

การศึกษาเปรียบเทียบกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการให้บริการภาษาจีน ของวัดร่องขุน บ้านคำ
และวัดร่องเสือเต้น จังหวัดเชียงราย

A COMPARATIVE STUDY OF THE CULTURAL FEATURES AND CHINESE
LANGUAGE SERVICES OF THE THREE TEMPLES OF WHITE, BLACK, AND BLUE IN
CHIANG RAI

ณัฐยานันท์ ลิ้มปกากญจนารัตน์*, ZHAO PING

College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University

*Email : lim.Natthaya29@gmail.com

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวนานาชาติ นอกจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สวยงาม ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงราย กล่าวคือ พิพิธภัณฑ์บ้านคำ วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางวัฒนธรรมและการให้บริการภาษาจีน อธิบายศิลปะและสถาปัตยกรรมของสถานที่แต่ละแห่ง รวมถึงความสำคัญในการให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก

งานวิจัยนี้ใช้การทบทวนวรรณกรรม ตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามออนไลน์แก่นักท่องเที่ยวจำนวน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจในการให้บริการภาษาจีนของแต่ละสถานที่ ส่วนการสัมภาษณ์ ได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้จัดการและหัวหน้าบริการนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับสถานการณ์การให้บริการภาษาจีน ปัญหาที่มักเจอ และวิธีการแก้ไขปัญหา นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนต่าง

เนื้อหาเกี่ยวกับการอธิบายลักษณะทางศิลปะและสถาปัตยกรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ความพึงพอใจและประเมินผลทั้ง 3 สถานที่ จากผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนรับรู้ลักษณะทางวัฒนธรรมและพอใจอย่างมากในการให้บริการภาษาจีนทั้ง 3 สถานที่ แต่ในด้านความรู้ที่อยู่ในระดับเบื้องต้นเท่านั้น ความหมายแฝงและความหมายเชิงลึกเกี่ยวกับศิลปะ สถาปัตยกรรม แนวคิดทางพุทธศาสนายังรับรู้ได้น้อย ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนค่อนข้างพอใจการให้บริการภาษาจีน แต่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถใช้ภาษาจีนของพนักงานให้บริการเกี่ยวกับอธิบายข้อมูลความรู้ด้านวัฒนธรรมไม่เท่าที่ควร อีกทั้งจำนวนพนักงานให้บริการภาษาจีนไม่เพียงพอ ไม่มีป้ายอธิบายแนะนำภาษาจีนตามจุดต่างๆ และข้อมูลภาษาจีนออนไลน์ โดยภาพรวมวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำรวจวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับ ปัญหาที่พบ การจัดการพื้นฐาน การจัดแสดงเชิงวัฒนธรรมรวมถึงคำแนะนำการพัฒนาการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง

คำสำคัญ : วัดร่องขุน, บ้านคำ, วัดร่องเสือเต้น, อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม, การให้บริการภาษาจีน

Abstract

Thailand is a well-known travel destination. Beautiful natural and manufactured landscapes abound. Chiang Rai contains the so-called 3-colors of Chiang Rai, the White Temple, the Black Temple, and the Blue Temple. The aim of the thesis is to analyze the cultural characteristics and Chinese services of these areas and explain the importance of artificial creative arts, architectural arts, and huge numbers of Chinese tourists.

Literature reviews, surveys, and interviews are used to acquire data for study. The author surveyed 100 Chinese tourists via an online forum regarding their impressions of the cultural characteristics and Chinese service quality. Then, compare the figures to the satisfaction of Chinese tourists. Interview senior staff regarding problems, scenarios, and problem-solving with Chinese service. Contrast similar and dissimilar points.

The topic includes characterizing the sites' cultures, relevant theories, data analysis, and evaluation. The Chinese perceived the cultural characteristics of these places well, but only on the surface. The implication of art and architecture, as well as the idea of Buddhism, seems to be overlooked. Despite their satisfaction with the Chinese service, the staff's use of Chinese was limited to background knowledge and art details. Other issues include insufficient Chinese staff and outdated web material. The thesis analyzes collected data, existing problems, the cultural landscape, and general management to offer improvements in Chinese service.

Keywords : 3 Colors of Chiang Rai, Cultural Features, Chinese Service

บทนำ

ช่วงปี 2015-2019 ก่อนเกิดวิกฤตการณ์โรคระบาดโควิด 19 ประเทศไทย เมืองที่ได้รับสมญานามว่าเป็น “สยามเมืองยิ้ม” (Thailand505, [online], 2019) เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จากข้อมูลสถิติของกรมท่องเที่ยวในปี 2015-2019 ในภายใน 5 ปี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงถึง 72% ส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศไทย โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาประเทศไทย คือ สภาพแวดล้อมที่ดี ค่าครองชีพต่ำ การทำวีซ่า รสชาติอาหาร วัฒนธรรมและการให้บริการเป็นต้น (Wonderful Package, [online], n.d.) จากข้อมูลทางสถิติ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทวีปยุโรปทั้งหมดรวมกัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, [online], 2015-2019) นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนมากไม่เพียงแต่เข้ามาท่องเที่ยวในเมืองหลวง และจังหวัดใกล้เคียง แต่ยังเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้และภาคเหนือของไทยอีกด้วย เช่น ภูเก็ต กระบี่ พังงา เชียงใหม่ และเชียงราย (Post Today, [online], 2016)

โดยเฉพาะเชียงรายเป็นหนึ่งในจังหวัดทางภาคเหนือที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เป็นหนึ่งในเมืองรองที่ได้รับการโปรโมตจากกรมท่องเที่ยวด้านวิถีการดำเนินชีวิตแบบ Slow Life และเมืองแห่งศิลปะวัฒนธรรมล้านนา (Mafengwo, [online], n.d.) นักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดเชียงรายไม่เพียงแต่นิยมมาเที่ยว

ชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แต่ยังมีมรดกสถานที่ท่องเที่ยววัฒนธรรมเป็นหลัก เช่น วัดร่องขุ่น พิพิธภัณฑสถานบ้านคำ วัดร่องเสือเต้น (Trip.com, [online], n.d.)

ประวัติและความสำคัญของวัดร่องขุ่น พิพิธภัณฑสถานบ้านคำ และวัดร่องเสือเต้น

วัดร่องขุ่น วัดที่ได้ชื่อว่า “เมืองสวรรค์บนโลกมนุษย์” (Tripsabuy, [online], n.d.) เริ่มสร้างตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน โดยอาจารย์เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ จิตรกรไทยที่สร้างผลงานด้านจิตรกรรมไว้มากมายและหลากหลายแห่ง เช่น ภาพจิตรกรรมไทยในอุโบสถวัดพุทธประทีป กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เขียนภาพประกอบบทพระราชนิพนธ์ พระมหาชนก และผู้สร้างวัดร่องขุ่น อีกทั้งได้รับการยกย่องให้เป็นศิลปินแห่งชาติ สาขาทัศนศิลป์ (จิตรกรรม) ในปี พ.ศ. 2554 วัดแห่งนี้เป็นวัดที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั้งในและต่างประเทศ (Fanofchalerchai, [online], n.d.) เอกลักษณ์ของวัดแห่งนี้ คือ การใช้สี “ขาว” เปรียบดังพระบริสุทธิ์คุณของพระพุทธเจ้า ศิลปะแนวพุทธศิลป์ และการผสมผสานศิลปะล้านนาอย่างลงตัว อีกทั้งสถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรมต่างๆ สามารถบอกเล่าเชื่อมโยงเรื่องราวทางพระพุทธศาสนาได้อย่างชัดเจนลึกซึ้ง โดยจิตรกรท่านนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากความคิด “ชาติ ศาสน์ กษัตริย์” และเพื่อถวายเป็นพุทธบูชาแก่แผ่นดิน (วัดร่องขุ่น, [online], 2010)

พิพิธภัณฑสถานบ้านคำ บ้านหลังเดิมของอาจารย์ถวัลย์ ดัชนี จิตรกร ช่างเขียนรูปที่ได้รับยกย่องเป็นศิลปินแห่งชาติ สาขาทัศนศิลป์(จิตรกรรม) ในปี พ.ศ. 2544 เริ่มสร้างในปี พ.ศ. 2518 จนถึงปัจจุบัน จุดประสงค์เพื่อเก็บสะสมผลงานศิลปะที่ตนชื่นชอบและจัดแสดงผลงานศิลปะของตนเอง ผลงานที่เก็บสะสมส่วนใหญ่จะเป็นผลงานเกี่ยวกับศิลปะลุ่มแม่น้ำโขง (พิพิธภัณฑสถานบ้านคำ, [brochure], n.d.) เมื่อเปรียบเทียบกับวัดร่องขุ่น พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ได้ถูกเรียกว่า “เมืองนรก” หรือเมืองบาดาล (Namtarnkhom, [online], n.d.) ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมวัดร่องขุ่นมักจะมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานแห่งนี้เช่นกัน ลักษณะโดดเด่นของพิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ คือ การใช้ “สีดำ” เป็นสีหลักในการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ อีกทั้งยังใช้ประโยชน์จากสีดำในการเก็บรักษาผลงานอีกด้วย พิพิธภัณฑสถานนี้มีลักษณะโดดเด่น คือ สถาปัตยกรรมที่มีนำศิลปะแนวพุทธศิลป์ ศิลปะล้านนา และศิลปะสมัยใหม่ผสมผสานเข้าด้วยกัน เพื่อสื่อความหมายของคำว่า “บ้าน” ในแบบฉบับของตนเอง อีกทั้งแสดงให้เห็นถึงช่วงเวลาของบ้านในยุคต่างๆ รวมถึงการใช้สีภาพจิตรกรรม ดำ เหลือง แดง ในการสื่ออารมณ์ของภาพวาดได้อย่างชัดเจน (Duchanee, [online], 2014)

วัดร่องเสือเต้น วัดร้างเก่าแก่แห่งหนึ่งของจังหวัดเชียงราย(วัดร่องเสือเต้น, [brochure], 2021) ได้รับการบูรณะซ่อมแซมโดยนายพุทธา กาบแก้ว หรือที่คนทั่วไปรู้จักกัน “สล่านก” ลูกศิษย์ของอาจารย์ เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ จิตรกรท่านนี้ได้นำความรู้ที่ศึกษาและสั่งสมมาหลายปี รังสรรค์ออกมาเป็นผลงานชิ้นเอกของตนเองตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ถึง ปี พ.ศ. 2559 โดยได้รับแรงบันดาลใจจากแนวคิดทางศิลปะเชิงพุทธศิลป์ของศิลปินแห่งชาติทั้ง 2 ท่าน กล่าวคือ อาจารย์เฉลิมชัย และอาจารย์ถวัลย์ได้อย่างลงตัว ซึ่งถือเป็นลักษณะที่โดดเด่นของวัดนี้ อีกทั้งการใช้สี “ฟ้า” ของท้องฟ้าเพื่อสื่อถึงการเผยแพร่พระพุทธศาสนาให้กว้างไกลออกไป สร้างประติมากรรมที่มีลักษณะเฉพาะของชาวล้านนา เช่น พระอุปคุต ผู้รักษาคุ้มครองรักษันตรายของชาวล้านนา เป็นต้น (mgronline, [online], 2020)

สถานการณ์การให้บริการภาษาจีนของคนไทยและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในยุคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป

การเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมาก ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการอย่างเห็นได้ชัด เช่น ด้านการสื่อสาร การให้ความสำคัญด้านภาษาจึงมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขและยกระดับคุณภาพในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ปัญหาส่วนมากที่พบคือ ทักษะการฟัง-พูดภาษาจีนของผู้ให้บริการที่สามารถสื่อสารได้ในระดับต้น-กลาง ความชัดเจนในการออกเสียง และ

ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างไรก็ตามบริเวณท้องถนนและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงได้จัดทำป้ายบอกทางและป้ายตามจุดท่องเที่ยวต่างๆเป็นภาษาจีนไว้ค่อนข้างชัดเจน รวมถึงการใช้รูปภาพซึ่งเป็นภาษาสากลในการอธิบายกฎระเบียบการเข้าชม (Mei Ying, 2019; Zheng, 2017)

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยส่วนมากจะเข้ามาในรูปแบบกรุ๊ปทัวร์ที่มีค่าใช้จ่ายแบบเหมาจ่ายราคาไม่สูงเกินไป อีกกลุ่มคือการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง (Backpack) ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ปัจจัยหลักคือ ด้านพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความอิสระในการวางแผนการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัว มีเวลาเพียงพอสำหรับสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นและชื่นชมความงดงามของสถานที่หนึ่งๆ นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้มากขึ้น อีกด้านคือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางและลดระยะเวลาในการเดินทาง เครื่องมือที่ช่วยจัดการและวางแผนการเดินทาง การเปิดกว้างด้านข้อมูลข่าวสารในรูปแบบออนไลน์ อุปกรณ์ช่วยแปลภาษา เป็นต้น (Ittichai, 2019; Suparat, 2015; Techapongsakid, 2019)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะทางวัฒนธรรมของพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องชุ่น และวัดร่องเสือเต้น ในด้านลักษณะที่โดดเด่นทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรม
2. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อด้านลักษณะทางวัฒนธรรมของพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องชุ่น และวัดร่องเสือเต้น
3. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง
4. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการให้บริการด้านภาษาจีนของพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องชุ่น และวัดร่องเสือเต้น
5. เพื่อแก้ไข พัฒนา และเสนอแนะการให้บริการภาษาจีนในด้านต่างๆ ของพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องชุ่นและวัดร่องเสือเต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เคยมาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง จำนวน 100 คน โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เพื่อเก็บข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพฤติกรรม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้ออกแบบและสร้างแบบตามหลักทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เนื้อหลักของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ความถี่ในการมาเที่ยวประเทศไทย และสถานที่ทั้ง 3 แห่ง โดยใช้รูปแบบคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 การรับรู้ด้านลักษณะทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น เนื้อหาเกี่ยวกับลักษณะทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น แบ่งเป็น 2 ด้าน กล่าวคือ ด้านสถาปัตยกรรม และด้านศิลปกรรม โดยมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับในการประเมินการรับรู้ (Weerin Pakkaraponggol, 2016) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ระดับการรับรู้/ความพึงพอใจตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

4.21-5.00	รับรู้/พอใจมากที่สุด
3.41-4.20	รับรู้/พอใจมาก
2.61-3.40	รับรู้/พอใจปานกลาง
1.81-2.60	รับรู้/พอใจน้อย
1.00-1.80	รับรู้/พอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสวนประสมการตลาด 7Ps ในการออกแบบสอบถาม และใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับในการประเมินความพึงพอใจ

ส่วนที่ 4 คำถามอื่น ๆ และข้อเสนอแนะ ใช้การตั้งคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ทั้งหมด 2 แบบ กล่าวคือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลปฐมภูมิ คือ การสำรวจลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง และการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับชาวจีนที่เคยมาเที่ยวพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น ในส่วนข้อมูลทุติยภูมิ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสืบค้นข้อมูลออนไลน์จากสื่อต่างๆ กรมการท่องเที่ยว และบทวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยในเชิงปริมาณและคุณภาพ และใช้โปรแกรม SPSS Version 28.0.1.1 ในการคำนวณวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ข้อมูลของสถานที่ทั้ง 3 แห่งวิเคราะห์และเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างด้านการรับรู้และความพึงพอใจในการให้บริการด้านภาษาจีน

ผลการศึกษา

จากผลศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 70 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 63 อาชีพพนักงาน/นักศึกษา ร้อยละ 60 มีประสบการณ์ท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างน้อย 1 ครั้ง ร้อยละ 36 มีประสบการณ์ในเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ อย่างน้อย 1 ครั้ง

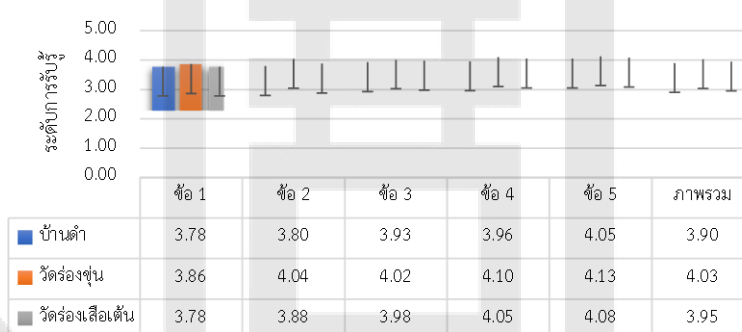
ร้อยละ 33 มีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมวัดร่องชุ่น อย่างน้อย 1 ครั้ง ร้อยละ 35 มีประสบการณ์ในการเยี่ยมชมวัดร่องเสือเต้น อย่างน้อย 1 ครั้ง ร้อยละ 31 ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณ ร้อยละ 60 รู้จักและเคยได้ยินชื่อเสียงสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง จากสื่อที่เผยแพร่ในที่สาธารณะ

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องชุ่น และวัดร่องเสือเต้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การรับรู้ด้านสถาปัตยกรรมและด้านศิลปกรรม

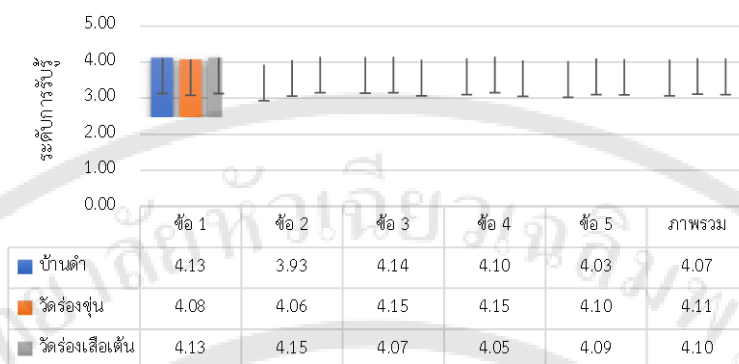
1. ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรม ด้านสถาปัตยกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 5 ข้อ คือ (1) ลักษณะพิเศษทางสถาปัตยกรรมสามารถบ่งบอกวัตถุประสงค์การใช้งานของตัวอาคารได้ (2) รูปแบบสถาปัตยกรรมและศิลปวัตถุมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน (3) ลักษณะพิเศษทางสถาปัตยกรรมบ่งบอกถึงศิลปะได้อย่างชัดเจน (4) ลักษณะพิเศษทางสถาปัตยกรรมสามารถสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ของศิลปินได้อย่างชัดเจน (5) ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ลักษณะพิเศษทางสถาปัตยกรรมในภาพรวมได้มากน้อยเท่าไร ผลสรุปภาพรวมพบว่า ชาวจีนมีระดับการรับรู้ในภาพรวมระดับมาก กล่าวคือ วัดร่องชุ่น 4.03 คะแนน วัดร่องเสือเต้น 3.95 คะแนน พิพิธภัณฑสถานบ้านดำ 3.90 คะแนน ตามลำดับ ดังแสดงในกราฟที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะพิเศษ (ด้านสถาปัตยกรรม) พิพิธภัณฑสถานบ้านดำ วัดร่องชุ่น และวัดร่องเสือเต้น



2. ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรม ด้านศิลปกรรมของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 5 ข้อ คือ (1) ด้านจิตรกรรมภาพวาด องค์ประกอบภาพ ลายเส้น ทักษะฝีมือที่มีความโดดเด่น (2) ด้านประติมากรรมปูนปั้นและไม้แกะสลัก (3) การนำสีมาประยุกต์ใช้กับผลงานศิลปะ เพิ่มความงดงามและคุณค่าให้กับผลงาน (4) การรับรู้ถึงวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมภาคเหนือของไทยผ่านผลงานศิลปะในภาพรวม (5) รูปแบบศิลปะที่มีความโดดเด่นในเชิงพุทธศิลป์ และฝีมือของศิลปินมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลสรุปภาพรวมพบว่า พบว่า ชาวจีนมีระดับการรับรู้ในภาพรวมระดับมาก กล่าวคือ วัดร่องชุ่น 4.11 คะแนน วัดร่องเสือเต้น 4.10 คะแนน พิพิธภัณฑสถานบ้านดำ 4.07 คะแนน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะพิเศษ(ด้านศิลปกรรม) พิพิธภัณฑ์บ้านคำ วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น



จากข้อมูลทั้ง 2 ส่วนข้างต้นสามารถศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะทางวัฒนธรรมของพิพิธภัณฑ์บ้านคำ วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น ในด้านลักษณะที่โดดเด่นได้ดังนี้

พิพิธภัณฑ์บ้านคำ คือ (1) มีลักษณะที่โดดเด่นชัดเจน คือ การใช้สีดำ เป็นสีพื้น (สีหลัก) ของตัวอาคาร (2) รูปแบบสถาปัตยกรรมเหมือนวัดพุทธ แท้จริงคือ พิพิธภัณฑ์ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม (3) ภายในบริเวณพิพิธภัณฑ์ มีรูปแบบอาคารที่แตกต่างกัน ศิลปวัตถุที่จัดแสดงส่วนใหญ่คือของสะสมที่ได้มาจากประเทศแถบยุโรปและแถบเอเชีย และบางส่วนได้มาจากแถบกลุ่มแม่น้ำโขง (4) พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ได้ใช้แนวคิดวัฒนธรรมล้านนาเป็นรูปแบบพื้นฐานทางสถาปัตยกรรมและโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมสื่อถึงความคิดของศิลปิน รวมถึงบ่งบอกเรื่องราวของศิลปิน

วัดร่องขุน คือ (1) วัดแห่งนี้สื่อถึงวัฒนธรรมล้านนาของจังหวัดเชียงราย อีกทั้งได้นำหลักแนวคิดพุทธศาสนาผสมผสานกับรูปแบบสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมของทางวัดได้อย่างลงตัว (2) ทางวัดได้เลือกใช้สีขาวเป็นสีพื้นและประยุกต์ใช้กับศิลปวัตถุทุกชิ้น เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับผลงาน รวมถึงดึงดูดผู้คนให้หลงใหลมาเยี่ยมชม (3) การเลือกใช้สีคู่ ทางวัดได้เลือกใช้สีทองให้เข้ากับสีพื้น เช่น ทาสีห้องน้ำ และเจดีย์ ซึ่งสร้างความงดงาม โดดเด่น และแปลกตาได้มากยิ่งขึ้น

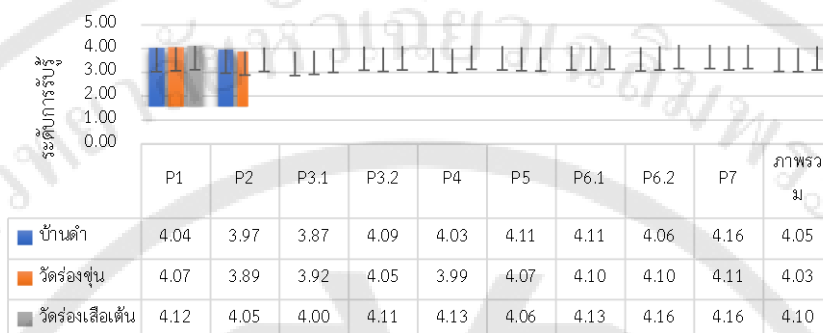
วัดร่องเสือเต้น (1) การเลือกใช้สีฟ้า เปรียบเสมือนสีฟ้าของท้องฟ้า ซึ่งสื่อถึงการเผยแพร่พุทธศาสนา กว้างไกลออกไป (2) รูปแบบพระเจดีย์มีขนาดสูง 20 เมตร แสดงถึงการผสมผสานศิลปะล้านนา แนวคิดทางพุทธศาสนาและศิลปะร่วมสมัยได้อย่างชัดเจน (3) ศิลปินได้เลือกใช้คู่ได้อย่างลงตัว คือ เลือกใช้สีเหลืองทอง ตัดกับสีฟ้า รังสรรค์ผลงานออกมาให้งดงามและแปลกตา ไม่เหมือนใคร (4) ศิลปินได้นำเอกลักษณ์โดดเด่นของพิพิธภัณฑ์บ้านคำ และวัดร่องขุนมารวมไว้ ณ ที่แห่งนี้

ส่วนถัดมา คือ ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์บ้านคำ วัดร่องขุน และวัดร่องเสือเต้น แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ ลูกค้ำชาวจีน และเจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้ำชาวจีน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาวิเคราะห์ด้านความพึงพอใจการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 ซึ่งได้นำทฤษฎีส่วนผสมการตลาด 7Ps มาประยุกต์ใช้ ประกอบไปด้วยทั้งหมด 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ ผลสรุปในภาพรวม พบว่าชาวจีนมีความพึงพอใจ

การให้บริการในภาพรวมระดับมาก กล่าวคือ วัดร่องเด่น 4.10 คะแนน พิพิธภัณฑสถานบ้านด้า 4.05 คะแนน และวัดร่องซุ่น 4.03 คะแนน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการภาษาจีน พิพิธภัณฑสถานบ้านด้า วัดร่องซุ่น และวัดร่องเสือเต้น



จากข้อมูลข้างต้น สามารถวิเคราะห์และอธิบายได้ว่า

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจการให้บริการของพิพิธภัณฑสถานบ้านด้า ด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี มีการปกป้องภาษาจีนไว้ตามจุดต่าง ๆ ซึ่งสะดวกสบายต่อการเข้าชม พนักงานมีทัศนคติและทำที่ที่ดีต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน เข้าใจความต้องการของลูกค้า มีมาตรฐานที่แน่นอนในการให้บริการลูกค้า แต่การให้คำแนะนำ อธิบายสิ่งต่าง ๆ ภายในพิพิธภัณฑสถาน เป็นภาษาจีนยังต้องได้รับการปรับปรุงและพัฒนาอย่างมาก

ในส่วนของวัดร่องซุ่น นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจการให้บริการ มีเพียงความสามารถด้านภาษาจีนของพนักงานให้บริการที่ต้องปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น เนื่องจากความสามารถของพนักงานในปัจจุบันไม่สามารถแนะนำอธิบายข้อมูลเชิงลึกแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้

วัดร่องเสือเต้น นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความพึงพอใจการให้บริการอย่างมาก เช่น การจัดการพื้นฐาน เขตการเข้าชม จุดรวมพล ร้านของของที่ระลึก ร้านอาหาร เป็นต้น ได้ทำการปกป้องภาษาจีนทุกแห่ง อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีนรับทราบกฎระเบียบและเวลาเข้าชม อีกทั้งเข้าใจลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรม มีเพียงความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนของพนักงานภายในวัดที่ต้องได้รับการแก้ไข

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้จัดการของแต่ละสถานที่เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าชาวจีน ผลการศึกษามีวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็นแต่ละสถานที่ดังนี้

พิพิธภัณฑสถานบ้านด้าปัจจุบันมีพนักงานให้บริการทั้งหมด 16 คน แบ่งเป็น ชาย 9 คน หญิง 7 คน ซึ่งรับผิดชอบด้านบริการลูกค้าทั้งหมด 3 คน เป็นชาวบ้านที่อาศัยในหมู่บ้านที่ใช้ภาษาไทยเป็นหลัก สื่อสารภาษาอังกฤษได้เล็กน้อย ไม่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ หากต้องใช้ภาษาจีนสื่อสาร จะใช้ภาษามือและ APP มือถือเป็นตัวช่วยในการสื่อสาร ในช่วงก่อนเกิดโรคระบาด Covid-19 ทางพิพิธภัณฑสถานมีไกด์ภาษาต่างประเทศ เช่น อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย เป็นต้น ทั้งเป็นอาสาสมัครและทำงานประจำคอยช่วยเหลือดูแลนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากช่วงที่มีผู้เข้าชมจำนวนมาก พนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ จะให้ไกด์ที่พานักท่องเที่ยวมาพำนักตามสะดวก

วัดร่องขุ่น ปัจจุบันมีพนักงานให้บริการทั้งหมด 14 คน แบ่งเป็น ชาย 4 คน หญิง 10 คน โดยประจำอยู่ตามจุดต่าง ๆ ภายในวัด เช่น ตู้จำหน่ายตั๋ว ร้านขายของที่ระลึก ห้องจัดแสดงภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถสื่อสารภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม พนักงานให้บริการนักท่องเที่ยวภายในพระอุโบสถใช้ภาษาไทยในการสื่อสารเป็นหลัก กรณีพบเจอนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นคำศัพท์ง่ายๆ และใช้ภาษามือ หากปัญหานั้นไม่สามารถแก้ไขได้ จะเรียกพนักงานที่ประจำตู้ขายตั๋วมาช่วยเหลือ นอกจากนี้บริเวณวัดจะมีการปักป้ายภาษาจีนไว้จำนวนมาก จัดทำโดยเจ้าหน้าที่ของทางวัด และได้จัดทำแผ่นพับบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมาของทางวัด และประวัติผู้ก่อตั้งโดยสังเขป ซึ่งจัดทำเพียง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

วัดร่องเสือเต้น เนื่องจากสถานที่แห่งนี้เป็นพุทธสถาน จึงไม่มีพนักงานบริการประจำอยู่ มีเพียงเณร 4 คน ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีและภาษาจีนได้เล็กน้อย นอกจากนี้มีอาสาสมัครที่เป็นข้าราชการเกษียณอายุซึ่งอาศัยอยู่หมู่บ้านใกล้เคียงคอยช่วยเหลือเป็นบางครั้ง ซึ่งพวกเขาสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้เพียงเล็กน้อย ไม่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ จากปัญหาดังกล่าวทางวัดได้จัดทำแผ่นพับแนะนำสถานที่ 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน รวมถึงคำอธิบายศิลปวัตถุและสถาปัตยกรรมแต่ละชิ้นไว้อีกด้วย โดยใช้วิธีการสแกน QR Code อีกทั้งทางวัดจะให้มัคคุเทศก์ที่มากับลูกทัวร์ต่างชาตินำชมตามจุดต่างๆ ก็เพียงพอ เพราะมัคคุเทศก์มีความสามารถในการอธิบายเรื่องราวได้ดีและสนุก ทำให้ลูกทัวร์เพลิดเพลินไปกับการชื่นชมสถานที่

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรมในด้านสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมในภาพรวมระดับมาก กล่าวคือ วัดร่องขุ่น พิพิธภัณฑสถานบ้านดำ และวัดร่องเสือเต้น ตามลำดับ โดยสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งมีลักษณะทางวัฒนธรรมโดดเด่นที่คล้ายและแตกต่างกัน คือ ลักษณะโดดเด่นที่คล้ายคลึงกันได้แก่ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สามารถสื่อถึงความเป็นวัฒนธรรมไทยได้อย่างชัดเจน รูปแบบสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมไทยประยุกต์และพุทธศิลป์ ด้านลักษณะที่แตกต่างกัน คือ การเลือกใช้สีเพื่อสร้างความโดดเด่นของผลงาน พิพิธภัณฑสถานบ้านดำได้นำเทคโนโลยี AR ประยุกต์ใช้กับผลงานจิตรกรรมภาพวาด ในขณะที่วัดร่องขุ่นและวัดร่องเสือเต้นใช้ QR CODE ในการอธิบายบอกเล่าเรื่องราวของสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมนั้นๆ

จากผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของชาวจีนต่อการให้บริการภาษาจีนของสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เช่น ป้ายบอกทางภาษาจีนตามจุดต่างๆภายในบริเวณสถานที่ การบริการของพนักงาน เป็นต้น อย่างไรก็ตามการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว เป็นจุดที่ต้องการการแก้ไข กล่าวคือทักษะการใช้ภาษาจีนของพนักงานในการให้ข้อมูลและแก้ไขปัญหาต่างๆ ข้อมูลสำคัญเฉพาะเชิงท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารรูปแบบออนไลน์ที่มากขึ้นและมีการปรับปรุงพัฒนาอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษารั้งนี้

1. การบูรณาการศาสตร์ ศิลป์ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการทำงานเกือบทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งสถานการณ์การควบคุมโรคให้ลดลงและหมดไปนั้นเป็นไปได้ยาก ดังนั้นการนำความรู้เชิงวิชาการมาประยุกต์ให้เข้ากับเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าในปัจจุบันมากขึ้นเป็นเรื่องที่ดี กล่าวคือ สามารถช่วยจัดการ แก้ไข พัฒนาปัญหาหรืออุปสรรคที่มีอยู่ได้สะดวก ง่าย และรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดในการทำงานได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑสถานบ้านดำไม่เพียงแต่นำ

เทคโนโลยี AR เข้ามาใช้ในปัจจุบัน แต่ยังสามารถนำ VR เข้ามาประยุกต์ใช้ได้อีกด้วย เพื่อให้ผู้ชมได้เข้าถึงความหมายของภาพวาดได้ลึกซึ้งและท่องแท้มากขึ้น และเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลงานศิลปะอีกทางหนึ่ง การนำระบบแปลภาษาเพื่อการเที่ยวชมมาใช้ภายในวัดร่องขุนและวัดร่องเสือเต้น แม้ว่าในปัจจุบันระบบการแปลภาษายังไม่สมบูรณ์แบบดังเช่นภาษาที่คนเราใช้จริง แต่ได้รับการพัฒนาให้อยู่ในระดับที่สามารถเข้าใจได้ อีกทั้งการพัฒนาระบบการสื่อสารในรูปแบบเดียวกัน ทำให้ผู้เข้าชมได้รับความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อมากขึ้น

2. เสริมทักษะด้านภาษาจีนแก่พนักงาน และนำเสนอเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น ทักษะทางภาษาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากทักษะทางภาษาไม่ดีพอ ส่งผลต่อคุณภาพในการให้บริการได้ โดยเฉพาะการรับส่งสารระหว่างกัน ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และอาจนำไปสู่ความขัดแย้งได้ ในทางกลับกัน หากทักษะทางภาษาอยู่ในระดับดี—ดีมาก ส่งผลต่อคุณภาพในการให้บริการได้เช่นกัน ไม่เพียงแต่สร้างความเข้าใจที่ตรงกัน แต่ยังสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันได้อีกด้วย ดังนั้นการที่ผู้ให้บริการที่มีทักษะการฟัง-พูดภาษาจีนในระดับดี-ดีมาก จะสามารถนำส่งสารได้ในปริมาณมากขึ้น และนำเสนอเนื้อหาเชิงลึกที่น่าสนใจและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าชมได้อีกด้วย โดยสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่งควรมีความร่วมมือกับกรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ในการจัดอบรมหลักสูตรเพื่อการนำชมและกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ เป็นต้น

3. พัฒนาระบบการจัดการที่รวดเร็วและปลอดภัยให้กับผู้เข้าชม จากผลสำรวจพบว่าผู้ทำแบบสอบถามรับรู้เกี่ยวกับรูปแบบสถาปัตยกรรมและจุดประสงค์การใช้งานของอาคารได้น้อยกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาในการเดินชมตามจุดต่างๆ ได้ เช่น นักท่องเที่ยวหลงทาง มีคู่แข่งตามหาลูกทัวร์ไม่เจอ เป็นต้น ดังนั้น ระบบการจัดการที่ดีส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความปลอดภัยในการเข้าชม อีกทั้งเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการให้บริการของผู้ให้บริการเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- Baandam Museum. (n.d.) *Thawan Duchanee Profile*, Available: Brochure [5 April 2021]
- Duchanee, D. (2014, 8 September) Unlock! The Black House, *Bangkok Biz News*, Available: <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/603150> [21 October 2021] (in Thai)
- Fanofchalemchai. (n.d.) *Ajarn Chalemchai Kositpipat Profile*, Available: <http://fanofchalemchai.com/history.php> [21 December 2021] (in Thai)
- Ittichai. (2019) *New Generation of Chinese Tourist Behavior*, Marketingoops, Available: <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/the-behavior-of-the-new-generation-of-chinese-tourists-has-changed/> [10 December 2020] (in Thai)
- Ma Feng Wo. (n.d.) *Top 5 Tourist Attraction in Chiang Rai*. Available: <http://www.mafengwo.cn/jd/15291/gonglve.html> [9 October 2021]
- Manager Online. (2020, 15 November) The Beauty of The Blue Temple, Chiang Rai, *MGR Online*, Available: <https://mgronline.com/travel/detail/9630000117901> [22 October 2021] (in Thai)
- Mei Ying. (2019) *A Research of Chinese Services in Bangkok Safari World*, Master's Thesis, Huachiew Chalermprakiet University.
- Ministry of Tourism and Sports. (2015-2019) *Tourism Statistics Report*, Available: https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411 [9 October 2021] (in Thai)
- Namtarnkhom. (n.d.) Black and White Art at Chiang Rai, *Muslim Thai Post*, Available: <https://info.muslimthaipost.com/article/7851> [7 October 2021] (in Thai)
- Pakkaraponggol, W. (2016) *Customer Satisfaction Towards Marketing Mix of Wash Up Car Care*, pp.21, Chiang Mai: Chiang Mai University. (in Thai)
- Post Today. (2016) *Top10 Tourist City in Thailand*. Available: <https://www.posttoday.com/social/general/446352> [7 October 2021] (in Thai)
- Suparat, R., et al. (2015) *Chinese Behavior on Travelling in Muang Chiang Rai*, Research Support Programme, Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Rai. (in Thai)
- Techapongsakid, R. (2019) *The Changing of Chinese Tourist Behavior, how should the SMEs survive?*, The Office of SMEs Promotion, Available: https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20190328082228.pdf [10 December 2020] (in Thai)

Top 10 Tourist Attraction in Chiang Rai. (n.d.) Available: <https://tc.trip.com/travel-guide/chiang-rai-551/topexperience-100000002643/> [10 October 2021]

Tripsabay. (n.d.) *Walking Around the White Temple, the heaven city on earth*, Available: <https://www.tripsabay.com/travel/%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99/> [21 October 2021] (in Thai)

Watrogkhun. (2010, 6 November) *About Wat Rong Khun*, Wat Rong Khun, Available: [http://www.xn--](http://www.xn--22cj2bwa1cwa8b3a2euie.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99.html)

[22cj2bwa1cwa8b3a2euie.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99.html](http://www.xn--22cj2bwa1cwa8b3a2euie.com/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99.html) [4 December 2020] (in Thai)

Wat Rong Seua Ten. (n.d.) *Wat Rong Seua Ten History*, Available: Brochure [22 October 2021] (in Thai)

Why Is Thailand Known As “The Land Of Smiles”?. (2019, September 17) Available: <https://thailand505.com/why-is-thailand-known-as-the-land-of-smiles/> [10 December 2021]

Wonderfulpackage. (n.d.) *10 reasons why foreigners like Thailand*. 2 Available: <https://www.wonderfulpackage.com/article/v/1148/> [10 December 2020] (in Thai)

Zheng Mei Li. (2017) *A Comparative Study of Business Chinese Usage Between New Chinatown (Huai-Khwang) and Chinatown (Yaowarat)*, Master's thesis, Huachiew Chalermprakiet University.