แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลต่อการใช้บริการสายการบินในประเทศไทย

Trends of Chinese Tourists and Their Impacts on Airline Service in Thailand

ภานิดา รักกลิ่น, จักรวรรดิ์ หล้าเพชร, ดุลทเดช แสนวิเศษ
ศรัญยู เลิศนุวัตน์ และวีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์
Panida Rakklin, Jakkawat Laphet, Dultadej Sanvises
Saranyoo Lertnuwat and Weerapan Chuayprasit
วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
College of Tourism and Hospitaliy, Sripatum University
Corresponding Author, E-mail: Jakkawat.la@spu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนที่ใช้บริการสายการบินในประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่ดึงดูดใจและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยได้เป็นอย่างดีเนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนมักใช้จ่ายในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายประเภทตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง ไปจนถึงธุรกิจบันเทิงและกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น ทัวร์วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนยังมีแนวโน้มใช้บริการเชิงสุขภาพและสปาในไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ การพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานภูเก็ต ถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทยเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวและยกระดับประสบการณ์การเดินทางให้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การขยายพื้นที่และการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสนามบินเหล่านี้ทำให้สามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นได้ รวมถึงการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แนวโน้มและความท้าทายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน แม้จะมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว แต่การดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้เข้ามาท่องเที่ยวในไทยอย่างต่อเนื่องยังคงเป็นความท้าทาย ภาครัฐและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ต่อไป

คำสำคัญ: แนวโน้มการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวจีน, สายการบิน

ได้รับบทความ: 7 พฤศจิกายน 2567; **แก้ไขบทความ:** 10 มกราคม 2568; **ตอบรับตีพิมพ์:** 14 มกราคม 2568
Received: November 7, 2024; **Revised:** January 10, 2025; **Accepted:** January 14, 2025

Abstract

This academic article aims to study the trends of Chinese tourists using airline services in Thailand. Chinese tourists are considered a highly influential group in the tourism industry in Southeast Asia, particularly in Thailand, which is a popular destination for Chinese travelers. Thailand attracts Chinese tourists for a variety of reasons, including excellent value for money in travel expenses, which considerably benefits Thailand's economy. Chinese travelers tend to spend in a variety of tourism-related industries, including lodging, restaurants, retail, entertainment enterprises, and travel activities such as cultural tours and historical attractions. Furthermore, there is a growing trend among Chinese tourists to seek out health and spa services in Thailand. Continuous development of Suvarnabhumi and Phuket airports has become one of Thailand's primary initiatives for accommodating rising tourist numbers and providing more convenient and efficient travel experiences. These airports' expansions and operational upgrades allow them to accommodate growing passenger traffic while also adding new facilities. Despite the swift rebound, luring Chinese tourists to Thailand remains a problem, as government agencies and tourism enterprises must develop new tactics to meet the requirements and behaviors of today's Chinese tourists.

Keywords: Tourism Trends, Chinese Tourist, Airline

1. บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวจีนได้กลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 นักท่องเที่ยวจีนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย (Ministry of Tourism and Sports, 2020) นักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยปี 2566 อาจเพิ่มกว่า 3-4 เท่าตัวจากปี 2565 หรือขยับขึ้นเป็นมากกว่า 1 ล้านคน และอาจมากกว่านี้หากเงื่อนไขต่าง ๆ เอื้ออำนวยมากขึ้น โดยเฉพาะถ้าจีนอนุญาตให้ผู้ประกอบการกรุ๊ปทัวร์จากต่างประเทศเข้าไปทำการตลาดได้ ช่วง 11 เดือนแรกในปี 2565 ชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวน 219,421 คน และสิ้นปี 2565 จำนวนชาวจีนที่มาทองเที่ยวไทยจำนวนกว่า 2.6 แสนคน ทั้งนี้ ในปี 2566 ชาวจีนที่จะเดินทางมาไทยในช่วงแรก ๆ น่าจะยังเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเองเป็นกลุ่มเล็ก ๆ และถ้าเงื่อนไขต่าง ๆ ลงตัวมากขึ้นคงจะเห็นจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเร่งตัวขึ้น โดยจุดหมายการท่องเที่ยวที่ชาวจีนนิยมที่สุดคือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต

เชียงใหม่ ชลบุรี อย่างไรก็ดี ระยะหลังนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เริ่มสนใจท่องเที่ยวเมืองรองตามชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2023) นี่ไม่เพียงแค่ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ยังเป็นการกระตุ้นการใช้บริการสายการบินในประเทศไทยให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง

6 กระแสความนิยมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจมี 6 อย่าง คือ 1) นักท่องเที่ยวสายคอนเทนต์เข้าถึงความเป็น Local (Content tourism) 2) นักท่องเที่ยวสายเที่ยวตามแรงบันดาลใจ (Set-jetting tourism) และสายกิจกรรม (Event tourism) 3) นักท่องเที่ยวสายชิม (Gastronomy tourism) 4) นักท่องเที่ยวสายรักสุขภาพ (Medical and Wellness tourism) 5) นักท่องเที่ยวสายชอบการเรียนรู้ (Summer camp) และ 6) นักท่องเที่ยวสายมูเตลู (Mutelu tourism) โดยภาคการท่องเที่ยวไทยจะต้องเร่งพัฒนาสินค้าหรือบริการให้โดดเด่นและตรงความต้องการ ของนักท่องเที่ยวจีนในแต่ละสายควบคู่ไปกับการโปรโมตผ่านสื่อโซเชียลของจีนเพื่อให้เข้าถึงชาวจีนในวงกว้าง (SCBEIC, 2024)



ภาพที่ 1 ภาพแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวสะสม 1 มกราคม – 3 พฤศจิกายน 2024
ที่มา :กองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา (2024)

จากภาพที่ 1 ภาพแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวสะสมแสดงให้เห็นถึงการกลับมาของโดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในประเทศไทย ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าสาเหตุในการเลือกเดินทางในประเทศไทยส่วนใหญ่เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม/มีชื่อเสียง จังหวัดที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ จังหวัดภูเก็ต เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยกับครอบครัว ใช้วันหยุดพักร้อนประจำปีเป็นช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (ยี่เถาเหวย และอธิป จันทร์สุริย์, 2024) ด้วยเหตุนี้ แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังประเทศไทยจึงสร้างผลกระทบอย่างมหาศาลต่อการใช้

บริการสายการบิน โดยไม่เพียงแต่เป็นการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ยังรวมถึงการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืนในอนาคต

ดังนั้น จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยภายหลังจากช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มที่สูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นรายได้อันดับต้น ๆ ของไทย โดยเฉพาะการเดินทางโดยใช้สายการบินในประเทศไทยที่จะช่วยฟื้นสถานการณ์ของสายการบิน และเศษฐกิจในประเทศไทยได้อีกด้วย

2. การฟื้นตัวหลังวิกฤตโควิด-19

หลังจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 เศรษฐกิจโลกในปี 2567 มีแนวโน้มเติบโตต่ำใกล้เคียงกับปีก่อนที่ 3.1% ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย 10 ปี ในช่วงก่อนโควิด-19 ที่เฉลี่ยราว 3.7% เนื่องจากผลเชิงบวกจากการเปิดประเทศและมาตรการกระตุ้นช่วงโควิด-19 จะทยอยหมดลง ขณะที่ผลเชิงลบจากหลายปัจจัยอาจบั่นทอนการเติบโต ทั้งการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ความเสี่ยงต่อภาวะชะงักงันทางเศรษฐกิจในยุโรป ภาวะภัยแล้งจากปรากฏการณ์เอลนีโญ่ (El Niño) สงครามรัสเซีย-ยูเครนและความตึงเครียดในตะวันออกกลาง การแบ่งขั้วทางเศรษฐกิจซึ่งนำโดยสหรัฐฯ และจีน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลก และอาจทำให้กระแสโลกาภิวัตน์ที่แตกเป็นเสี่ยงเสี้ยว (Fragmented Globalization) สร้างแรงกระเพื่อมต่อการค้าและการลงทุนทั่วโลก (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2024)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดไปทั่วโลกของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดการระงับและยกเลิกการเดินทางเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยหยุดชะงักลงดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องดำเนินการ และหามาตรการต่าง ๆ เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 นั้น ได้มีหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น (สำนักงานปลัดการท่องเที่ยวและการกีฬา, 2021)

ประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก โดยเฉพาะประเทศจีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้นิยมมาเที่ยวประเทศไทยด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ ความสวยงามของธรรมชาติ รวมถึงความสะดวกในการเดินทางที่มีเที่ยวบินตรงจากหลายเมืองสำคัญ นักท่องเที่ยวจีนมีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของไทย จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าในช่วงก่อนโควิด นักท่องเที่ยวจีนคิด

เป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 28 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย (Ministry of Tourism and Sports, 2020)

อุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยได้รับอานิสงส์จากการฟื้นตัวนี้อย่างเห็นได้ชัด เมื่อพิจารณาท่าอากาศยานที่มีจำนวนผู้โดยสารและปริมาณเที่ยวบินมากที่สุด 10 อันดับแรก พบว่า ในปี 2563 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีจำนวนผู้โดยสารและปริมาณเที่ยวบินรวมมากที่สุด โดยมีจำนวนผู้โดยสาร 16.69 ล้านคน ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 74.5 และมีปริมาณเที่ยวบิน 150,894 เที่ยวบิน ลดลง จากปีที่ผ่านมาร้อยละ 60.2 รองลงมา ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง จากสถิติพบว่า ท่าอากาศยานที่มีสัดส่วนการเดินทางระหว่างประเทศมาก ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานกระบี่ ท่าอากาศยานสมุย และท่าอากาศยานอู่ตะเภา จะเป็นท่าอากาศยาน ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มากกว่าท่าอากาศยานที่มีการเดินทางภายในประเทศเป็นหลัก เช่น ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ท่าอากาศยานอุดรธานี ท่าอากาศยานนครศรีธรรมราช และท่าอากาศยานขอนแก่น เป็นต้น เนื่องจากการเดินทางภายในประเทศได้รับปัจจัยส่งเสริมจากการกระตุ้นการท่องเที่ยวของรัฐบาล ส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารมี การฟื้นตัวเร็วกว่าท่าอากาศยานที่ให้บริการผู้โดยสารระหว่างประเทศเป็นหลัก (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2020)

3. ความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบที่สำคัญในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ เช่น คุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ ราคาค่ารักษาพยาบาลที่คุ้มค่า ความหลากหลายของการบริการเชิงสุขภาพ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและอุดมไปด้วยธรรมชาติ วัฒนธรรมและการบริการระดับมาตรฐานสากล ปัจจัยเหล่านี้ช่วยสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมายังประเทศไทยเพื่อรับบริการด้านสุขภาพ ทำให้เงินตราจากต่างประเทศไหลเวียนเข้าสู่เศรษฐกิจของประเทศ (Kieanwatana, K., 2018) จากสถานการณ์โควิดที่ผ่านมาส่งผลให้เกิดการเยียวยาหรือการช่วยเหลือเรื่องการปรับโครงสร้างหนี้ โครงสร้างทางธุรกิจ หรือการปรับปรุงและบริหารสินทรัพย์ที่เกี่ยวเนื่องกับภาคการท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้รัฐบาลอาจจัดตั้งกองทุนฯ โดยกำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้ง ภาครัฐและเอกชนเข้ามาร่วมกันให้บริหารเพื่อให้การช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจภาคการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถเปิดให้บริการได้โดยเร็ว ทำให้การท่องเที่ยวหันมาใส่ใจเชิงสุขภาพมากยิ่งขึ้น (Ministry of Tourism and Sports, 2022)

ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเทศไทยมีปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากมาย เช่น การเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานสูง อัตราค่ารักษาพยาบาล

ที่คุ้มค่า รวมถึงการที่หลายโรงพยาบาลในไทยมีการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลด้านการแพทย์ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก สำหรับแนวโน้มการเติบโตด้านมูลค่าตลาดของ Wellness Tourism ณ ปัจจุบันนี้กำลังพุ่งขึ้นติดสปีด อันเนื่องมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กระตุ้นให้คนตระหนักเรื่องชีวิตและสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บไม่ได้เป็นสิ่งไกลตัว 2) แนวโน้มของการเสียชีวิตที่เพิ่มมากขึ้นจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable Diseases, NCDs) เช่น ความดันโลหิต เบาหวาน โรคหัวใจ รวมถึงความเครียดจากการทำงาน 3) ช่วงเวลาเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมสูงอายุของสังคมโลก ค่าเฉลี่ยของคนที่อายุเกิน 60 ปีทั่วโลก ปัจจุบันมีราว 13.5% ในไทย ปี 2564 อยู่ที่ 20% หรือประมาณ 13 ล้านคน สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลก และในอีก 10 ปีข้างหน้า (TAT Academy, 2022)

สำหรับประเทศไทยนั้นมีความเชี่ยวชาญในด้านการบริการเชิงสุขภาพที่หลากหลาย เช่น สปา สมุนไพร และการรักษาแบบองค์รวม โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับบริการทั้งแบบเข้าพักในสถานพยาบาลหรือสถานที่พักผ่อน ซึ่งสะดวกสบายและเป็นส่วนตัว นอกจากการบริการทางการแพทย์แล้ว การส่งเสริมสุขภาพผ่านการท่องเที่ยวก็ได้รับความนิยม เช่น การพักผ่อนในสถานที่ธรรมชาติที่มีบรรยากาศผ่อนคลาย การเข้ารับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่ผสมผสานการดูแลทั้งร่างกายและจิตใจ ศักยภาพของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง การวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ให้ครอบคลุมและรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกได้อย่างเหมาะสม จะช่วยให้ประเทศไทยมีโอกาสขึ้นสู่อันดับสูงขึ้นในภูมิภาคและระดับโลก ภาครัฐได้กำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการแพทย์และการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านการสร้างภาพลักษณ์ประเทศให้เป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งเอเชีย” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพ (Krungthai Compass, 2022)

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนและนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจีน

นักท่องเที่ยวจีนถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน เนื่องจากมีปัจจัยหลายประการที่ดึงดูดใจ รวมถึงความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมที่หลากหลาย และความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุว่าในช่วงก่อนเกิดโควิด-19 นักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนถึง 10.99 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 28 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดในประเทศไทย (Ministry of Tourism and Sports, 2020) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนในเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบจากการผ่อนปรน

มาตรการโควิด-19หลังจากประเทศจีนเริ่มผ่อนปรนมาตรการควบคุมโควิด-19 ในช่วงต้นปี 2023 นักท่องเที่ยวจีนก็เริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเปิดประเทศของจีนมีผลให้ยอดการจองตั๋วเครื่องบินจากจีนมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลจากบริษัททท่องเที่ยวรายใหญ่ในจีนระบุว่า การค้นหาการเดินทางไปยังประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึง 300% ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2023 ซึ่งส่งผลต่อยอดจองเที่ยวบินและการเดินทางแบบกลุ่มทัวร์สู่ประเทศไทยที่ฟื้นตัวได้เร็วกว่าในหลายประเทศ (Krungthai Compass, 2023)

ปัจจัยดึงดูดใจของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวจีน ประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนรู้จักดีและรู้สึกคุ้นเคย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา และเชียงใหม่ ซึ่งมีกิจกรรมที่หลากหลาย รวมถึงแหล่งช้อปปิ้ง สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น เกาะสมุยและภูเก็ต นอกจากนี้ อาหารไทยยังเป็นที่นิยมและมีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนด้วย อีกทั้งราคาที่เข้าถึงได้ทำให้นักท่องเที่ยวจีนรู้สึกว่าได้รับประสบการณ์ที่คุ้มค่า (SCBEIC, 2024) ผลกระทบทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวจีน การกลับมาของนักท่องเที่ยวจีนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนมักใช้จ่ายในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายประเภท ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง ไปจนถึงธุรกิจบันเทิงและกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น ทัวร์วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจีนยังมีแนวโน้มใช้บริการเชิงสุขภาพและสปาในไทยเพิ่มมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตในกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี แนวโน้มและความท้าทายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน แม้จะมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว แต่การดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้เข้ามาท่องเที่ยวในไทยอย่างต่อเนื่องยังคงเป็นความท้าทาย ภาครัฐและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนยุคใหม่ที่มุ่งเน้นการเดินทางแบบยั่งยืน มีการวางแผนที่หลากหลาย เช่น การส่งเสริมการใช้จ่ายในธุรกิจท้องถิ่นที่รักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ (Krungthai Compass, 2023)

5. การท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลและการใช้โซเชียลมีเดีย

สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ในยุโรปและอเมริกา ช่องทางสื่อสังคมอย่าง Instagram, TikTok, และ YouTube ช่วยให้ผู้ใช้สามารถแบ่งปันภาพและวิดีโอที่น่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้ใช้โซเชียลมีเดียเหล่านี้ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติพบแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยวจากเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้งานจริง ซึ่งรวมถึงการ

แชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวที่สวยงาม เช่น การเที่ยวชมวัดที่งดงาม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในภูเก็ตหรือเชียงใหม่ และวัฒนธรรมการกินที่มีสีสัน ส่งผลให้ผู้ชมเกิดความต้องการเดินทางมายังประเทศไทย (Bhola, 2024: 67 - 68)

การเชื่อมโยงสื่อสังคมออนไลน์กับสายการบิน การเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ยังมีผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมสายการบิน นักท่องเที่ยวมักใช้โซเชียลมีเดียในการค้นหาและวางแผนการเดินทาง รวมถึงการเปรียบเทียบราคาตั๋วเครื่องบินเพื่อหาข้อเสนอที่ดีที่สุด สายการบินหลายแห่งได้เริ่มปรับกลยุทธ์การตลาดให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้ใช้โซเชียลมีเดีย โดยการใช้โฆษณาผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้ เช่น การทำแคมเปญการตลาดร่วมกับ Influencers ที่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าหนุ่มสาว และการเสนอโปรโมชั่นพิเศษสำหรับจองตั๋วเครื่องบินในโซเชียลมีเดีย แนวโน้มการท่องเที่ยวที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโซเชียลมีเดียสื่อสังคมออนไลน์ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้นในประเทศไทย รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยมีผู้คนรู้จักและอยู่ไกลจากตัวเมืองกำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากผู้ที่ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือท่องเที่ยวแบบยั่งยืน นอกจากนี้ สื่อสังคมยังช่วยให้การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวง่ายขึ้นด้วยแสดงความคิดเห็นและคำแนะนำจากผู้ใช้จริง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจและมีข้อมูลที่ครบถ้วนในการเดินทาง (José and Roberto, 2020)

6. การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานของสนามบิน และการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำ

การพัฒนาสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตอย่างต่อเนื่องถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทยเพื่อรองรับการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวและยกระดับประสบการณ์การเดินทางให้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การขยายพื้นที่และการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสนามบินเหล่านี้ทำให้สามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นได้ รวมถึงการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น พื้นที่เช็คอินที่ใหญ่ขึ้น โซนรอขึ้นเครื่องที่สะดวกสบาย และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การเช็คอินอัตโนมัติและการติดตั้งระบบสแกนใบหน้าเพื่อลดระยะเวลาการรอคอย ช่วยให้สนามบินสามารถบริการผู้โดยสารได้รวดเร็วยิ่งขึ้น (Airports of Thailand, 2022) การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในสนามบินเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารที่มองหาประสบการณ์การเดินทางที่สะดวกและไร้รอยต่อ หนึ่งในเทคโนโลยีที่นำมาใช้คือระบบเช็คอินอัตโนมัติและการติดตั้งตู้คีออสก์ (Kiosk) สำหรับเช็คอินด้วยตนเอง ซึ่งช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเช็คอินได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องรอคิว นอกจากนี้ ระบบตรวจสอบความปลอดภัยที่ทันสมัยยังช่วยลดระยะเวลาในการผ่านด่านตรวจได้อย่างมาก เทคโนโลยีนี้ยังรวมถึงการสแกนใบหน้าเพื่อเชื่อมต่อข้อมูลผู้โดยสารกับตั๋วเครื่องบินและเอกสารการเดินทางแบบอัตโนมัติ ทำให้สามารถลดการสัมผัสและเพิ่มความรวดเร็วในการผ่านเข้าประตูขึ้นเครื่อง (Marinakou, E., et al, 2023)

ในปี พ.ศ. 2567 นี้ IATA (International Air Transport Association) คาดการณ์ว่าสายการบินในทุกภูมิภาคจะสามารถมีกำไรต่อเนื่อง 2 ปีติดต่อกัน โดยเฉพาะสายการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิค ซึ่งจะเป็นภูมิภาคที่มีกำไรเพิ่มขึ้นมากที่สุด โดยกำไรสุทธิในปี พ.ศ.2567 คาดว่าจะอยู่ที่ 2.2 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจาก 0.6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ เมื่อปีก่อน แม้ว่าการเดินทางในเส้นทางระหว่างประเทศจะยังคงไม่ฟื้นตัวเท่าเดิม โดยเฉพาะในจีน สำหรับนโยบายในด้านที่เกี่ยวข้องกับท่าอากาศยานนั้น ข้อมูลจากข่าวกระทรวงคมนาคม ก็ระบุว่ากระทรวงคมนาคม มีแนวทางในการนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาประยุกต์ใช้ในท่าอากาศยานของประเทศไทย เพื่อช่วยบริหารจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการได้เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย รวมถึงสร้างความปลอดภัยสูงสุดให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยว ที่สำคัญยังเป็นการผลักดันนโยบายของรัฐบาลที่ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางทางการบิน (Aviation Hub) อย่างเป็นรูปธรรมตามแผนที่วางไว้ (สถาบันการบินพลเรือน, 2024) ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในประเทศ การพัฒนาสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินภูเก็ตให้มีมาตรฐานและเทคโนโลยีที่ทันสมัยนั้นไม่เพียงแต่ส่งผลให้สนามบินสามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นได้เท่านั้น แต่ยังเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายและความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสะดวกสบายและมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าคุณภาพและประสิทธิภาพในการบริการของสนามบินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสายการบินของนักท่องเที่ยว เนื่องจากช่วยให้การเดินทางในประเทศเป็นไปอย่างรวดเร็วและลดเวลาการรอคอย (Airports of Thailand, 2022) การพัฒนาสนามบินจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้มีการเดินทางภายในประเทศมากขึ้น ทำให้เศรษฐกิจในภาคท่องเที่ยวได้รับผลดีโดยตรงจากการใช้บริการสายการบินภายในประเทศเพิ่มขึ้น

การพัฒนาสนามบินเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สร้างงาน สร้างอาชีพ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวเนื่องกับภาคการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ สามารถดึงเม็ดเงินให้กระจายได้เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันก็เป็นการตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการค้าการลงทุนในระยะยาวอีกด้วย ตัวอย่างของท่าอากาศยานหลัก ๆ ของประเทศไทยในปัจจุบัน ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ถือเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศไทยที่มีบทบาททางยุทธศาสตร์เป็นประตูสู่นานาชาติ (International Gateway) ในการต้อนรับการมาเยือนของผู้เดินทางเข้า-ออกประเทศไทย และผ่านไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นท่าอากาศยานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย (กรมประชาสัมพันธ์, 2024)

สายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airlines) ได้รับความนิยมอย่างสูงในอุตสาหกรรมการบินทั่วโลก เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำเป็นสายการบินที่นำเสนอราคาค่าบัตรโดยสารต่ำกว่าสายการบินที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบรวดเร็ว สะดวก และมีราคาค่า

บัตรโดยสารที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการเดินทางด้วยรถขนส่งสาธารณะเนื่องด้วยอัตราค่าเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยดังกล่าวสายการบินต้นทุนต่ำจึงได้รับความมีอัตราการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้สายการบินต้นทุนต่ำแต่ละสายขยายเส้นทางบินขยายเวลาทำการบิน รวมถึงปรับปรุงรูปแบบการให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้หลากหลายและได้รับความพึงพอใจ (Sritonchai, T., et al, 2024)

8. บทสรุปและความคิดเห็นของผู้ศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยก่อนการระบาดของโควิด-19 นักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนถึงร้อยละ 28 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมายังประเทศไทย นี่เป็นเพราะความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรมที่หลากหลาย และความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายเมื่อเที่ยวไทย ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนรู้จักและคุ้นเคย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา และเชียงใหม่ การผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 ในประเทศจีนในต้นปี 2023 ส่งผลให้ยอดการจองตั๋วเครื่องบินจากจีนมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สถิติแสดงให้เห็นว่าการค้นหาการเดินทางไปยังประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึง 300% ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2023 สิ่งเหล่านี้แสดงถึงการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีกำลังสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย สายการบินในประเทศไทย เช่น ไทยแอร์เอเชีย และบางกอกแอร์เวย์ส มีการปรับเพิ่มเที่ยวบินเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวของอุตสาหกรรมการบินที่ตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นนี้ การเดินทางข้ามประเทศกลายเป็นเรื่องที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้นจากการลดค่าใช้จ่ายของการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ในด้านเศรษฐกิจ นักท่องเที่ยวจีนมักใช้จ่ายในหลายกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และการช้อปปิ้ง ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นโดยตรง อีกทั้งยังมีแนวโน้มใช้บริการสุขภาพและสปาที่เป็นที่นิยมในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจึงควรเตรียมการรองรับและปรับกลยุทธ์เพื่อรักษาความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการประสบการณ์ที่หลากหลาย และเน้นการเดินทางที่ยั่งยืน ส่งผลให้ไทยควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวชาวจีนจะยังคงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยในปีต่อไป ข้อเสนอที่ตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวจีนจะเป็นกุญแจสำคัญในการขยายตลาดการท่องเที่ยวและเสริมสร้างเศรษฐกิจในประเทศอย่างยั่งยืน

9. องค์ความรู้ที่ได้รับ



ภาพที่ 1 แผนภาพองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจท่องเที่ยวและกีฬา. (2024). *ภาพสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก https://secretary.mots.go.th/policy/

กรมประชาสัมพันธ์. (2024). *แผนพัฒนาไทยเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค (Aviation Hub)*. เข้าถึงได้จาก https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/265125

ยี่ เถา เหวย และอธิป จันทร์สุริย์. (2024). พฤติกรรมและความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำประเทศไทย ภายหลังสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์ และ สังคมศาสตร์)*, 2(1), 26-39.

สำนักงานปลัดการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2021). *รายงานฉบับสมบูรณ์ของการดำเนินโครงการค่าใช้จ่ายสำหรับสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก

https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/final%20report_63.pdf

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2020). *รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก https://www.caat.or.th/wp-content/uploads/2021/05.pdf

สถาบันการบินพลเรือน. (2024). *สรุปข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมการบินของไทยประจาเดือนเมษายน – มิถุนายน 2567*. เข้าถึงจาก https://www.catc.or.th/wp-content/uploads/2024/09/2567_Q3

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2023). *จีนผ่อนคลายมาตรการหนุนตลาดนักท่องเที่ยวจีนฟื้นตัว*. เข้าถึงได้จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/CH-Tourism-FB-05-01-2023.aspx

ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2024). *ภาวะเศรษฐกิจและการเงินประจำสัปดาห์*. เข้าถึงได้จาก https://www.krungsri.com/th/research/macroeconomic/weekly/20241119

Airport of Thailand. (2022). *รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี 2564*. เข้าถึงได้จาก https://www.airportthai.co.th/wp-content/uploads /2022/01/SDReport2021th.pdf

Asian Development Bank. (2022). *International tourist arrivals in developing Asian economies*. Retrieved from https://www.adb.org/sites/default/files/publication/825166/ado2022-update.pdf

Chourasia, B. (2024). The Role of Social Media and its Impact on Shaping Tourist Destination: A Comparative Study. *International Journal of Transformation in Operational & Marketing Management*, 8(1), 66 -78.

Kieanwatana, K. (2018). Situations and Trends of World and Thailand Health Tourism. *Journal of Cultural Approach*, 19(35), 77-87.

Krungthai Compass. (2022). *Medical Hub*. เข้าถึงได้จาก https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_467Medical_Hub.pdf

Ministry of Tourism and Sports. (2022). *Covid-19 ต่อภาคการท่องเที่ยว ผลกระทบและแนวทางในการแก้ปัญหา*. เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf

Marinakou, E., Giousmpasoglou, C., & Sakulrungsap, K. (2023). Customer intention to reuse self-ordering kiosks in fast-food restaurant: the case of Bangkok, Thailand. *Tourism and hospitality management*, 29(4), 545-559.

Parreño, J. M. and Gómez-Calvet, R. (2023). Social media and sustainable tourism: A Literature Review. Conference. *3rd International Conference on Tourism Research-ICTR 2020*: 148 – 153.

Pop, R. A., Saplacan, Z., Dabija, D. C., and Alt, M. A. (2021). The impact of social media influencers on travel decisions: the role of trust in consumer decision journey. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1235-1250. Current Issues in Tourism: 1 – 21.

Sritonchai, T., Krasankul, K., Mulkunee, S., & Kunupakan, K. (2024). การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความภักดีในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย. *Sripatum Chonburi Academic Journal*, 20(4), 193-204.

SCBEIC. (2024). *China in focus: รู้เขา รู้เรา ชนะใจนักท่องเที่ยวจีน*. เข้าถึงได้จาก https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9537/gyd0uu6ols/In-focus-Chinese-tourist-20240725.pdf

TAT Academy. (2022). *Wellness Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เมื่อการมีสุขภาพดีเป็นโอกาสของการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก https://tatacademy.com/th/articles/article/1f96f700-896a-4f19-845f-f39e00ccf650