พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

นางสาวกนกอร พชระพงศกุล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
พ.ศ. 2555

Chinese Tourists' Behavior towards Using Hotel Services in Phuket Province

Miss Kanokon Patcharapongsakul

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for

the Degree of Master of Business Administration in Marketing

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2012

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต
ชื่อและนามสกุล	นางสาวกนกอร พชระพงศกุล
แขนงวิชา	การตลาด
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2556

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์เสาวภา มีถาวรกุล)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์ เข็มทอง)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต **ผู้ศึกษา** นางสาวกนกอร พชระพงศกุล **รหัสนักศึกษา** 2543001636 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) **อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร **ปีการศึกษา** 2555

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรมจังหวัดภูเก็ต (2) พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต และ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

การวิจัยเชิงสำรวจนี้ ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต ที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ความคลาดเคลื่อน 0.05 จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานคือ สถิติไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพสมรส ขนาดครอบครัว 3 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้ไม่เกิน 15,000 หยวนเฉลี่ยต่อเดือน (2) พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โรงแรมระดับ 4 ดาวที่ป่าตอง ช่วงเดือน เมษายน ถึง ตุลาคม เนื่องจากมีราคาพิเศษ พัก 3 คืนต่อครั้ง ค้นหาข้อมูลและเลือกโรงแรมจากเว็บไซต์ของโรงแรม และจองกับบริษัททัวร์ ส่วนใหญ่ใช้ห้องพัก Superior ราคา 1,000 – 1,999 บาท/ห้อง/คืน และ (3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ และขนาดครอบครัว พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม ในด้านการเลือกทำเลที่ตั้ง การหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมวิธีการจองโรงแรมประเภทห้องพักที่เลือกใช้และอัตราค่าห้องพัก และปัจจัยส่วนบุคคลด้าน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนจังหวัดภูเก็ต ในด้านระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ พฤติกรรม การเลือกใช้โรงแรม นักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

Independent Study title: Chinese Tourists' Behavior towards Using Hotel Services in Phuket Province **Author:** Miss Kanokon Patcharapongsakul; **ID:** 2543001636; **Degree:** Master of Business Administration (Marketing); **Independence Study advisor:** Chatchai Loirittiwuthikrai, Associate Professor; **Academic year:** 2012

Abstract

The objectives of this study were: (1) to study the personal characteristics of the Chinese tourists using hotel services in Phuket Province; (2) to study the behavior of Chinese tourists using hotel services in Phuket Province; and (3) to study the relationship between personal characteristics of Chinese tourists and their behavior for hotel services in Phuket Province.

The sample of this survey study was 400 Chinese tourists traveling in Phuket Province using accidental sampling. The data were processed by a computer program and analyzed with descriptive statistics. The statistical tools employed for descriptive analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. The statistical tool for inferential analysis was chi-square.

The result showed that: (1) most of the respondents were female, aged between 30-39 years old, married with three children, had a bachelor's degree, and were private employee with a monthly income of 15,000 Yuan; (2) the majority of respondents used 4-star hotels in Patong during April to October because of the promotion. They searched information from hotel websites and reserved rooms with a tour operator. Most of them used superior rooms with a price from 1,000 to 1,999 Baht/ room/night.; and (3) the personal characteristic factors on age and family size had relationship with the behavior using hotel services regarding selection of hotel location, searching hotel information through hotel websites, hotel reservation, the availability of room types, and room rates. The personal characteristic factors on education, occupation and monthly income had relationship with the behavior of Chinese tourists using hotel services in relation to the star level of the hotels with a significant level at 0.05.

Keywords: Behavior, Hotel Services, Chinese Tourists, Phuket Province.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์ให้คำแนะนำ รวมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบรูณ์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ คุณกริช วงศ์แก้ว คุณสุนี กาญจนันท์ และคุณนูรีซา ยะโกะ ที่ได้เมตตาช่วยเหลือ และให้คำแนะนำในการออกแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล จนสำเร็จ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านของสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อาจารย์จากสาขาวิชาอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช รวมถึงอาจารย์พิเศษทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ให้ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ศึกษาเสมอมา

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่จากสาขาวิชาวิทยาการจัดการ และสำนักบัณฑิตศึกษา ทุกท่านที่ช่วยอำนวยความสะดวก ให้คำแนะนำ และประสานงานทุกอย่างจนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้กับ บิดา มารดา ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้อันคุณประโยชน์อย่างสูงแก่ข้าพเจ้า

กนกอร พชระพงศกุล

พฤษภาคม 2556

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญภาพ ..... ต

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการศึกษา 3

สมมติฐานการศึกษา 3

กรอบแนวคิดการศึกษา 4

ขอบเขตของการศึกษา 5

นิยามศัพท์เฉพาะ 6

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 7

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 8

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 8

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 9

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 12

โครงสร้างการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต 12

ข้อมูลทั่วไปของสาธารณรัฐประชาชนจีน และการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน 21

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 24

บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา 29

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 29

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 30

การเก็บรวบรวมข้อมูล 31

การวิเคราะห์ข้อมูล 32

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 33
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 34
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม 38
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม
การเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต 47
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 102
สรุปการศึกษา 102
อภิปรายผล 106
ข้อเสนอแนะ 106
บรรณานุกรม 108
ภาคผนวก 111
ก แบบสอบถาม 112
ประวัติผู้ศึกษา 123

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 แสดงสถิติในปี 2554 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจที่มีจำนวนชาวจีนเดินทางไปเที่ยวมากเป็น 10 อันดับแรก 23
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ 34
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ 34
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ 35
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดครอบครัว 35
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา 36
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ 36
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 37
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 38
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 39
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในจังหวัดภูเก็ต 39
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 40
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปี 41
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามท่านใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใด 41
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโรงแรมมีโปรโมชั่นราคาพิเศษ ท่านจึงเลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเวลาข้างต้น 42
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 42

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 43
ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 44
ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 44
ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 45
ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน 46
ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 47
ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดครอบครัวหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 47
ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 48
ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 48
ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกใช้โรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในจังหวัดภูเก็ต 49
ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 49
ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปีหลังกรุ๊ปข้อมูล 50
ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามท่านใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใดหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 50

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 51
ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 51
ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 52
ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีและช่องทางการจองโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 52
ตารางที่ 4.33 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของห้องพักที่เลือกใช้หลังจากกรุ๊ปข้อมูล 53
ตารางที่ 4.34 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่านหลังจากกรุ๊ปข้อมูล 53
ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 54
ตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 54
ตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 55
ตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 55
ตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 56
ตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 57
ตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต 58

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 58
ตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 59
ตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 59
ตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 60
ตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 60
ตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 61
ตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด 61
ตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 62
ตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 62
ตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 63
ตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 63
ตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 64
ตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 64
ตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม 65
ตารางที่ 4.56 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 65

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.57 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 66
ตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 66
ตารางที่ 4.59 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 67
ตารางที่ 4.60 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 68
ตารางที่ 4.61 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 68
ตารางที่ 4.62 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม 69
ตารางที่ 4.63 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 70
ตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 70
ตารางที่ 4.65 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 71
ตารางที่ 4.66 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 71
ตารางที่ 4.67 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 72
ตารางที่ 4.68 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ 72
ตารางที่ 4.69 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 73

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.70 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 73
ตารางที่ 4.71 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 74
ตารางที่ 4.72 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 74
ตารางที่ 4.73 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 75
ตารางที่ 4.74 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 75
ตารางที่ 4.75 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 76
ตารางที่ 4.76 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 76
ตารางที่ 4.77 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 77
ตารางที่ 4.78 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 77
ตารางที่ 4.79 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 78
ตารางที่ 4.80 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 78
ตารางที่ 4.81 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 79
ตารางที่ 4.82 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอาชีพกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 79
ตารางที่ 4.83 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ 80
ตารางที่ 4.84 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 80
ตารางที่ 4.85 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 81
ตารางที่ 4.86 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 81

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.87 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 82
ตารางที่ 4.88 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 82
ตารางที่ 4.89 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 83
ตารางที่ 4.90 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม 83
ตารางที่ 4.91 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 84
ตารางที่ 4.92 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 84
ตารางที่ 4.93 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 85
ตารางที่ 4.94 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 85
ตารางที่ 4.95 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 86
ตารางที่ 4.96 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 86
ตารางที่ 4.97 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม 87
ตารางที่ 4.98 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 87
ตารางที่ 4.99 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 88

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.100 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 88
ตารางที่ 4.101 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 89
ตารางที่ 4.102 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 89
ตารางที่ 4.103 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 90
ตารางที่ 4.104 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม 90
ตารางที่ 4.105 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 91
ตารางที่ 4.106 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 91
ตารางที่ 4.107 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 92
ตารางที่ 4.108 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 92
ตารางที่ 4.109 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 93
ตารางที่ 4.110 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 93
ตารางที่ 4.111 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม 94
ตารางที่ 4.112 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 94
ตารางที่ 4.113 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 95
ตารางที่ 4.114 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 95

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.115 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 96
ตารางที่ 4.116 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 96
ตารางที่ 4.117 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 97
ตารางที่ 4.118 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ 97
ตารางที่ 4.119 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการ 98
ตารางที่ 4.120 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม 98
ตารางที่ 4.121 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม 99
ตารางที่ 4.122 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม 99
ตารางที่ 4.123 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม 100
ตารางที่ 4.124 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม 100
ตารางที่ 4.125 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม 101

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา 4
ภาพที่ 2.1 แสดงผลการสรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ จังหวัดภูเก็ต (SWOT Analysis) 19
ภาพที่ 2.2 แสดงการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเก็ต 20
ภาพที่ 2.3 Market Matrix Hospitality (MMHI) 24

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในปี 2555 ที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยรวมทั้งสิ้นประมาณ 22.3 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.0 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สำหรับการใช้จ่ายในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ระหว่างที่พำนักท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าจะก่อให้เกิดรายได้สะพัดสู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวเนื่องของไทยในปี 2555 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 926,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แม้ว่าในปี 2555 จะมีปัจจัยลบที่เข้ามากระทบการท่องเที่ยวไทยในบางช่วงเวลา อาทิ ในช่วงต้นปีได้เกิดเหตุระเบิดในกรุงเทพฯ และหาดใหญ่ ที่บั่นทอนความเชื่อมั่นในการเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย แต่เนื่องจากความหลากหลายด้านแหล่งท่องเที่ยว และความพร้อมในด้านบริการรองรับนักท่องเที่ยวของไทย ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เกื้อหนุนให้ภาคการท่องเที่ยวไทยขยายตัวมาได้อย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งในปีที่ผ่านมา ธุรกิจการบินโดยเฉพาะธุรกิจการบินต้นทุนต่ำ ได้ขยายเส้นทางบินมายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยนอกเหนือจากเส้นทางบินมายังกรุงเทพมหานครแล้ว ธุรกิจการบินบางสายยังได้จัดตารางเที่ยวบินตรง และเที่ยวบินเช่าเหมาลำ มายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทยอีกด้วย เช่น เที่ยวบินตรงจากเมืองท่าสำคัญของจีนมายังเกาะภูเก็ต เกาะสมุย อู่ตะเภา และเชียงใหม่ รวมทั้งการขยายเส้นทางบินภายในประเทศระหว่างเมืองท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ เชียงใหม่-ภูเก็ต เชียงใหม่-หาดใหญ่ ภูเก็ต-อุดรธานี ภูเก็ต-อุบลราชธานี กรุงเทพฯ-กระบี่ กรุงเทพฯ-นครศรีธรรมราช และ กรุงเทพฯ-สุราษฎร์ธานี เป็นต้น รวมถึงเส้นทางบินไปยังจังหวัดเศรษฐกิจสำคัญตามแนวชายแดน เช่น กรุงเทพฯ-อุดรธานี และกรุงเทพฯ-อุบลราชธานี นอกจากนี้ ภาครัฐและภาคเอกชนได้จัดทำแคมเปญการตลาดเพื่อกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมทั้งการนำผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทยเข้าร่วมงานแสดงสินค้าท่องเที่ยวสำคัญๆ ในต่างประเทศ

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 1 ในปีที่ผ่านมา คือ นักท่องเที่ยวจีน ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากปีก่อนหน้า โดยเฉพาะตลาดกลุ่มไมซ์ (ทั้งกลุ่มประชุมสัมมนา และกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) จากเมืองท่าสำคัญ อาทิ เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง กวางโจว เสิ่นเจิ้น เฉิงตู หังโจว ซีอาน และฉงชิ่ง นอกจากนี้ ยังมีตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น และตลาดนักท่องเที่ยวอินเดีย ซึ่งล้วนเป็นตลาดท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นตลาดเป้าหมายสำคัญที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนของไทยต่างร่วมกันเร่งขยายสัดส่วนของตลาดกลุ่มนี้ให้เพิ่มขึ้น

จากภาวะเศรษฐกิจการค้าของจังหวัดภูเก็ตภาคการบริการและการท่องเที่ยวซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจหลักของจังหวัดภูเก็ต โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามามากที่สุดในช่วง 9 เดือนของปี 2555 คือนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งสิ้น 409,988 คน รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย รวมทั้งสิ้น 224,899 คน และนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย รวมทั้งสิ้น 196,492 คนตามลำดับ (บุญญา โชติเศรษฐพันธุ์, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ, สำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต: สรุปภาวะเศรษฐกิจการค้าจังหวัดภูเก็ต ในช่วง 9 เดือนของปี 2555 (วันที่ประกาศ: 27/11/2012)) จะเห็นได้จังหวัดภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมามากที่สุด

เมื่อเร็วๆ นี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของไทยประกาศว่า ภายในครึ่งแรกของปี 2555 นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาเที่ยวไทยมีจำนวน 1.13 ล้านคน เติบโตจากช่วงเดียวกันในปีก่อน ร้อยละ 28.9 กลายเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวไทยมากที่สุด

นอกจากนั้นประกอบกับจากโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ต ณ ช่วง 9 เดือนของปี 2555 ยังพบว่า มีผลิตภัณฑ์มวลในสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ร้อยละ 31.55 สาขาการขนส่งและคมนาคม ร้อยละ 22.28 สาขาค้าส่งค้าปลีก ร้อยละ 6.68 สาขาก่อสร้าง ร้อยละ 6.07 และสาขาอื่นๆ ร้อยละ 33.02 จะเห็นได้ว่าภาวะเศรษฐกิจการค้าของจังหวัดภูเก็ตมีงานการบริการและการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นภาคเศรษฐกิจหลักของจังหวัด

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงเห็นว่ามีความจำเป็นอย่างมากที่จะมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากผู้ศึกษาเคยทำงานตำแหน่ง ผู้บริหารฝ่ายขาย (Sales Executive) ที่โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์เวสท์แซนด์รีสอร์ทแอนด์วิลลา ภูเก็ต โรงแรมระดับ 5 ดาวที่หาดไม้ขาว และปัจจุบันได้ย้ายมาดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายขาย (Sales Manager) โรงแรมเซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต โรงแรมระดับ 4 ดาวที่หาดกะรน ซึ่งเป็นโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราทั้งสองแห่ง และได้ติดตามแนวโน้มของตลาด ยอดขาย และรายได้ของโรงแรมมาโดยตลอด โดยในปัจจุบันโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราเป็นเชนโรงแรมชั้นนำของประเทศไทย มีโรงแรมและรีสอร์ทในเครือทั้งสิ้น 57 แห่ง โดยตั้งอยู่ในต่างประเทศ 17 แห่ง ได้แก่ เวียดนาม มัลดีฟส์

ศรีลังกา บาหลี อินโดนีเซีย และเกาะมอริเชียส มหาสมุทรอินเดีย และตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย 40 แห่ง โดยสำหรับในจังหวัดภูเก็ตนั้นจะมีโรงแรมและรีสอร์ทในเครือเซ็นทาราอยู่ถึง 7 แห่ง ซึ่งแต่ละแห่งได้รองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมากมายพบว่า มีจำนวนแขกที่มาเข้าพักของโรงแรมเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือตลาดจีน มาเข้าพักมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน จึงทำให้ผู้ศึกษาเองต้องการจะทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตว่ามีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมอย่างไร เพื่อให้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไปช่วยพัฒนากลยุทธ์การขาย และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นชาวจีนที่จะเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเชื่อว่าจะสามารถนำไปใช้ช่วยในการวางแผนการขายและการตลาด และมีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และผู้ที่กำลังศึกษาท่านอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรม จังหวัดภูเก็ต

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

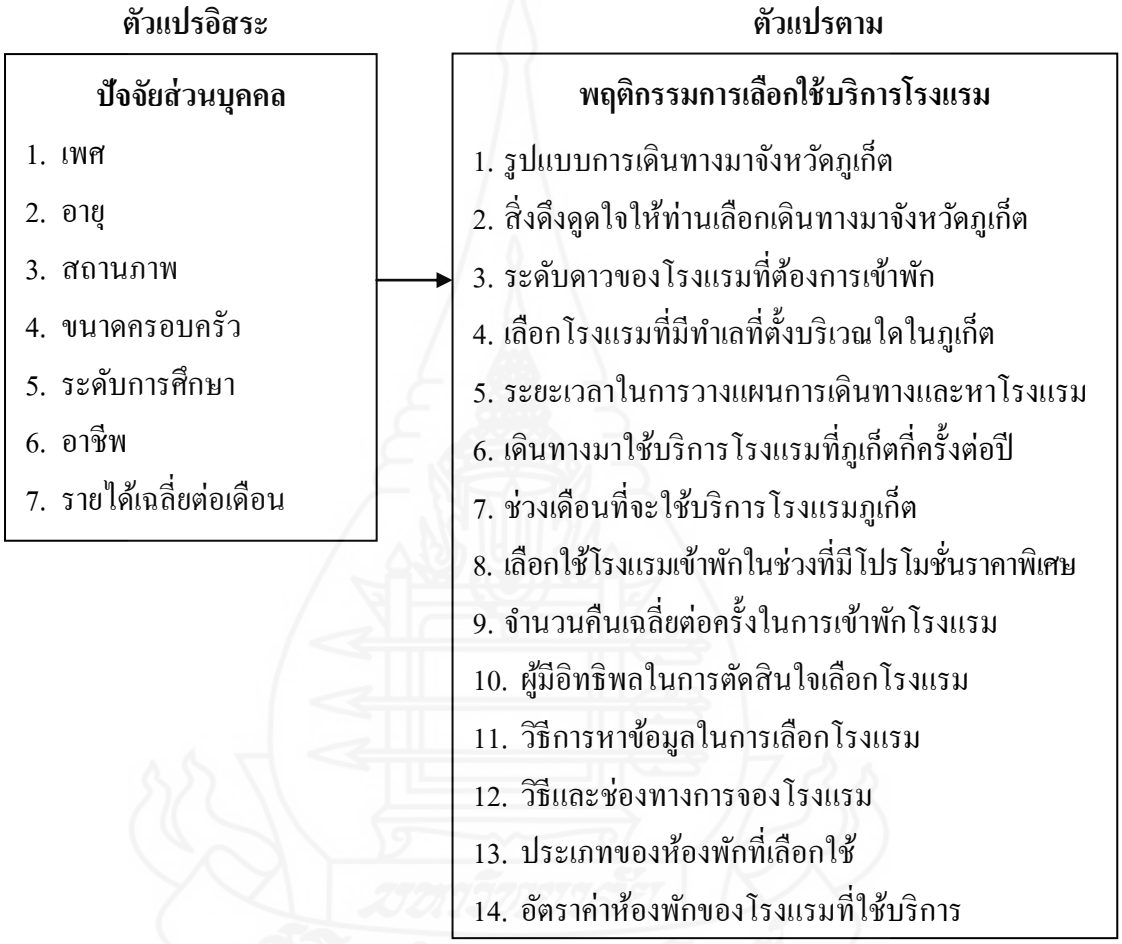
2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

3. สมมติฐานการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

4. กรอบแนวคิดการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้อาศัยทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นแนวทางในการศึกษา โดยพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมมีกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

5. ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้มุ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาได้ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้จำนวนสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต ที่เดินทางผ่านด่านตำรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต ปี 2554 เป็นจำนวนประชากรเท่ากับ 342,808 คน (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต ประจำปี 2554)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ทำการกำหนดโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 จากการคำนวณปรากฏว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจมีขนาดจำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสำรวจและสุ่มแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวจีนตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถให้ข้อมูลได้ เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดและเลือกกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มดังนี้

1. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling)
2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนจังหวัดภูเก็ต

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ขนาดครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพและ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพัก เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในภูเก็ต ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปี ช่วงเดือนที่จะใช้บริการโรงแรมภูเก็ต เลือกใช้โรงแรมเข้าพักในช่วงที่มีโปรโมชั่นราคาพิเศษ จำนวนคืนเฉลี่ย

ต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม วิธีและช่องทางการจองโรงแรม ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ และอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการ

5.4 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาศึกษาตั้งแต่เดือน มกราคม – พฤษภาคม 2556

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ใช้คำศัพท์เฉพาะบางคำถามที่จำเป็นต่อการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้การใช้ภาษามีความชัดเจนและรัดกุม ดังนั้นผู้ศึกษาจึงขอกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการอ่านการศึกษาครั้งนี้

โรงแรม หมายถึง สถานที่ที่นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยวใช้สำหรับเป็นที่พักระหว่างการเดินทาง ในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยว และมีการเก็บค่าใช้บริการเป็นรายห้อง ตามจำนวนคืนที่เข้าพัก

นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต ด่านตำรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต และจะต้องมีการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตอย่างน้อย 1 คืน ซึ่งแม้จะมีวัตถุประสงค์หรือรูปแบบการมาจังหวัดภูเก็ตด้วยเหตุใดๆ ก็ตามจะต้องมิใช่เพื่อมาประกอบอาชีพหรือหารายได้และพักอาศัยอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต

หยวน หมายถึง สกุลเงินที่ใช้ในประเทศจีน

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมได้ ซึ่งมีการแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น

1. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
2. แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน
3. ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การกระทำของ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจในการเลือกรับและใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด ประสบการณ์และกิจกรรมเพื่อตอบสนองความปรารถนา ความต้องการซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งทางภาคใต้ของประเทศไทย เป็นเกาะขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีลักษณะต่างจากจังหวัดอื่นอย่างสิ้นเชิง เพราะเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่พื้นที่ของจังหวัดทั้งหมดเป็นเกาะในมหาสมุทรอินเดีย

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตว่า มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมอย่างไร เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์การขาย และสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เป็นชาวจีนที่จะเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตได้ดียิ่งขึ้น และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวจีน

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
4. โครงสร้างการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
5. ข้อมูลทั่วไปของสาธารณรัฐประชาชนจีน และการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

McIntosh & Goeldner (1986) ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) การท่องเที่ยวหมายถึง ผลรวมของประสบการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลและชุมชนผู้เป็นเจ้าบ้าน ในกระบวนการที่ดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ

อาทิตย์ ศิริธร (2541) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวหมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุด รวมไปถึงบุคคลที่เดินทางไปร่วมประชุมทางวิชาการ ทางการเมืองหรือการประชุมทางธุรกิจ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ หรือไปทำการศึกษา โดยผู้ที่มาเยือนสามารถใช้การคมนาคมขนส่งได้ทุกรูปแบบ

นิคม จารุมณี (2536) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมและบริการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ใน

การเดินทาง เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม สถานขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึก สถานบันเทิง สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการบริการต้อนรับนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

วิลกีย์ (Wilkie, 1986: 14) ให้ความหมายว่าหมายถึง การที่บุคคลเลือก ซื้อใช้ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของจิตใจ อารมณ์และกาย

ชิพแมนและคานุก (Schiffman & Kanuk, 1994: 7) ให้ความหมายว่าหมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา

โซโลมอน (Solomon, 1992: 2) ให้ความหมายว่าหมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเลือกซื้อ ใช้ จับจ่าย ผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการและแรงปรารถนาของตน

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคข้างต้น สรุปได้ว่าหมายถึง การกระทำของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ผ่านกระบวนการตัดสินใจในการเลือกรับและใช้ผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด ประสบการณ์และกิจกรรมเพื่อตอบสนองความปรารถนา ความต้องการซึ่งเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) หมายถึง ขั้นตอนการเลือกซื้อสินค้าจากสองทางเลือกขึ้นไป (Schiffman & Kanuk, 1994) ในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดๆ จะต้องมีกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติหลังจากที่ได้ใช้สินค้าแล้ว ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นขั้นตอนได้ ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

1. การมองเห็นปัญหา (Perceived Problem) การที่มนุษย์มีชีวิตสุขสบายไม่มีปัญหาก็ไม่คิดที่จะหาสิ่งใดมาแก้ปัญหาชีวิตของตน ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องพยายามที่จะจี้จุดปัญหาให้ผู้บริโภคนั้นเกิดปัญหา ซึ่งปัญหาก็คือความแตกต่างระหว่างสภาพอันเป็นอุดมคติ (Ideal) กับสภาพอันเป็นจริง (Reality) นักการตลาดที่เก่งจะทำให้การมองเห็นปัญหานั้นกลายเป็นแรงจูงใจ (Motive) ขึ้นในตัวผู้บริโภคและกลายเป็นความเครียด (Tension) ทำให้ต้องดิ้นรนหาหนทางลดความเครียดให้ได้ ขั้นตอนการตัดสินใจจะดำเนินไปสู่ขั้นต่อไป

2. การแสวงหาภายใน (Internal Search) เมื่อเกิดปัญหาก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไขภายใน นั่นคือการล้วงลึกเข้าไปในความทรงจำของตน ด้วยขั้นตอนนี้เองทำให้นักการตลาดต้องพยายามที่จะทำให้สินค้าของตนประทับอยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค และจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคระลึกได้เป็นยี่ห้อต้นๆ (Top of Mind Brand) หรือระลึกได้ก่อนยี่ห้ออื่นๆ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องหากลยุทธ์ในการโฆษณาสินค้า เช่น การสร้างความถี่ในการโฆษณา ต้องมีโฆษณาที่ประทับใจ และมีข่าวประชาสัมพันธ์สม่ำเสมอ ทั้งนี้ เพื่อทำให้สินค้านั้นติดตาติดใจผู้บริโภคเป็นยี่ห้อต้นๆ แล้วระลึกถึงด้วยความพึงพอใจอันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในทันที ถ้าผู้บริโภคยังไม่ตัดสินใจซื้อ เนื่องจาก ยังไม่พอใจยี่ห้อที่จำได้และยังไม่ยกเลิกการหาซื้อก็จะเกิดขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

3. จำได้หรือมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่จำได้ไม่เพียงพอ ก็จะเริ่มแสวงหาข้อมูล การแสวงหาภายนอก (External Search) เมื่อผู้บริโภคต้องการใช้สินค้าที่ตัวเองเกี่ยวกับสินค้าจากภายนอก ด้วยวิธีการต่อไปนี้

- การหาข้อมูลจากการไปดูโฆษณา ดังนั้นนักการตลาดควรเลือกหาโฆษณาในเวลาและสถานที่เหมาะสม ต้องรู้ว่าช่วงเวลาใดควรจะโฆษณาสินค้า หรือสื่อใดมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการโฆษณาสินค้าของตน
- การไปแหล่งขาย เมื่อผู้บริโภคไม่พอใจสิ่งที่ตนเองจำได้จึงต้องไปหาซื้อสินค้า สิ่งสำคัญในจุดนี้คือ สินค้าจะต้องมีวางขาย ณ จุดขาย เพราะผู้บริโภคได้เปิดโอกาสให้แล้ว นอกจากนั้นการจัดวางนำเสนอสินค้า (Display) ก็ต้องเด่นชัดและมีการบริการที่ดีจากผู้ขายจึงจะทำให้การแสวงหาภายนอกในครั้งนี้เป็นประโยชน์แก่สินค้า
- การหาข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การโทรศัพท์พูดคุยกับบริษัทหรือร้านค้า การหาข้อมูลจากพนักงานขาย หรือการไต่ถามจากผู้อื่นที่เคยใช้สินค้ามาแล้ว เป็นต้น
- การประเมินทางเลือก (Evaluation) เมื่อผู้บริโภครับรู้สินค้ายี่ห้อต่างๆ แล้วก็นำมาประเมินว่าสินค้าใดดีกว่ากันในแง่ใด ความสำคัญในขั้นนี้ก็คือต้องให้จุดเด่นของสินค้า (Feature) ตรงกับมาตรการ (Criteria) ในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าผู้บริโภคใช้มาตรฐานอะไรในการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละประเภท เช่น คนที่ซื้อเสื้อผ้ามักดูที่รูปแบบและสีสันแต่บางคนอาจจะดูยี่ห้อด้วย ดังนั้นการติดโลโก้ (Logo) ของยี่ห้อไว้ตามปกเสื้อ ตามกระเป๋า ตามแขน จึงกลายเป็นเรื่องสำคัญที่จะตอบสนองคนกลุ่มนี้ เรื่องเหล่านี้หากเจ้าของสินค้าสร้างจุดเด่นขึ้นมาเองตามใจชอบ ไม่ได้ศึกษาในเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค โอกาสที่จะได้รับการเลือกก็ยากขึ้นการขายก็ยากขึ้นเพราะจะต้องไปเปลี่ยนใจผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาตรการในการเลือกซื้อเพื่อให้สอดคล้องกับจุดเด่นที่มี เมื่อผู้บริโภคได้พิจารณาแล้วก็ถึงขั้นการตัดสินใจซื้อ

- การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเฉื่อยในการตัดสินใจทั้งนี้เพราะจะต้องเสี่ยงว่าสินค้าที่ซื้อจะดีเหมือนคำโฆษณาหรือไม่ หรือจะมีคุณภาพคุ้มค่าคุ้มราคาหรือไม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะติดอยู่กับสินค้าที่ตนเองมีความเคยชิน ดังนั้นสินค้าใหม่ๆ ที่จะนำเสนอขึ้นมาต้องหาทางในการเร่งรัดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าของตน มีวิธีการกระตุ้นการตัดสินใจ ดังนี้

- การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) นักการตลาดจะต้องทำให้สินค้าของตนมีความเด่นชัด มีรูปแบบและเนื้อหาเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งให้ชัดเจนที่สุด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเร่งรัดในการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

- การลดอัตราเสี่ยงในความรู้สึกของผู้บริโภค (Reduced Perceived Risk) ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะรู้สึกมีความเสี่ยงในเรื่องความคุ้มราคาหรือคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเร่งรัดการตัดสินใจต้องทำให้ไม่รู้สึกเสี่ยงมากนัก วิธีการหรือสิ่งที่จะลดความเสี่ยงได้แก่ ความมีชื่อเสียงของบริษัท ประสบการณ์การผลิตสินค้า ภาพพจน์ของตราสินค้า ภาพพจน์ของพนักงานขาย ภาพพจน์ของกลุ่มเป้าหมาย การรับประกันสินค้า ทั้งหมดนี้คือวิธีการที่จะลดอัตราความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในความรู้สึกของผู้บริโภคเพื่อทำให้มีการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

- การสร้างสิ่งล่อใจ (Incentives) ได้แก่ วิธีการลดแลกแจกแถม ที่ทำขึ้นเป็นการส่งเสริมการขาย หากสิ่งล่อใจกำหนดให้มีระยะเวลาหรือของมีจำนวนจำกัด ย่อมทำให้ผู้บริโภคลังเลใจอยู่ไม่ได้เพราะเกรงว่าจะหมดเขตของการให้สิ่งล่อใจเหล่านั้น ดังนั้นในบางครั้งต้องอาศัยการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นส่วนหนึ่งในการเร่งรัดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

- ทัศนคติหลังซื้อ (Post-attitudes) เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและนำสินค้าไปใช้แล้วผู้บริโภคก็ต้องประเมินว่าสินค้านั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร แล้วก็จะเกิดทัศนคติหลังจากการใช้ว่าพอใจหรือไม่ ทัศนคติเหล่านี้มีความสำคัญมากเพราะเป็นประสบการณ์ตรงซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสินค้านั้น หากผู้บริโภคมีความพอใจหลังการใช้โอกาสความสำเร็จของสินค้าก็จะมีมากเพราะผู้บริโภคจะซื้อซ้ำ แต่ถ้าผู้บริโภคไม่พอใจหลังการใช้นอกจากไม่ซื้อซ้ำแล้วยังอาจเล่าความรู้สึกไม่ประทับใจให้บุคคลอื่นรับรู้ด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ยังไม่เคยใช้สินค้าดังกล่าวไม่ยอมทดลองใช้สินค้านั้นเลย

จากสาระดังกล่าว ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเป็นขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป มีขั้นตอนในการพิจารณาหลายอย่าง ได้แก่ การมองเห็นปัญหา การแสวงหาภายใน การแสวงหาภายนอก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและทัศนคติหลังซื้อ ดังนั้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดจะต้องมีกระบวนการตั้งแต่ต้นไปจนถึงขั้นสุดท้าย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะเดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่อาจจะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมและ/หรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

โครงสร้างการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

ทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

1. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงในระดับโลก มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายหลายประเภท ทั้งบนเกาะภูเก็ตซึ่งมีจุดขายหลักคือ ชายหาดและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมบันเทิง นันทนาการและกีฬาทางน้ำ และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเกาะบริเวณโดยรอบและเกาะในจังหวัดใกล้เคียง สามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

ชายหาด จังหวัดภูเก็ตมีชายหาดอยู่หลายแห่งซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากในแต่ละปี ส่วนใหญ่อยู่ทางฝั่งตะวันตกของเกาะ ชายหาดที่สำคัญได้แก่

- หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน เป็นหาดทรายขาว มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คึกคักตลอดทั้งวันทั้งกิจกรรมชายหาด กิจกรรมกีฬาทางน้ำ กิจกรรมบันเทิงและนันทนาการรูปแบบต่างๆ
- หาดสุรินทร์ หาดกมลา หากกะหลิม หาดในหาน หาดราไวย์เป็นชายหาดทรายที่ไม่ยาวนัก มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คึกคักน้อยกว่า 3 หาดแรก
- ชายหาดอ่าวบางเทา หาดลายัน เป็นชายหาดที่เงียบสงบและเป็นที่ตั้งของโรงแรมที่พักและบ้านพักตากอากาศ รองรับกลุ่มผู้มีรายได้สูง
- ชายหาดที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติสิรินาถ ได้แก่ หาดทรายแก้ว หาดไม้ขาว หาดในยาง
- หาดในทอน เป็นชายหาดที่ค่อนข้างเงียบสงบ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์จะมีเต่าทะเลขึ้นมาวางไข่ เริ่มมีการก่อสร้างโรงแรมที่พักและบ้านพักตากอากาศรองรับกลุ่มผู้มีรายได้สูง
- อ่าวต่างๆ ทางฝั่งตะวันออก มีทิวทัศน์ที่สวยงามแต่ไม่เหมาะในการลงเล่นน้ำ จึงเป็นที่ตั้งของท่าเรือไปเกาะต่างๆ และมารีน่า ได้แก่ อ่าวปอ อ่าวสะปำ อ่าวภูเก็ต อ่าวมะขาว และอ่าวฉลอง

เชิงนิเวศ ได้แก่ สถานีพัฒนาการส่งเสริมอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว มีสิ่งที่น่าสนใจได้แก่ น้ำตกโตนไทร น้ำตกบางแปร และต้นปาล์มหลังขาว ศูนย์ศึกษาธรรมชาติท่าฉัตรไชยมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน ระยะทาง 800 เมตร ตั้งอยู่ในอำเภอถลาง

ประเภทเกาะ จังหวัดภูเก็ตมีเกาะบริวารทั้งหมด 32 เกาะ ส่วนใหญ่อยู่ทางตะวันออกและทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต เกาะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- เกาะราชาใหญ่ เกาะราชาน้อย เกาะเฮ เกาะโหลน เกาะบอน เกาะแก้ว เกาะไม้ท่อน ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของเกาะภูเก็ต เหมาะสำหรับการพักผ่อนชายหาด ดำน้ำดูปะการัง(เกาะเฮ เกาะไม้ท่อน) ตกปลา (เกาะราชาน้อย) และพักแรม บนเกาะมีรอยพระพุทธบาทจำลองตั้งอยู่ด้วย เกาะที่มีที่พักให้บริการบนเกาะ ได้แก่ เกาะราชาใหญ่ เกาะเฮ เกาะโหลน เกาะไม้ท่อน (รีสอร์ทส่วนตัว)
- เกาะตะเภาใหญ่ ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะภูเก็ต บริเวณอ่าวภูเก็ตมีสิ่งที่น่าสนใจ คือ นกเงือก และมีที่พักแรมบริการบนเกาะ

● เกาะรังใหญ่ เกาะมะพร้าว เกาะไข่นอก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะภูเก็ต บริเวณอ่าวสะปำ เหมาะสำหรับการพักผ่อนชายหาดและเล่นน้ำ ที่เกาะรังใหญ่มีสิ่งที่น่าสนใจ คือ ฟาร์มหอยมุก กิจกรรมพายเรือแคนู และขี่จักรยานรอบเกาะ ส่วนเกาะมะพร้าวมีหมู่บ้านประมงที่ยังคงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เส้นทางศึกษาธรรมชาติ นักท่องเที่ยวสามารถขี่จักรยานและพักแรมบนเกาะได้

● เกาะนาคาน้อย ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของเกาะภูเก็ตใกล้กับอ่าวปอ มีฟาร์มหอยมุก และการสาธิตการเลี้ยงหอยมุกให้นักท่องเที่ยวชม มีร้านอาหารทะเลบริการ แต่ไม่มีที่พักแรม

● เกาะแรดและเกาะนาคาใหญ่ ปัจจุบันกำลังดำเนินการก่อสร้างรีสอร์ทของเอกชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง

จุดชมทิวทัศน์ ได้แก่ จุดชมทิวทัศน์แหลมพรหมเทพแหลมกา แหลมพันวา หาดกะตะ-กะรน เขารัง เขาวาด

2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ซึ่งกระจายอยู่บนเกาะภูเก็ตตอนในของเกาะ โดยแบ่งตามเขตอำเภอ ดังนี้

อำเภอเมืองภูเก็ต ที่สำคัญได้แก่ ตัวเมืองภูเก็ต มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจและอาคารศิลปะแบบชิโนโปรตุกีสอยู่หลายแห่ง เช่น พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทหัว ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขหลังเก่า วัดฉลอง ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมจังหวัดภูเก็ต พระพุทธมิ่งมงคลเอกนาคคีรี

อำเภอถลาง ได้แก่ อนุสาวรีย์ท้าวเทพกระษัตรีและท้าวศรีสุนทร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติถลาง วัดพระทอง วัดพระนางสร้าง วัดไชยธารารام (พระบรมสารีริกธาตุ) บ้านพระยาวิชิตสงคราม (เมืองถลางเก่า) บ้านพิทักษ์ชินประชาในอำเภอกะทู้ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์เหมืองแร่ ศูนย์อนุรักษ์มรดกท้องถิ่นกะทู้

3. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในจังหวัดภูเก็ตมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งในรูปของสถานบันเทิงการแสดงโชว์ต่างๆ สวนสาธารณะลักษณะพิเศษ พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง สวนสัตว์ และสวนสนุก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกระจายกันอยู่ทั่วไปตามชายหาดที่สำคัญและทางตอนในของเกาะ เช่น ภูเก็ตแฟนตาซี ไซม่อนคาบาเร่ย์ ในอำเภอกะทู้ ฟาร์มจระเข้และสวนเสือภูเก็ต สวนผีเสื้อ และอควาเรียมภูเก็ต พิพิธภัณฑ์เปลือกหอยไดโนปาร์ค สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ หมู่บ้านไทยและสวนกล้วยไม้ภูเก็ต

4. แหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมและความสนใจพิเศษ มีหลายประเภทที่เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามกอล์ฟ สนามขี่ม้า แหล่งตกปลา เคเบิลสกี จั๊มพ์ แหล่งดำน้ำบริเวณใกล้เคียงมีทั้งกิจกรรมดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สปาที่ให้บริการตามโรงแรมที่พักระดับ 4-5 ดาว ศูนย์บริการทางการแพทย์ เป็นต้น

ประเพณี / วัฒนธรรม / เทศกาล

จังหวัดภูเก็ตในอดีตเจ้าถิ่นเดิม ได้แก่ เงาะซาไกและชาวน้ำ (ชาวเล หรือ ชาวไทยใหม่) ต่อมาได้มีชาวอินเดีย ชาวไทย และชาวจีน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวจีนฮกเกี้ยนอพยพเข้ามา สำหรับชาวไทยได้มีการอพยพเข้ามาอาศัยมากขึ้น ทำให้สามารถยึดครองภูเก็ตได้มากกว่าชาติอื่น และในที่สุดชาวไทยที่อาศัยอยู่ก็ได้นำเอาวัฒนธรรมของชาติต่างๆ มาปรับปรุงและดัดแปลง จนกระทั่งกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาวภูเก็ตสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

ประเพณีที่ปฏิบัติประจำทุกปีของจังหวัดภูเก็ต

1. ประเพณีตรุษจีนเป็นการเฉลิมฉลองวันขึ้นปีใหม่ของคนจีน วันตรุษจีนตรงกับ วันแรกของเดือน 1 ของจีน หรือเดือน 2 เดือน 3 ทางจันทรคติ มีพิธีกรรมทั้งหมด 3 วัน โดย

- วันแรก คือ วันที่ 29 เดือน 12 ของจีน มีการเตรียมอาหาร และของไหว้ต่างๆ ไว้สำหรับวันรุ่งขึ้น
- วันที่สอง คือ วันที่ 30 เดือน 12 ของจีน มีการไหว้ 2 ช่วงคือ ช่วงเช้า จะมีการไหว้เทพเจ้า และช่วงบ่ายจะมีการไหว้บรรพบุรุษ เมื่อเสร็จพิธีไหว้ จะมีการรับประทานอาหารร่วมกันในครอบครัว และมีการแจก" อั่งเปา" (แต๊ะเอีย) ให้แก่เด็ก ๆ
- วันที่สาม คือ วันที่ 1 เดือน 1 ของจีน ชาวจีนจะแต่งกายด้วยชุดใหม่เพื่อเป็นสิริมงคลไปไหว้พระที่ศาลเจ้า และวันนี้ถือว่าเป็นวันเที่ยวอาจจะไปเยี่ยมญาติในท้องถิ่นอื่น ซึ่งในวันนี้จะไม่มีการทำงานแต่อย่างใด จะไม่มีการพูดคำหยาบ หรือดุด่าว่ากล่าวกัน

2. ประเพณีไหว้เทวดาเป็นการไหว้ต้อนรับ และขอบคุณเทวดาที่ช่วยพิทักษ์รักษามนุษย์ เวลาของการไหว้จะเริ่มขึ้น หลังเที่ยงคืนของวันที่ 8 เดือน 1 ของจีนไปแล้ว หรือช่วงเวลาเริ่มต้นของ วันที่ 9 เดือน 1 ของไหว้ที่สำคัญคือ ต้นอ้อย 2 ต้น และของคาวหวานต่างๆ

3. ประเพณีสารทจีนเป็นเดือนที่ชาวจีนถือว่า ยมบาลมีการปล่อยภูตผีหรือวิญญาณต่างๆ ให้ออกมารับส่วนบุญประจำปี มีการไหว้บรรพบุรุษของแต่ละครอบครัว ในวันที่ 15 เดือน 7 จีน มีการ"ไป๋ปั๋ว" หรือจัดตกแต่งเครื่องเซ่นไหว้ภูตผีและวิญญาณด้วยการทำขนม และแกะสลักผลไม้เป็นรูปสัตว์ต่างๆ และของไหว้ที่สำคัญคือ "อั่งกู้" หรือขนมเต่าสีแดง ทำจากแป้งข้าวเหนียว มีไส้ถั่วเหลืองกวน หรือทำจากแป้งสาลีไม่มีไส้ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของอายุยืนนานและมีการไหว้ ณ สถานที่ต่างๆ ดังนี้

- ในวัน 17 ค่ำ เดือน 6 ของจีน ณ ศาลเจ้าบ้านกะทู้
- ในวัน 13 ค่ำ เดือน 7 ของจีน ณ บริเวณบ้านตลาดใหญ่
- ในวัน 16 ค่ำ เดือน 7 ของจีน ณ ศาลเจ้าบ้านตลาดเหนือ
- ในวัน 17-18 ค่ำ เดือน 7 ของจีน ณ ตลาดสดเทศบาล
- ในวัน 21 ค่ำ เดือน 7 ของจีน ณ บ้านอ่าวเก (ถนนตะกั่วป่า)
- ในวัน 19-30 ค่ำ เดือน 7 ของจีน ณ ศาลเจ้าพ้อต่อก้อง (บ้านบางเหนียว)

4. งานพ้อต่อเป็นงานประเพณีของชาวภูเก็ตที่มีเชื้อสายจีน จะมีพิธีในช่วงเดือน 7 ของจีนหรือเดือน 9 ของไทย โดยมีพิธีเซ่นไหว้บรรพบุรุษ และวิญญาณศักดิ์สิทธิ์ด้วยเครื่องบวงสรวง เป็นขนมชนิดหนึ่งทำด้วยแป้งเป็นรูปเต่าขนาดใหญ่บ้างเล็กบ้าง ทาสีแดง ซึ่งคนจีนเชื่อว่าเต่าเป็นสัตว์ที่มีอายุยืน ดังนั้นการไหว้เต่าจึงเป็นการต่ออายุให้ตนเองและถือกุศลที่ยิ่งใหญ่

5. ประเพณีไหว้พระจันทร์ คือ การไหว้เทพเจ้าด้วยขนมไหว้พระจันทร์ (ตงชิวเปี้ย) และขนมโก๋ ในวัน 15 ค่ำ เดือน 8 ของจีน

6. ประเพณีกินเจเป็นการถือศีลชำระจิตใจ และงดเว้นการบริโภคเนื้อสัตว์ทุกชนิด มีระยะเวลา 9 วัน เริ่มตั้งแต่ขึ้น 1 ค่ำ เดือน 9 จนกระทั่งถึง ขึ้น 9 ค่ำ เดือน 9 ของทุกปี ซึ่งอยู่ในช่วงเดือนกันยายน-ตุลาคมเป็นงานประเพณี ซึ่งชาวจีนที่เข้ามาอาศัยในภูเก็ต ยึดถือปฏิบัติมาช้านานตั้งแต่ พ.ศ. 2368 จนถึงทุกวันนี้ จะมีพิธีกรรมต่างๆ มากมาย อาทิ พิธีอัญเชิญพระ พิธีลุยไฟ พิธีสะเดาะเคราะห์ พิธีส่งพระ เป็นต้น งานเทศกาลนี้นับเป็นงานที่ได้รับความสนใจและเลื่อมใสศรัทธาทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศมากที่สุดงานหนึ่ง

6. ประเพณีลอยเรือ โดยกลุ่มชาวเลที่หาดราไวย์และบ้านสะปำ จะมีพิธีลอยเรือในวันขึ้น 13 ค่ำ กลุ่มชาวเลที่เกาะสิเหร่จะมีพิธีลอยเรือ ในวันขึ้น 14 ค่ำ และกลุ่มชาวเลที่แหลมหลา (ทางตอนเหนือของเกาะภูเก็ต) จะมีพิธีลอยเรือในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 และเดือน 11 ซึ่งถือเป็นพิธีสะเดาะเคราะห์ของชาวเล คล้ายกับพิธีลอยกระทงของชาวไทย มีการสร้างเรือจากไม้ระกำตัดผมตัดเล็บและทำตุ๊กตาไม้แทนคนใส่ลงไปในเรือแล้วนำไปลอย เพื่อนำเอาความทุกข์โศกเคราะห์ร้ายต่างๆ ออกไปกับทะเลแล้วมีการร่ายรำรอบเรือหรือที่เรียกว่า รำรองเง็ง นั่นเอง

7. ประเพณีสารทไทย (เดือนสิบ) เป็นเดือนที่ชาวไทยมีความเชื่อว่ายมบาลมีการปล่อยภูตผี และวิญญาณต่างๆ ให้ออกมารับเอาส่วนบุญ จึงมีการนำของคาวหวานต่างๆ มาทำบุญและให้ทานกันที่วัด สำหรับขนมที่ สำคัญในพิธีคือ ขนมลา ขนมเทียน ขนมท่อนใต้ ขนมต้ม ฯลฯ ตรงกับวันแรม 8 ค่ำ เดือน 10 และวันแรม 15 ค่ำ เดือน 10 ซึ่งแต่ละวัดจะกำหนดทำพิธีเพียงหนึ่งวันแตกต่างกันไป

8. งานท้าวเทพกระษัตรี-ท้าวศรีสุนทรตรงกับวันที่ 13 มีนาคมของทุกปี มีการจัดงานเฉลิมฉลอง มีกิจกรรมต่างๆ มากมาย เพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ ที่สองวีรสตรี สามารถปกป้องเมืองถลาง ให้รอดพ้นจากข้าศึกพม่า และสดุดีในวีรกรรมของท่าน

9. ประเพณีเช็งเม้ง เป็นการรวมญาติครั้งใหญ่เพื่อทำกิจกรรมบูชาบรรพบุรุษร่วมกัน ส่วนใหญ่จะตรงกับวันที่ 5 เมษายนของทุกปี แต่ในการไหว้ นั้นมีระยะเวลาที่สามารถไหว้ได้คือ ก่อนวันที่ 5 เมษายน 10 วัน และหลังวันที่ 5 เมษายน 10 วัน

10. ประเพณีปล่อยเต่า เป็นการทำบุญ และพระสวดมนต์ให้ศีลให้พรเสร็จ ก็จะมีการปล่อยเต่าลงทะเล ณ อุทยานแห่งชาติหาดไนยาง ในวันที่ 13 เมษายน (วันสงกรานต์) ของทุกปี

11. เทศกาลอาหารทะเลจัดขึ้นประมาณเดือนพฤษภาคมของทุกปี มีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่อาหารทะเล ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดภูเก็ต ชักชวนให้นักท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ตในฤดูฝน กิจกรรมของงานมีการประกวด ขบวนแห่ทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเล การออกร้านจำหน่ายอาหารทะเล การสาธิตอาหารประจำภาค การแสดงศิลปวัฒนธรรมของภาคต่างๆ

12. ภูเก็ตลากูน่าไตรกีฬาจัดการแข่งขันในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี

13. ประเพณีเดินเต่า เป็นการสังเกตเต่าขึ้นมาวางไข่ริมชายหาด ในตอนกลางคืนถึงย่ำรุ่ง (ช่วงน้ำทะเลขึ้น) ระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ หรือฤดูเต่าวางไข่ เพื่อดูเต่าตัวใหญ่ๆ ที่หาดูได้ยาก

14. เทศกาลเปิดฤดูกาลท่องเที่ยวภูเก็ตตรงกับวันที่ 1 พฤศจิกายน ณ หาดป่าตอง เพื่อต้อนรับฤดูการท่องเที่ยวที่เวียนมาถึงอีกครั้งและเป็นการส่งเสริมความสามัคคี ระหว่างผู้ประกอบธุรกิจสาขาต่างๆ หน่วยงานราชการและประชาชน ในงานมีกิจกรรมต่างๆ มากมาย อาทิพิธีตักบาตรในตอนเช้า การแข่งขัน กีฬาทางน้ำ การประกวดสาวงามจากนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ เป็นต้น

15. งานแข่งขันเรือใบชิงถ้วยพระราชทาน วันที่ 5 ธันวาคมของทุกปี เริ่มมีขึ้นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2530 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เนื่องในวโรกาสที่ทรงเจริญพระชนมายุครบ 5 รอบ และหลังจากนั้นจึงถือกำหนดจัดงานขึ้นในช่วง วันเฉลิมพระชนมพรรษา ซึ่งตรงกับวันที่ 5 ธันวาคมของทุกปี โดยมีเรือใบจากนานาประเทศทั่วโลกเข้าร่วมการแข่งขันบริเวณหาดในหาน เพื่อชิงถ้วยพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ นอกจากประเพณีประจำปีดังกล่าวแล้วจังหวัดภูเก็ตยังมีประเพณี-วัฒนธรรมอื่นๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองอีกมากมาย อันได้แก่ การอุปสมบท การแต่งงาน เป็นต้น

1. จุดแข็ง (Strengths)	2 จุดอ่อน (Weaknesses)
• มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่งดงาม โดดเด่น หลากหลาย และมีชื่อเสียงระดับโลก • ทรัพยากรมนุษย์มีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนา • มีฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและหลากหลาย • มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด • มีทำเลที่ตั้งเป็นศูนย์กลางในการคมนาคม • การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและองค์กรสาธารณะ	• โครงสร้างพื้นฐานและบริการพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ เช่น การจราจรที่แออัด/สนามบิน • ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม • ความปลอดภัยและการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว • ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรน้ำ • การพึ่งพิงและแรงงานต่างด้าว • ปัญหามลภาวะจากการท่องเที่ยว ขยะ น้ำเสีย • ขาดแคลนบุคลากรทางการท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ • ปัญหาสังคม เช่น ยาเสพติด/ประชากรแฝง • พึ่งพิงสินค้าภาคเกษตรจากแหล่งอื่น
3. โอกาส (Opportunities)	**4. ภัยคุกคาม (Threats)**
• ชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยว • การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าและการลงทุนตามแผนพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย (Indonesis–Malaysia–Thailand Growth Triangle Development Project : IMT-GT) และกรอบความร่วมมือ BIMSTEC (Bangladesh, India, Myanmar, Sri Lanka, Thailang Economic Cooperation) • การเชื่อมโยงกับภูมิภาคและพัฒนาสู่นานาชาติ (การท่องเที่ยวยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ สารสนเทศการศึกษา) • การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการประมงรัฐให้การสนับสนุน • กระแสโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิตและการพัฒนาที่ยั่งยืน • กระแสการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยววัฒนธรรมจะช่วยเสริมสร้างตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่	• ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก • การก่อการร้ายสากลความขัดแย้งระหว่างประเทศและโรคระบาด • กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่ล้าสมัย • ความลักลั่นในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง • อุบัติภัยจากแผ่นดินไหวสึนามิ • การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง

ที่มา: สำนักการพัฒนาการท่องเที่ยว

ภาพที่ 2.1 แสดงการสรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ จังหวัดภูเก็ต (SWOT Analysis)

ประเภท (แบ่งตามมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว)	จำนวน (แหล่ง)
เชิงนิเวศ	-
ทางศิลปะวิทยาการ	2
ทางประวัติศาสตร์	6
ทางธรรมชาติ	7
ทางธรรมชาติประเภทถ้ำ	-
ทางธรรมชาติประเภทเกาะ	3
ทางธรรมชาติประเภทแก่ง	-
เชิงเกษตร	-
เพื่อนันทนาการ	14
ทางวัฒนธรรม	4
ประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ	-
ประเภทชายหาด	16
ประเภทน้ำตก	3
อื่นๆ	-
รวม	**55**

ที่มา: สำนักการพัฒนาการท่องเที่ยว

ภาพที่ 2.2 แสดงการจำแนกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลทั่วไปของสาธารณรัฐประชาชนจีน และการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ข้อมูลทั่วไปของสาธารณรัฐประชาชนจีน (People's Republic of China)

ที่ตั้ง ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของทวีปเอเชีย มีพื้นที่ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร นับว่าใหญ่ที่สุดของทวีปเอเชีย มีพรมแดนติดต่อประเทศต่างๆ โดยรอบ 15 ประเทศ ได้แก่ เกาหลีเหนือ รัสเซีย มองโกเลีย คาซัคสถาน เคอร์กิซสถาน ทาจิกิสถาน อัฟกานิสถาน ปากีสถาน อินเดีย เนปาล สิกขิม ภูฐาน พม่า ลาว และเวียดนาม โดยมีเส้นพรมแดนทางบกยาวกว่า 2 หมื่นกิโลเมตร ขณะที่ทิศตะวันออกและทิศใต้จดทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้

ประชากร ประมาณ 1,347.3 ล้านคน ไม่รวมเขตบริหารพิเศษฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวัน (ปี 2554)

เมืองหลวง ปักกิ่งหรือเป่ยจิงตามภาษาราชการจีน ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ เป็นศูนย์กลางการปกครองของประเทศ ศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจการค้า วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวัฒนธรรมเป็นที่ตั้งของสถานเอกอัครราชทูตต่างๆ หน่วยงานของสหประชาชาติ และองค์การระหว่างประเทศ สำนักข่าวจากต่างประเทศ รวมทั้งบริษัทต่างชาติจำนวนมาก

รูปแบบการปกครอง สถาปนา ประเทศเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2492 มีพรรคคอมมิวนิสต์จีนดำเนินการปกครองประเทศตามแนวทางพื้นฐานของลัทธิมาร์กซ์-เลนิน และความคิดเหมาเจ๋อตง โดยประยุกต์เข้ากับแนวทฤษฎีการสร้างสรรค์ความทันสมัยให้แก่ระบอบสังคมนิยม ของนายเติ้งเสี่ยวผิง พรรคคอมมิวนิสต์จีนเป็นแกนนำในการปกครอง โดยมีพรรคการเมืองอื่นอีก 8 พรรค เป็นแนวร่วมภายใต้การปกครองในลักษณะสังคมนิยมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะแบบจีน

เขตการปกครอง การปกครองส่วนกลางแบ่งออกเป็น 23 มณฑล (รวมถึงไต้หวัน) 5 เขตปกครองตนเอง (มองโกเลีย หนิงเซี่ย ซินเจียง กวางสี และทิเบต) 4 มหานครที่ขึ้นต่อส่วนกลาง (ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ เทียนจิน และฉงชิ่ง) และ 2 เขตบริหารพิเศษ (ฮ่องกง และมาเก๊า) สำหรับการปกครองในส่วนภูมิภาคยังแบ่งย่อยออกเป็นจังหวัด (Prefecture) มี 159 จังหวัด อำเภอ (County) มี 2,017 อำเภอ เมือง (City) มี 350 เมือง และเขตในเมืองต่างๆ ประมาณ 630 เขต

ภาษา ภาษาจีนกลาง (ผู่ทงฮว้า普通话) เป็นภาษาราชการ ชาวจีนในมณฑลต่างๆ มีภาษาพูดท้องถิ่นที่แตกต่างกัน เช่น เสฉวน หูหนาน แต้จิ๋ว ไหหลำ กวางตุ้ง ฮกเกี้ยน ฮักกา และเซี่ยงไฮ้ เป็นต้น และการออกเสียงภาษาจีนกลางก็มีสำเนียงเพี้ยนไปตามท้องถิ่น

ศาสนา ลัทธิขงจื๊อ เต๋า พุทธ อิสลาม และคริสต์ โดยเฉพาะความคิดลัทธิขงจื๊อและเต๋ามีอิทธิพลหยั่งรากลึกซึ้งในภาษาและวัฒนธรรมของจีนมานับพันๆ ปี

เงินตรา สกุลเงินเรียกว่า "เหรินหมินปี้" （人民币） โดยมีหน่วยเรียกเป็น "หยวน" (元) มีอัตราแลกเปลี่ยน 1 หยวน เท่ากับ 4.68 บาท 1 ดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับ 6.504 หยวน 1 ยูโร เท่ากับ 9.131 หยวน (ปรับปรุงเมื่อวันที่ 24 พ.ค. 2554)

ข้อมูลเศรษฐกิจของจีนประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีพลวัตรสูง และเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ (Economic Powerhouse) ของภูมิภาคและของโลก ด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี และการพัฒนาประเทศแบบก้าวกระโดดกำลังเป็นที่จับตามองของทุกฝ่ายว่าการเติบโตนี้จะมุ่งไปในทิศทางใด ปัจจุบันถนนทุกสายวิ่งสู่ประเทศจีนซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก รองลงมาจากสหรัฐฯ และมีเงินทุนสำรองที่มากที่สุดในโลกโดยความสำเร็จนี้นำมาซึ่งความห่วงกังวลและโอกาส โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน

ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจไทย – จีน

ด้านการท่องเที่ยวคนจีนมีรายได้สูงขึ้น และรัฐบาลจีนเริ่มที่จะอนุญาตให้คนจีนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น โดยประเทศไทยมีที่ตั้งที่เหมาะสมในการรองรับการหลั่งไหลของคนจีนที่จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ

ตลาดนักท่องเที่ยวจีนเป็นตลาดที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของไทยเมื่อปีพ.ศ. 2554 (ม.ค.-พ.ย.) มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปประเทศไทยประมาณ 1,571,294 คน และภายในครึ่งปีแรกปี 2555 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางไปไทยประมาณ 1,124,234 คน ซึ่งครองสัดส่วนร้อยละ 10.7 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย นักท่องเที่ยวจากจีนไปไทยมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวไทยมาจีน (ม.ค.-ก.ย.2554) จำนวน 452,800 คน

ไทยกับจีนมีความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ และเชื้อชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม ประชาชนของทั้งสองประเทศมีความเข้าใจพื้นฐานที่ดีระหว่างกัน ทำให้การเดินทางไปท่องเที่ยวไทยมีความสะดวดสบายสำหรับนักท่องเที่ยวจีน

การเติบโตนำหน้าทั่วโลกของนักท่องเที่ยวชาวจีน สถิติจากองค์กรท่องเที่ยวโลกเปิดเผยว่า ระหว่างเดือน ม.ค. – ส.ค. 2555 ประเทศจีนได้ติดอันดับ 1 ในบรรดาประเทศ/เขตเศรษฐกิจที่มีอัตราเติบโตค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวขาออกมากเป็น 10 อันดับแรกโดยค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศของประเทศจีนอยู่ที่ร้อยละ 30 ตามสถิติขององค์กรท่องเที่ยวโลก ในช่วงเดือน ม.ค. – ส.ค. 2555 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศของทั่วโลกอยู่ที่ 705 ล้านคน เติบโตร้อยละ 4 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปี 2554 และองค์กรท่องเที่ยวโลกยังได้คาดการณ์ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศของทั่วโลกในปีนี้จะสามารถบรรลุ 1,000 ล้านคน จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ออกไปเที่ยวต่างประเทศมีแนวโน้มเติบโตที่รวดเร็วอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราเติบโตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 20 ต่อปี คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศใน

ปีนี้จะทะลุ 80 ล้านคน สถิติจากทางการจีนชี้ให้เห็นว่า ในปี 2554 ผู้เดินทางชาวจีนเดินทางออกไปต่างประเทศ/เขตเศรษฐกิจมีจำนวน 70.25 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 22.4 เมื่อเทียบกับปี 2553

นอกจากนี้ สถิติยังเปิดเผยว่า ในปี 2554 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจที่มีจำนวนชาวจีนเดินทางไปเที่ยวมากเป็น 10 อันดับแรกได้แก่ ฮ่องกง มาเก๊า เกาหลีใต้ ไต้หวัน มาเลเซีย ญี่ปุ่น ไทย สหรัฐอเมริกา กัมพูชา เวียดนาม รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงสถิติในปี 2554 ประเทศ/เขตเศรษฐกิจที่มีจำนวนชาวจีนเดินทางไปเที่ยวมากเป็น 10 อันดับแรก

จุดมุ่งหมาย	จำนวนนักท่องเที่ยว (หมื่นคน)	ขยายตัว (+/-)
ฮ่องกง	2832.07	22.6
มาเก๊า	1976.53	22.7
เกาหลีใต้	236.78	20.3
ไต้หวัน	184.50	11.0
มาเลเซีย	173.78	68.1
ญี่ปุ่น	162.79	- 17.3
ไทย	152.26	50.1
สหรัฐอเมริกา	136.04	26.3
กัมพูชา	121.55	231.0
เวียดนาม	114.15	-5.7

ที่มา: 14 ธันวาคม 2555 โดย : น.ส. ณิชกานต์ ฉิน แหล่งข้อมูล : น.ส. ณิชกานต์ ฉิน (13 ธันวาคม 2555)

จากตารางที่ 2.3 พบว่า อัตราจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวไทยติดอันดับที่ 3 อยู่ที่ร้อยละ 50.1 ทั้งนี้ ประเทศจีนถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย และไทยยังมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรที่มีความชำนาญในด้านภาษาจีน ตลอดจนศึกษาลักษณะนิสัย ประเพณี และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวของชาวจีน เพื่อรองรับและฉกฉวยโอกาสจากการเติบโตของตลาดส่วนนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศาสตราจารย์ ดร.โจนาธาน บาร์สกี้ ผู้ร่วมก่อตั้งและรองประธานด้านการวิจัยของบริษัท Market Matrix Hospitality ซึ่งเป็นผู้นำด้านการจัดทำผลสำรวจความพึงพอใจจากลูกค้าและพนักงานและการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ เมื่อช่วงต้นเดือนมกราคม 2556 ที่ผ่านมาได้นำเอาผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกโรงแรมจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเดินทางชาวอเมริกา ยุโรป และเอเชีย ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยแวดล้อมที่มีความแตกต่าง หลากหลาย มากว่า 4 หมื่นตัวอย่างที่ได้มีการจัดเก็บรวบรวมไว้ตลอดปี 2012 ที่จัดได้ว่าเป็นผลการศึกษาทั้งหมดทั่วโลก (Global Results) มาเผยแพร่ไว้ใน Market Matrix Hospitality (MMHI) ให้เห็นอย่างแจ่มแจ้งดังภาพที่นำมาแสดงไว้ด้านล่างนี้

ที่มา: Market Metrix , January 11 2013

ภาพที่ 2.3 Market Matrix Hospitality (MMHI)

อัจฉรา สมบัตินันทนา (2555) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.5 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.3 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.3 และมีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 52.8 มีอาชีพพนักงานบริษัทคิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยเดินทางมากับบริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 74.5 มีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 59.9 แหล่งท่องเที่ยวประทับใจประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายคิดเป็นร้อยละ47.8 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่อคนในการท่องเที่ยวจำนวน 4,001-6,000 หยวน คิดร้อยละ 39.3 สินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อมากที่สุดจิวเวลรี่คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69.0 เวลาในการมาท่องเที่ยว 5-6 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดตามเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 60.3 ระหว่างเดือน มกราคม-มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 50.3 ได้ข้อมูลท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ – นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 32.3 โดยนิยมพักค้างคืนที่โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 80.0 และนักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 80.8 ปัจจัยในด้านลักษณะที่พักแหล่งท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว คือ เพศ สถานภาพ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะที่พักและแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีการศึกษาดี มาเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรก เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเตอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมคือ กรุงเทพมหานคร พัทยาและภูเก็ต โดยมองว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล วิถีความเป็นไทย ชีวิตยามราตรี สปา และความเป็นมิตรของคนไทย เป็นภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย

อภินันท์ เลขพัฒน์ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมาพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส มีอายุ 31-40 ปี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี (2) ปัจจัยการตลาดของผู้ตัดสินใจใช้บริการโรงแรม โดยภาพรวมผู้ใช้บริการโรงแรมมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงความสำคัญจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์คือขนาดห้องพัก ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพสภาพได้แก่สถานที่พักได้รับการดูแลให้ใหม่เสมอ ด้านราคาคือความเหมาะสมของราคากับคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นการจัดกิจกรรมเสริมระหว่างเข้าพัก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการบริการส่งข้อมูลข่าวสารสำหรับสมาชิก ด้านบุคลากรเป็นพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการเป็นความรวดเร็วในการเข้าห้องพัก-คืนห้องพัก (3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม ส่วนใหญ่เป็นเพราะการบริการของโรงแรม ราคา 1,001-2,000 บาท สมาชิก 2 -3 คนใช้บริการโรงแรมเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี เฉลี่ยวันในการเข้าพัก 1-2 วันต่อครั้ง จองห้องพักทางโทรศัพท์ ผู้มีส่วนในการตัดสินใจเข้าพักคือเพื่อน/ญาติ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่สนใจได้แก่คูปองอาหารเช้า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการโรงแรมครั้งต่อไปได้แก่สภาพอาคาร และส่วนใหญ่เลือกโรงแรม 4 ดาว (4) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม (5) ปัจจัยการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรม พบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

อมรรัตน์ วงศ์เป็ง (2550) ทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ผลการศึกษาพบว่า

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง ด้านบุคคลร่วมเดินทาง และด้านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบขณะพำนักอยู่ในประเทศไทย

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ในทุกด้าน ยกเว้นด้านการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. การศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ด้านจำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย และด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง

4. อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ด้านจำนวนครั้งของการเดินทางมาประเทศไทย ด้านวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางด้านบุคคลร่วมเดินทาง ด้านประเภทของที่พักอาศัยขณะที่อยู่ในประเทศไทย และด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

5. ถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ด้านการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง และด้านกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบขณะพำนักอยู่ในประเทศไทย

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่วัยทำงาน มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูง ปัจจุบันรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไปโดยหันมาท่องเที่ยวแบบไปคนเดียวมากกว่าการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยที่โดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ โครงสร้างทางสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน วัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ภูมิอากาศที่ดี และที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ไม่ไกลใช้เวลาเดินทางไม่นาน

กีรติ ตระการศิริวานิช (2552) ได้วิเคราะห์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยและโอกาสทางการตลาดของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีนไว้ว่าภาพลักษณ์เชิงบวกของการท่องเที่ยวไทยคือการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และอัธยาศัยไมตรีของคนไทยที่คงความเป็นเอกลักษณ์ มาจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้รับเป็นการยืนยันได้เป็นอย่างดี และส่งผลต่อความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

วรัญญา เรืองวรกฤต (2551) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือประชากรในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต เป็นเพศหญิง โดยมีอายุ 25 ปี ไม่เกิน 35 ปี มีอาชีพอิสระ/ช่างเทคนิคพนักงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 ดอลล่าร์สหรัฐ และมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปเป็นส่วนใหญ่ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านที่พัก ความสะดวกสบายในการพักอาศัย มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ใกล้แหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีแผนที่ไว้บริการมีความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยด้านราคา คุณภาพเหมาะสมกับราคามีความสำคัญในระดับมาก

บทที่ 3
วิธีดำเนินการศึกษา

ในการดำเนินการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต มีวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ประจำปี 2554 เท่ากับ 342,808 คน

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้จำนวนสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ต ที่เดินทางผ่านด่านตำรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต ปี 2554 เป็นจำนวนประชากร ซึ่งจากจำนวนสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต ประจำปี 2554 เท่ากับ 342,808 คน ผู้ศึกษาจึงได้หาขนาดของขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร โดยคำนวณจากสูตรของ Taro, Yamane: 1973 และใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ .05 หรือ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% มีรายละเอียดดังนี้

สูตรของ Yamane $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

N คือ จำนวนประชากร

n คือ จำนวนตัวอย่าง

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนซึ่งคำนวณดังนี้

คำนวณได้ดังนี้ $n = \frac{342,808}{1+342,808\ (0.05)^2}$

$n = 399.53$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ทำการกำหนดโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ .05 จากการคำนวณปรากฏว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจมีขนาดจำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสำรวจและสุ่มแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวจีนตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถให้ข้อมูลได้ เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดและเลือกกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มดังนี้

1. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling)
2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่าแบบเจาะจง (Purposive Sample) เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนจังหวัดภูเก็ต

รูปแบบและวิธีการศึกษา รูปแบบการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยจัดทำเป็นภาษาจีนเพื่อให้ง่ายในการสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีน และจัดทำแบบสอบถามเป็นภาษาไทย เพื่อไว้ใช้ในการนำเสนอ และขอความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องตลอดการเก็บข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ได้ตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ จำนวน 400 ชุด มีลำดับการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามสร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และรับฟังข้อเสนอแนะ และนำไปปรับปรุงแก้ไข และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ในฉบับภาษาไทย

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบสมบูรณ์แล้วในฉบับภาษาไทยแปลเป็นฉบับภาษาจีน แล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามขนาดที่กำหนด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมจำนวน 14 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมและเก็บข้อมูล มี 2 ประเภทดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ได้จากแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนสถิติต่างๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด รวมทั้งการสร้างเครื่องมือ และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ งานวิจัย วารสาร และเอกสารต่างๆ จากมหาวิทยาลัย ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อินเตอร์เน็ต และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แบบแจกแจงข้อมูล โดยสถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แบบแจกแจงข้อมูลโดยสถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. การทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ (Significance) ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากที่ผู้ศึกษาได้ตั้งความมุ่งหมายในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ครั้งนี้ไว้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต จึงได้วิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูปและแปลผลจัดทำเป็นตารางในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมานด้วยการหาค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) โดยผู้ศึกษานำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

N	หมายถึง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
$\overline{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
χ^2	หมายถึง	ค่าไค-สแควร์ (Chi - Square)
Sig.	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญที่ทดสอบด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติ
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	169	42.3
หญิง	231	57.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	32	8.0
20 – 29 ปี	116	29.0
30 – 39 ปี	131	32.8
40 – 49 ปี	73	18.3
50 ปีขึ้นไป	48	12.0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมามีอายุ 20-29 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	95	23.8
สมรส	290	72.5
หย่า	15	3.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีสถานภาพหย่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดครอบครัว

ขนาดครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 – 2 คน	75	18.8
3 คน	168	42.0
4 คน	137	34.3
5 คน	15	3.8
5 คนขึ้นไป	5	1.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขนาดครอบครัว 3 คน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมามีขนาดครอบครัว 4 คน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีขนาดครอบครัว 5 คนขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับประถมศึกษา/grade 1 – 6	17	4.3
ระดับมัธยมตอนต้น/grade 7 – 9	16	4.0
ระดับมัธยมตอนปลาย/grade 10 – 12	48	12.0
ระดับอาชีวศึกษา	106	26.5
ระดับปริญญาตรี	167	41.8
ระดับปริญญาโท	46	11.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมามีการศึกษาระดับอาชีวศึกษา จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาระดับมัธยมตอนต้น/grade 7 – 9 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	32	8.0
พนักงานเอกชน	100	25.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	86	21.5
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	88	22.0
ลูกจ้าง/รับจ้าง	67	16.8
เกษียณอายุ	27	6.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมามีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ เป็นผู้เกษียณอายุ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า หรือ 15,000 หยวน	115	28.8
15,001 – 20,000 หยวน	52	13.0
20,001 – 25,000 หยวน	78	19.5
25,001 – 30,000 หยวน	54	13.5
30,001 – 35,000 หยวน	38	9.5
มากกว่า 35,000 หยวน	63	15.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือ 15,000 หยวน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 หยวน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 หยวน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด อ่าว/ท่าเรือ แหลม เกาะ ฯลฯ	370	92.5
วัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอาหารพื้นเมืองประจำจังหวัด	25	6.3
สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้างสมัยชิโนโปรตุกีส	5	1.3
สถานบันเทิงยามราตรี	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด อ่าว/ท่าเรือ แหลม เกาะ ฯลฯ จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมา เดินทางมาเพราะมีวัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอาหารพื้นเมืองประจำจังหวัด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในสถานบันเทิงยามราตรี และอื่นๆ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับ 2 ดาว	0	0
ระดับ 3 ดาว	99	24.8
ระดับ 4 ดาว	150	37.5
ระดับ 5 ดาว	126	31.5
ระดับ 5 ดาวขึ้นไป	25	6.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา ต้องการเข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าต้องการเข้าพักโรงแรมระดับ 2 ดาว

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในจังหวัดภูเก็ต

เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ป่าตอง	212	53.0
กะตะ	26	6.5
กะรน	20	5.0
กมลา	10	2.5
ภูเก็ตทาวน์	75	18.8
บางเทา/ลากูน่า	0	0
สุรินทร์	15	3.8
ในหาน	0	0
ราไวย์	0	0
ฉลอง	0	0
ไม้ขาว	21	5.3

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แหลมพันวา	5	1.3
ในยาง/ในทอน	0	0
สนามบินภูเก็ต	16	4.0
กะทู้	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณป่าตอง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา เลือกบริเวณกะตะ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณบางเทา/ลากูน่า ในหาน ราไวย์ ฉลอง ในยาง/ในทอน กะทู้ และอื่นๆ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง	222	55.5
1 – 2 เดือนก่อนวันเดินทาง	84	21.0
3 – 4 เดือนก่อนวันเดินทาง	79	19.8
5 – 6 เดือนก่อนวันเดินทาง	15	3.8
7 – 12 เดือนก่อนวันเดินทาง	0	0
มากกว่า 1 ปีก่อนวันเดินทาง	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่วางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาวางแผน 1-2 เดือนก่อนวันเดินทาง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าวางแผน 7-12 เดือนก่อนวันเดินทาง และมากกว่า 1 ปีก่อนวันเดินทาง

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปี

เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง/ปี	309	77.3
2 ครั้ง/ปี	56	14.0
3 ครั้ง/ปี	0	0
4 ครั้ง/ปี	15	3.8
5 ครั้ง/ปี	0	0
มากกว่า 5 ครั้ง/ปี	20	5.0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 1 ครั้ง/ปี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมา 2 ครั้ง/ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเดินทางมาใช้บริการโรงแรม 3 ครั้ง/ปี และ 5 ครั้ง/ปี

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใด

ท่านใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มกราคม – มีนาคม	63	15.8
เมษายน – ตุลาคม	337	84.3
พฤศจิกายน – ธันวาคม	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมา ใช้บริการช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าใช้บริการช่วงเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโรงแรมมีโปรโมชั่นราคาพิเศษ ท่านจึงเลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเวลาข้างต้น

โรงแรมมีโปรโมชั่นราคาพิเศษ ท่านจึงเลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเวลาข้างต้น	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ใช่	333	83.3
ไม่ใช่	67	16.8
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม เพราะมีโปรโมชั่นราคาพิเศษ จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และเลือกใช้โดยไม่ใช่สาเหตุเพราะมีโปรโมชั่น จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
1 คืน	31	7.8
2 คืน	134	33.5
3 คืน	142	35.5
4 คืน	35	8.8
4 คืนขึ้นไป	58	14.5
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรม 3 คืน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมา เข้าพัก 2 คืน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าอื่นๆ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	161	40.3
เพื่อน/ญาติ/พี่ – น้อง	5	1.3
บริษัททัวร์	93	23.3
สามี – ภรรยา	109	27.3
บริษัทนายจ้างของท่าน	10	2.5
พนักงานขายของโรงแรม	22	5.5
ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมคือ ตัวท่านเอง จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมา คือสามี – ภรรยา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจคือผู้ร่วมเดินทางมาด้วย และอื่นๆ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์ของโรงแรม	159	39.8
เว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองโรงแรม	70	17.5
นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ	30	7.5
เคาน์เตอร์บริษัททัวร์	95	23.8
สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์	11	2.8
โทรติดต่อขอข้อมูลโดยตรงกับเจ้าหน้าที่โรงแรม	35	8.8
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลในการเลือกโรงแรมจากเว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาหาข้อมูลจากเคาน์เตอร์บริษัททัวร์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าอื่นๆ

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

วิธีและช่องทางการจองโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จองด้วยตนเองทางโทรศัพท์	17	4.3
จองด้วยตนเองทางอีเมล์	43	10.8
จองด้วยตนเองทางเว็บไซต์ของโรงแรม	41	10.3
จองด้วยตนเองที่โรงแรมแบบไม่จองล่วงหน้า	0	0
จองกับบริษัททัวร์	284	71.0
จองกับเว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองโรงแรม	15	3.8
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จองโรงแรมโดยจองกับบริษัททัวร์ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาจองด้วยตนเองทางอีเมล จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าจองด้วยตนเองทางเว็บไซต์ของโรงแรม และอื่นๆ

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Superior room	180	45.0
Deluxe room	42	10.5
Suite	52	13.0
Pool Villa	73	18.3
Single bedding room	22	5.5
Twin bedding room	31	7.8
อื่นๆ	0	0
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกห้องพักประเภท Superior room จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาเลือกประเภท Pool Villa จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าอื่นๆ

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน

อัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ต่ำกว่า 1,000 บาท	16	4.0
1,000 – 1,999 บาท	93	23.3
2,000 – 2,999 บาท	78	19.5
3,000 – 3,999 บาท	64	16.0
4,000 – 4,999 บาท	58	14.5
5,000 – 5,999 บาท	50	12.5
6,000 – 6,999 บาท	10	2.5
7,000 – 7,999 บาท	0	0
8,000 – 8,999 บาท	10	2.5
9,000 – 9,999 บาท	0	0
10,000 บาทขึ้นไป	21	5.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอัตราค่าห้องพัก 1,000 – 1,999 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาเลือกอัตรา 2,000 – 2,999 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เลือกอัตรา 7,000 – 7,999 บาท และ 9,000 – 9,999 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ข้างต้น เพื่อให้เป็นไปตามเงื่อนไขการทดสอบ จึงได้กรุ๊ปข้อมูลเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 29 ปี	116	29.0
30 – 39 ปี	131	32.8
อื่นๆ	153	38.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมามีอายุ 20-29 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และอายุอื่นๆ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามขนาดครอบครัวหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

ขนาดครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3 คน	168	42.0
4 คน	137	34.3
อื่นๆ	95	23.7
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขนาดครอบครัว 3 คน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมามีขนาดครอบครัว 4 คน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 และขนาดครอบครัวอื่นๆ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด อ่าว/ท่าเรือ แหลม เกาะ ฯลฯ	370	92.5
วัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอาหารพื้นเมืองประจำจังหวัด	25	6.3
อื่นๆ	5	1.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด อ่าว/ท่าเรือ แหลม เกาะ ฯลฯ จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาเดินทางมาเพราะมีวัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอาหารพื้นเมืองประจำจังหวัด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับ 3 ดาว	99	24.8
ระดับ 4 ดาว	150	37.5
ระดับ 5 ดาว	126	31.5
ระดับ 5 ดาวขึ้นไป	25	6.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาต้องการเข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และระดับ 5 ดาวขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกใช้โรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในจังหวัดภูเก็ต

เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในภูเก็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ป่าตอง	212	53.0
ภูเก็ตทาวน์	75	18.8
อื่นๆ	113	28.2
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณป่าตอง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเลือกบริเวณภูเก็ตทาวน์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ที่เหลือเลือกทำเลที่ตั้งบริเวณอื่น ได้แก่ กะตะ กะรน กมลา สุรินท์ ไม้ขาว แหลมพันวา และสนามบินภูเก็ต 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง	222	55.5
1 – 2 เดือนก่อนวันเดินทาง	84	21.0
มากกว่า 3 เดือนก่อนวันเดินทาง	94	23.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่วางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาวางแผน 1-2 เดือนก่อนวันเดินทาง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และวางแผนมากกว่า 3 เดือนก่อนวันเดินทาง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปีหลังกรุ๊ปข้อมูล

เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง/ปี	309	77.3
มากกว่า 2 ครั้ง/ปี	91	22.7
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 1 ครั้ง/ปี จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมา 2 ครั้ง/ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามท่านใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใดหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

ท่านใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มกราคม – มีนาคม	63	15.8
เมษายน – ตุลาคม	337	84.3
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมา ใช้บริการช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คืน	31	7.8
2 คืน	134	33.5
3 คืน	142	35.5
4 คืน	35	8.8
4 คืนขึ้นไป	58	14.5
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าพักโรงแรม 3 คืน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาเข้าพัก 2 คืน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	161	40.3
บริษัททัวร์	93	23.3
สามี – ภรรยา	109	27.3
อื่นๆ	37	9.1
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมคือตัวท่านเอง จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือสามี – ภรรยา จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ตารางที่ 4.31 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม หลังจากกรุ๊ปข้อมูล

วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์ของโรงแรม	159	39.8
เว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองโรงแรม	70	17.5
นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์/แผ่นพับ	30	7.5
อื่นๆ	165	18.9
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลในการเลือกโรงแรมจากเว็บไซต์ของโรงแรม จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีและช่องทางการจองโรงแรม หลังจากกรุ๊ปข้อมูล

วิธีและช่องทางการจองโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จองด้วยตนเองทางอีเมล์	43	10.8
จองด้วยตนเองทางเว็บไซต์ของโรงแรม	41	10.3
จองกับบริษัททัวร์	284	71.0
อื่นๆ	32	7.9
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จองโรงแรมโดยจองกับบริษัททัวร์ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0

ตารางที่ 4.33 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ หลังจากกรุ๊ปข้อมูล

ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Superior room	180	45.0
Suite	52	13.0
Pool Villa	73	18.3
อื่นๆ	95	23.7
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกห้องพักประเภท Superior room จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

ตารางที่ 4.34 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่านหลังจากกรุ๊ปข้อมูล

อัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1,000 – 1,999 บาท	93	23.3
2,000 – 2,999 บาท	78	19.5
3,000 – 3,999 บาท	64	16.0
4,000 – 4,999 บาท	58	14.5
5,000 – 5,999 บาท	50	12.5
อื่นๆ	57	14.2
รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอัตราค่าห้องพัก 1,000 – 1,999 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมา เลือกอัตรา 2,000 – 2,999 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

ตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

เพศ	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
ชาย	156	11	2	169	.043	.979
หญิง	214	14	3	231		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

จากตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

อายุ	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
20-29 ปี	116	0	0	116	52.358	.000*
30-39 ปี	131	0	0	131		
อื่นๆ	123	25	5	153		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

สถานภาพ	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
โสด	85	10	0	95		
สมรส	270	15	5	290	6.349	.175
หย่า	15	0	0	15		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

จากตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

ขนาดครอบครัว	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
3 คน	168	0	0	168	104.125	.000*
4 คน	137	0	0	137		
อื่นๆ	65	25	5	95		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

การศึกษา	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
ประถมศึกษา	15	2	0	17	11.827	.297
มัธยมศึกษาตอนต้น	14	2	0	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	43	5	0	48		
อาชีวศึกษา	94	10	2	106		
ปริญญาตรี	159	5	3	167		
ปริญญาโท	45	1	0	46		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

จากตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

อาชีพ	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
นักเรียน	29	3	0	32	10.760	.377
พนักงานเอกชน	95	2	3	100		
ข้าราชการ	78	6	2	86		
เจ้าของกิจการ	82	6	0	88		
ลูกจ้าง	62	5	0	67		
เกษียณอายุ	24	3	0	27		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

จากตารางที่ 4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.41 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต			รวม	χ^2	Sig
	สถานที่ท่องเที่ยว	วัฒนธรรม	อื่นๆ			
ต่ำกว่า 15,000หยวน	106	8	1	115	17.435	.065
15001-20,000 หยวน	50	2	0	52		
20001-25,000 หยวน	73	3	2	78		
25001-30,000 หยวน	50	2	2	54		
30001-35,000 หยวน	31	7	0	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	60	3	0	63		
รวม	**370**	**25**	**5**	**400**		

จากตารางที่ 4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

เพศ	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
ชาย	45	63	46	15	169	5.351	.148
หญิง	54	87	80	10	231		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

จากตารางที่ 4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.43 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

อายุ	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
20 – 29 ปี	30	41	38	7	116	1.280	.973
30 – 39 ปี	35	50	38	8	131		
อื่นๆ	34	59	50	10	153		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

จากตารางที่ 4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

สถานภาพ	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
โสด	6	46	38	5	95	33.889	.000*
สมรส	88	94	88	20	290		
หย่า	5	10	0	0	15		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

ขนาดครอบครัว	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
3 คน	46	61	51	10	168	3.095	.797
4 คน	27	55	45	10	137		
อื่นๆ	26	34	30	5	95		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

จากตารางที่ 4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

ระดับการศึกษา	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
ประถมศึกษา	0	6	6	5	17	154.095	.000*
มัธยมตอนต้น	0	16	0	0	16		
มัธยมตอนปลาย	27	5	16	0	48		
อาชีวศึกษา	49	37	15	5	106		
ปริญญาตรี	23	76	58	10	167		
ปริญญาโท	0	10	31	5	46		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.47 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

อาชีพ	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
นักเรียน	0	16	11	5	32	151.173	.000*
พนักงานเอกชน	12	40	43	5	100		
ข้าราชการ	49	27	5	5	86		
เจ้าของกิจการก	5	37	41	5	88		
ลูกจ้าง	11	30	21	5	67		
เกษียณอายุ	22	0	5	0	27		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด				รวม	χ^2	Sig
	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	5 ดาวขึ้นไป			
ต่ำกว่า 15,00 หยวน	16	46	48	5	115	167.503	.000*
15,001-20,000 หยวน	5	25	22	0	52		
20,001-25,000 หยวน	14	31	25	5	78		
25,001-30,000 หยวน	39	5	10	0	54		
30,001-35,000 หยวน	0	32	6	0	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	22	11	15	15	63		
รวม	**99**	**150**	**126**	**25**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุดพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

เพศ	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
ชาย	88	32	49	169	.110	.946
หญิง	124	43	64	231		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

จากตารางที่ 4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

อายุ	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
20 – 29 ปี	116	0	0	116	352.677	.000*
30 – 39 ปี	96	35	0	131		
อื่นๆ	0	40	113	153		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.51 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

สถานภาพ	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
โสด	49	18	28	95	.604	.963
สมรส	154	54	82	290		
หย่า	9	3	3	15		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

จากตารางที่ 4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

ขนาดครอบครัว	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
3 คน	168	0	0	168	507.277	.000*
4 คน	44	75	18	137		
อื่นๆ	0	0	95	95		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

ระดับการศึกษา	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
ประถมศึกษา	9	3	5	17	2.494	.991
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	3	5	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	23	8	17	48		
อาชีวศึกษา	54	20	32	106		
ปริญญาตรี	92	32	43	167		
ปริญญาโท	26	9	11	46		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

จากตารางที่ 4.53 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

อาชีพ	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
นักเรียน	17	6	9	32	2.390	.992
พนักงานเอกชน	54	19	27	100		
ข้าราชการ	46	16	24	86		
เจ้าของกิจการ	48	17	23	88		
ลูกจ้าง	35	13	19	67		
เกษียณอายุ	12	4	11	27		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

จากตารางที่ 4.54 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ป่าตอง	ภูเก็ตทาวน์	อื่นๆ			
ต่ำกว่า 15,00 หยวน	62	22	31	115	2.557	.990
15,001-20,000 หยวน	30	10	12	52		
20,001-25,000 หยวน	42	15	21	78		
25,001-30,000 หยวน	28	10	16	54		
30,001-35,000 หยวน	17	7	14	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	33	11	19	63		
รวม	**212**	**75**	**113**	**400**		

จากตารางที่ 4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.56 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

เพศ	ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	น้อยกว่า 1 เดือน	1 – 2 เดือน	มากกว่า 3 เดือน			
ชาย	94	34	41	169	.181	.913
หญิง	128	50	53	231		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

จากตารางที่ 4.56 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.57 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

อายุ	ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	น้อยกว่า 1 เดือน	1 – 2 เดือน	มากกว่า 3 เดือน			
20 – 29 ปี	116	0	0	116	340.363	.000*
30 – 39 ปี	106	25	0	131		
อื่นๆ	0	59	94	153		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.57 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

สถานภาพ	ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	น้อยกว่า 1 เดือน	1 – 2 เดือน	มากกว่า 3 เดือน			
โสด	52	20	23	95	.171	.997
สมรส	161	61	68	290		
หย่า	9	3	3	15		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

จากตารางที่ 4.58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.59 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

ขนาดครอบครัว	ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	น้อยกว่า 1 เดือน	1 – 2 เดือน	มากกว่า 3 เดือน			
3 คน	168	0	0	168	576.344	.000*
4 คน	54	83	0	137		
อื่นๆ	0	1	94	95		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.60 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	น้อยกว่า 1 เดือน	1 – 2 เดือน	มากกว่า 3 เดือน			
ประถมศึกษา	9	3	5	17	1.471	.999
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	4	4	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	25	12	11	48		
อาชีวศึกษา	58	23	25	106		
ปริญญาตรี	95	33	39	167		
ปริญญาโท	27	9	10	46		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

จากตารางที่ 4.60 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.61 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

อาชีพ	ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	น้อยกว่า 1 เดือน	1 – 2 เดือน	มากกว่า 3 เดือน			
นักเรียน	17	7	8	32	1.234	1.000
พนักงานเอกชน	57	19	24	100		
ข้าราชการ	46	18	22	86		
เจ้าของกิจการ	49	20	19	88		
ลูกจ้าง	39	14	14	67		
เกษียณอายุ	14	6	7	27		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

จากตารางที่ 4.61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.62 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม**			**รวม**	χ^2	**Sig**
	น้อยกว่า 1 เดือน	**1 – 2 เดือน**	**มากกว่า 3 เดือน**			
ต่ำกว่า 15,00 หยวน	62	27	26	115	1.316	.999
15,001-20,000 หยวน	30	11	11	52		
20,001-25,000 หยวน	43	17	18	78		
25,001-30,000 หยวน	30	10	14	54		
30,001-35,000 หยวน	21	7	10	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	36	12	15	63		
รวม	**222**	**84**	**94**	**400**		

จากตารางที่ 4.62 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.63 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

เพศ	จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	1 ครั้ง/ปี	มากกว่า 2 ครั้ง			
ชาย	130	39	169	.018	.894
หญิง	179	52	231		
รวม	**309**	**91**	**400**		

จากตารางที่ 4.63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

อายุ	จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	1 ครั้ง/ปี	มากกว่า2ครั้ง			
20-29 ปี	116	0	116	190.173	.000*
30-39 ปี	131	0	131		
อื่น ๆ	62	91	153		
รวม	309	91	400		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.65 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

สถานภาพ	จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	1 ครั้ง/ปี	มากกว่า 2 ครั้ง			
โสด	73	22	95	.074	.964
สมสร	224	66	290		
หย่า	12	3	15		
รวม	**309**	**91**	**400**		

จากตารางที่ 4.65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.66 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

ขนาดครอบครัว	จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	1 ครั้ง/ปี	มากกว่า2ครั้ง			
3 คน	168	0	168	378.198	.000*
4 คน	137	0	137		
อื่นๆ	4	91	95		
รวม	**309**	**91**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.66 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.67 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

ระดับการศึกษา	จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	1 ครั้ง/ปี	มากกว่า2ครั้ง			
ประถมศึกษา	12	5	17	.680	.984
มัธยมศึกษาตอนต้น	12	4	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	37	11	48		
อาชีวศึกษา	81	25	106		
ปริญญาตรี	131	36	167		
ปริญญาโท	36	10	46		
รวม	**309**	**91**	**400**		

จากตารางที่ 4.67 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.68 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

อาชีพ	จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	1 ครั้ง/ปี	มากกว่า2ครั้ง			
นักเรียน	24	8	32	1.166	.948
พนักงานเอกชน	78	22	100		
ข้าราชการ	64	22	86		
เจ้าของกิจการ	69	19	88		
ลูกจ้าง	54	13	67		
เกษียณอายุ	20	7	27		
รวม	**309**	**91**	**400**		

จากตารางที่ 4.68 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.69 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต**		**รวม**	χ^2	**Sig**
	1 ครั้ง/ปี	**มากกว่า2ครั้ง**			
ต่ำกว่า15,000 หยวน	91	24	115	1.228	.942
15,000-20,000 หยวน	42	10	52		
20,001-25,000 หยวน	60	18	78		
25,001-30,000 หยวน	40	14	54		
30,001-35,000 หยวน	28	10	38		
มากกว่า35,000 หยวน	48	15	63		
รวม	**309**	**91**	**400**		

จากตารางที่ 4.69 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.70 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

เพศ	**ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต**		**รวม**	χ^2	**Sig**
	ม.ค. – มี.ค.	**เม.ย. – ต.ค.**			
ชาย	37	132	169	8.324	.004*
หญิง	26	205	231		
รวม	63	337	400		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.70 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.71 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

อายุ	ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – ต.ค.			
20-29 ปี	18	98	116	.336	.845
30-39 ปี	19	112	131		
อื่นๆ	26	127	153		
รวม	**63**	**337**	**400**		

จากตารางที่ 4.71 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.72 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

สถานภาพ	ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – ต.ค.			
โสด	5	90	95	14.625	.001*
สมสร	58	232	290		
หย่า	0	15	15		
รวม	**63**	**337**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.72 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.73 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

ขนาดครอบครัว	ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – ต.ค.			
3 คน	25	143	168	.207	.902
4 คน	23	114	137		
อื่นๆ	15	80	95		
รวม	**63**	**337**	**400**		

จากตารางที่ 4.73 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.74 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

ระดับการศึกษา	ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – ต.ค.			
ประถมศึกษา	0	17	17	64.711	.000*
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	10	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	15	33	48		
อาชีวศึกษา	17	89	106		
ปริญญาตรี	5	162	167		
ปริญญาโท	20	26	46		
รวม	**63**	**337**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.74 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.75 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

อาชีพ	ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – ต.ค.			
นักเรียน	5	27	32	43.921	.000*
พนักงานเอกชน	10	90	100		
ข้าราชการ	11	75	86		
เจ้าของกิจการ	32	56	88		
ลูกจ้าง	0	67	67		
เกษียณอายุ	5	22	27		
รวม	**63**	**337**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.75 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.76 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต		รวม	χ^2	Sig
	ม.ค. – มี.ค.	เม.ย. – ต.ค.			
ต่ำกว่า15,000 หยวน	10	105	115	45.075	.000*
15,000-20,000 หยวน	5	47	52		
20,001-25,000 หยวน	15	63	78		
25,001-30,000 หยวน	0	54	54		
30,001-35,000 หยวน	14	21	38		
มากกว่า35,000 หยวน	16	47	63		
รวม	**63**	**337**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.76 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับช่วงการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.77 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงแรมมีโปรโมชั่นพิเศษ

เพศ	โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ		รวม	χ^2	Sig
	ใช่	ไม่ใช่			
ชาย	154	15	169	13.012	.000*
หญิง	179	52	231		
รวม	**333**	**67**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.77 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.78 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ

อายุ	โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ		รวม	χ^2	Sig
	ใช่	ไม่ใช่			
20-29 ปี	98	18	116	.194	.907
30-39 ปี	108	23	131		
อื่นๆ	127	26	153		
รวม	**333**	**67**	**400**		

จากตารางที่ 4.78 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.79 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ

สถานภาพ	โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ		รวม	χ^2	Sig
	ใช่	ไม่ใช่			
โสด	68	27	95	14.116	.001*
สมรส	250	40	290		
หย่า	15	0	15		
รวม	**333**	**67**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.79 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.80 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ

ขนาดครอบครัว	โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ		รวม	χ^2	Sig
	ใช่	ไม่ใช่			
3 คน	140	28	168	.122	.941
4 คน	113	24	137		
อื่นๆ	80	15	95		
รวม	**333**	**67**	**400**		

จากตารางที่ 4.80 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.81 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ

ระดับการศึกษา	โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ		รวม	χ^2	Sig
	ใช่	ไม่ใช่			
ประถมศึกษา	11	6	17	20.522	.001*
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	5	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	43	5	48		
อาชีวศึกษา	91	15	106		
ปริญญาตรี	131	36	167		
ปริญญาโท	46	0	46		
รวม	**333**	**67**	**4000**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.81 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.82 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอาชีพกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ

อาชีพ	โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ		รวม	χ^2	Sig
	ใช่	ไม่ใช่			
นักเรียน	16	16	32	36.348	.000*
พนักงานเอกชน	84	16	100		
ข้าราชการ	76	10	86		
เจ้าของกิจการ	83	5	88		
ลูกจ้าง	52	15	67		
เกษียณอายุ	22	5	27		
รวม	333	67	400		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.82 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับโรงแรมมีโปรโมชั่นพิเศษพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.83 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**โรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษ**		**รวม**	χ^2	**Sig**
	ใช่	**ไม่ใช่**			
ต่ำกว่า 15,000 หยวน	89	26	115	20.052	.001*
15,001-20,000 หยวน	46	6	52		
20,001-25,000 หยวน	63	15	78		
25,001-30,000 หยวน	39	15	54		
30,001-35,000 หยวน	38	0	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	58	5	63		
รวม	**333**	**67**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.83 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับโรงแรมที่มีโปรโมชั่นพิเศษพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.84 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

เพศ	**จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม**					**รวม**	χ^2	**Sig**
	1 คืน	**2 คืน**	**3 คืน**	**4 คืน**	**4 คืนขึ้นไป**			
ชาย	5	59	58	25	22	169	21.614	.000*
หญิง	26	75	84	10	36	231		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.84 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.85 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

อายุ	จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม					รวม	χ^2	Sig
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	4 คืนขึ้นไป			
20-29 ปี	10	42	37	11	16	116	1.532	.992
30-39 ปี	9	42	49	12	19	131		
อื่นๆ	12	50	56	12	23	153		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

จากตารางที่ 4.85 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.86 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

สถานภาพ	จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม					รวม	χ^2	Sig
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	4 คืนขึ้นไป			
โสด	0	32	26	5	32	95	67.705	.000*
สมรส	26	102	106	30	26	290		
หย่า	5	0	10	0	0	15		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.86 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.87 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

ขนาดครอบครัว	จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม					รวม	χ^2	Sig
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	4 คืนขึ้นไป			
3 คน	13	59	58	14	24	168	1.211	.997
4 คน	11	42	50	14	20	137		
อื่นๆ	7	33	34	7	14	95		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

จากตารางที่ 4.87 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.88 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

ระดับการศึกษา	จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม					รวม	χ^2	Sig
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	4 คืนขึ้นไป			
ประถมศึกษาตอนต้น	0	6	11	0	0	17	211.151	.000*
มัธยมตอนต้น	5	0	0	0	11	16		
มัธยมตอนปลาย	0	10	22	0	16	48		
อาชีวศึกษา	0	55	47	5	5	106		
ปริญญาตรี	11	47	68	30	11	167		
ปริญญาโท	15	16	0	0	15	46		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.88 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.89 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

อาชีพ	จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม					รวม	χ^2	Sig
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	4 คืนขึ้นไป			
นักเรียน	0	16	11	0	5	32	114.897	.000*
พนักงานเอกชน	0	48	27	10	15	100		
ข้าราชการ	0	28	47	5	6	86		
เจ้าของกิจการ	15	32	20	10	11	88		
ลูกจ้าง	16	5	20	10	16	67		
เกษียณอายุ	0	5	17	0	5	27		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.89 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.90 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม					รวม	χ^2	Sig
	1 คืน	2 คืน	3 คืน	4 คืน	4 คืนขึ้นไป			
ต่ำกว่า 15,000 หยวน	5	36	17	20	37	115	195.084	.000*
15,000-20,000 หยวน	16	26	5	0	5	52		
21,000-25,000 หยวน	10	21	32	10	5	78		
25,000-30,000 หยวน	0	23	31	0	0	54		
30,000-35,000 หยวน	0	23	15	0	0	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	0	5	42	5	11	63		
รวม	**31**	**134**	**142**	**35**	**58**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.90 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.91 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

เพศ	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
ชาย	69	38	45	17	169	.347	.951
หญิง	92	55	64	20	231		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

จากตารางที่ 4.91 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.92 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

อายุ	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
20 – 29 ปี	116	0	0	0	116	552.511	.000*
30 – 39 ปี	45	86	0	0	131		
อื่นๆ	0	7	109	37	153		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.92 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.93 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

สถานภาพ	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
โสด	38	21	26	10	95	1.851	.933
สมรส	116	68	79	27	290		
หย่า	7	4	4	0	15		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

จากตารางที่ 4.93 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.94 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

ขนาดครอบครัว	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
3 คน	161	7	0	0	168	572.191	.000*
4 คน	0	86	51	0	137		
อื่นๆ	0	0	58	37	95		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.94 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.95 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

ระดับการศึกษา	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่น ๆ			
ประถมศึกษา	6	5	4	2	17	8.207	.915
มัธยมตอนต้น	6	3	5	2	16		
มัธยมตอนปลาย	19	10	11	8	48		
อาชีวศึกษา	42	26	26	12	106		
ปริญญาตรี	69	38	49	11	167		
ปริญญาโท	19	11	14	2	46		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

จากตารางที่ 4.95 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.96 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

อาชีพ	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
นักเรียน	12	8	9	3	32	8.670	.894
พนักงานเอกชน	42	25	25	8	100		
ข้าราชการ	33	22	23	8	86		
เจ้าของกิจการก	35	19	28	6	88		
ลูกจ้าง	29	13	19	6	67		
เกษียณอายุ	10	6	5	6	27		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

จากตารางที่ 4.96 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.97 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
ต่ำกว่า 15,00 หยวน	47	27	32	9	115	9.298	.861
15,001-20,000 หยวน	23	11	16	2	52		
20,001-25,000 หยวน	31	17	24	6	78		
25,001-30,000 หยวน	21	16	11	6	54		
30,001-35,000 หยวน	14	8	9	7	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	25	14	17	7	63		
รวม	**161**	**93**	**109**	**37**	**400**		

จากตารางที่ 4.97 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.98 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

เพศ	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	เว็บโรงแรม	เว็บรับจอง	นิตยสาร	อื่นๆ			
ชาย	67	29	41	32	169	.053	.997
หญิง	92	41	54	44	231		
รวม	159	70	95	76	400		

จากตารางที่ 4.98 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.99 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

อายุ	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	เว็บโรงแรม	เว็บรับจอง	นิตยสาร	อื่นๆ			
20 – 29 ปี	116	0	0	0	116	513.344	.000*
30 – 39 ปี	43	70	18	0	131		
อื่นๆ	0	0	77	76	153		
รวม	**159**	**70**	**95**	**76**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.99 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.100 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

สถานภาพ	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	เว็บโรงแรม	เว็บรับจอง	นิตยสาร	อื่นๆ			
โสด	38	16	22	19	95	2.270	.893
สมรส	114	52	68	56	290		
หย่า	7	2	5	1	15		
รวม	**159**	**70**	**95**	**76**	**400**		

จากตารางที่ 4.100 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.101 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

ขนาดครอบครัว	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	เว็บโรงแรม	เว็บรับจอง	นิตยสาร	อื่นๆ			
3 คน	159	9	0	0	168	650.048	.000*
4 คน	0	61	76	0	137		
อื่นๆ	0	0	19	76	95		
รวม	**159**	**70**	**95**	**76**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.101 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.102 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

ระดับการศึกษา	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	เว็บโรงแรม	เว็บรับจอง	นิตยสาร	อื่นๆ			
ประถมศึกษา	6	3	4	4	17	1.658	1.000
มัธยมตอนต้น	6	3	3	4	16		
มัธยมตอนปลาย	19	9	10	10	48		
อาชีวศึกษา	41	19	27	19	106		
ปริญญาตรี	68	28	41	30	167		
ปริญญาโท	19	8	10	9	46		
รวม	**159**	**70**	**95**	**76**	**400**		

จากตารางที่ 4.102 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.103 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

อาชีพ	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	เว็บโรงแรม	เว็บรับจอง	นิตยสาร	อื่นๆ			
นักเรียน	12	6	7	7	32	3.622	.999
พนักงานเอกชน	41	16	27	16	100		
ข้าราชการ	32	16	22	16	86		
เจ้าของกิจการก	35	17	17	19	88		
ลูกจ้าง	29	10	16	12	67		
เกษียณอายุ	10	5	6	6	27		
รวม	**159**	**70**	**95**	**76**	**400**		

จากตารางที่ 4.103 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.104 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม				รวม	χ^2	Sig
	ตัวเอง	บริษัท	สามี-ภรรยา	อื่นๆ			
ต่ำกว่า 15,00 หยวน	47	19	29	20	115	4.669	.995
15,001-20,000 หยวน	23	8	12	9	52		
20,001-25,000 หยวน	30	15	18	15	78		
25,001-30,000 หยวน	20	10	16	8	54		
30,001-35,000 หยวน	14	7	7	10	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	25	11	13	14	63		
รวม	**159**	**70**	**95**	**76**	**400**		

จากตารางที่ 4.104 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.105 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

เพศ	วิธีและช่องทางการจองโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ทางอีเมล์	เว็บโรงแรม	บริษัททัวร์			
ชาย	17	19	133	169	.415	.813
หญิง	26	22	183	231		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

จากตารางที่ 4.105 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.106 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

อายุ	วิธีและช่องทางการจองโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ทางอีเมล์	เว็บโรงแรม	บริษัททัวร์			
20-29 ปี	43	41	32	116	260.323	.000*
30-39 ปี	0	0	131	131		
อื่นๆ	0	0	153	153		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.106 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.107 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

สถานภาพ	วิธีและช่องทางการจองโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ทางอีเมล์	เว็บโรงแรม	บริษัททัวร์			
โสด	9	11	75	95	.726	.948
สมรส	32	28	230	290		
หย่า	2	2	11	15		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

จากตารางที่ 4.107 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.108 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

ขนาดครอบครัว	วิธีและช่องทางการจองโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ทางอีเมล์	เว็บโรงแรม	บริษัททัวร์			
3 คน	43	41	84	168	146.835	.00*
4 คน	0	0	137	137		
อื่นๆ	0	0	95	95		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.108 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.109 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

การศึกษา	วิธีและช่องทางการจองโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ทางอีเมล์	เว็บโรงแรม	บริษัททัวร์			
ประถมศึกษา	2	1	14	17	4.293	.933
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1	13	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3	7	38	48		
อาชีวศึกษา	12	10	84	106		
ปริญญาตรี	17	19	131	167		
ปริญญาโท	7	3	36	46		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

จากตารางที่ 4.109 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.110 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

อาชีพ	วิธีและช่องทางการจองโรงแรม			รวม	χ^2	Sig
	ทางอีเมล์	เว็บโรงแรม	บริษัททัวร์			
นักเรียน	4	2	26	32	8.042	.625
พนักงานเอกชน	14	8	78	100		
ข้าราชการ	8	9	69	86		
เจ้าของกิจการ	11	7	70	88		
ลูกจ้าง	5	11	51	67		
เกษียณอายุ	1	4	22	27		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

จากตารางที่ 4.110 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.111 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**วิธีและช่องทางการจองโรงแรม**			**รวม**	χ^2	**Sig**
	ทางอีเมล์	**เว็บโรงแรม**	**บริษัททัวร์**			
ต่ำกว่า 15,000หยวน	12	13	90	115	6.646	.758
15001-20,000 หยวน	9	4	39	52		
20001-25,000 หยวน	6	9	63	78		
25001-30,000 หยวน	8	3	43	54		
30001-35,000 หยวน	3	4	31	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	5	8	50	63		
รวม	**43**	**41**	**316**	**400**		

จากตารางที่ 4.111 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับวิธีและช่องทางการจองโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.112 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

เพศ	**ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้**				**รวม**	χ^2	**Sig**
	Superior	**Suite**	**Pool**	**อื่นๆ**			
ชาย	76	21	31	41	169	.108	.991
หญิง	104	31	42	54	231		
รวม	**480**	**52**	**73**	**95**	**400**		

จากตารางที่ 4.112 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.113 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

อายุ	ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้				รวม	χ^2	Sig
	Superior	Suite	Pool	อื่นๆ			
20 – 29 ปี	116	0	0	0	116	464.293	.000*
30 – 39 ปี	64	52	15	0	131		
อื่นๆ	0	0	58	95	153		
รวม	**180**	**52**	**73**	**95**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.113 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.114 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

สถานภาพ	ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้				รวม	χ^2	Sig
	Superior	Suite	Pool	อื่นๆ			
โสด	42	12	18	23	95	.928	.988
สมรส	130	39	52	69	290		
หย่า	8	1	3	3	15		
รวม	**180**	**52**	**73**	**95**	**400**		

จากตารางที่ 4.114 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.115 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

ขนาดครอบครัว	ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้				รวม	χ^2	Sig
	Superior	Suite	Pool	อื่นๆ			
3 คน	168	0	0	0	168	740.633	.000*
4 คน	12	52	73	0	137		
อื่นๆ	0	0	0	95	95		
รวม	**180**	**52**	**73**	**95**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.115 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.116 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

ระดับการศึกษา	ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้				รวม	χ^2	Sig
	Superior	Suite	Pool	อื่นๆ			
ประถมศึกษา	8	1	3	5	17	2.459	1.000
มัธยมตอนต้น	6	3	3	4	16		
มัธยมตอนปลาย	20	8	9	11	48		
อาชีวศึกษา	48	13	19	26	106		
ปริญญาตรี	77	21	30	39	167		
ปริญญาโท	21	6	9	10	46		
รวม	**180**	**52**	**73**	**95**	**400**		

จากตารางที่ 4.116 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.117 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

อาชีพ	ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้				รวม	χ^2	Sig
	Superior	Suite	Pool	อื่นๆ			
นักเรียน	15	3	6	8	32	3.325	.999
พนักงานเอกชน	48	11	17	24	100		
ข้าราชการ	39	9	16	22	86		
เจ้าของกิจการก	38	14	17	19	88		
ลูกจ้าง	29	11	12	15	67		
เกษียณอายุ	11	4	5	7	27		
รวม	**180**	**52**	**73**	**95**	**400**		

จากตารางที่ 4.117 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.118 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้				รวม	χ^2	Sig
	Superior	Suite	Pool	อื่นๆ			
ต่ำกว่า 15,00 หยวน	53	15	20	27	115	4.129	.997
15,001-20,000 หยวน	24	8	9	11	52		
20,001-25,000 หยวน	34	11	15	18	78		
25,001-30,000 หยวน	27	3	10	14	54		
30,001-35,000 หยวน	15	6	7	10	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	27	9	12	15	63		
รวม	**180**	**52**	**73**	**95**	**400**		

จากตารางที่ 4.118 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับประเภทของห้องพักที่เลือกใช้พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.119 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการ

เพศ	อัตราค่าห้องพักของโรงแรม						รวม	χ^2	Sig
	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	5,000-5,999	อื่นๆ			
ชาย	40	32	27	25	20	25	169	.252	.998
หญิง	53	46	37	33	30	32	231		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

จากตารางที่ 4.119 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.120 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม

อายุ	อัตราค่าห้องพักของโรงแรม						รวม	χ^2	Sig
	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	5,000-5,999	อื่นๆ			
20-29 ปี	93	23	0	0	0	0	116	640.614	.000*
30-39 ปี	0	55	64	12	0	0	131		
อื่นๆ	0	0	0	46	50	57	153		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.120 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.121 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม

สถานภาพ	อัตราค่าห้องพักของโรงแรม						รวม	χ^2	Sig
	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	5,000-5,999	อื่นๆ			
โสด	21	18	17	11	13	15	95	2.759	.987
สมรส	67	57	45	45	35	41	290		
หย่า	5	3	2	2	2	1	15		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

จากตารางที่ 4.121 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.122 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม

ขนาดครอบครัว	อัตราค่าห้องพักของโรงแรม						รวม	χ^2	Sig
	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	5,000-5,999	อื่นๆ			
3 คน	93	75	0	0	0	0	168	719.682	.000*
4 คน	0	3	64	58	12	0	137		
อื่นๆ	0	0	0	0	38	57	95		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.122 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดครอบครัวกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.123 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม

ระดับการศึกษา	อัตราค่าห้องพักของโรงแรม						รวม	χ^2	Sig
	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	5,000-5,999	อื่นๆ			
ประถมศึกษา	3	3	3	3	2	3	17	7.910	1.000
มัธยมศึกษาตอนต้น	3	3	3	2	3	2	16		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	11	9	8	5	5	10	48		
อาชีวศึกษา	27	20	14	13	16	16	106		
ปริญญาตรี	39	34	27	27	18	22	167		
ปริญญาโท	10	9	9	8	6	4	46		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

จากตารางที่ 4.123 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.124 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม

อาชีพ	อัตราค่าห้องพักของโรงแรม						รวม	χ^2	Sig
	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	5,000-5,999	อื่นๆ			
นักเรียน	6	6	6	5	4	5	32	8.095	.999
พนักงานเอกชน	25	21	14	16	14	10	100		
ข้าราชการ	22	16	10	14	10	14	86		
เจ้าของกิจการ	18	17	17	13	11	12	88		
ลูกจ้าง	16	13	13	7	8	10	67		
เกษียณอายุ	6	5	4	3	3	6	27		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

จากตารางที่ 4.124 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอาชีพกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.125 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**อัตราค่าห้องพักของโรงแรม**						**รวม**	χ^2	**Sig**
	1,000-1,999	**2,000-2,999**	**3,000-3,999**	**4,000-4,999**	**5,000-5,999**	**อื่นๆ**			
ต่ำกว่า 15,000 หยวน	27	23	19	15	15	16	115	14.343	.955
15,001-20,000 หยวน	13	10	10	7	9	3	52		
20,001-25,000 หยวน	17	16	12	13	7	13	78		
25,001-30,000 หยวน	16	10	4	10	7	7	54		
30,001-35,000 หยวน	7	7	7	3	6	8	38		
มากกว่า 35,000 หยวน	13	12	12	10	6	10	63		
รวม	**93**	**78**	**64**	**58**	**50**	**57**	**400**		

จากตารางที่ 4.125 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับอัตราค่าห้องพักของโรงแรมพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 5
สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาค้นคว้าสรุปได้ตามลำดับดังนี้

1. สรุปการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปการศึกษา

1. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรม จังหวัดภูเก็ต

1.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

2. วิธีดำเนินการศึกษา

ประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้จำนวนสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ต ที่เดินทางผ่านด่านตำรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานภูเก็ต ปี 2554 เป็นจำนวนประชากรเท่ากับ 342,808 คน(สำนักงานพาณิชย์จังหวัดภูเก็ต ประจำปี2554)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ทำการกำหนดโดยใช้สูตรการ คำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane ใช้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 จากการคำนวณ ปรากฏว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจมีขนาดจำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสำรวจและสุ่มแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวจีนตามสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถให้ข้อมูลได้ เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดและเลือกกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มดังนี้

1. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling)
2. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)
3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนจังหวัดภูเก็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา รูปแบบการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยจัดทำเป็นภาษาจีนเพื่อให้ง่ายในการสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีน และจัดทำแบบสอบถามเป็นภาษาไทย เพื่อไว้ใช้ในการนำเสนอ และขอความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องตลอดการเก็บข้อมูล โดยแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ได้ตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ จำนวน 400 ชุด มีลำดับการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามสร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และรับฟังข้อเสนอแนะ และนำไปปรับปรุงแก้ไข และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ เพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งให้สมบูรณ์ในฉบับภาษาไทย

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบสมบูรณ์แล้วในฉบับภาษาไทยแปลเป็นฉบับภาษาจีน แล้วนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามขนาดที่กำหนด

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมจำนวน 14 ข้อ

การรวบรวมและเก็บข้อมูล มี 2 ประเภทดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลในส่วนนี้ได้จากแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนสถิติต่างๆ เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด รวมทั้งการสร้างเครื่องมือ และเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ งานวิจัย วารสาร และเอกสารต่างๆจากมหาวิทยาลัย ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อินเตอร์เน็ต และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แบบแจกแจงข้อมูลโดยสถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แบบแจกแจงข้อมูลโดยสถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. การทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติค่าไค-สแควร์ (Chi-Square Test) ที่ระดับนัยสำคัญ (Significance) ทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

3. ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.8 อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.8 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 72.5 ขนาดครอบครัว 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.8 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และรายได้ไม่เกิน 15,000 หยวนเฉลี่ยต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเพราะมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด อ่าว/ท่าเรือ แหลม เกาะ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 92.5 พักในโรงแรมระดับ 4 ดาว คิดเป็นร้อยละ 37.5 เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณป่าตอง คิดเป็นร้อยละ 53.0 วางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 55.5 เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ต 1 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 77.3 ใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคม คิดเป็นร้อยละ 84.3 เลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเดือนเมษายน – ตุลาคมเพราะมีโปรโมชั่นราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 83.3 เข้าพักโรงแรม 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาเข้าพัก 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรมคือ ตัวท่านเอง คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ สามี – ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 27.3 หาข้อมูลในการเลือกโรงแรมจากเว็บไซต์ของโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา หาข้อมูลจากเคาน์เตอร์บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 23.8 จองกับบริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาจองด้วยตนเองทางอีเมล์ คิดเป็นร้อยละ 10.8 เลือกห้องพักประเภท Superior Room คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมา เลือกประเภท Pool Villa คิดเป็นร้อยละ 18.3 เลือกอัตราค่าห้องพัก 1,000– 1,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมา เลือกอัตรา 2,000 – 2,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ และขนาดครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนจังหวัดภูเก็ต ในส่วนของสิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต การเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรม ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม จำนวนครั้งในการเดินทางมาใช้บริการโรงแรม ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม วิธีและช่องทางการจองโรงแรม ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ และอัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนจังหวัดภูเก็ต ในส่วนของระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ในส่วนของการใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใด การเลือกใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใดนั้น เนื่องจาก โรงแรมมีโปรโมชั่นราคาพิเศษจึงเลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเวลานั้น และจำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ การศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัจฉรา สมบัตินันทนา (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุจะอยู่ในช่วง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับที่ดี ส่วนใหญ่ที่มาจะมีระดับการศึกษาจบปริญญาตรีเป็นพนักงานเอกชน

นอกจากนั้น ผลการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ตพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแต่ละด้านของปัจจัยส่วนบุคคลจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมในส่วนต่างๆ จนเกิดเป็นพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภินันท์ เลขพัฒน์ (2552) ที่ได้ศึกษาว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโรงแรมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาในครั้งนี้

สำหรับผู้บริหารโรงแรม หรือนักลงทุน ควรเตรียมความพร้อมรองรับการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่หลั่งไหลเข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอีกมากมาย อันเนื่องจากชาวจีนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แม้จะอยู่ในวัยทำงาน และมีการออกมาท่องเที่ยวในวันหยุด หาสถานที่ที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และครบครันทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และประเพณีวัฒนธรรมของคนไทย และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สถานที่สำคัญ ชายหาด และเกาะต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้เดินทางมา โดยจากผลการศึกษาทำให้ทราบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือใคร ดังนั้น นักการตลาดหรือนักการขาย ควรวางแผนการขาย วางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนนี้เพื่อให้บรรลุผลกำไรสูงสุด

นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบว่า ชาวจีนที่พร้อมและวางแผนออกมาท่องเที่ยวจะหาข้อมูลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์หรือผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรม และบริษัททัวร์เป็นหลัก ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องในการบริหารการตลาดธุรกิจโรงแรมต้องใช้ช่องทางสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตกับนักท่องเที่ยวบนโลกออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อขยายตลาดพร้อมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลลูกค้า การบริการของโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของโรงแรม พร้อมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวสิ่งที่น่าสนใจของจังหวัดภูเก็ต และความมีเอกลักษณ์ของเมืองไทยให้ชาวจีนที่กำลังจะก้าวเข้าสู่วัยทำงานหรือคู่ฮันนีมูน ซึ่งกำลังมองหาสถานที่ที่ท่องเที่ยวและความสบายในราคาที่ไม่สูงมาก ได้มายังจังหวัดภูเก็ตอีก

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต

2.2 ควรศึกษาระดับความสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต เพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลไปประกอบการวางแผนการตลาด และปรับปรุงธุรกิจให้ดีขึ้น

2.3 ควรศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มเติม เพื่อรองรับตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในอนาคต และเป็นการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) *คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท* กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กิติบดี คุณโลหิต (2552) "การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง" วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กีรติ ตระการศิริวานิช (2552) "วิเคราะห์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยและโอกาสทางการตลาดของนักท่องเที่ยวคุณภาพชาวจีน"

กุลนรี มีแก้ว (2551) "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อนิตยสารสตรีของสตรีวัยทำงาน" วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความหมายของโรงแรมและการจำแนกประเภทของโรงแรม สืบค้นจาก http://thai.cri.cn เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2556

โจนาธาน บาร์ส์กี้ (2556) Market Matrix Hospitality (MMHI) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงแรม (*ออนไลน์*) สืบค้นจาก http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=350:hotel-selection-factors&Itemid=358

ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอ็กซเปอร์เน็ต

ชวัลนุช อุทยาน การท่องเที่ยว มทร.กรุงเทพ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) "พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน"

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย

ปี 2555 การจับจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนเติบโตนำหน้าทั่วโลก สืบค้นจาก http://www.thaibizchina.com

ปี'56 คาดต่างชาติเที่ยวไทย : ดึงรายได้เข้าประเทศกว่า 1 ล้านล้านบาท ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ *(ออนไลน์)* เมื่อวันที่ 30 ม.ค. 2556

ภาพยนตร์จีนสุดฮิต LOST IN THAILAND ดึงนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น 3 เท่า สืบค้นจาก www.hilizi.com (半岛晨报) (21 ธันวาคม 2555)

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2553) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ค้นคืนจาก www.chiangmaichamber.com เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2555

วรัญญา เรืองวรกฤต (2551) "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต"

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2538) *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีตัวอย่าง* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไทย (2542) รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนด

เสรี วงษ์มณฑา (2542) *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์

อภินันท์ เลขพัฒน์ (2552) "ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในจังหวัดนครราชสีมา" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย

อมรรัตน์ วงศ์เป็ง (2550) "ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป" วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล

อัจฉรา สมบัตินันทนา (2555) "พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย" สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศณษฐศาสตร์การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์

Belch, G. E., & Belch, M. A. (1993). *Introduction to advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (2nd ed.). Boston: Richard D. Irwin.

Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (1995). *Contemporary marketing* (8th ed.). Fort Worth, TX: The Dryden Press.

Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการ แขนงวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อทำการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จังหวัดภูเก็ต ผู้ศึกษาจึงขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามนี้ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา ทั้งนี้ข้อมูลของท่านจะถือเป็นความลับและนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมจำนวน 14 ข้อ

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

กนกอร พชระพงศกุล

ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❒ เพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับท่านหรือระบุข้อความในช่องว่าง

1.1 เพศ

1. ❒ ชาย 2. ❒ หญิง

1.2 อายุ

1. ❒ ต่ำกว่า 20 ปี 2. ❒ 20 – 29 ปี 3. ❒ 30 – 39 ปี
4. ❒ 40 – 49 ปี 5. ❒ 50 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพ

1. ❒ โสด 2. ❒ สมรส 3. ❒ หย่า

1.4 ขนาดครอบครัว (รวมท่าน)

1. ❒ 1-2 คน 2. ❒ 3 คน 3. ❒ 4 คน
4. ❒ 5 คน 5. ❒ 5 คนขึ้นไป

1.5 ระดับการศึกษา

1. ❒ ระดับประถมศึกษา / grade 1 – 6 2. ❒ ระดับมัธยมตอนต้น / grade 7 – 9
3. ❒ ระดับมัธยมตอนปลาย / grade 10 – 12 4. ❒ ระดับอาชีวศึกษา
5. ❒ ระดับปริญญาตรี 6. ❒ ระดับปริญญาโท

1.6 อาชีพ

1. ❒ นักเรียน / นักศึกษา 2. ❒ พนักงานเอกชน 3. ❒ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
4. ❒ เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว 5. ❒ ลูกจ้าง / รับจ้าง 6. ❒ เกษียณอายุ

1.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

1. ❒ ต่ำกว่า หรือ 15,000 หยวน
2. ❒ 15,001 – 20,000 หยวน
3. ❒ 20,001 – 25,000 หยวน
4. ❒ 25,001 – 30,000 หยวน
5. ❒ 30,001 – 35,000 หยวน
6. ❒ มากกว่า 35,000 หยวน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม

คำชี้แจง: โปรดระบุเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❒ เพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับท่านหรือระบุข้อความในช่องว่าง

2.1 รูปแบบการเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

1. ❒ เดินทางมากับครอบครัว
2. ❒ เดินทางคนเดียว
3. ❒ เดินทางมาเพื่อแต่งงาน/ฮันนีมูน
4. ❒ เดินทางมาเพื่อติดต่อธุรกิจ
5. ❒ เดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา
6. ❒อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.2 สิ่งดึงดูดใจให้ท่านเลือกเดินทางมาจังหวัดภูเก็ต

1. ❒ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด อ่าว/ท่าเรือ แหลม เกาะ ฯลฯ
2. ❒ วัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และอาหารพื้นเมืองประจำจังหวัด
3. ❒ สถาปัตยกรรมสิ่งปลูกสร้างสมัยชิโนโปรตุกีส
4. ❒ สถานบันเทิงยามราตรี
5. ❒ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.3 ระดับดาวของโรงแรมที่ต้องการเข้าพักที่สุด

1. ❒ ระดับ 2 ดาว
2. ❒ ระดับ 3 ดาว
3. ❒ ระดับ 4 ดาว
4. ❒ ระดับ 5 ดาว
5. ❒ ระดับ 5 ดาว ขึ้นไป

2.4 เลือกโรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งบริเวณใดในภูเก็ต (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ❒ ป่าตอง
2. ❒ กะตะ
3. ❒ กะรน
4. ❒ กมลา
5. ❒ ภูเก็ตทาวน์
6. ❒ บางเทา / ลากูน่า
7. ❒ สุรินทร์
8. ❒ ในหาน
9. ❒ ราไวย์
10. ❒ ฉลอง
11. ❒ ไม้ขาว
12. ❒ แหลมพันวา
13. ❒ ในยาง / ในทอน
14. ❒ สนามบินภูเก็ต
15. ❒ กะทู้
16. ❒ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.5 ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางและหาโรงแรม

1. ❒ น้อยกว่า 1 เดือนก่อนวันเดินทาง
2. ❒ 1 – 2 เดือนก่อนวันเดินทาง
3. ❒ 3 – 4 เดือนก่อนวันเดินทาง
4. ❒ 5 – 6 เดือนก่อนวันเดินทาง
5. ❒ 7 – 12 เดือนก่อนวันเดินทาง
6. ❒ มากกว่า 1 ปีก่อนวันเดินทาง

2.6 เดินทางมาใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตกี่ครั้งต่อปี

1. ❒ 1 ครั้ง/ปี
2. ❒ 2 ครั้ง/ปี
3. ❒ 3 ครั้ง/ปี
4. ❒ 4 ครั้ง/ปี
5. ❒ 5 ครั้ง/ปี
6. ❒ มากกว่า 5 ครั้ง/ปี

2.7 ท่านใช้บริการโรงแรมที่ภูเก็ตช่วงเดือนใด

1. ❒มกราคม –มีนาคม
2. ❒ เมษายน – ตุลาคม
3. ❒พฤศจิกายน – ธันวาคม

2.8 เนื่องจากโรงแรมมีโปรโมชั่นราคาพิเศษท่านจึงเลือกใช้บริการโรงแรมในช่วงเวลาข้างต้น ใช่หรือไม่ (ข้อ 2.7)

1. ❒ ใช่
2. ❒ ไม่ใช่ (โปรดระบุเหตุผลของท่าน).....

2.9 จำนวนคืนเฉลี่ยต่อครั้งในการเข้าพักโรงแรม

1. ❒ 1 คืน
2. ❒ 2 คืน
3. ❒ 3 คืน
4. ❒ 4 คืน
5. ❒ 4 คืน ขึ้นไป
6. ❒ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.10 ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกโรงแรม

1. ❒ ตัวท่านเอง
2. ❒ เพื่อน/ญาติ/พี่ - น้อง
3. ❒ บริษัททัวร์
4. ❒ สามี – ภรรยา
5. ❒ บริษัทนายจ้างของท่าน
6. ❒ พนักงานขายของโรงแรม
7. ❒ ผู้ร่วมเดินทางมาด้วย
8. ❒ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.11 วิธีการหาข้อมูลในการเลือกโรงแรม

1. ❒ เว็บไซต์ของโรงแรม
2. ❒ เว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองโรงแรม
3. ❒ นิตยสาร / สื่อสิ่งพิมพ์ / แผ่นพับ
4. ❒ เคาน์เตอร์บริษัททัวร์
5. ❒ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์
6. ❒ โทรติดต่อขอข้อมูลโดยตรงกับเจ้าหน้าที่โรงแรม
7. ❒ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.12 วิธีและช่องทางการจองโรงแรม

1. ❒ จองด้วยตนเองทางโทรศัพท์
2. ❒ จองด้วยตนเองทางอีเมล์
3. ❒ จองด้วยตนเองทางเว็บไซต์ของโรงแรม
4. ❒ จองด้วยตนเองที่โรงแรมแบบไม่จองล่วงหน้า
5. ❒ จองกับบริษัททัวร์
6. ❒ จองกับเว็บไซต์ที่ให้บริการรับจองโรงแรม
7. ❒ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.13 ประเภทของห้องพักที่เลือกใช้ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ❒Superior room
2. ❒Deluxe room
3. ❒Suite
4. ❒Pool Villa
5. ❒ Single bedding room
6. ❒Twin bedding room
7. ❒อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2.14 อัตราค่าห้องพักของโรงแรมที่ใช้บริการ ต่อคืน ต่อห้อง รวมอาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน

1. ❒ ต่ำกว่า 1,000 บาท
2. ❒ 1,000 – 1,999 บาท
3. ❒ 2,000 – 2,999 บาท
4. ❒ 3,000 – 3,999 บาท
5. ❒ 4,000 – 4,999 บาท
6. ❒ 5,000 – 5,999 บาท
7. ❒ 6,000 – 6,999 บาท
8. ❒ 7,000 – 7,999 บาท
9. ❒ 8,000 – 8,999 บาท
10. ❒9,000 – 9,999 บาท
11. ❒ 10,000 บาท ขึ้นไป

调查问卷

主题 中国游客普吉岛酒店服务的选择行为

这个问卷调查是一项独立研究的研究生的一部分管理科学系。工商管理系主修市场营销。Sukhothai Thammathirat Open University 要学习中国游客普吉岛酒店服务的选择行为 研究人员想问你一个忙，请将此信息提供给受访者。教育使用。此信息将予以保密，并仅用于教育目的。

问卷分为两部分。

部分1 通用信息的受访者 7项。

部分2 服务的选择行为 14项。

感谢您抽出时间来回答查询，在这个机会。

Kanokon Patcharaponsakul
研究员

部分1 通用信息的受访者

解释: 请注明 ✓ **在 ❒唯一的答案匹配指定的文本或空格**

1.1**性**别

1. ❒**男** 2. ❒**女**

1.2**年**龄

1. ❒**低于**20 岁 2. ❒ 20-29 岁 3. ❒ 30 – 39岁
4. ❒ 40 – 49岁 5. ❒**高于**50 岁

1.3**状**态

1. ❒单 2. ❒结婚 3. ❒**离婚**

1.4**家人包括您**

1. ❒ 1-2 **口人** 2. ❒ 3**口人** 3. ❒ 4**口人**
4. ❒ 5**口人** 5. ❒ 5**口人以上**

1.5**学位**

1. ❒**初学**/ grade 1 – 6 2. ❒**初中学**/ grade 7 – 9
3. ❒**高中学**/ grade 10 – 12 4. ❒ 职业教育
5. ❒ **学士** 6. ❒硕士

1.6职业

1. ❒**学生** 2. ❒**自人**职员 3. ❒**党**员
4. ❒**自人工作** 5. ❒**就**业 6. ❒**退休**

1.7收入

1. ❒ 低于15,000元 2. ❒ 15,001 – 20,000元
3. ❒ 20,001 – 25,000元 4. ❒ 25,001 – 30,000元
5. ❒ 30,001 – 35,000元 6. ❒ 高于 35,000元

部分2 服务的选择行为

解释: 请注明 ✓ **在 ❒唯一的答案匹配指定的文本或空格**

2.1 您来普吉岛的形式?

1. ❒ 跟家人一起来
2. ❒ 一个人来
3. ❒ 为了结婚/蜜月
4. ❒ 为了谈生意
5. ❒ 为了开会/讨论会
6. ❒**其他**(请点名).....

2.2 为您的景点到普吉岛之旅

1. ❒ **自然景点包括海水**，**沙**滩，海湾/**港口**，**岬角**，岛屿等。
2. ❒ 文化/生活方式**和食物全省**。
3. ❒现代建筑中葡
4. ❒**夜生活**
5. ❒ 其他 (请点名).....

2.3 **几星**级**的兵官您最要住**

1. ❒ 2 **星**级
2. ❒ 3 **星**级
3. ❒ 4 **星**级
4. ❒ 5 **星**级
5. ❒ **高于** 5 **星**级

2.4 **在普吉**岛**您**选择在哪个区安排**宿住**(**可以**选**高于一的答案**)

1. ❒**巴**东海滩
2. ❒**卡塔海**滩
3. ❒**卡隆海**滩
4. ❒**卡**马拉海滩
5. ❒**布吉**镇
6. ❒**有些灰色/拉古**纳
7. ❒苏林海滩
8. ❒**在 在哈恩**
9. ❒**拉崴海**滩
10. ❒庆祝
11. ❒迈考海滩
12. ❒**攀瓦角**。
13. ❒奈扬海滩/ 奈松海滩
14. ❒ 机场
15. ❒**卡**图
16. ❒其他(请点名).....

2.5 **您做**计划和找酒店的时间?

1. ❒**低于一个月前出**发
2. ❒**一到二个月前出**发
3. ❒**三到四个月前出**发
4. ❒**五到六个月前出**发
5. ❒**七到十二个月前出**发
6. ❒**高于一年前出**发

2.6 **您来普吉**岛几次一年

1. ❒ 1**次/年**　2. ❒ 2**次/年**　3. ❒ 3**次/年**
4. ❒ 4**次/年**　5. ❒ 5**次/年**　6. ❒ **高于**5**次/年**

2.7 **您住在兵官哪段**时间

1. ❒**一月到三月**　2. ❒ **四月到十月**
3. ❒**十一月到十二月**

2.8 **从**2.7 **上面因**为那段时间酒店价钱便宜就让您选那段时间是不是?

1. ❒ **是**　2. ❒ **不是** (请给理由).....

2.9 您住在**兵官**几夜一次

1. ❒ 1夜　2. ❒ 2夜　3. ❒ 3夜
4. ❒ 4夜　5. ❒ 4夜以上
6. ❒ 其他 (请点名).....

2.10 决定者有全力选择兵官?

1. ❒ 自己　2. ❒ 朋友/亲戚/兄弟　3. ❒旅游公司
4. ❒ 丈夫 -妻子　5. ❒**你的雇主**
6. ❒售货员的酒店　7. ❒**随着他**们的同伴
8. ❒ 其他(请点名).....

2.11 查资料**兵官**的方法

1. ❒**旅**馆网站　2. ❒**服**务预订网站
3. ❒ 杂志 /**印刷品**/传单　4. ❒**代理**专**柜**
5. ❒ 电视广告　6. ❒电话询问了酒店工作人员的信息
7. ❒其他(请点名).....

2.12 您订**兵官**的方法

1. ❒打电话订　　2. ❒在电子邮件订
3. ❒在网站的兵官订　　4. ❒书亲自在酒店不提前预订。
5. ❒ 旅游公司订　　6. ❒在服务预订网站订
7. ❒其他(请点名).....

2.13 房间的种类您选

1. ❒Superior room　　2. ❒Deluxe room　　3. ❒Suite
4. ❒Pool Villa　　5. ❒ Single bedding room
6. ❒Twin bedding room　　7. ❒其他 (请点名).....

2.14 您付多少钱的酒店一夜一房间包括早饭两个人

1. ❒低于1,000泰铢　　2. ❒ 1,000 – 1,999泰铢
3. ❒ 2,000 – 2,999泰铢　　4. ❒ 3,000 – 3,999泰铢
5. ❒ 4,000 – 4,999泰铢　　6. ❒ 5,000 – 5,999泰铢
7. ❒ 6,000 – 6,999泰铢　　8. ❒ 7,000 – 7,999泰铢
9. ❒ 8,000 – 8,999泰铢　　10. ❒9,000 – 9,999泰铢
11. ❒ 10,000泰铢以上

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวกนกอร พชระพงศกุล
วัน เดือน ปีเกิด	18 กุมภาพันธ์ 2528
สถานที่เกิด	เขตธนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต พ.ศ. 2553
สถานที่ทำงาน	โรงแรมเซ็นทารา กะรน รีสอร์ท ภูเก็ต
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่ายขาย