000-40,000 บาท	4	2.0
41,000 บาท ขึ้นไป	2	1.0
รวม	200	100.0

จากตาราง 4-22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่เสียค่าบริการในการเดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลินอยู่ระหว่าง 21,000-30,000 บาท จำนวน 122 คน ร้อยละ 61.0 รองลงมา ระหว่าง 10,000-20,000 บาท จำนวน

72 คน ร้อยละ 36.0 ระหว่าง 31,000-40,000 บาท จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.0 และ 41,000 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-23 จำนวนและร้อยละความตั้งใจกลับมาเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวในเขตกู่หลิน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่กลับมา	75	37.5
จะกลับมาอีกครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปี	20	10.0
จะกลับมาอีกครั้ง ภายในระยะเวลา 2 ปี	19	9.5
จะกลับมาอีกครั้ง ภายในเวลา 3 ปี	14	7.0
จะกลับมาอีกครั้งหลังจากปีที่ 3	72	36.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-23 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่ไม่ตั้งใจกลับมาเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน จำนวน 75 คน ร้อยละ 37.5 รองลงมาจะกลับมาอีกครั้งหลังจากปีที่ 3 จำนวน 72 คน ร้อยละ 36.0 จะกลับมาอีกครั้งภายในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 20 คน ร้อยละ 10.0 จะกลับมาอีกครั้งภายในระยะเวลา 2 ปี จำนวน 19 คน ร้อยละ 9.5 และจะกลับมาอีกครั้งภายในเวลา 3 ปี จำนวน 14 คน ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 แหล่งข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-24 จำนวนและร้อยละข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้วางแผนเดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน

แหล่งข้อมูลที่ทำให้วางแผนเดินทางไปเที่ยวเขต กู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	58	29.0
ญาติพี่น้อง	45	22.5

ตารางที่ 4-24 (ต่อ)

แหล่งข้อมูลที่ทำให้วางแผนเดินทางไปเที่ยวเขต ก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนการท่องเที่ยว	40	20.0
อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	13	6.5
โบรชัวร์	24	12.0
หนังสือ	8	4.0
อื่นๆ	12	6.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4-24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑล
กวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลในการเดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑล
กวางสี ประเทศจีน จากเพื่อนมากที่สุด จำนวน 58 คน ร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ ญาติพี่น้อง จำนวน 45 คน
ร้อยละ 22.5 ตัวแทนการท่องเที่ยว จำนวน 40 คน ร้อยละ 20.0 โบรชัวร์ จำนวน 24 คน ร้อยละ 12.0
อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์ จำนวน 13 คน ร้อยละ 6.5 อื่นๆ จำนวน 12 คน ร้อยละ 6.0 และหนังสือ
จำนวน 8 คน ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ
เขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในภาพรวม (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ด้านประสบการณ์	3.30	.64	ปานกลาง
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	3.60	.67	มาก
ด้านราคาและสภาพแวดล้อม	3.45	.71	มาก
ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลาย	3.48	.75	มาก
ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย	3.48	.65	มาก
ด้านการเรียนรู้	3.60	.73	มาก
ด้านสังคม	3.37	.78	ปานกลาง
ด้านชื่อเสียง	3.53	.87	มาก
รวม	3.47	.55	มาก

จากตารางที่ 4-25 พบว่า ภาพลักษณ์ในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจและด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เท่ากัน รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลายและด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ด้านราคาและสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ตารางที่ 4-26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ด้านประสบการณ์ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านประสบการณ์	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
มีความเป็นมาตรฐานและสะอาด	3.48	.90	มาก
มีคุณภาพในบางครั้ง	3.42	.87	มาก
มีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน	3.22	.78	ปานกลาง
มีแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม	3.49	.90	มาก
ได้รับความสะดวกที่เหมาะสม	3.36	.79	ปานกลาง
อาหารมีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ	3.23	.89	ปานกลาง
มีชายหาดที่สวยงามและกีฬาทางน้ำ	3.05	1.00	ปานกลาง
ประชากรมีอัธยาศัยดี	3.22	.93	ปานกลาง
รวม	3.30	.641	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-26 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน ด้านประสบการณ์ในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 รองลงมาคือ ความเป็นมาตรฐานและสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 มีคุณภาพในบางครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ได้รับความสะดวกที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อาหารมีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และ มีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน และ ประชากรมีอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 เท่ากัน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีชายหาดที่สวยงามและกีฬาทางน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05

ตารางที่ 4-27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต
ก๊วยหลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านสิ่งดึงดูดใจ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านสิ่งดึงดูดใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	3.54	.91	มาก
มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ	3.51	.89	มาก
มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.83	.95	มาก
มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.68	.88	มาก
การสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์	3.57	.77	มาก
มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ	3.47	.79	มาก
มีศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์	3.46	.86	มาก
มีแหล่งธรรมชาติ เช่น ภูเขา ที่สวยงาม	3.76	.97	มาก
รวม	3.60	.67	มาก

จากตารางที่ 4-27 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑล
ทกวางสี ประเทศจีน ด้านสิ่งดึงดูดใจในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมาคือ มีแหล่งธรรมชาติ เช่น ภูเขา ที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 มี
ศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การสิ่งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มี
เอกลักษณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 มี
ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และมีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และ
ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าน้อยที่สุดคือ มีศิลปวัฒนธรรมที่
แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 4-28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านราคาและสภาพแวดล้อม (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านราคาและสภาพแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ราคาสินค้ามีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน	3.37	.92	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล	3.19	.94	ปานกลาง
อากาศดี	3.69	1.06	มาก
สามารถเดินป่าและเยี่ยมชมธรรมชาติได้	3.56	1.04	มาก
มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี	3.47	.89	มาก
รวม	3.45	.71	มาก

จากตารางที่ 4-28 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านราคาและสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ อากาศดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือ สามารถเดินป่าและเยี่ยมชมธรรมชาติได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และราคาสินค้ามีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ตารางที่ 4-29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลาย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลาย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ไม่อึดอัดและวุ่นวาย	3.41	.89	มาก
สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตได้	3.39	.87	ปานกลาง
เป็นสถานที่ที่สามารถพักผ่อนได้ทางกายและจิตใจ	3.61	.93	มาก
เป็นสถานที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายได้	3.48	.89	มาก
เป็นสถานที่ไม่ต้องคิดถึงหรือกังวลเกี่ยวกับหน้าที่การงานได้	3.51	.89	มาก
รวม	3.48	.75	มาก

จากตารางที่ 4-29 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลายในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีสถานที่ที่สามารถพักผ่อนได้ทางกายและจิตใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 รองลงมาคือ เป็นสถานที่ที่ไม่ต้องคิดถึงหรือกังวลเกี่ยวกับหน้าที่การงานได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และไม่อดอัดและวุ่นวาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สามารถหลีกเลี่ยงกับความวุ่นวายในชีวิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ตารางที่ 4-30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
รู้สึกตื่นเต้นเมื่อมาเที่ยวที่นี่	3.58	.83	มาก
สามารถค้นพบสิ่งที่น่าสนใจและซาบซึ้งใจ	3.48	.91	มาก
สามารถผจญภัยได้	3.44	.89	มาก
รู้สึกสนุกและบันเทิงใจ	3.49	.84	มาก
สามารถไปพักผ่อนได้	3.47	.83	มาก
น้ำตกหรือทะเลมีความสะอาด	3.45	.93	มาก
รวม	3.48	.65	มาก

จากตารางที่ 4-30 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านรู้สึกตื่นเต้นเมื่อมาเที่ยวที่นี่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมาคือ ท่านรู้สึกสนุกและบันเทิงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีคุณภาพในบางครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ท่านสามารถค้นพบสิ่งที่น่าสนใจและซาบซึ้งใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 สามารถไปพักผ่อนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และ น้ำตกหรือทะเลมีความสะอาด มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.45 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านสามารถผจญภัยได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ตารางที่ 4-31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กุ้ยหลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านการเรียนรู้ (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านการเรียนรู้	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	3.63	.89	มาก
สามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิตใหม่ ๆ	3.62	.84	มาก
สามารถเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมวิถีชีวิตของสถานที่นี้	3.53	.91	มาก
ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นี่	3.64	.95	มาก
รวม	3.60	.73	มาก

จากตารางที่ 4-31 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกุ้ยหลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เมื่อมาท่องเที่ยวที่นี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือ ท่านสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และท่านสามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิตใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านสามารถเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมวิถีชีวิตของสถานที่นี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ตารางที่ 4-32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กุ้ยหลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านสังคม (คะแนน 5 คะแนน)

ด้านสังคม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ประชากรมีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน	3.41	.95	มาก
ประชากรมีน้ำใจและอัธยาศัยดี	3.36	.88	ปานกลาง
ประชากรมีการปฏิสัมพันธ์และมีความสามัคคีกัน	3.36	.91	ปานกลาง
รวม	3.37	.78	ปานกลาง

จากตารางที่ 4-32 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีนด้านสังคมในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ประชากรมีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 รองลงมาคือ ประชากรมีน้ำใจและอัธยาศัยดี และประชากรมีการปฏิสัมพันธ์และมีความสามัคคีกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เท่ากัน

ตารางที่ 4-33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านชื่อเสียง (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ด้านชื่อเสียง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ต้องการให้เพื่อนมาเที่ยวที่นี่	3.42	.93	มาก
อยากจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้เพื่อนฟัง	3.66	.96	มาก
รวม	3.53	.87	มาก

จากตารางที่ 4-33 พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านชื่อเสียงในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านอยากจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้เพื่อนของท่านฟัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมาคือ ท่านต้องการให้เพื่อนของท่านมาเที่ยวที่นี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
1. ด้านประสบการณ์	1. ชาย	60	3.36	.62	.745	.457
	2. หญิง	140	3.28	.65		
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	1. ชาย	60	3.64	.67	.575	.566
	2. หญิง	140	3.58	.67		

ตารางที่ 4-34 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
3. ด้านราคาและสภาพแวดล้อม	1. ชาย	60	3.35	.69	-1.360	.175
	2. หญิง	140	3.50	.71		
4. ด้านการพักผ่อน / ผ่อนคลาย	1. ชาย	60	3.43	.80	-.575	.566
	2. หญิง	140	3.50	.72		
5. ด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย	1. ชาย	60	3.43	.62	-.708	.480
	2. หญิง	140	3.50	.66		
6. ด้านการเรียนรู้	1. ชาย	60	3.59	.78	-.099	.921
	2. หญิง	140	3.60	.72		
7. ด้านสังคม	1. ชาย	60	3.45	.71	.888	.376
	2. หญิง	140	3.34	.80		
8. ด้านชื่อเสียง	1. ชาย	60	3.54	.81	.071	.944
	2. หญิง	140	3.53	.90		
รวม	1. ชาย	60	3.47	.51	-.041	.967
	2. หญิง	140	3.47	.57		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-34 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตคู่หู หลิน มณฑลกุ้ยโจว ประเทศจีน โดยรวมและรายได้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขต
กู่หลินมณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านประสบการณ์	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.20	.88	2.045	.090
	20-30 ปี	30	3.58	.67		
	31-40 ปี	36	3.19	.58		
	41-50 ปี	60	3.24	.53		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.34	.63		
	รวม	200	3.30	.64		
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.48	.98750	1.381	.242
	20-30 ปี	30	3.82	.49858		
	31-40 ปี	36	3.49	.62		
	41-50 ปี	60	3.545	.602		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.65	.71		
	รวม	200	3.60	.67		
3. ด้านราคาและ สภาพแวดล้อม	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.36	.94	.960	.431
	20-30 ปี	30	3.67	.67		
	31-40 ปี	36	3.47	.73		
	41-50 ปี	60	3.380	.59		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.45	.74		
	รวม	200	3.458	.71		
4. ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลาย	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.470	1.01	1.083	.366
	20-30 ปี	30	3.70	.72		
	31-40 ปี	36	3.46	.73		
	41-50 ปี	60	3.36	.63		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.50	.78		
	รวม	200	3.48	.75		

ตารางที่ 4-35 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5. ด้านความน่าเชื่อถือ และการผจญภัย	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.46	.74	.640	.635
	20-30 ปี	30	3.49	.60		
	31-40 ปี	36	3.59	.72		
	41-50 ปี	60	3.38	.56		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.51	.69		
	รวม	200	3.48	.65		
6. ด้านการเรียนรู้	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.55	.90	.943	.440
	20-30 ปี	30	3.73	.63		
	31-40 ปี	36	3.56	.74		
	41-50 ปี	60	3.48	.64		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.70	.81		
	รวม	200	3.60	.73		
7. ด้านสังคม	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.16	1.08	1.442	.222
	20-30 ปี	30	3.51	.59		
	31-40 ปี	36	3.16	.89		
	41-50 ปี	60	3.44	.66		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.43	.76		
	รวม	200	3.37	.78		
8. ด้านชื่อเสียง	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.45	.99	.547	.701
	20-30 ปี	30	3.75	.65		
	31-40 ปี	36	3.50	.90		
	41-50 ปี	60	3.50	.90		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.50	.89		
	รวม	200	3.53	.87		

ตารางที่ 4-35 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
รวม	ต่ำกว่า 20 ปี	20	3.39	.79	1.312	.267
	20-30 ปี	30	3.66	.43		
	31-40 ปี	36	3.42	.57		
	41-50 ปี	60	3.40	.43		
	51 ปีขึ้นไป	54	3.513	.61		
	รวม	200	3.47	.55		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-35 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อ เขตกู่หยลิน มณฑลกลวงสี ประเทศจีน โดยรวมและรายได้ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขต กู่หยลิน มณฑลกลวงสี ประเทศจีน จำแนกตามสถานภาพสมรส

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	สถานภาพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านประสบการณ์	1. โสด	89	3.34	.64	1.670	.191
	2. สมรส	102	3.25	.63		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.62	.57		
	โดยรวม	200	3.30	.641		
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	1. โสด	89	3.63	.66	1.076	.343
	2. สมรส	102	3.55	.69		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.86	.41		
	โดยรวม	200	3.60	.67		

ตารางที่ 4-36 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	สถานภาพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
3. ด้านราคาและ สภาพแวดล้อม	1. โสด	89	3.51	.75	.598	.551
	2. สมรส	102	3.40	.69		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.53	.61		
	โดยรวม	200	3.45	.71		
4. ด้านการพักผ่อน / ผ่อนคลาย	1. โสด	89	3.55	.79	1.679	.189
	2. สมรส	102	3.39	.70		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.75	.69		
	โดยรวม	200	3.48	.75		
5. ด้านความน่าตื่นเต้น และการผจญภัย	1. โสด	89	3.48	.68	.019	.981
	2. สมรส	102	3.48	.63		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.44	.52		
	โดยรวม	200	3.48	.65		
6. ด้านการเรียนรู้	1. โสด	89	3.53	.74	.753	.472
	2. สมรส	102	3.66	.73		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.52	.81		
	โดยรวม	200	3.60	.73		
7. ด้านสังคม	1. โสด	89	3.31	.81	.760	.469
	2. สมรส	102	3.41	.74		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.59	.77		
	โดยรวม	200	3.37	.78		
8. ด้านชื่อเสียง	1. โสด	89	3.57	.91	.662	.517
	2. สมรส	102	3.52	.81		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.22	1.17		
	โดยรวม	200	3.53	.87		
รวม	1. โสด	89	3.49	.59	.501	.607
	2. สมรส	102	3.44	.53		
	3. หม้าย / หย่าร้าง	9	3.61	.381		
	โดยรวม	200	3.47	.55		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-36 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อเขตภูเขาหิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายได้ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-37 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตภูเขาหิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยภาพลักษณ์	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านประสบการณ์	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.28	.71	.353	.842
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.22	.85		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.27	.65		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.35	.56		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.26	.63		
	รวม	200	3.30	.64		
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.60	.83	.522	.720
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.48	.93		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.78	.60		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.61	.59		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.60	.59		
	รวม	200	3.60	.67		
3. ด้านราคาและสภาพแวดล้อม	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.50	.74	.376	.825
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.34	.90		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.53	.67		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.49	.66		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.39	.69		
	รวม	200	3.45	.71		
4. ด้านการพักผ่อน / ผ่อนคลาย	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.50	.81	.254	.907
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.49	.94		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.58	.73		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.49	.66		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.37	.80		
	รวม	200	3.48	.75		

ตารางที่ 4-37 (ต่อ)

ปัจจัยภาพลักษณ์	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
5. ด้านความน่าเชื่อถือและการผจญภัย	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.69	.48	.556	.695
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.44	.65		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.48	.60		
	รวม	200	3.48	.65		
6. ด้านการเรียนรู้	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.65	.91	.563	.690
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.63	.90		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.84	.52		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.55	.68		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.57	.73		
	รวม	200	3.60	.739		
7. ด้านสังคม	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.60	.83	1.306	.269
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.41	1.02		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.62	.41		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.26	.78		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.42	.59		
	รวม	200	3.37	.78		
8. ด้านชื่อเสียง	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.65	.94	.186	.946
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.54	.96		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.40	.82		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.51	.91		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.57	.65		
	รวม	200	3.53	.87		
รวม	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	16	3.50	.73	.242	.914
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	3.43	.73		
	อนุปริญญา/ปวส.	16	3.59	.43		
	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท	102	3.47	.51		
	สูงกว่าปริญญาตรี	35	3.44	.48		
	รวม	200	3.47	.55		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-37 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มี
 ภาพลักษณ์ต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกลวงสี ประเทศจีน โดยรวมและรายได้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-38 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเขตก๊วยหลิน
 มณฑลกลวงสี ประเทศจีน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ด้านประสบการณ์	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.29	.64	.761	.579
	พนักงานเอกชน	48	3.33	.51		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.36	.60		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.34	.90		
	แม่บ้าน	10	2.93	.71		
	อื่นๆ	7	3.30	.21		
	รวม	200	3.30	.64		
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.55	.68	1.050	.390
	พนักงานเอกชน	48	3.64	.43		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.67	.66		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.60	.94		
	แม่บ้าน	10	3.21	.77		
	อื่นๆ	7	3.82	.51		
	รวม	200	3.60	.67		
3. ด้านราคาและ สภาพแวดล้อม	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.40	.69	.194	.965
	พนักงานเอกชน	48	3.50	.68		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.49	.64		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.43	.95		
	แม่บ้าน	10	3.36	.65		
	อื่นๆ	7	3.57	.73		
	รวม	200	3.45	.71		

ตารางที่ 4-38 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
4. ด้านการพักผ่อน / ผ่อนคลาย	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.45	.76	.521	.760
	พนักงานเอกชน	48	3.41	.65		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.59	.72		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.52	.95		
	แม่บ้าน	10	3.26	.69		
	อื่น ๆ	7	3.60	.73		
	รวม	200	3.48	.75		
5. ด้านความน่าตื่นเต้น และการผจญภัย	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.47	.69	1.158	.331
	พนักงานเอกชน	48	3.47	.57		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.63	.61		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.41	.71		
	แม่บ้าน	10	3.13	.75		
	อื่น ๆ	7	3.40	.50		
	รวม	200	3.48	.65		
6. ด้านการเรียนรู้	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.48	.71	1.413	.221
	พนักงานเอกชน	48	3.58	.66		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.82	.77		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.57	.82		
	แม่บ้าน	10	3.42	.73		
	อื่น ๆ	7	3.78	.75		
	รวม	200	3.60	.73		

ตารางที่ 4-38 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
7. ด้านสังคม	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.20	.77	2.275*	.049
	พนักงานเอกชน	48	3.38	.67		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.67	.74		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.24	.99		
	แม่บ้าน	10	3.23	.78		
	อื่น ๆ	7	3.57	.41		
	รวม	200	3.37	.78		
8. ด้านชื่อเสียง	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.32	.91	2.634*	.025
	พนักงานเอกชน	48	3.72	.74		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.72	.82		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.51	.97		
	แม่บ้าน	10	3.00	1.00		
	อื่น ๆ	7	3.78	.39		
	รวม	200	3.53	.87		
รวม	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	3.41	.56	1.167	.327
	พนักงานเอกชน	48	3.49	.43		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	3.59	.51		
	นักเรียน/นักศึกษา	26	3.46	.75		
	แม่บ้าน	10	3.18	.63		
	อื่น ๆ	7	3.57	.40		
	รวม	200	3.47	.55		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4-38 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขต
กัญหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเซตภัยหลิน มณฑลกวาสี ประเทศจีน ในด้านสังคมและด้านชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเซตภัยหลิน มณฑลกวาสี ประเทศจีน แตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตาราง 4-39

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักทอองเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตภูเขาหิน มณฑลกวาสี ประเทศจีน ในด้านสังคม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยภาพลักษณ์ด้านสังคม	\bar{X}	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	พนักงานธุรกิจส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่นๆ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.20	1.00	.18	.46*	.03	.02	.36
พนักงานเอกชน	3.38		1.00	.28	.14	.15	.18
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.67			1.00	.43*	.44	.10
นักเรียน/นักศึกษา	3.24				1.00	.01	.32
แม่บ้าน	3.23					1.00	.33
อื่นๆ	3.57						1.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-39 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีภาพลักษณ์ต่อเขตผู้ย่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ด้านสังคม สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/ นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักศึกษาชาวไทยที่มีต่อเขตศูนย์หัตถิ มณฑลกวางตี ประเทศจีน ในด้านชื่อเสียง จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยภาพลักษณ์ด้าน ชื่อเสียง	\bar{x}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/ นักศึกษา	แม่บ้าน	อื่นๆ
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.32	1.00	.40*	.40*	.19	.32	.46
พนักงานเอกชน	3.72	1.00	.01	.01	.20	.72*	.05
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.72		1.00	1.00	.20	.72*	.06
นักเรียน/ นักศึกษา	3.51				1.00	.51	.26
แม่บ้าน	3.00					1.00	.78
อื่น ๆ	3.78						1.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-40 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเป็นพนักงานเอกชน มีภาพลักษณ์ต่อในเขตก्यूหลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน ด้านสังคม สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและแม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-41 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก्यूหลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	รายได้ต่อเดือน	n	X	S.D.	F	Sig.
1. ด้านประสบการณ์	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.35	.85	.762	.578
	10,000-30,000 บาท	52	3.39	.60		
	30,001-50,000 บาท	50	3.20	.58		
	50,001-70,000 บาท	30	3.28	.54		
	70,001-90,000 บาท	8	3.07	.75		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.37	.57		
	โดยรวม	200	3.30	.64		
2. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.56	.86	1.457	.206
	10,000-30,000 บาท	52	3.71	.60		
	30,001-50,000 บาท	50	3.63	.59		
	50,001-70,000บาท	30	3.34	.65		
	70,001-90,000บาท	8	3.45	.98		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.71	.53		
	โดยรวม	200	3.60	.67		
3. ด้านราคาและสภาพแวดล้อม	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.47	.91	.342	.887
	10,000-30,000 บาท	52	3.50	.66		
	30,001-50,000 บาท	50	3.40	.65		
	50,001-70,000บาท	30	3.46	.73		
	70,001-90,000บาท	8	3.20	.91		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.51	.57		
	โดยรวม	200	3.45	.71		

ตารางที่ 4-41 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
4. ด้านการพักผ่อน / ผ่อนคลาย	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.49	.90	.634	.674
	10,000-30,000 บาท	52	3.55	.73		
	30,001-50,000 บาท	50	3.40	.68		
	50,001-70,000บาท	30	3.38	.69		
	70,001-90,000บาท	8	3.30	.75		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.62	.78		
	โดยรวม	200	3.48	.75		
5. ด้านความน่าตื่นเต้น และการผจญภัย	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.43	.71	.318	.902
	10,000-30,000 บาท	52	3.55	.61		
	30,001-50,000 บาท	50	3.42	.67		
	50,001-70,000บาท	30	3.45	.66		
	70,001-90,000บาท	8	3.41	.85		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.56	.57		
	โดยรวม	200	3.48	.65		
6. ด้านการเรียนรู้	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.50	.80	1.911	.094
	10,000-30,000 บาท	52	3.83	.69		
	30,001-50,000 บาท	50	3.41	.64		
	50,001-70,000บาท	30	3.65	.73		
	70,001-90,000บาท	8	3.50	.80		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.61	.83		
	โดยรวม	200	3.60	.73		
7. ด้านสังคม	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.22	.99	.661	.654
	10,000-30,000 บาท	52	3.37	.81		
	30,001-50,000 บาท	50	3.40	.69		
	50,001-70,000บาท	30	3.38	.67		
	70,001-90,000บาท	8	3.16	.89		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.55	.69		
	โดยรวม	200	3.37	.78		

ตารางที่ 4-41 (ต่อ)

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์	รายได้ต่อเดือน	n	\bar{x}	S.D.	F	Sig.
8. ด้านชื่อเสียง	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.50	.96	.432	.826
	10,000-30,000 บาท	52	3.67	.84		
	30,001-50,000 บาท	50	3.54	.87		
	50,001-70,000บาท	30	3.41	.88		
	70,001-90,000บาท	8	3.43	.67		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.46	.88		
	โดยรวม	200	3.53	.87		
รวม	ไม่เกิน 10,000 บาท	33	3.45	.73	.749	.588
	10,000-30,000 บาท	52	3.56	.51		
	30,001-50,000 บาท	50	3.41	.50		
	50,001-70,000บาท	30	3.40	.55		
	70,001-90,000บาท	8	3.30	.70		
	มากกว่า90,000บาท	27	3.55	.44		
	โดยรวม	200	3.47	.55		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-41 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเชตกัยหลิน มณฑลทกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายได้อัไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4-42 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับ
 ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี
 ประเทศจีน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มี ภาพลักษณ์ต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มี ภาพลักษณ์ต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน มี ภาพลักษณ์ต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มี ภาพลักษณ์ต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน แตกต่างกันในด้านสังคมและด้าน ชื่อเสียง	ปฏิเสธสมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตกู่หลิน มณฑล กวางสี ประเทศจีน แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4-42 จากสมมติฐานทั้งหมด 6 ข้อ พบว่า ภาพลักษณ์ในมุมมองของ
 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ
 ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นตามภาพลักษณ์ด้านสังคมและด้าน
 ชื่อเสียง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย

สรุปผล

จากการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ในเขตกู่หลินมณฑลกวางสี ประเทศจีนในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย สรุปได้ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 30.0 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.0 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาโท ร้อยละ 51.0 ประกอบอาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 32.0 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-30,000 บาท ร้อยละ 26.0

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จะเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง ร้อยละ 92.0 ระยะเวลาเฉลี่ยของการเดินทางระหว่าง 4-5 วัน ร้อยละ 47.0 จำนวนผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 1-5 คน ร้อยละ 46.0 ซึ่งส่วนใหญ่จะเดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 94.5 และมีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า มากที่สุด ร้อยละ 97.5 เดินทางโดยการซื้อทัวร์มากที่สุด ร้อยละ 89.5 ส่วนใหญ่จะมาเพื่อท่องเที่ยว ร้อยละ 45.5 จองทัวร์จากผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยว ร้อยละ 47.0 ค่าบริการในการเดินทางไปเที่ยวเขตกู่หลินระหว่าง 21,000-30,000 บาท ร้อยละ 61.0 โดยส่วนใหญ่จะไม่กลับมาเที่ยวในเขตกู่หลิน ร้อยละ 37.5

ข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตกู่หลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลในการเดินทางไปเที่ยวจากเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 29.0

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในภาพรวมอยู่ที่ระดับดีมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียง ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลายและด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านราคาและสภาพแวดล้อม และด้านสังคม ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านประสบการณ์

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ด้านสังคม และด้านชื่อเสียงแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวค้าปลีกมีภาพลักษณ์ทางสังคมที่แตกต่างกับอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับราชการมีภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงและท่องเที่ยวที่แตกต่างกับอาชีพธุรกิจส่วนตัวและพนักงานเอกชน ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่มาเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน จำนวน 1 ครั้ง ร้อยละ 92.0 มีระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางไปเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ระหว่าง 4-5 วัน ร้อยละ 47.0 มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางไปเที่ยวในเขต

ก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ระหว่าง 1-5 คน ร้อยละ 46.0 ส่วนใหญ่เดินทางโดยเครื่องบิน ร้อยละ 94.5 และมีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า มากที่สุด ร้อยละ 97.5 และเลือกเดินทางโดยการซื้อทัวร์ มากที่สุด ร้อยละ 89.5 ส่วนใหญ่จะมาเพื่อท่องเที่ยว ร้อยละ 45. ส่วนใหญ่จะมีการจองจากผู้ดำเนินกิจการท่องเที่ยว ร้อยละ 47.0 เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปเที่ยวในเขตก๊วยหลินอยู่ระหว่าง 21,000-30,000 บาท ร้อยละ 45.5 โดยส่วนใหญ่จะไม่กลับมาเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ร้อยละ 37.5 ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยไปเที่ยวที่ต่างประเทศส่วนใหญ่จะไปกับครอบครัวหรือเพื่อน โดยใช้วิธีซื้อทัวร์ นั่งเครื่องบินไป ในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน

ข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลในการเดินทางไปเที่ยวในเขตก๊วยหลิน จากเพื่อน มากที่สุด ร้อยละ 29.0 ทั้งนี้เป็นเพราะก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน เป็นสถานท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศจีน นักท่องเที่ยวจะมีการถ่ายทอดประสบการณ์หลังจากการที่ได้มาท่องเที่ยว โดยการบอกเล่าให้เพื่อนถึงความประทับใจ และรูปถ่ายที่สวยงาม

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน พบว่า ภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้เป็นเพราะก๊วยหลิน เป็นสถานท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศจีน มีจุดขายหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงความสวยงามทางธรรมชาติที่โดดเด่น

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ด้านชื่อเสียง ด้านการพักผ่อน/ ผ่อนคลายและด้านความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย ด้านราคาและสภาพแวดล้อม และด้านสังคม มี ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านประสบการณ์

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการพักผ่อนและการผ่อนคลาย ด้านความน่าตื่นเต้น/ผจญภัย และด้านสังคมแตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะความชอบความสนใจ และทัศนคติของคนแต่ละเพศต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อในเขตก๊วยหลิน

มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ การรับรู้ในอดีต และปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันจากการรับสารมาจากสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โบรมัวร์

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ ในปัจจุบันนี้ คนส่วนใหญ่มีความเครียดจากการทำงาน รวมทั้งปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว เช่น ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง ปัญหาครอบครัว จึงนิยมเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม เพื่อเป็นการพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียด

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะในปัจจุบันนี้ บุคคลส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวที่ธรรมชาติ ความสนใจ ประสบการณ์สามารถส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เป็นสิ่งรวมของทัศนคติของบุคคลได้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อในเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อในเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในด้านสังคม และด้านชื่อเสียง แตกต่างกัน โดยมีอาชีพรับราชการที่มีภาพลักษณ์ทางสังคมที่แตกต่างกับอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับราชการมีภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียงและท่องเที่ยวที่แตกต่างกับอาชีพธุรกิจส่วนตัวและพนักงานเอกชน ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะการเกิดภาพลักษณ์อยู่กับความสนใจ ทัศนคติ และความคิดเห็นของแต่ละบุคคล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์แต่ละด้านต่อเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ การเดินทางมาเที่ยวประเทศจีน มีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ทำให้คนนิยมมาเที่ยวประเทศจีน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาประมวลผล เพื่อให้เกิดคุณภาพแก่บุคคลทั่วไปและผู้สนใจ เพื่อการพัฒนาความรู้ของตนเอง จึงมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาครั้งนี้

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ในปัจจุบันนี้ บุคคลส่วนใหญ่นิยมไปเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงาม สถานที่ที่มีเอกลักษณ์ มี

ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสกับดินแดนแห่งนี้ แต่จะเป็นการดียิ่งหากผู้มาเยือนเมืองกุ้ยหลินมีความประทับใจในการมาเที่ยวที่นี่แล้วกลับมาเที่ยวอีกครั้ง รวมถึงการบอกต่อผู้อื่น แนะนำให้คนมาเที่ยวที่นี่อีก ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศจีน ไปด้วย ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล เอกชน หรือแม้แต่ประชาชนคนจีนทุกคนจึงควรร่วมมือกันเป็นเจ้าบ้านที่ดี พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศให้ดี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ให้เป็นการปรับปรุงถนน ให้มีการคมนาคมที่สะดวก การปรับปรุงห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด ถูกสุขอนามัย การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต การพัฒนาความรู้ด้านภาษาของคนในท้องถิ่นเพื่อต้อนรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยว การพัฒนาสินค้าในท้องถิ่นเช่นของที่ระลึก เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาอื่น ๆ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปทำการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ เช่น

1. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองอื่น ๆ ของประเทศจีน โดยศึกษาถึงภาพลักษณ์ของแต่ละเมืองท่องเที่ยวของประเทศจีน
2. เปรียบเทียบปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำในเขตกุ้ยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน
3. ใช้เทคนิคทางทัศนคติขั้นสูงในการวิเคราะห์ห้วงค์กรภาพลักษณ์เพื่อศึกษาความแตกต่างอย่างลึกซึ้ง

บรรณานุกรม

- กัลยกร สุภธราธาร. (2548). การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย. งานนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ดวงพร คำณูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). สื่อสาร...การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัท ที.พี.พรินท์.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2534). การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- เปี่ยมรัก ถักรธนาเสนีย์. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รณพร แววกักดี. (2542). ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวต่างประเทศในปี ค. ศ. 1999. งานนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัฒน์ชัย ชูมาก. (2544). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวไทยเที่ยวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษา สมาชิกสโมสร โรตารี อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2551). ภาพลักษณ์ของ...แหล่งท่องเที่ยว. *S+M Strategy Marketing*. 7(75). pp. 118-119.
- ศิริกัญญา อารัญ. (2551). ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครที่มีต่อจังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สถิติมณฑลยูนาน. (2551). ภาพรวมการท่องเที่ยวมณฑลยูนาน. วันที่ค้นข้อมูล 10 พฤศจิกายน 2551 เข้าถึงได้จาก <http://www.soc.cmu.ac.th/~yunnan/doc/econyunnan.htm>
- สุธิดา วงษ์พันธุ์. (2544). ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่างประเทศต่อปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในจังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ: บิสิเนสเวิร์ด.

Chon, O. (1991). Tourism Destination Image Modification Process, Marketing Implications, *Tourism Management*. 12(1), p. 68.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*.
New Jersey: Prentice Hall.

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน

คำชี้แจง :

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อในเขตกู่หยลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน” โดยข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ

คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2: การเดินทางและการพักผ่อน

ส่วนที่ 3: ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ส่วนที่ 4: ข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

หลักสูตรการจัดการธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยบูรพา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

1. เพศ

1.) ชาย

2.) หญิง

2. อายุ _____ ปี (เกิน 6 เดือน นับเพิ่มเป็น 1 ปี)

3. สถานะ

1.) โสด

2.) สมรส

3.) หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

1.) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

2.) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

3.) อนุปริญญา / ปวส.

4.) ปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาปริญญาโท

5.) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพหลัก

1.) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

2.) พนักงานเอกชน

3.) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

4.) นักเรียน / นักศึกษา

5.) แม่บ้าน

6.) อื่น ๆ (ระบุ)

6. รายได้ต่อเดือน

1.) ไม่เกิน 10,000 บาท

2.) 10,000-30,000 บาท

3.) 30,001 – 50,000 บาท

4.) 50,001-70,000 บาท

5.) 70,001-90,000 บาท

6.) มากกว่า 90,000 บาท

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

7. ในปีที่ผ่านมาท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน ____ (ครั้ง)

8. ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแต่ละครั้ง
____ (วัน)

9. จำนวนผู้ร่วมเดินทางในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนแต่ละครั้ง ____ (ไม่รวมตัว
ท่าน) (คน)

10. ส่วนใหญ่ ท่านเดินทางท่องเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนโดยวิธีใด

- 1.) เดินทางเอง 2.) ซื้อมอเตอร์ไซด์ 3.) อื่น ๆ ระบุ _____

ส่วนที่ 2 : การเดินทางและการพักผ่อน

11. ท่านเดินทางท่องเที่ยวในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนโดยวิธีใด

- 1.) รถยนต์ส่วนตัว 2.) เครื่องบิน 3.) อื่น ๆ ระบุ _____

12. ท่านได้วางแผนเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดบ้าง ในเขตก๊วยหลิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1.) แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ป่า (โปรดระบุสถานที่) _____

2.) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และ ศาสนสถาน เช่น พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์

โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน (โปรดระบุสถานที่) _____

3.) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี เช่น เทศกาล หมู่บ้าน ชุมชนต่างๆ

(โปรดระบุสถานที่) _____

4.) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและบันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก ไนท์คลับ บาร์

(โปรดระบุสถานที่) _____

5.) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดูแลสุขภาพและรักษาสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล สปา และนวดแผนโบราณ

(โปรดระบุสถานที่) _____

6.) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

14. การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านเดินทางโดยวิธีใด

- 1.) เดินทางเอง 2.) ซื้อทัวร์มา 3.) อื่นๆ ระบุ

15. เหตุผลที่ท่านเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่ในเขตภูเขาหิน มณฑลกวางสี ประเทศจีน

- 1.) อันนันทิมน 2.) พักผ่อน 3.) เที่ยวกลางคืนและสถานที่บันเทิง
 4.) กีฬา 5.) ท่องเที่ยว 6.) เทศกาล
 6.) ซ็องปิ้ง 7.) สัมมนา 8.) อื่น ๆ ระบุ

16. ในการท่องเที่ยวในเขตภูเขาหิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนครั้งนี้ ท่านมีเพื่อนท่องเที่ยวไปด้วยกี่คน ____ (ไม่รวมตัวท่าน)

17. การเดินทางท่องเที่ยวในเขตภูเขาหิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนครั้งนี้ท่านใช้เวลากี่วัน

18. สำหรับการการเดินทางท่องเที่ยวในเขตภูเขาหิน มณฑลกวางสี ประเทศจีนท่านได้วางแผนพักที่พักรวมกี่ที่ และระยะเวลาพักที่พักรวมเท่าไร

ที่พักพักรวม	1คืน	2คืน	3คืน	4คืน	มากกว่า 4 คืน
1.โรงแรม					
2.รีสอร์ต/บังกะโล					
3.เกสต์เฮ้าส์					
4.บ้านญาติ / บ้านเพื่อน					
5.ที่พักรับรอง					
6.ที่พักในอุทยานแห่งชาติ					
7.อื่น ๆ ระบุ _____					

ส่วนที่ 3 : ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

หากท่านไม่ได้ซื้อทัวร์มา กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อ 24

19. หากท่านซื้อแพคเกจทัวร์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ สิ่งที่จะรวมอยู่ในแพคเกจครั้งนี้มีอะไรบ้าง

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.) ค่าเดินทางโดยสารทั้งหมด | <input type="checkbox"/> 2.) ค่าเดินทางโดยสารบางครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3.) สิ่งอำนวยความสะดวก _____ คืน | <input type="checkbox"/> 4.) ค่าอาหาร _____ มื้อ |
| <input type="checkbox"/> 5.) ค่าบริการการท่องเที่ยวฟรี หรือ ตัวเข้าชมฟรี | <input type="checkbox"/> 6.) อื่น ๆ ระบุ _____ |

20. ท่านได้จองแพคเกจทัวร์ครั้งนี้กับใคร

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) ผู้ดำเนินกิจการการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 2.) ตัวแทนการท่องเที่ยว (Agent) |
| <input type="checkbox"/> 3.) บริษัท หรือ สนามบิน | <input type="checkbox"/> 4.) อื่น ๆ _____ |

21. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งนี้เป็นเงินจำนวน _____ (บาท)

22. ค่าบริการจากบริษัท หรือการท่องเที่ยวต่อคนในการเดินทางครั้งนี้เป็นเงินจำนวน _____ (บาท)

23. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวในเขตก्यूหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีนอีกหรือไม่

- 1.) ไม่
- 2.) จะกลับมาอีกครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปี
- 3.) จะกลับมาอีกครั้ง ภายในระยะเวลา 2 ปี
- 4.) จะกลับมาอีกครั้ง ภายในระยะเวลา 3 ปี
- 5.) จะกลับมาอีกหลังจากปีที่ 3

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

24. ข้อมูลจากแหล่งใดที่ทำให้ท่านวางแผนในการท่องเที่ยวครั้งนี้

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) เพื่อน | <input type="checkbox"/> 2.) ญาติพี่น้อง |
| <input type="checkbox"/> 3.) ตัวแทนการท่องเที่ยว (Agent) | <input type="checkbox"/> 4.) Internet / เว็บไซต์ |
| <input type="checkbox"/> 5.) โบวัวร์ | <input type="checkbox"/> 6.) หนังสือ |
| <input type="checkbox"/> 7.) ภาพยนตร์ | <input type="checkbox"/> 8.) อื่น ๆ (โปรดระบุ) |

25. กรุณาภาลงในช่องที่ 1-5 (โดยให้ 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2=ไม่เห็นด้วย 3=เฉยๆ 4=เห็นด้วย 5=แสดงความเห็นด้วยอย่างยิ่ง)

ภาพลักษณ์ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในเขตภูยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน	1	2	3	4	5
ประสบการณ์					
1. มีความเป็นมาตรฐานและสะอาด					
2. มีคุณภาพในบางครั้ง					
3. มีความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน					
4. มีแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนที่สวยงาม					
5. ได้รับความสะดวกที่เหมาะสม					
6. อาหารมีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
7. มีชายหาดที่สวยงามและกีฬาทางน้ำ					
8. ประชากรมีอัธยาศัยดี					
ดึงดูดใจ					
9. มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ					
10. มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ					
11. มีธรรมชาติที่สวยงาม มีเอกลักษณ์					
12. มีศิลปะ การช่างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์					
13. การตั้งปลูกสร้างที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์					
14. มีเทศกาลที่เป็นเอกลักษณ์ และดึงดูดใจ					
15. มีศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่าง และเป็นเอกลักษณ์					
16. มีแหล่งธรรมชาติ เช่น ภูเขา ที่สวยงาม					
ราคาและสภาพแวดล้อม					
17. ราคาสินค้ามีความเหมาะสมเป็นมาตรฐาน					
18. สภาพแวดล้อมดี ไม่มีสิ่งปฏิกูล					
19. อากาศดี					
20. สามารถเดินป่าและเยี่ยมชมธรรมชาติได้					

ภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตภูยาลิน มณฑลกวางซี ประเทศจีน	1	2	3	4	5
21. มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี					
22. ไม่แออัดและวุ่นวาย					
23. สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตได้					
24. เป็นสถานที่ที่สามารถพักผ่อนได้ทางกายและจิตใจ					
25. เป็นสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายได้					
26. เป็นสถานที่ที่ไม่ต้องคิดถึงหรือกังวลเกี่ยวกับหน้าที่การงานได้					
ความน่าตื่นเต้นและการผจญภัย					
27. รู้สึกตื่นเต้นเมื่อมาเที่ยวที่นี่					
28. สามารถค้นพบสิ่งที่น่าสนใจและซาบซึ้งใจ					
29. สามารถผจญภัยได้					
30. รู้สึกสนุกและบันเทิงใจ					
31. สามารถไปพักผ่อนได้					
32. น้ำตกหรือทะเลมีความสะอาด					
การเรียนรู้					
33. สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ					
34. สามารถพบวัฒนธรรม วิถีชีวิตใหม่ๆ					
35. สามารถเกิดความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมวิถีชีวิตของสถานที่นี้					
36. ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆเมื่อมาท่องเที่ยวที่นี่					

ภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในเขตภูยหิน มณฑลกว่างซี ประเทศจีน	1	2	3	4	5
สังคม					
37. ประชากรมีความสนใจและวิถีชีวิตที่คล้ายกัน					
38. ประชากรมีน้ำใจและอัธยาศัยดี					
39. ประชากรมีการปฏิสัมพันธ์และมีความ สามัคคีกัน					
ข้อเดียว					
40. ต้องการให้เพื่อนมาเที่ยวที่นี่					
41. อยากจะเล่าประสบการณ์การท่องเที่ยวให้เพื่อน ฟัง					

ขอขอบคุณทุกท่านที่ช่วยกรุณาตอบแบบสอบถาม

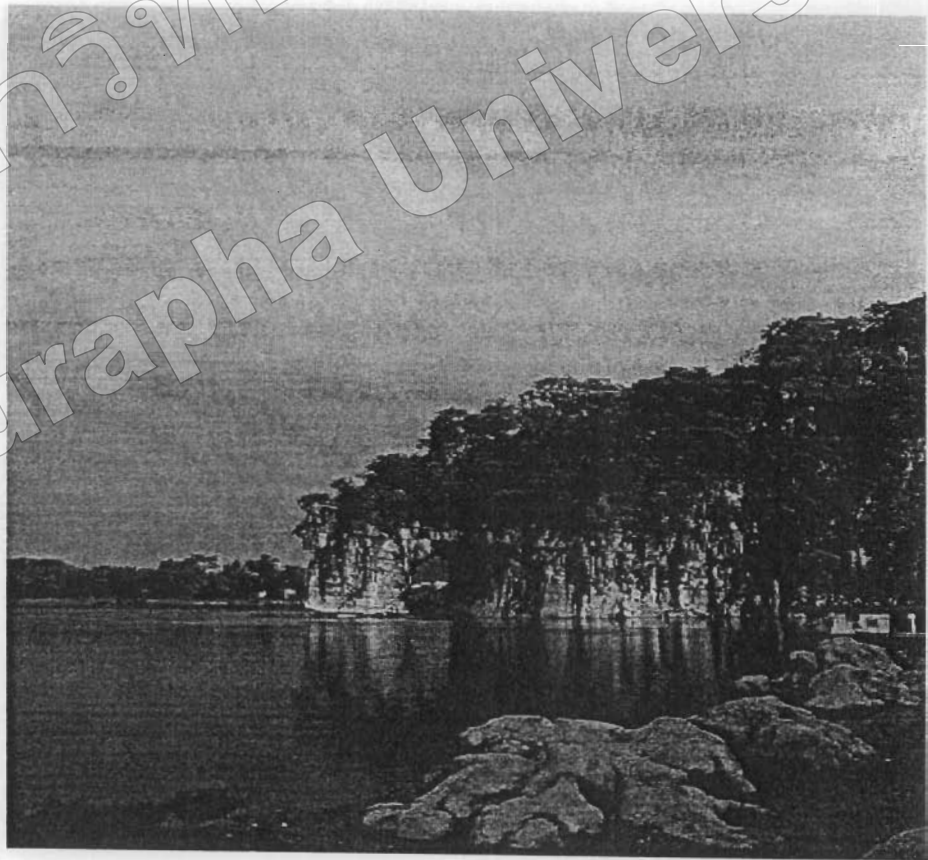
มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข

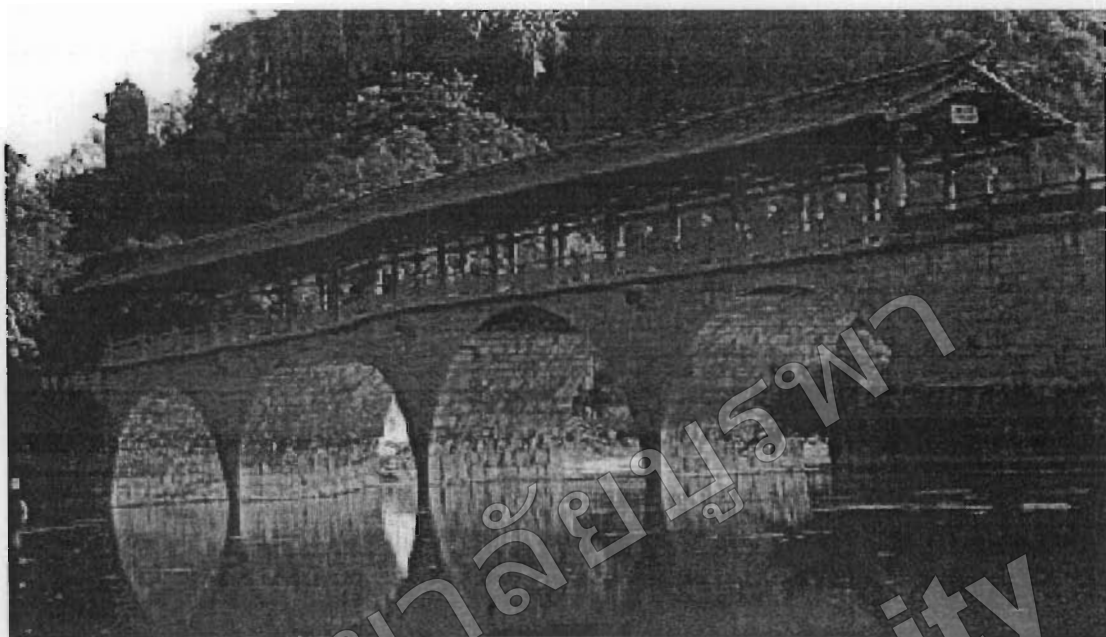
สถานที่ท่องเที่ยว ในเขตภูหิน ภูเขาดกวางสี ประเทศจีน



ภาพที่ 1 เจดีย์เงินและเจดีย์ทอง



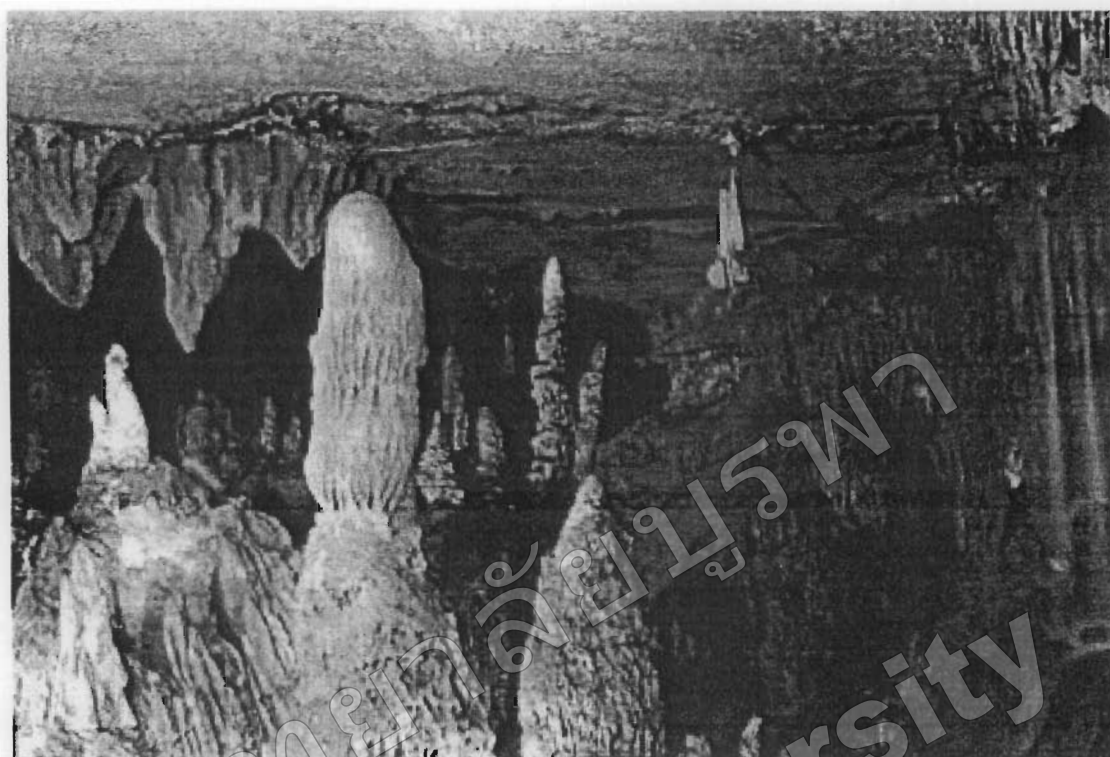
ภาพที่ 2 เขาวงช้าง 象鼻山



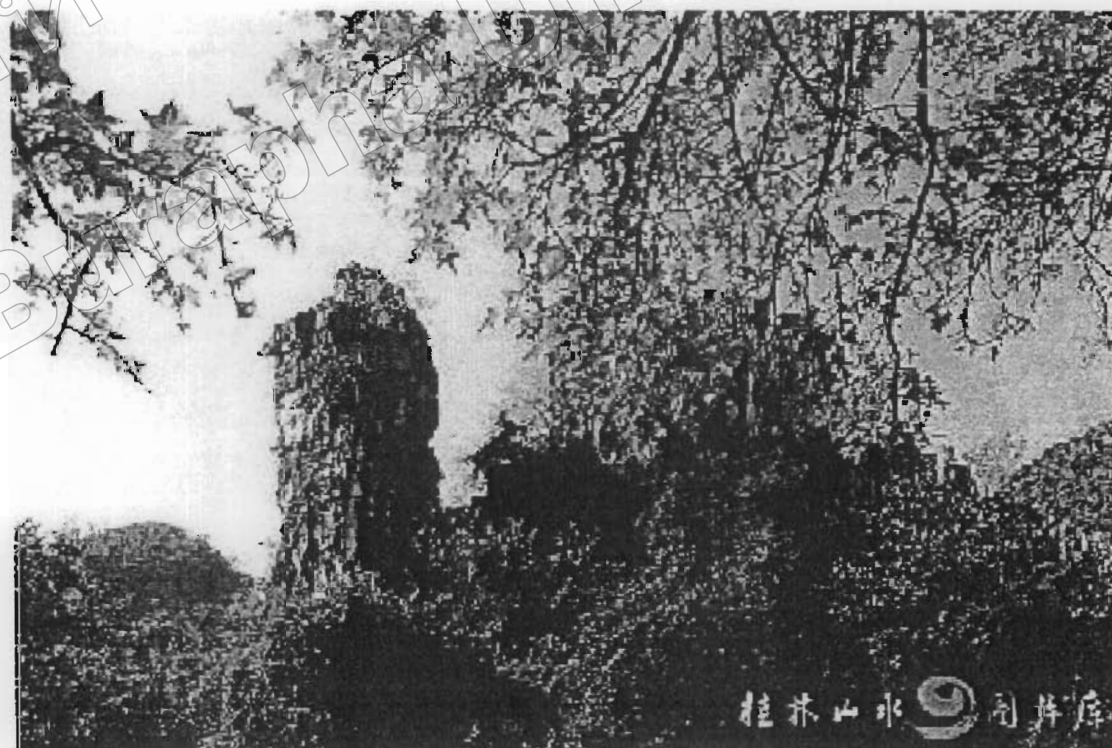
ภาพที่ 3 สะพานบุปผา 花桥



ภาพที่ 4 จิตรกรรมฝาผนังหัวเซี่ยจื่อกง 华夏之光



ภาพที่ ๕ ถ้ำเจ็ดดาว 七星岩

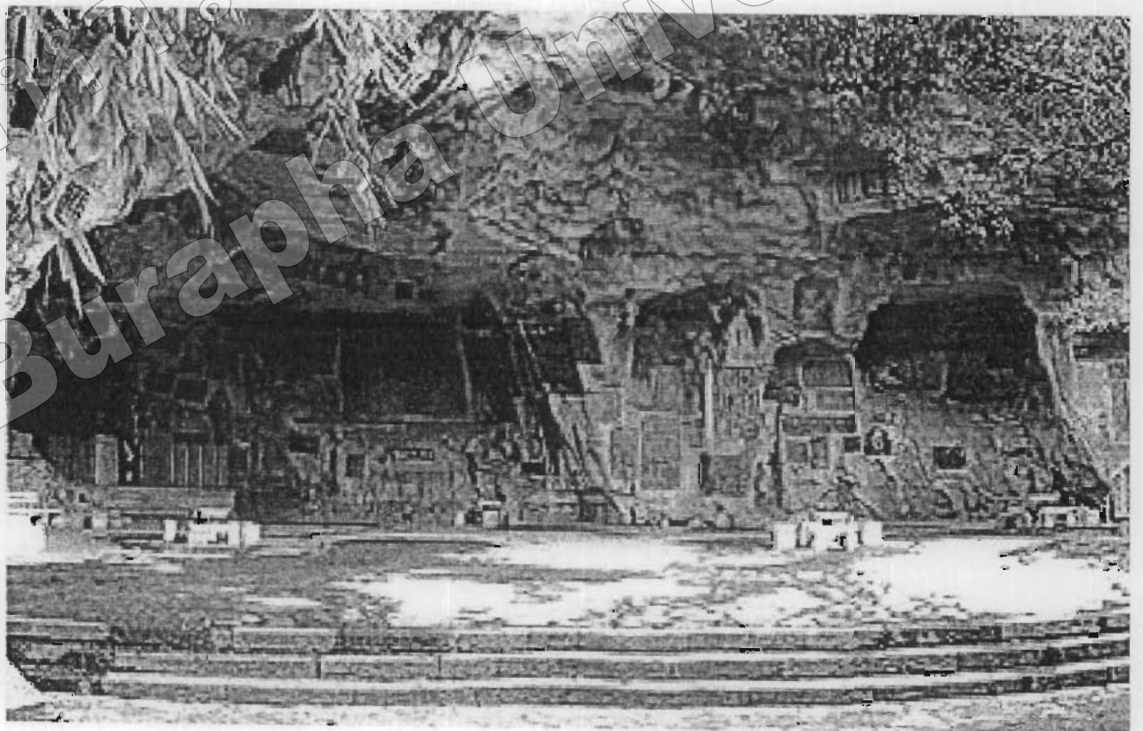


ภาพที่ ๖ เขาอูฐ 骆驼山

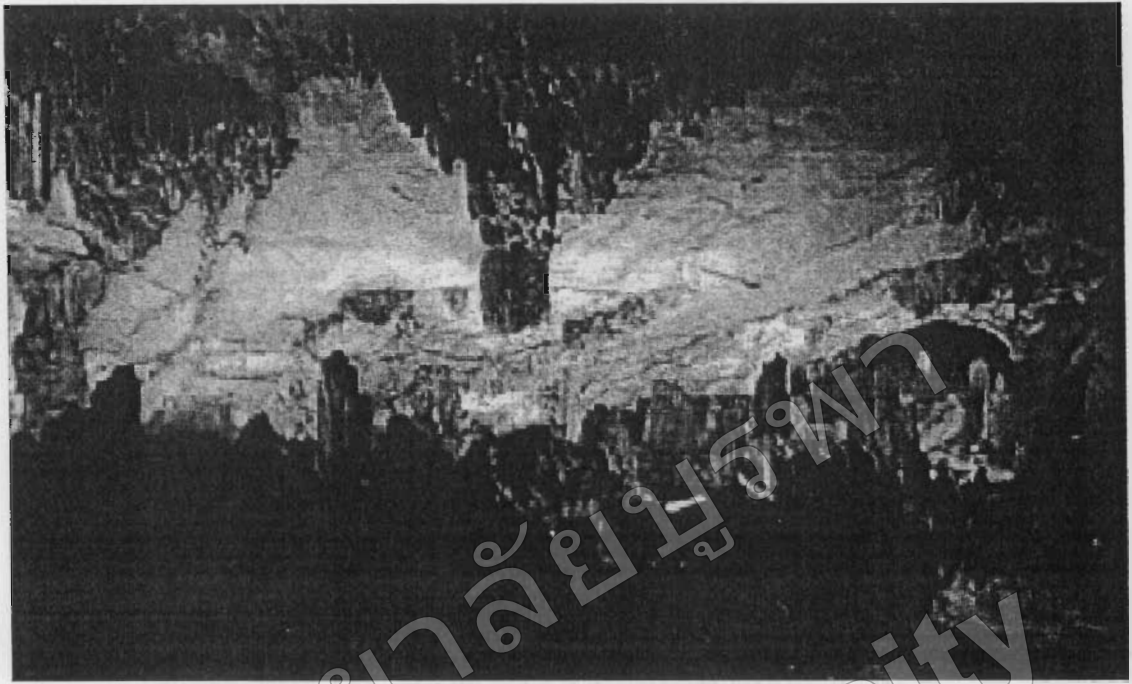
มหาวิทยาลัยบูรพา
Bangphue University



ภาพที่ 7 วัดโบราณเขาสี 栖霞古寺



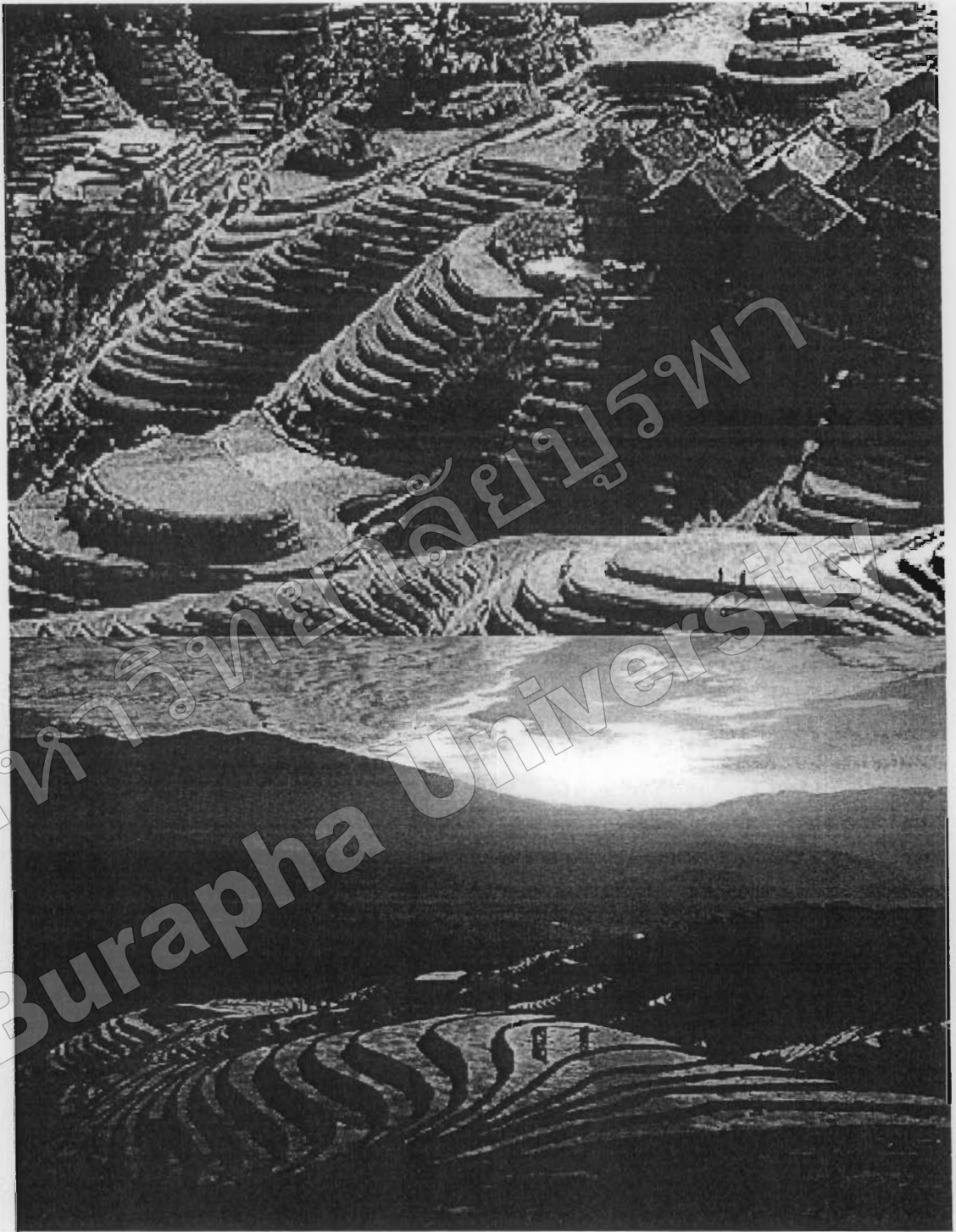
ภาพที่ 8 คงหลักศิลาคู่ไห่ 桂海碑林



ภาพที่ 9 เขานลู่ 芦笛山



ภาพที่ 10 แสงสีเสียบง-ทิวทัศน์ 印象刘三姐



ภาพที่ 11 ที่น้ำเข้านโดหลงเซ็ง-龙胜龙脊梯田

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

LiQing Zhou

วัน เดือน ปี เกิด

26 กันยายน 1983

สถานที่เกิด

เขตกุ้ยหลิน ประเทศจีน

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

12 ถนนอู่ฮั่น เขตกุ้ยหลิน มณฑลกว่างสี ประเทศจีน

ประวัติการศึกษา

พ. ศ. 2547-2550

ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาไทย)

มหาวิทยาลัยบูรพา

พ. ศ. 2550-2551

การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University