



ภาคนิพนธ์

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาว วาสิตา สิรินิธิ

รหัสนักศึกษา 05550712

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปันสุวรรณ

ภาคนิพนธ์เล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109 ระเบียบวิธีวิจัยเอเชียศึกษา

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์เล่มนี้สามารถเสร็จสมบูรณ์ได้เนื่องมาจากความกรุณาจากบุคคลหลายท่านที่ได้ให้โอกาสและความช่วยเหลือ รวมถึงให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ตลอดจนการรับฟังความคิดเห็นตลอดระยะเวลาการดำเนินงานวิจัย

ขอขอบคุณ อาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปิ่นสุวรรณ เป็นอย่างสูงตลอดระยะเวลา 1 ปี ที่คอยเสียสละเวลาอันมีค่ามาให้คำแนะนำและการชี้แนะแนวทางการทำวิจัยรวมถึงตรวจทานความถูกต้องของงานตลอดการดำเนินงาน ทำให้งานวิจัยสามารถดำเนินมาได้ด้วยดีและเสร็จอย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยให้คำแนะนำ และการสนับสนุนตลอดการทำงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ทำให้งานวิจัยเล่มนี้มีข้อมูลที่ครบถ้วน

ขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่คอยให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและดำเนินงานวิจัยให้ราบรื่นได้ด้วยดี

วาสิตา สิรินิติ

พฤษภาคม 2559

ชื่องานวิจัย	พฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร		
ชื่อผู้วิจัย	นางสาว วาสิตา สิรินิติ	รหัสนักศึกษา	05550712
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ		
ปีการศึกษา	2558		

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งที่พักเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากของกิจกรรมการท่องเที่ยว ในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยมรวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกประเภทที่พักที่เป็นที่นิยม คือ โรงแรม โฮสเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ และเกสต์เฮาส์ ซึ่งย่านที่พักที่เป็นที่นิยมอยู่ที่ถนนข้าวสารและถนนราชประสงค์ เนื่องจากเดินทางได้สะดวกและใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในบริเวณใกล้เคียง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม คือ ความมีชื่อเสียงของที่พัก ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเดินทางสะดวกและราคาของที่พักที่มีความคุ้มค่าของราคากับที่พักเหมาะสมต่อการบริการ สำหรับแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนควรมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรในการสื่อสารภาษาจีน ความพร้อมทางด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน พร้อมทั้งการเข้ามีส่วนร่วมของทางภาครัฐเพื่อให้การประกอบธุรกิจที่พักมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน
กรุงเทพมหานคร

สารบัญ

บทที่	หน้าที่
บทคัดย่อ.....ค	
1. บทนำ.....1	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....1	
วัตถุประสงค์.....3	
นิยามศัพท์เฉพาะ.....3	
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....3	
2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....4	
นิยามความหมาย.....4	
ประเภทของที่פק.....4	
แนวคิดและทฤษฎี.....9	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่פקแรม.....9	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....11	
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....11	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจ.....13	
มาตรฐานที่פקเพื่อการท่องเที่ยว.....17	
ประวัติความเป็นมา.....17	
โรงแรม.....17	
ภูมิศาสตร์.....18	
ข้อมูลพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร.....18	
ระบบการขนส่ง.....20	
สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....24	
งานวิจัยในอดีต.....30	
3. วิธีการดำเนินการวิจัย.....32	
แหล่งข้อมูล.....32	
วิธีการจัดกระทำข้อมูล.....33	
วิธีการดำเนินการ.....33	
วิธีหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์.....33	

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
ประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยม.....	34
ประเภทของที่พักแรมที่เป็นที่นิยม.....	34
ย่านที่พักที่เป็นที่นิยม.....	43
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม.....	50
แนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พัก.....	60
5.สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	63
สรุปผลการศึกษา.....	63
อภิปรายผลการศึกษา.....	63
ข้อเสนอแนะ.....	65
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	65
ข้อเสนอแนะงานวิจัย.....	65
ข้อจำกัดทางการศึกษา/ทางการวิจัย.....	66
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	68

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การตัดสินใจเลือกที่จะประกอบธุรกิจที่พัก.....	55
2	การเลือกที่ตั้งของธุรกิจที่พัก.....	56
3	กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	57
4	การเตรียมการและการดูแลนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	58
5	ปัญหาและแนวทางการจัดการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	58
6	ความต้องการในการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในแง่ของการดำเนินการ.....	59

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ห้องพักในโรงแรมขนาดใหญ่.....	4
2	ห้องพักในโรงแรมขนาดเล็ก.....	5
3	โมเต็ล.....	5
4	เกสต์เฮาส์.....	6
5	โฮสเทล.....	7
6	ที่พักสมาคม YMCA.....	7
7	Homestay.....	8
8	ที่ตั้งแคมป์.....	8
9	บ้านรับรอง.....	9
10	โรงเรียน.....	17
11	ที่ตั้งของกรุงเทพมหานคร.....	18
12	แสดงเขตการปกครอง 50 เขตของกรุงเทพมหานคร.....	20
13	แผนที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ.....	22
14	แผนที่ทำอากาศยานดอนเมือง.....	23
15	แผนที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในกรุงเทพมหานคร.....	24
16	แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร.....	24
17	สยามสแควร์.....	25
18	เกสรพลาซ่า.....	26
19	ตลาดนัดจตุจักร.....	26
20	วัดพระศรีรัตนศาสดาราม.....	27
21	ถนนข้าวสาร.....	28
22	ถนนเยาวราช.....	28
23	เอเชียทีก เคอะริเวอร์ฟรอนท์.....	29
24	ห้องพักโรงแรมระดับ3ดาว.....	35
25	business center ในโรงแรมระดับ3ดาว.....	35
26	ห้องพักโรงแรมระดับ4 ดาว.....	36
27	สระว่ายน้ำในโรงแรมระดับ 4 ดาว.....	37

ภาพที่	หน้า
28	ห้องพักโรงแรมระดับ5ดาว.....38
29	ห้องอาหารในโรงแรมระดับ5ดาว.....38
30	ห้องประชุมขนาดใหญ่ในโรงแรมระดับ5ดาว.....39
31	โฮสเทล.....40
32	ห้องน้ำรวมในโฮสเทล.....40
33	เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์.....41
34	เกสต์เฮาส์.....42
35	ถนนข้าวสาร.....44
36	ร้านขายของที่ระลึก.....44
37	ร้านอาหารอินเดีย.....45
38	ร้านนวดแผนไทย สปา.....45
39	วัดพระศรีรัตนศาสดาราม.....46
40	ศาลหลักเมือง.....46
41	โรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ.....47
42	ห้างมาบุญครอง.....48
43	ห้างสยามพารากอน.....48
44	เกษรพลาซ่า.....49
45	ศาลท้าวมหาพรหม บริเวณแยกราชประสงค์.....49
46	Loftel22 Hostel.....51
47	ห้องพักของ Loftel22 Hostel.....52
48	Green house Guest house.....52
49	ห้องพักของ Green house Guest house.....53
50	Beyond Hotel.....54
51	ห้องพักของ Beyond Hotel.....54
52	ตัวอย่างการรีวิวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับที่พักในประเทศไทย.....61
53	ป้ายบอกเป็นภาษาจีน.....61

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ทั้งจากคนในประเทศและชาวต่างชาติ เนื่องจากในปัจจุบันมีวิวัฒนาการก้าวหน้าและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวในต่างประเทศหรือหาข้อมูลของการท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆเป็นไปได้ ง่ายโดย การเข้ามาท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัจจัยพื้นฐาน คือ ต้องการเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเข้ามาติดต่อธุรกิจหรือค้าขาย ดังนั้นที่พักจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวที่ค้างคืนใน ปี พ.ศ.2554-2557 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย จำนวน 19,230,470 คน 22,353,903 คน 26,546,725 คน และ 24,809,683 คน ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว,2558)

หลังจากที่ประเทศจีนได้มีการเปิดประเทศ รัฐบาลไทยและจีนได้มีการทำข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2536 ต่อมา รัฐบาลจีนได้ส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกประเทศและเปิดโอกาสให้คนจีนเดินทางไปต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น มีการเพิ่มประเทศที่อนุญาตให้คนจีนเดินทางไปเป็นหมู่คณะในปี พ.ศ.2550(กวรธรณ สังกษ,2551:1) จึงทำให้ชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดยาว วันชาติ วันตรุษจีน เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศไทยที่ตอนนี้เป็นที่นิยมของตลาดนักท่องเที่ยวจีนด้วยเส้นทางระหว่างประเทศไทยและจีนนั้นมีระยะทางที่ไม่ไกลกันมากนัก ค่าใช้จ่ายมีราคาที่เหมาะสม รวมถึงมีรูปแบบของที่พักให้เลือกมากมาย โดยมีราคาที่แตกต่างกันตามระดับของที่พัก ซึ่งสามารถเลือกได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้ง โรงแรม โมเทล เกสต์เฮาส์ หอพัก อพาร์ตเมนต์ คอนโดมิเนียม การเลือกที่พักแรมจึงเป็นสิ่งสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนเพื่อที่จะเลือกที่พักอาศัยให้เหมาะสมกับการเข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยโดยใน ปี พ.ศ.2554-2557 นักท่องเที่ยวชาวจีนได้นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทย 58,001.85 ล้านบาท 105,943.91 ล้านบาท 188,912.67 ล้านบาท และ 200,658.69 ล้านบาท ตามลำดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2558) ธุรกิจที่พัก

แรมสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้จำนวนมาก จากการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยว จากสถิติในปี พ.ศ. 2554 พบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาพักแรมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 13,069,420 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2556)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าการที่ประเทศจีนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้สัดส่วนของชนชั้นกลางเพิ่มขึ้นและเมื่อคนเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้นหรือมีอำนาจในการใช้จ่ายมากขึ้น ก็จะนำไปสู่โอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีความหลากหลายมาก มีทั้งมาเป็นครอบครัว หรือมากันในกลุ่มวัยกลางคน วัยชรา นักเรียน นักศึกษา พ่อค้า นักธุรกิจ กลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่หรูหรา กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบแบ็คแพ็ค ในกลุ่มคนเหล่านี้จะมีการเลือกที่พักแรมที่มีรูปแบบที่แตกต่างกัน การที่มีรูปแบบของที่พักที่หลากหลายและมีราคาที่แตกต่างกันไปนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกันในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน จากสถิติในปี พ.ศ.2554 สถานที่พักแรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง 3 อันดับแรก ได้แก่ โรงแรม บ้านตนเอง/ญาติ/เพื่อน และบังกะโล/รีสอร์ท (ร้อยละ 63.9 ร้อยละ 22.3 และร้อยละ 9.6) ตามลำดับ สถานที่พักแรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว 2 อันดับ ได้แก่ โรงแรม บังกะโล/รีสอร์ท และบ้านพักอุทยาน/กางเต็นท์ (ร้อยละ 42.5 ร้อยละ 42.5 และร้อยละ 15.0) ตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว รุ่นใหม่วัยทำงาน มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงปัจจุบันรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไป โดยหันมาท่องเที่ยวแบบไปคนเดียวมากกว่าการ ท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ ต้องการพบเห็นสิ่งแปลกใหม่ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของไทยที่โดดเด่นในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ โครงสร้างทางสาธารณสุขที่ก้าวหน้า พื้นฐาน วัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ความหลากหลายของทรัพยากร การท่องเที่ยวภูมิอากาศที่ดี และที่ตั้งของประเทศไทย อยู่ไม่ไกลใช้เวลาเดินทางไม่นาน(เทิดชาย ช่วยบำรุง ,2552)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใคร่ศึกษา พฤติกรรมทางเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากยังไม่เคยมีการวิจัยในเรื่องนี้มาก่อน และเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากขึ้น ประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นนิยมในนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

2.วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

3. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก
2. สถานที่พัก หมายถึง ที่พักแรม สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการเดินทาง ซึ่งอาจจำแนกเป็นประเภทต่างๆตามลักษณะการใช้ อาทิ โรงแรม เกสต์เฮาส์ บ้านพักตากอากาศ เป็นต้น

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการบริการในการประกอบธุรกิจที่พักแรมในกรุงเทพมหานครให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. นิยามความหมาย

การเดินทางท่องเที่ยวปัจจุบันด้านที่พักเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่ที่พักที่มีคุณภาพจะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาพำนักนานขึ้นจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำ

1.1 ประเภทของที่พัก

สามารถแบ่งได้ตามลักษณะการใช้ได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) **ที่พักประเภทโรงแรม (Hotel)** หมายถึงที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แล้วขายห้องพร้อมบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง อาจเป็นโรงแรมทั้งขนาดใหญ่และเล็ก ซึ่งโรงแรมขนาดใหญ่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่นห้องปรับอากาศ ห้องชุด ห้องพักผ่อน ห้องอาหาร ห้องประชุม สระว่ายน้ำ สถานบันเทิง สถานบริการต่าง ๆ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกต่างๆ ตลอดจนบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการไปรษณีย์โทรเลข บริการรับส่ง เป็นต้น โดยคิดอัตราค่าเช่าห้องพักวันละ ตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป ส่วนโรงแรมขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 100ห้อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ น้อยกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ และมีอัตราค่าเช่าห้องพักต่ำกว่าวันละ 400 บาท



รูปที่ 1 ห้องพักในโรงแรมขนาดใหญ่

ที่มา : <http://www.กรุงเทพที่พัก.com> (2551)



รูปที่ 2 ห้องพักในโรงแรมขนาดเล็ก

ที่มา : <http://www.chillpainai.com> (2554)

2) ที่พักประเภทอื่นๆ ได้แก่

2.1 โมเต็ล (Motel) หมายถึง ที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ โดยเก็บค่าเช่า มีห้องพักพร้อมที่จอดรถเฉพาะห้องพักแต่ละห้อง หรือมีห้องพักส่วนหนึ่งที่มีลักษณะใช้สอยเช่นเดียวกับโรงแรม



รูปที่ 3 โมเต็ล

ที่มา : <http://www.bigplazaa.com> (2556)

2.2 เกสต์เฮาส์ (Guest House) หมายถึง ที่พักแรมลักษณะเป็นบ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่าอาจจะอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังนี้

2.2.1 ลักษณะบ้านพักที่เจ้าของจัดส่วนหนึ่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

2.2.2 ลักษณะคล้ายโรงแรม แต่วิธีการและระเบียบต่างๆ ไม่เข้มงวดมากเหมือนโรงแรม ที่พักแรมลักษณะนี้คิดค่าบริการ 2 อัตรา คือ ถ้าค่าบริการอยู่ในอัตราสูงจะเป็นห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์อยู่ในห้องพัก เป็นต้น แต่ถ้าค่าบริการอยู่ในอัตราต่ำ ผู้เข้าพักจะต้องใช้ห้องน้ำและโทรศัพท์รวม



รูปที่ 4 เกสต์เฮาส์

ที่มา : <http://bangkokrooms.blogspot.com> (2556)

2.3 โฮสเทล(Hostel) หมายถึง ที่พักที่มีราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานคือเตียงนอนห้องน้ำและที่เก็บของที่ปลอดภัย โฮสเทลบางแห่งต้องแชร์ห้องพักกับนักเดินทางท่านอื่น



รูปที่ 5 โฮสเทล

ที่มา : <http://www.chillpainai.com> (2558)

2.4 หอพัก (Dorm) หมายถึงที่พักแรม ที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้สมาชิกของกลุ่มมาใช้บริการ โดยเก็บค่าเช่าในราคาประหยัดและเปิดให้บุคคลภายนอกมาใช้บริการได้ด้วย เช่น YMCA, Uniserve Hostel เป็นต้น



รูปที่ 6 ที่พักสมาคม YMCA

ที่มา : <http://www.uttvc.ac.th> (2554)

2.5 บ้านพักในหมู่บ้านหรือบ้านพักในฟาร์ม (Home Stay or Farm Stay) หมายถึงที่พักแรม ที่เจ้าของบ้านหรือเจ้าของฟาร์มในหมู่บ้านจัดสร้างขึ้นหรือดัดแปลงเป็นห้องพักแรม โดยเก็บค่าเช่า



รูปที่ 7 Homestay

ที่มา : <http://www.baaningsuan.com/> (2556)

2.6 ที่ตั้งแคมป์ (Camping Ground) หมายถึง บริเวณพื้นที่ที่จัดไว้สำหรับกระโจมพักแรม หรือตั้งที่พักแรมกลางแจ้ง โดยเก็บค่าเช่า



รูปที่ 8 ที่ตั้งแคมป์

ที่มา : <http://travel.thaiza.com> (2554)

2.7 บ้านญาติมิตร (Friend or Relative's Home) หมายถึง บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักแรม โดยไม่เก็บค่าเช่า

2.8 บ้านรับรอง (Vacation Home) หมายถึง ที่พักแรมที่หน่วยราชการหรือเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองแขกหรือพักผ่อนส่วนตัว โดยไม่เก็บค่าเช่า



รูปที่ 9 บ้านรับรอง

ที่มา : <http://www.marinestravel.com> (2555)

2.9 ที่พักในวัด (Hospice) หมายถึง ที่พักแรม ที่ทางวัดหรือสถานที่ประกอบกิจกรรมทางศาสนาจัดไว้สำหรับผู้เดินทางโดยไม่คิดค่าเช่า นอกจากนี้ผู้เข้าพักจะทำบุญถวายตามกำลังศรัทธา

2.แนวคิดและทฤษฎี

2.1แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับที่พักแรม

ที่พักแรม หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ปรีชา แดงโรจน์ (2544 : 214)กล่าวว่าตามพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย กำหนดว่า โรงแรม คือ “สถานที่ประกอบการที่ผู้ประกอบการจะต้องมีอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการนั้น”

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 149-155) ได้กล่าวถึงธุรกิจที่พักเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนชั่วคราวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย จำเป็นต้องมีธุรกิจที่พักไว้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจที่พัก หมายถึง การประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว

เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนหลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้ อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่พักรวมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทุกอย่างพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่าเป็นรายห้องซึ่งอาจแบ่งธุรกิจโรงแรมออกเป็น 4 ประเภทย่อย ๆ คือ

1) ธุรกิจโรงแรมย่านพาณิชยกรรม(Commercial Hotel)เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจการค้า ผู้มาพักมักเป็นนักธุรกิจที่มาติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนาทางโรงแรมอาจให้สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการต่าง ๆ เช่น บริการอาหาร บริการซักรีด ร้านอาหารของที่ระลึก คลินิก สระว่ายน้ำ ศูนย์สุขภาพ สถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารเป็นต้น โรงแรมประเภทนี้มักนิยมใช้เป็นที่ประชุมสัมมนาหรือธุรกิจนำเที่ยว มักเลือกเป็นที่พักของกลุ่มทัวร์ เพราะอยู่ในย่านชุมชนและย่านธุรกิจซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถไปไหนมาไหนได้อย่างสะดวก นอกจากนั้นยังสะดวกสำหรับนักธุรกิจหลังเสร็จการติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนาสามารถใช้เวลาวางให้เป็นประโยชน์ในการท่องเที่ยว

2) ธุรกิจโรงแรมเรซิเดนซ์ (Residential Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่ผู้พักมักเช่าอยู่เป็นระยะเวลานานๆ จึงต้องมีสัญญาเช่า ซึ่งทางโรงแรมจะมีบริการใหม่ ๆ อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้พัก เช่น บริการดูแลความสะอาดห้องพัก บริการอาหารแบบส่งถึงห้องมีห้องอาหาร ห้องค็อกเทลเลาจน์ ห้องนั่งเล่นเป็นต้น โรงแรมประเภทนี้มีห้องพักให้บริการหลายระดับตั้งแต่ห้องพักราคาปานกลาง จนถึงห้องพักแบบหรูหราราคาแพงสำหรับครอบครัวไปพัก

3) ธุรกิจโรงแรมใกล้สนามบิน (Airport Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้สนามบิน ซึ่งห้องพักจะกันเสียงรบกวนจากการขึ้น-ลงของเครื่องบินและมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมมูลมักเป็นที่พักสำหรับผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องรอคิวเครื่องบิน หรือเครื่องบินยกเลิกเที่ยวบินรวมทั้ง เป็นที่นิยมในหมู่นักธุรกิจด้วย เนื่องจากที่พักประเภทนี้ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางสนามบินกับโรงแรมได้มาก

4) ธุรกิจโรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel) เป็นธุรกิจโรงแรมที่สร้างอยู่ตามสถานที่ตากอากาศซึ่งมัก ตั้งอยู่ในที่ ๆ มีทะเลดี เช่น ชายทะเล บนภูเขา ริมทะเลสาบ แหล่งน้ำพุร้อนในสนามกอล์ฟเป็นต้นโดยเป็นสถานที่ที่เข้าถึงได้อย่างสะดวกอาจมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเสริมเข้าไปด้วย เช่นการเดินป่า ปีนเขา ขี่ม้า ตกปลาเล่นกอล์ฟ เล่นสกี เป็นต้น นอกจากนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมมูลรวมทั้งมีสิ่งเสริมบริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยผู้พักประเภทนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวที่ไปพักผ่อนตากอากาศประจำปี หรือเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์ ห้องพักของโรงแรมประเภทนี้มีหลายระดับราคา ตั้งแต่ราคาปานกลางถึงราคาแพงมาก

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2546) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอนในการตัดสินใจทั้งก่อนการตัดสินใจและภายหลังการตัดสินใจแล้วหรือเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการกำจัด/ใช้สอย (Disposing) สินค้าบริการและความคิด

Solomon (2545) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นขั้นตอนเกี่ยวกับความต้องการ ประสิทธิภาพ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

2.3 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน

Kotler (2546) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

พรสิริ ทิววรรณวงศ์ (2546) กล่าวว่า 7Ps เป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้ในการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ ประกอบไปด้วย

1) **ผลิตภัณฑ์(Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2) **ราคา(Price)** หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

3) **การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4) **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ(Persuade)ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ(Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย(Personal selling)ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน(Nonperson selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์กรอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน[IntegratedMarketingCommunication(IMC)]โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

5) **บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก(Selection)การฝึกอบรม(Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) **การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation)** โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)] เช่น การพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดความรวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ

7) **กระบวนการ (Process)** เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า(Customer satisfaction)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจ (Decision making theory) Schiffman and Kanuk(2537) ได้กล่าวถึงตัวแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค(Model of consumer decision making)ตัวแบบนี้จะรวม ความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1) การนำเข้าสู่ข้อมูลเป็นอิทธิพลจากภายนอกที่มีผลต่อค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมาจากกิจกรรมส่วนผสมทางการตลาดที่พยายามสื่อสารไปยังผู้บริโภคที่มีศักยภาพแยกเป็น

1.1 กิจกรรมทางการตลาดที่พยายามเข้าถึง กำหนด และจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆเช่นใช้หีบห่อขนาดการรับประกันและนโยบายด้านราคาเป็นต้น

1.2 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้า เช่น ความคิดเห็นของเพื่อน บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ วัฒนธรรม ชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นอิทธิพลภายในของบุคคล ที่มีผลต่อการประเมินผล และการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์

2) กระบวนการ เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการนี้ควรพิจารณาถึงอิทธิพลของปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งจะเป็นอิทธิพลภายใน (แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ หรือทัศนคติ) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยอีก 2 ประการ คือ

2.1 การรับรู้ถึงความเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคเผชิญ เขาไม่สามารถคาดเดาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อได้ ดังนั้นผู้บริโภคมักซื้อสินค้าหรือบริการในที่เดิม ๆ หรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าผู้บริโภคไม่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ เขาจะเชื่อถือในชื่อเสียงของร้านค้านั้นๆถ้าเกิดความสงสัยผู้บริโภคมักจะซื้อของแพงไว้ก่อนเพื่อลดความเสี่ยงเพราะเขาคิดว่าของแพงต้องเป็นของดี

2.2 กลุ่มที่ยอมรับได้หมายถึงตราสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อซึ่งประกอบด้วย สินค้าจำนวนน้อยที่ผู้บริโภคคุ้นเคย จำได้ และยอมรับการตัดสินใจของผู้บริโภค

3) ขั้นตอนความรู้ความต้องการ ขั้นตอนรับรู้ความต้องการจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัญหา เช่น การซื้อของจากเครื่องขายอัตโนมัติกับปัญหาซับซ้อนคือ ปัญหาที่มีการพัฒนาให้ซับซ้อนขึ้น เช่น เมื่อใช้รถไปนาน ๆ ก็มีความคิดที่จะเปลี่ยนรถใหม่ เพื่อหลีกเลี่ยงค่าซ่อมรถเก่า เป็นต้น

3.1 การค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นเมื่อผู้บริโภครู้ว่าจะได้รับ ความพอใจจากการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะต้องการข้อมูลเพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการเลือก (ถ้ามีประสบการณ์มากก็ใช้ได้เลยแต่ถ้าไม่มีก็ต้องค้นหา)

3.2 การประเมินทางเลือกเป็นขั้น ตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผู้บริโภคประเมินผลประโยชน์ที่ได้รับจากแต่ละทางเลือกของผลิตภัณฑ์ที่กำลังพิจารณาจะใช้ 2 รูปแบบ คือ ใช้รายชื่อตราที่เลือกไว้แล้วหรือเลือกเอาจากทั้งหมดที่มีในตลาด

2.4.1 ปัจจัยสำคัญ (ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่าการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดก็คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาด คือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าเพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆกระตุ้น และสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

2.4.2 ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นโดยที่เป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่ง ไปสู่รุ่นหนึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง Stanton and Futrell (2530)

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อย

1.3 ชั้นของสังคม (Social class) หมายถึงการแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน การแบ่งชั้นทางสังคมโดยทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ ทรัพย์สิน หรืออาชีพ ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

2) ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติการรับรู้และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติการรับรู้และค่านิยมของบุคคล

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง และสถาบันต่าง ๆ บุคคลที่จะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอน วัฏจักรชีวิต อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจการศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

3.1 อายุ (Age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละ ขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต

4) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ

4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และ/หรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และจะเกิดการตอบสนอง (Response) ซึ่งก็คือทฤษฎีสืบค้น-การตอบสนอง (Stimulus – Response (SR) theory)

4.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทศคติ (Attitude) หมายถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) และทฤษฎีฟรอยด์ (Freud theory) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิม และสอดคล้องกัน

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองหรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีการรับรู้ต่อตนเองอย่างไร

2.4.3 มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว

การให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่พักเพื่อการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานและกำหนดระดับคุณภาพการให้บริการของสถานที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจนจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและปลอดภัยในการเลือกใช้บริการตามระดับคุณภาพของบริการนั้น ๆ ที่พักประเภทโรงแรมมีระดับ 1-5 ดาวมีมาตรฐาน ดังนี้ ระดับ 1 ดาวเป็นการให้บริการเฉพาะห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไป ระดับ 2 ดาวโรงแรมที่ให้บริการห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปเพื่อบริการและมีห้องอาหารมีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรม ระดับ 3 ดาวโรงแรมที่ให้บริการห้องพักต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกปานกลางมีห้องอาหารและสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนา ระดับ 4 ดาวโรงแรมที่ให้บริการห้องพักมีการตกแต่งที่สวยงามพร้อมทั้งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีห้องอาหารหรือสถานที่สำหรับบริการอาหารและมีสถานบริการหรือห้องประชุมสัมมนาและมีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย ระดับ 5 ดาวโรงแรมที่ให้บริการห้องพักมีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ดี อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดี อุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน มีห้องอาหารหรือสถานบริการอาหารที่หลากหลายและมี

สถานบริการที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการหรือห้องประชุมสัมมนาที่มีอุปกรณ์ครบมีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

3.ประวัติความเป็นมา

3.1 โรงเตี้ยม

ในสมัยโบราณเมื่อเวลามีคนเดินทางออกไปท่องเที่ยวก็มักจะหาสถานที่ที่ไว้ใช้พักผ่อน ในขณะที่เดินทางนั้นก็คือ โรงเตี้ยม ในช่วงยุคสมัยกลางการทำธุรกิจการค้ากำลังเฟื่องฟู มีการติดต่อกันระหว่างพ่อค้ามีการเดินทางเพื่อมาติดต่อธุรกิจ การเข้ามาของมิชชันนารี การส่งนักการทูตจากประเทศอื่น ๆ เข้ามาเจรจาทำให้โรงเตี้ยมเป็นที่แพร่หลายอย่างรวดเร็วเพราะการเดินทางในสมัยก่อนนั้นจะเป็นการเดินทางด้วยเท้าหรือเดินทางด้วยรถม้าดังนั้นโรงเตี้ยมก็มักจะอยู่ตามเส้นทางของการเดินทาง อยู่ตามข้างทางสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและจำนวนห้องยังมีไม่มากนัก

โรงเตี้ยมมีการบริการที่พักแบบพื้นฐานทั่วไป คือ ให้บริการห้องพักไม่ได้มีการบริการความบันเทิงแก่ผู้ที่มาพักต่อมาได้มีการขยายขนาดของที่พักเพิ่มจำนวนห้องให้สามารถรับแขกได้มากกว่า 30 ห้อง มีห้องเก็บไวน์ ห้องครัวเพื่อความต้องการของลูกค้ามีการตกแต่งที่สวยงามมีสวนและสนามหญ้าภายในมีห้องจัดเลี้ยงและห้องขนาดใหญ่เพื่อใช้รองรับลูกค้าสถาปัตยกรรมส่วนใหญ่จะสร้างขึ้นจากไม้ แต่เมื่อยุคสมัยได้เปลี่ยนไปชื่อเสียงของโรงเตี้ยมก็ค่อย ๆ เสื่อมลงเนื่องจากมีที่พักในประเภทอื่นให้เลือกเพิ่มมากขึ้นประกอบกับคุณภาพของโรงเตี้ยมก็เริ่มลดน้อยลง ไม่มีการรักษาความปลอดภัยจึงทำให้โรงเตี้ยมเกิดการโจรกรรมอยู่บ่อยครั้ง มีการเล่นการพนันและในบางครั้งที่เกิดการทะเลาะวิวาทเกิดโรงเตี้ยมในแบบเก่าจึงได้หายไปตามกาลเวลาและถูกแทนที่ด้วยที่พักแบบใหม่ที่ทันสมัยตามโลกในปัจจุบันการต่อสู้และต่อมาโรงเตี้ยมก็ได้ถูกแทนที่ด้วยธุรกิจที่พักแบบใหม่อย่าง โรงแรม เกสต์เฮาส์ เป็นต้น เพราะว่าที่พักแบบสมัยใหม่มีการบริการที่ดี มีคุณภาพ และมีรูปแบบให้เลือกพักได้อย่างหลากหลาย



รูปที่ 10 โรงเตี้ยม

ที่มา : <http://old.lijiang123.com/> (2551)

4. ภูมิศาสตร์

4.1 ข้อมูลพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร

4.1.1 ภูมิประเทศ

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่บนฝั่งที่ราบลุ่มของแม่น้ำเจ้าพระยาแม่น้ำสายสำคัญซึ่งถือเป็นเส้นเลือดใหญ่หล่อเลี้ยงคนไทยทั้งชาติโดยตั้งอยู่บนละติจูดที่ 13 องศา 45 ลิปดาเหนือ และลองจิจูดที่ 100 องศา 28 ลิปดาตะวันออก เนื่องจากมีที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เส้นศูนย์สูตรทำให้ประเทศไทยค่อนข้างมีสภาพอากาศร้อนชื้น โดยมีกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงตั้งอยู่ใกล้บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นเมืองที่มีน้ำท่าอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตรกรรม โดยมีขนาดพื้นที่ 4.14 ตารางกิโลเมตร และได้ขยายขนาดพื้นที่เรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน

กรุงเทพมหานครประกอบด้วยเขตการปกครอง 50 เขต และมีพื้นที่ 1568.737 ตารางกิโลเมตร ลักษณะภูมิประเทศของกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่มมีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือจะค่อย ๆ ลาดเอียงอ่าวไทยทางทิศใต้และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตรตั้งอยู่บนพื้นที่ซึ่งในทางภูมิศาสตร์เรียกว่าบริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา (Alluvium) โดยเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย (The Lower General Plain of Thailand) เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวและพืชประเภทต่าง ๆ



รูปที่ 11 ที่ตั้งของกรุงเทพมหานคร
ที่มา : <http://pirun.ku.ac.th> (2552)

อาณาเขตติดต่อ

- ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรี
- ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา
- ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ
- ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนครปฐม

4.1.2 ภูมิอากาศ

อุณหภูมิกรุงเทพมหานครนั้นมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น โดยอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 ชนิด ได้แก่ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งก่อให้เกิดฤดูกาลที่แตกต่างกัน 3 ฤดูโดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด-สูงสุดประมาณ 25-35 องศาเซลเซียส ได้แก่

ฤดูร้อนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน

ฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคม-เดือนตุลาคม

ฤดูหนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายน – เดือนมกราคม

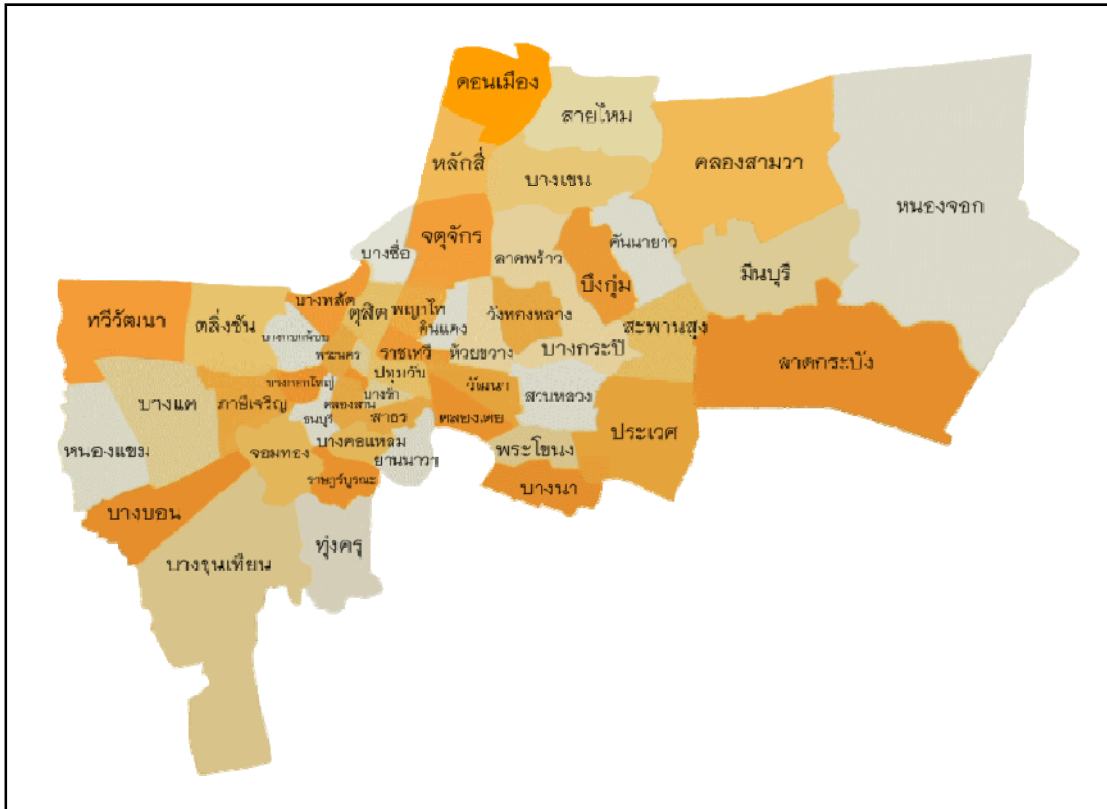
4.1.3 สภาพทางเศรษฐกิจ

กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีบรรยากาศต่างๆที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจมากกว่าพื้นที่ใดๆในประเทศไทย (มูลนิธิเพื่อสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ พ.ศ. 2548) เนื่องจากมีความได้เปรียบทางพื้นที่อื่น ๆ ในเรื่องระบบโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ระบบการเงิน การบริหาร และการเชื่อมโยงกับต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบการจัดอันดับเครือข่ายการให้บริการของโลก ซึ่งจัดโดย Brookings Institution ได้จัดให้กรุงเทพฯอยู่ในอันดับที่ 7 ของเอเชีย และเป็นอันดับที่ 28 ของโลก เนื่องจากกรุงเทพมหานคร เป็นที่รวมของ โครงสร้างพื้นฐาน ในการประกอบธุรกิจที่สมบูรณ์ รวมทั้งเป็นแหล่งตลาดขนาดใหญ่ จึงดึงดูดให้มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายทั้งภาค การเกษตร อุตสาหกรรม การบริการและการค้าขายนานาชาติ เกือบครบทุกประเภท

4.1.4 ประชากร

ในระหว่าง พ.ศ. 2325-2443 ซึ่งเป็นช่วงแรกของการก่อตั้งเมืองหลวงนั้น การเพิ่มจำนวนประชากรนั้นค่อนข้างช้ามากเพราะในขณะนั้นเป็นช่วงที่มีการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นเขตเมือง โดยมีพื้นที่เพียง 18 ตารางกิโลเมตร จึงมีจำนวนประชากร 600,000 คนต่อมาหลังจากเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง จำนวนประชากรก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนำไปสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการอุปโภคบริโภคเพื่อรองรับกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น จากเดิม 1.6 ล้านคน เมื่อ พ.ศ. 2491 เป็น 5.4 ล้านคนใน พ.ศ. 2529 และเพิ่มเป็น 5.6 ล้านคนเมื่อ พ.ศ. 2542 ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรตามข้อมูลจากหน่วยทะเบียนราษฎรเกือบ 7 ล้านคน หรืออาจจะถึง 10 ล้านคนในความเป็นจริง ส่วนใหญ่ประชากรในกรุงเทพฯ จะเป็นคนไทย ร้อยละ 25 ที่เป็นคนจีนหรือผู้อพยพจากประเทศต่าง ๆ ด้วยลักษณะความเป็นอยู่ และ วัฒนธรรมอันดั้งเดิมทำให้คนไทยมีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ จึงได้รับการยกย่องว่าเป็นสยามเมืองยิ้มและกลายเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของดินแดนนี้

กรุงเทพมหานคร มีขนาดพื้นที่ 1,568 ตารางกิโลเมตรมีรูปแบบการบริหารเป็นเขตปกครองพิเศษ แบ่งพื้นที่การบริหารเป็น 6 พื้นที่ มีเขตการปกครองรวม 50 เขต ดังนี้



รูปที่ 12 แสดงเขตการปกครอง 50 เขตของกรุงเทพมหานคร
ที่มา : <https://encrypted-tbn3.gstatic.com> (2555)

4.2 ระบบการขนส่ง

4.2.1 รถแท็กซี่มิเตอร์

รถแท็กซี่มิเตอร์ ฝั่งรับ-ส่งผู้โดยสารและจอดตามจุดจอดรถต่างๆ ทั่วเมือง โดยคิดอัตราค่าโดยสารตามเกณฑ์ระยะทางร่วมกับเกณฑ์ระยะเวลา โดยเริ่มต้นที่ 35 บาท มีค่าบริการพิเศษเพิ่มเติมในกรณีเรียกใช้บริการผ่านศูนย์วิทยุสื่อสาร 20 บาท ต่อเที่ยว และกรณีเรียกจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ณ จุดที่บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) กำหนดไว้ 50 บาท ต่อเที่ยว และผู้โดยสารต้องจ่ายค่าทางด่วนเอง

4.2.2 รถโดยสารประจำทาง

รถโดยสารประจำทาง มีทั้งรถปรับอากาศและรถไม่ปรับอากาศ ให้บริการตั้งแต่เวลาประมาณ 04.00-23.00 น. และบางสายให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง โดยเป็นรถของทั้งองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) และรถร่วมบริการรถโดยสารประจำทาง หรือที่นิยมเรียกกันว่า รถเมล์ เป็นระบบขนส่งมวลชนระบบหนึ่งที่ทำให้บริการบนถนน โดยมีลักษณะเป็นรถขนาดใหญ่ที่บรรทุกผู้โดยสารเป็นจำนวนมาก โดยกำหนดเส้นทาง และส่วนใหญ่เรียกชื่อเส้นทางเป็นตัวเลข เช่น สาย 1 สาย 2 และมีเก็บค่าโดยสารโดยวิธีต่าง ๆ กันไปนอกจากนี้ยังมีรถตู้โดยสารประจำทางของเอกชนให้บริการในเส้นทางต่าง ๆ ทั่วเมืองด้วย

4.2.3 รถไฟฟ้ามหานคร

ระบบการขนส่งรถไฟฟ้ามหานคร หรือ รถไฟฟ้า BTS โดยแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง คือ สายสุขุมวิท (สถานีแบริ่ง-หมอชิต) และสายสีลม (สถานีบางหว้า-สนามกีฬาแห่งชาติ) โดยราคาค่าโดยสารจะอยู่ระหว่าง 15-52 บาท เปิดให้บริการทุกวัน เวลา 06.00-24.00 น. โดยเก็บค่าโดยสารตามระยะการเดินทางจริงของผู้โดยสารและรถไฟฟ้ากรุงเทพฯ หรือรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (รถไฟฟ้า MRT) มีเส้นทางเดินรถรวมระยะทาง 20 กิโลเมตรเป็นโครงการใต้ดินตลอดสาย มีสถานีทั้งหมด 18 สถานี โดยเริ่มต้นจากบริเวณหน้าสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ตรงไปสิ้นสุดที่บริเวณ สถานีรถไฟบางซื่อ โดยราคาค่าโดยสารจะอยู่ระหว่าง 16-42 บาท ระยะห่างระหว่างสถานี โดยเฉลี่ย 1 กม. เปิดให้บริการทุกวัน ไม่มีวันหยุด ตั้งแต่เวลา 06.00 - 24.00 น. และรถไฟฟ้า BTS สถานีพญาไทยจะเชื่อมต่อไปยังรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน หรือ Airport Rail Link ไปยังท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยจะให้บริการระหว่างสถานีพญาไทยถึงสถานีสุวรรณภูมิ

4.2.4 รถจักรยานยนต์รับจ้างและรถตุ๊กตุ๊ก

รถจักรยานยนต์รับจ้างและรถตุ๊กตุ๊ก วิ่งรับ-ส่งผู้โดยสารและจอดตามจุดจอดรถต่างๆ ทั่วเมือง โดยคิดอัตราค่าโดยสารตามระยะทางและตามแต่ตกลง

4.2.5 เรือด่วนเจ้าพระยา

เรือด่วนเจ้าพระยามีบริการตลอดเส้นทางเดินเรือในแม่น้ำเจ้าพระยาจำนวน 34 ท่าเรือ โดยแยกออกเป็น 4 สาย คือ เรือด่วนประจำทาง เรือด่วนพิเศษขงส้ม เรือด่วนพิเศษขงเหลือง และเรือด่วนพิเศษขงฟ้า นอกจากนี้ยังมีบริการเรือโดยสารข้ามฟากบริเวณท่าเรือต่างๆ และมีบริการเรือหางยาวโดยสารแล่นตลอดลำคลองแสนแสบ คลองลาดพร้าว คลองบางกอกน้อย และคลองต่างๆ ด้วย

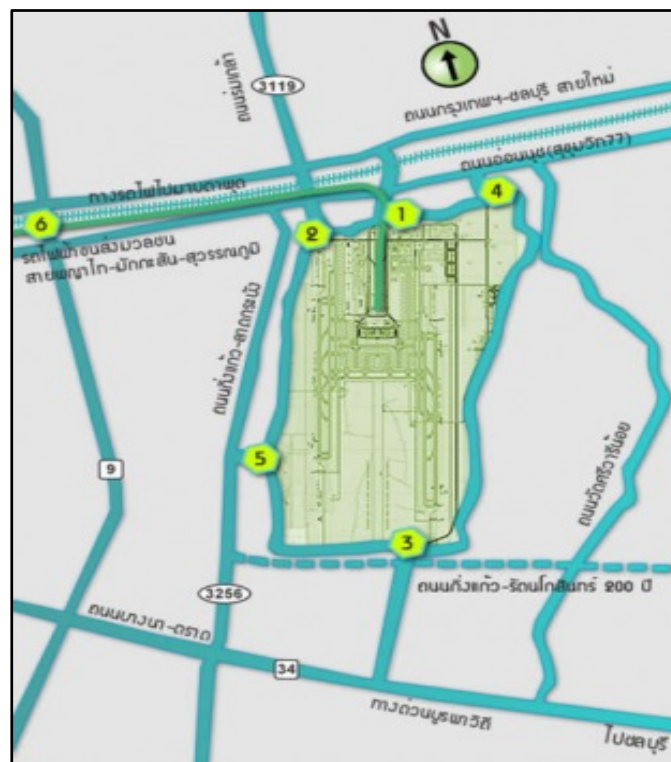
4.2.6 เครื่องบิน

การเดินทางโดยเครื่องบินนั้นเป็นทางเลือกที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศของประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะเข้ามาท่องเที่ยวโดยผ่านท่าอากาศยานเหล่านี้เพื่อเข้ามาในประเทศไทย โดยมีท่าอากาศยานสำคัญถึง 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมือง

1)ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport) เป็นสนามบินหรือท่าอากาศยานนานาชาติหลักของประเทศไทยโดยตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการห่างจากใจกลางเมืองกรุงเทพมหานครประมาณ 25 กิโลเมตรโดยเป็นท่าอากาศยานที่รองรับผู้โดยสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ สนามบินสุวรรณภูมิมีทางเข้าออกทั้งหมด 6 เส้นทาง โดย 5 เส้นทางสำหรับรถยนต์แท็กซี่ รถโดยสารขสมก และรถโดยสารแอร์พอร์ตเอกซ์เพรส โดยเส้นทางที่ 6 เป็นเส้นทางสำหรับรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน สายพญาไท- มัถกะสัน - สุวรรณภูมิ ที่วิ่งเข้าสู่อาคารผู้โดยสาร

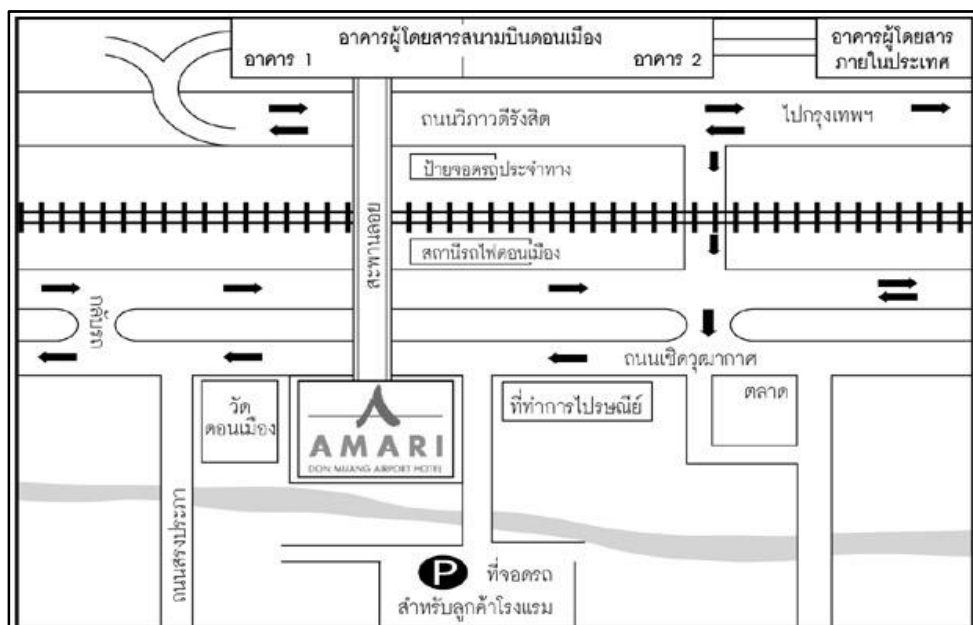


รูปที่ 13 แผนที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ที่มา : <http://apthai.weebly.com> (2548)

2)ท่าอากาศยานดอนเมือง

สนามบินดอนเมืองหรือ ท่าอากาศยานดอนเมือง (Don Muang Airport) ตั้งอยู่ที่เขตดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ก่อนเคยเป็นสนามบินหลักของกรุงเทพมหานครหลังจากสนามบินสุวรรณภูมิสร้างเสร็จสนามบินดอนเมืองก็ถูกเปลี่ยนมาให้บริการสำหรับเที่ยวบินภายในประเทศเท่านั้น แต่เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเพิ่มจำนวนขึ้นมาก สนามบินดอนเมืองจึงได้กลับมาให้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศอีกครั้ง โดยวิธีเดินทางไปสนามบินโดยรถไฟฟรีจะจอดสถานีรถไฟดอนเมืองตั้งอยู่ห่างจากสนามบินดอนเมือง 500 เมตร ผู้โดยสารสามารถใช้สะพานลอยเชื่อมต่อกับอาคารผู้โดยสารเพื่อข้ามไปยังสถานีรถไฟดอนเมืองได้ โดยรถประจำทาง ขสมก สามารถเดินมาขึ้นรถได้ที่ป้ายรถเมล์ด้านหน้าท่าอากาศยาน ราคาตามระยะทาง นอกจากนี้ยังมีรถบัสโดยสารสาย A1 และ A2จอดให้บริการภายในท่าอากาศยาน โดยไปยังสถานที่เดินทางหลักๆ เช่น อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ, สถานีขนส่งหมอชิตฯฯ ราคา 30 บาทตลอดสาย โดยแท็กซี่ รถแท็กซี่สาธารณะให้บริการอยู่ในบริเวณท่าอากาศยาน ณ จุดจอดที่ได้จัดไว้เป็นการเฉพาะ และจะเรียกเก็บค่าบริการเพิ่มจากผู้โดยสารอีก 50 บาท



รูปที่ 14 แผนที่ท่าอากาศยานดอนเมือง

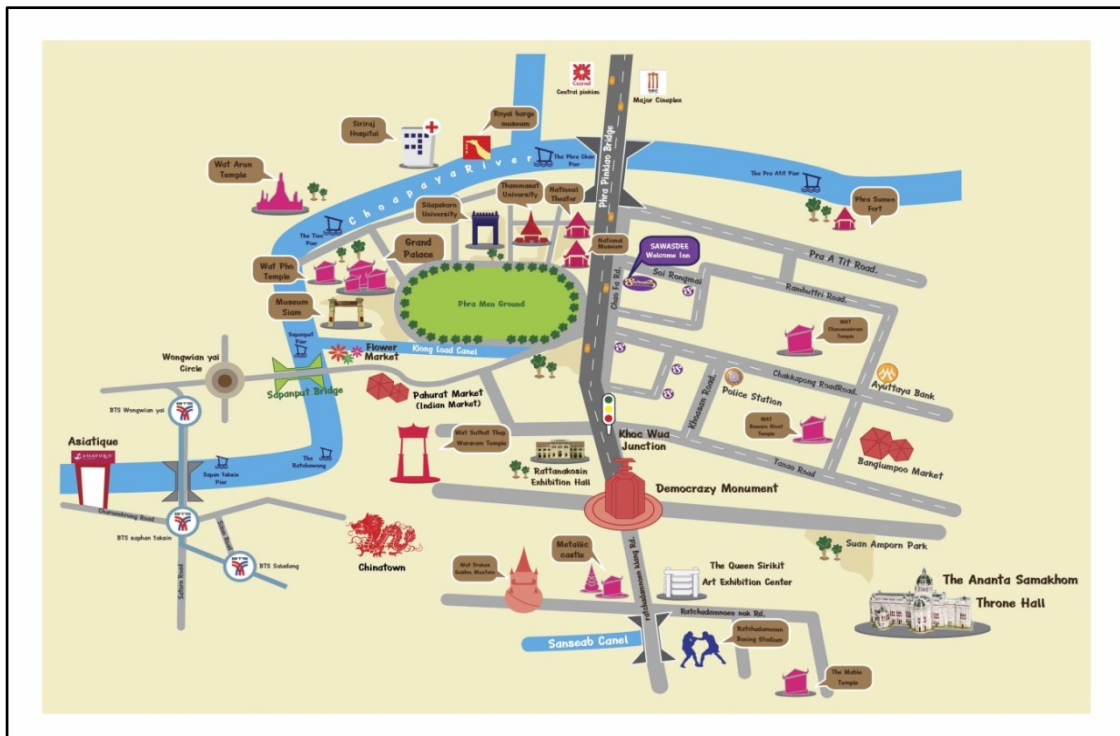
ที่มา : <http://www.thaifly.com> (2554)

4.3สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร



รูปที่ 15 แผนที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : <http://www.thaihoteljob.com> (2555)



รูปที่ 16 แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

ที่มา : <http://www.thailand-budget-hotel.com> (2556)

- สยามสแควร์

สยามสแควร์เป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์กลางของการค้ามีธุรกิจที่เข้ามาเปิดดำเนินการหลากหลาย เช่น ร้านหนังสือ ร้านเสื้อผ้า ร้านตัดผม และร้านอาหาร มีมากมายหลายร้อยร้านที่รวมอยู่ในเขตใจกลางเมืองนี้ซึ่งได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่สยามสแควร์ที่เป็นที่นิยม แต่ศูนย์การค้าที่อยู่ติดกับระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ เช่น รถไฟฟ้า ซึ่งเป็นเส้นทางเดินทางหลักนั้นก็ได้รับความนิยมเช่นกัน ศูนย์การค้าสยามสแควร์ซึ่งตั้งอยู่บริเวณสี่แยกปทุมวันรายล้อมด้วยศูนย์การค้าที่อยู่ใกล้เคียงซึ่งเป็นศูนย์รวมของการช้อปปิ้งอย่างแท้จริง เช่น มานูญครอง Siam Discovery Siam Center และ Siam Paragon



รูปที่ 17 สยามสแควร์

ที่มา :<http://www.wikalenda.com> (2552)

- เกษรพลาซ่า

ศูนย์การค้าเกษรเป็นศูนย์การค้าซึ่งตั้งอยู่บริเวณย่านช้อปปิ้งแยกราชประสงค์ที่กรุงเทพมหานครซึ่งศูนย์การค้าเกษรเป็นศูนย์การค้าระดับหรูหรา โดยมีแบรนด์แฟชั่นหรูชั้นนำจากหลายประเทศอยู่คู่ศูนย์การค้าเกษรเป็นแหล่งช้อปปิ้งแบรนด์เนมขนาดใหญ่ และทางเกษรยังมีบริการต่างๆ อีกมากมาย ให้ลูกค้า อาทิ concierge, BTS skylink, membership program และ mobile app เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า



รูปที่ 18 เกษรพลาซ่า

ที่มา : <https://upload.wikimedia.org> (2556)

- ตลาดนัดจตุจักร

ตลาดนัดจตุจักร หรือที่เรียกกันอย่างย่อ ๆ ว่า JJ Market แหล่งรวมสินค้าานาชนิดและร้านค้ามากมาย มีสินค้าจากทั่วทุกมุมของประเทศ ซึ่งมีราคาถูกและมีให้เลือกอย่างหลากหลาย ที่นี่เป็นแหล่งตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุด มีร้านแฟชั่นทันสมัย ร้านไม้โบราณหรือแกะสลัก ร้านขายสัตว์เลี้ยงมากมาย อย่างสุนัข นก แมวและปลาหลายชนิด ทั้งหมดเหล่านี้จะพบได้ที่นี่ สำหรับตลาดนัดจตุจักรและสินค้าหลากหลายชนิดให้ได้เลือกสรร



รูปที่ 19 ตลาดนัดจตุจักร

ที่มา : <http://www.smeleader.com> (2555)

- วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือวัดพระแก้ว เป็นวัดที่สำคัญและเป็นທີ່เชิดหน้าชูตาของบ้านเมือง ตลอดจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ที่ตั้งอยู่ตรงมุมด้านตะวันออกเฉียงเหนือของพระบรมมหาราชวัง อีกทั้งยังเป็นที่ใช้ประกอบพระราชพิธีทางศาสนาที่สำคัญ ภายในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มีอาคารสำคัญและอาคารประกอบเป็นจำนวนมาก ภายในได้รับการตกแต่งอย่างวิจิตรงดงาม ด้วยความเก่าแก่และงดงามอย่างมีเอกลักษณ์นี้ วัดแห่งนี้จึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว



รูปที่ 20 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา : <http://chaoprayanews.com> (2556)

- ถนนข้าวสาร

ถนนข้าวสาร เป็นประตูสู่การท่องเที่ยวสำหรับนักเดินทางชาวต่างชาติจากทั่วทุกมุมโลกก็ว่าได้ด้วยสถานที่แห่งนี้มีการท่องเที่ยวราคาประหยัดเพราะที่นี่มีที่พักราคาถูก มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยสองข้างทางในถนนข้าวสารเรียงรายด้วยเกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านเสื้อผ้าและบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมายครบวงจร ทั้งบริการโทรศัพท์ทางไกลโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ อินเทอร์เน็ต ทำผม ทำเล็บ นวดแผนไทยหรือแม้กระทั่งสมัครวิชา และบัตรนักเรียนที่นี่มีให้หมดการนั่งรถผมเปีย ร้อยผมลูกบิด ทำผมทรงเดร์ร็อกเป็นสิ่งที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ บนถนนข้าวสารยังมีไฮไลท์ที่สำคัญเลย นั่นก็คือ ร้านอาหาร ผับบาร์มากมาย



รูปที่ 21 ถนนข้าวสาร

ที่มา : <http://suvarnabhumiairport.com> (2558)

- ถนนเยาวราช

ถนนเยาวราช เป็นถนนอาหารที่มีความยาวที่สุดแห่งหนึ่งสองฟากถนนเต็มไปด้วยอาหารหลากหลายชนิดวางขายเรียงรายเป็นแนวยาวทั้ง หูฉลาม ซุปปรุงนรก บะหมี่ ก๋วยจั๊บน้ำร้อน ข้าวขาหมูอาหารทะเล ของหวานผลไม้หลากหลายชนิด และอื่นๆอีกมากมาย มีให้เลือกทั้งนั่งรับประทานในภัตตาคารหรือไปจนถึงร้านริมถนนหรืออาคารถ้ำและแผงลอย ท่ามกลางบรรยากาศแสงสีไฟจากป้ายชื่อร้านที่ต่างก็มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำกันและยังเป็นแหล่งรวมของวัฒนธรรมจีนซึ่งเป็นเอกลักษณ์ในการเข้ามาท่องเที่ยวในถนนสายนี้อีกสิ่งหนึ่ง



รูปที่ 22 ถนนเยาวราช

ที่มา : <http://www.dooddot.com> (2557)

- เอเชียติก เดอะริเวอร์ฟรอนท์

เอเชียติก เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ (ASIATIQUE, The Riverfront) แหล่งท่องเที่ยวและช้อปปิ้งริมแม่น้ำเจ้าพระยาด้วยรูปลักษณ์ บรรยากาศและทัศนียภาพที่แปลกใหม่สวยงามด้วยการตกแต่งสไตล์สถาปัตยกรรมในแบบสมัยเก่า เป็นพื้นที่ซึ่งได้ออกแบบให้พร้อมด้วยองค์ประกอบหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนหลากหลายกลุ่มได้อย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นลานจัดกิจกรรมกลางแจ้งและ โชนอาหารนานาชาติที่รวบรวมอาหารขึ้นชื่อจากประเทศต่างๆ ทั้งอาหารญี่ปุ่น อิตาลี ไทย จีน ทั้งยังร้านอาหารริมแม่น้ำเจ้าพระยา หรือจะเป็นในส่วนจากร้านค้าพร้อมไปด้วยสินค้าแฟชั่นและของประดับตกแต่งให้เลือกซื้ออย่างจุใจที่แห่งนี้ก็เป็นอีกตัวเลือกของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร



รูปที่ 23 เอเชียติก เดอะริเวอร์ฟรอนท์

ที่มา : <http://www.manager.co.th> (2557)

5.งานวิจัยในอดีต

มิ่งสรรพ ขาวสอาดและคณะ(2553) ศึกษาเรื่อง รายงานการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ: ตลาดตะวันออก (แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงปี2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่มี การศึกษาดีมาเที่ยวเมืองไทยเป็นครั้งแรกเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมคือ กรุงเทพมหานคร พัทยาและภูเก็ต โดยมองว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล วิถีความเป็นไทย ชีวิตยามราตรี สปา และความเป็นมิตรของคนไทยเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย

บุญส่ง นันทอง(2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีภูมิลำเนาในทวีปยุโรป ส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 4,000 ดอลลาร์สหรัฐ เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว โดยเดินทางมากับคนรัก ระยะเวลาในการเข้าพัก 3 - 7 วัน ส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาพักครั้งแรก เลือกเข้าพักประเภทห้องพักเตียงคู่ ราคาไม่เกิน 1,000 บาท มีการจองที่พักล่วงหน้า โดยได้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกที่พักเอง โดยเลือกทำเลที่ตั้งของที่พักรู้สึกดีทะเลสวยหาด เลือกที่พักประเภทบังกะโล นักท่องเที่ยวคาดการณ์ว่าจะเดินทางกลับมาเที่ยวที่เกาะลันตาอีกอาจจะเลือกที่พักเดิมปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือบริเวณที่พักทำให้มีปัญหาสุขภาพจากขยะและกลิ่น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเกาะลันตาโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุดและผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ ภูมิลำเนา และอาชีพแตกต่างกัน

ธัญวรัตน์ อภัยานนท์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุด คือ ความสะอาด ความปลอดภัยของโรงแรมและการบริการของพนักงาน รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทาง

สภาพห้องพัก ความสวยงามภายในห้องพัก รถบริการรับส่ง/รถเช่า ราคาของที่พักรวม โปรโมชันลดราคาและชื่อเสียงของที่พักรวม

The University of Minnesota Tourism Center (2553) ศึกษาเรื่อง Qualitative Research Regarding Vacation Decision Making and Perception of the Minnesota Resort Experience ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเรื่องที่พักของนักท่องเที่ยวจำนวน 54 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มหนึ่งเคยมาพักรีสอร์ทที่มินนิโซตาและอีกกลุ่มหนึ่งยังไม่เคยมาพักรีสอร์ทที่มินนิโซตา ทั้ง 2 กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการเลือกห้องพักดังนี้ ราคาและแพคเกจเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการเลือกที่พัก โดยจะเลือกที่พักจากช่องทางออนไลน์และมักจะจองห้องพักในช่วงวันหยุด แต่ความแตกต่างของทั้ง 2 กลุ่มนี้ก็คือ หากจะให้เลือกมาพักรีสอร์ทแห่งนี้ กลุ่มที่มีประสบการณ์ที่รีสอร์ทแห่งนี้จะสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมของรีสอร์ท ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งจะสนใจเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในรีสอร์ทแห่งนี้มากกว่า

□ □ (2557) ศึกษาเรื่อง 中国游客在泰国普吉 □ □ 酒店影响因素研究 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ตจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เป็นเพศหญิง 143 คน และเพศชายจำนวน 157 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอายุระหว่าง 20-50 ปี รายได้ต่อเดือนประมาณ 3000-9000 หยวน นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวเพราะเป็นวันหยุดคิดเป็น 81.67% และเข้ามาเพื่อติดต่อธุรกิจคิดเป็น 9.67% การเลือกที่พักจึงมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในด้านราคานักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกกราคาห้องพักระหว่าง 200-500 หยวน เลือกที่จะมาที่บริษัททัวร์หรือมาท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่ม โดยได้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตและจองที่พักผ่านช่องทางออนไลน์ เลือกที่พักที่มีทำเลใกล้กับชายหาด ข้อเสนอแนะสำหรับการเข้ามาพักในจังหวัดภูเก็ตนี้คือ โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความกังวลมากเกี่ยวกับความปลอดภัยของที่พักรอยู่แล้ว ดังนั้นจึงต้องการให้ที่พักควรมีบริการการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด รวมทั้ง ความปลอดภัยส่วนบุคคลและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครในบทนี้ได้กล่าวถึงวิธีในการศึกษาโดยนำเสนอเรื่อง แหล่งข้อมูล วิธีจัดกระทำข้อมูล วิธีการดำเนินการ วิธีหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ การนำเสนอตามลำดับ

1.แหล่งข้อมูล

1.1ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1.1.1 โดยการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว คุณลักษณะของนักท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพักอยู่อาศัยจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 30 คน โดยการเก็บแบบสอบถาม

1.2ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1.2.1 ข้อมูลสถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครจากกรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2553-2554

1.2.2 ข้อมูลค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย จากกรมการท่องเที่ยว ปีพ.ศ.2554

1.2.3 ข้อมูลรายได้ธุรกิจที่พักแรมจากการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย จากจากกรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2554

1.2.4 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากกรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2554-2557

1.2.5 ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยจากกรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2554-2557

1.2.6 ข้อมูลสัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จากกรมการท่องเที่ยว ปีพ.ศ.2556

1.2.7 ข้อมูลพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร จากศูนย์สารสนเทศกรุงเทพมหานคร

1.2.8 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2.9 ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2.วิธีการจัดกระทำข้อมูล

เนื่องด้วยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้เป็นข้อมูลที่หลากหลาย ผู้ศึกษาจึงได้นำข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวนำมาทำการเปรียบเทียบในเชิงของช่วงเวลารวบรวมและแบ่งประเภทข้อมูล จากนั้นจึงจัดทำข้อมูลในรูปแบบที่จะใช้วิเคราะห์ในเชิงของเวลา เพื่อดูความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างข้อมูล โดยยึดหลักวัตถุประสงค์และประเด็นที่น่าสนใจ

3.วิธีการดำเนินการ

3.1ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษา ประเภทของที่พักรวม โดยการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบแผนที่

3.2ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทของที่พักรวม ย่านที่พักที่เป็นที่นิยมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 30 คน

3.3ดำเนินการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 30 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก 3 รายและนำเสนอในรูปแบบการเขียนบรรยาย

4.วิธีหรือเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์

4.1เทคนิค

- 4.1.1การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- 4.1.2การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (ค่าเฉลี่ย/ร้อยละ)
- 4.1.3เทคนิคทางแผนที่

4.2เครื่องมือ

- 4.2.1แบบสอบถาม (Questionnaires)
- 4.2.2แบบนำสัมภาษณ์ (Interview Guideline)
- 4.2.3Google earth
- 4.2.4แผนที่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครและเพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาที่พบมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

1.1 ประเภทของที่พักแรม

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลายๆด้าน โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงวัยกลางคนหรือกลุ่มที่มากขึ้นเป็นครอบครัวกลุ่มนี้สนใจท่องเที่ยวดูชมในสิ่งที่ไม่เคยเห็นที่มีเฉพาะที่ประเทศไทยเท่านั้น เช่น วัดวาอาราม โบราณสถาน การแสดงสันตนาการต่างๆ หรือการช้อปปิ้ง เป็นต้น ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้เลือกที่พักที่ค่อนข้างสะดวกต่อการเดินทางหรือใกล้กับจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและจะเลือกที่พักที่มีการบริการที่ดี และอีกกลุ่มหนึ่งคือ นักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่เกิดและเติบโตมากับความเจริญและมีวิถีชีวิตในสังคมสมัยใหม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักชอบผจญภัย ท่องเที่ยวธรรมชาติ นิยมกิจกรรมกลางแจ้ง ชอบเที่ยวแบบสไตล์แบ็คแพ็คเกอร์ไม่ชอบขึ้นกับกรู๊ปทัวร์ การเลือกที่พักจึงเลือกที่พักที่มีราคาถูกลงปานกลางไม่แพงมากใกล้แหล่งท่องเที่ยว ประเภทของที่พักแรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน อันดับแรกคือ โรงแรมไฮสเปคัล เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์และเกสต์เฮาส์ตามลำดับ โดยในแต่ละประเภทของที่พักนั้นก็จะมีรูปแบบของห้องพักและการบริการในรูปแบบที่ต่างกันโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. โรงแรมคือ สถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องของที่พักอาศัยอาหารและบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทางหรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันเรียงรายกันในอาคารหนึ่งหลังหรือหลายหลังซึ่งมีบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก โดยโรงแรมมีการแยกมาตรฐานที่พักประเภทโรงแรมเป็น 5 ระดับและใน

5 ระดับนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมโรงแรมระดับ 3ดาวเป็นอันดับแรก และรองลงมาเป็นระดับ 4 ดาวและ 5 ดาว ตามลำดับ โดยมีรูปแบบของห้องพักและการบริการแตกต่างกันดังนี้

1.1 โรงแรมระดับ 3ดาว มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกปานกลางเช่นห้องพักขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตรมีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไปพร้อมรีโมทคอนโทรลตู้เสื้อผ้าไฟหัวเตียงเครื่องเขียนในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำมีระบบน้ำร้อนน้ำเย็นสบู่มวก อ่างน้ำแก้วผ้าเช็ดหน้าผ้าเช็ดเท้าถุงใส่ผ้าอนามัยบริการอื่นๆที่มีเช่นรูมเซอร์วิสcoffee shop ห้องประชุมและอุปกรณ์ที่จำเป็นbusiness center ห้องน้ำสาธารณะห้องน้่านักคิด เป็นต้น



รูปที่ 24 ห้องพักโรงแรมระดับ3ดาว

ที่มา : <https://www.kaidee.com> (2551)



รูปที่ 25 business center ในโรงแรมระดับ3ดาว

ที่มา : <http://ebkkhotels.blogspot.com> (2551)

1.2 โรงแรมระดับ4 ดาวมีการตกแต่งที่สวยงามพร้อมทั้งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเช่นห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า24 ตารางเมตรภายในมีเตียงขนาดไม่น้อยกว่า 3.5 ฟุตโทรทัศน์ขนาด20 นิ้วขึ้นไปที่มีรายการให้ชมมากกว่า8 ช่องรายการตู้เย็นมินิบาร์กาน้ำร้อนพร้อมกาแฟและชาชุดชงรองเท้าถุงเท้าเสื้อคลุมอาบน้ำรองเท้าและโทรศัพท์ที่สามารถโทรทางไกล หรือต่างประเทศได้โดยตรงห้องน้ำมีเครื่องใช้ครบถ้วนอุปกรณ์ในห้องน้ำที่เพิ่มเติมจากระดับ3 ดาว ได้แก่Foam bath แชมพูผ้าเช็ดมือsewing kit ไม้รป้อมปลั๊กไฟสำหรับโกนหนวดมีห้องชุดให้บริการ2 แบบนอกจากนี้มีห้องอาหารห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิดห้องอบไอน้ำห้องนวดสระว่ายน้ำ business center ห้องประชุมใหญ่และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง และมีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย



รูปที่ 26 ห้องพักโรงแรมระดับ4 ดาว

ที่มา <http://www.orbitz.com> (2556)



รูปที่ 27 สระว่ายน้ำในโรงแรมระดับ 4 ดาว

ที่มา : <http://www.asiawebdirect.com> (2556)

1.3 โรงแรมระดับ 5 ดาวมีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายในเพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ดี อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพดี ห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า 30 ตารางเมตรพร้อมเตียงสะอาดขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรที่สนั้ขนาด 20 นิ้ว ขึ้นไป และมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ และอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขาภัณฑ์ มีความสะอาดและสวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วนพร้อมเครื่องชั่งน้ำหนัก และโทรศัพท์ที่พ่วงอยู่ภายใน นอกจากนี้มีห้องชุดให้เลือกพัก 3 แบบ มีห้องอาหารไทยและนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบไอน้ำ อ่างจากุสซี่ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ และมีอุปกรณ์ครบพร้อมห้องประชุมเล็ก ไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัย และอุปกรณ์ที่ทันสมัย



รูปที่ 28 ห้องพักโรงแรมระดับ5ดาว

ที่มา : <http://www.booking.com> (2557)



รูปที่ 29 ห้องอาหารในโรงแรมระดับ5ดาว

ที่มา : <http://www.booking.com> (2557)



รูปที่ 30 ห้องประชุมขนาดใหญ่ในโรงแรมระดับ5ดาว

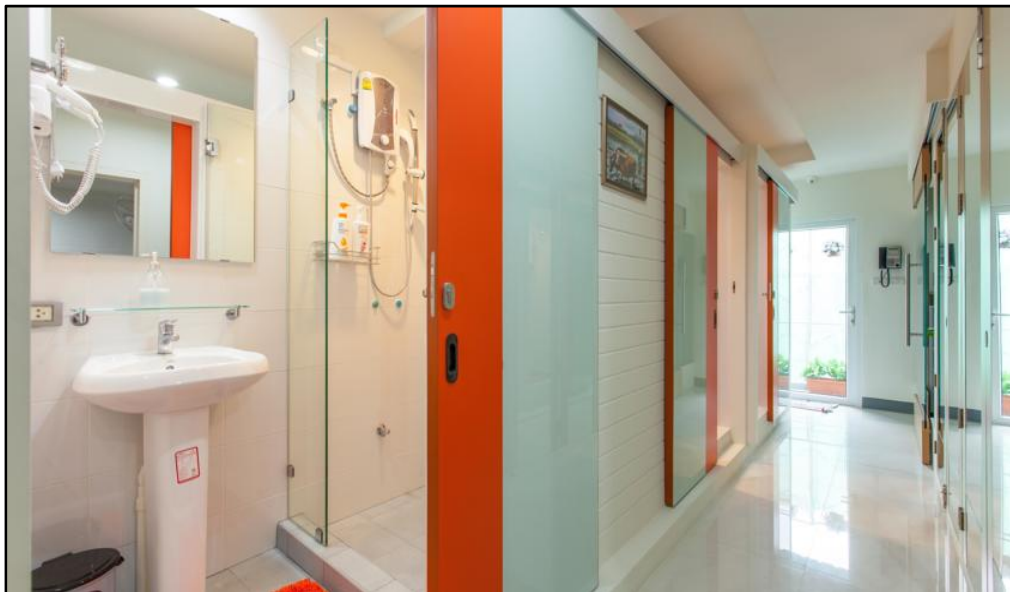
ที่มา : <http://www.booking.com> (2556)

2. โฮสเทล (Hostel) ที่พักราคาประหยัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานคือเตียงนอนห้องน้ำและที่เก็บของที่ปลอดภัยเท่านั้นราคาของโฮสเทลจะถูกกว่าโรงแรมมากและมีบริเวณที่ต้องแบ่งกันใช้ บางแห่งต้องแชร์ห้องพักรักกับนักเดินทางท่านอื่นข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดระหว่างโฮสเทลและโรงแรมก็คือความเป็นส่วนตัวและราคาที่ถูกลงกว่าโรงแรมมาก โฮสเทลมีบริเวณที่ต้องใช้ร่วมกัน เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัวและห้องนั่งเล่นเป็นต้น รวมถึงอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวก เช่น แชมพู โลชั่น ผ้าเช็ดตัว โรงแรมจะมีการเตรียมไว้ให้เสมอแต่โฮสเทลจะไม่มีและนักท่องเที่ยวต้องเตรียมมาเอง



รูปที่ 31 โฮสเทล

ที่มา: <http://www.booking.com> (2557)



รูปที่ 32 ห้องน้ำรวมในโฮสเทล

ที่มา : <http://www.booking.com> (2557)

3. เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ (Service apartment) หมายถึงอาคารที่อยู่อาศัยรวมซึ่งประกอบด้วยห้องย่อยตั้งแต่ 2 ห้องขึ้นไปมีวัตถุประสงค์การใช้อาคารที่พักอาศัยสำหรับหลายครอบครัวโดยใช้ทางเข้าออกอาคารทางขึ้นลงลิฟท์ทางเดินและส่วนร่วมอื่นๆร่วมกันแต่จะมีทางเข้าออกของแต่ละห้องย่อยเป็นส่วนตัวทั้งนี้ห้องย่อยในอาคารส่วนใหญ่คิดค่าเช่าในลักษณะรายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และ รายปี เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ต่างจากโรงแรมตรงที่ว่าลูกค้าสามารถเช่าได้ในระยะสั้นหรือระยะยาว ภายในห้องจะตกแต่งต่างจากโรงแรมซึ่งมีครัว มีเครื่องซักผ้า มีครบทุกอย่างให้บรรยากาศเหมือนอยู่บ้านมากกว่า นอกจากนี้ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ยังแตกต่างจาก อพาร์ทเมนต์ธรรมดา เพราะเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีบริการให้เช่น มีบริการทำความสะอาด มีอาหารเช้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆทั้งสระว่ายน้ำ ฟิตเนส สปา เทนนิส เป็นต้น ราคาของ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์มีตั้งแต่ 900 - 10,000 บาทต่อคืน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดห้อง ตำแหน่งของห้องและความหรูหราภายในห้อง



รูปที่ 33 เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์

ที่มา : <http://thailandmedee.com> (2555)

4. เกสต์เฮาส์ (Guest House) หมายถึงที่พักแรมลักษณะเป็นบ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยวโดยเก็บค่าเช่ามีลักษณะคล้ายโรงแรมแต่วิธีการและระเบียบต่าง ๆ ไม่เข้มงวดมากเหมือนโรงแรมเกสต์เฮาส์จะมีให้เลือกห้องพัก คือถ้าเป็นห้องพักที่มีราคาสูง

อัตราสูงจะเป็นห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นห้องน้ำโทรศัพท์อยู่ในห้องพักเป็นต้นแต่ถ้าค่าบริการอยู่ในอัตราที่ถูกผู้เข้าพักจะต้องใช้ห้องน้ำและโทรศัพท์ที่รวม ที่พักคล้ายกับโรงแรมแต่ต่างกันที่การบริการ ความหรูหราของสถานที่ห้องนอนจะมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกตามพื้นฐานซึ่งเกสต์เฮาส์จะให้บรรยากาศเหมือนพักอยู่ที่บ้านมากกว่ามีราคาอยู่ที่ 200-1,000 บาทตามประเภทของห้องพัก



รูปที่ 34 เกสต์เฮาส์

ที่มา : <http://www.portaldetailandia.com> (2555)

1.2 ย่านที่พักที่เป็นที่นิยมในกรุงเทพมหานคร

การมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีปัจจัยในการเข้ามาท่องเที่ยวอยู่มากมายไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การเข้ามาเยี่ยมญาติหรือการเข้ามาติดต่อธุรกิจ เป็นต้น การเลือกที่พักจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวด้วยเช่นกันและเป็นสิ่งสำคัญของการท่องเที่ยว เพราะการเลือกที่พักที่ดีนั้นจะช่วยอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวได้ เช่น การเลือกที่พักที่อยู่ใจกลางเมือง การเลือกที่พักที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือใกล้กับแหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น ปัจจัยในการเลือกที่พัก คือ ความสะดวกในการเดินทาง ใกล้แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือแหล่งช้อปปิ้ง ที่พักบางประเภทที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมาพักนั้น ไม่ได้ปรากฏในบางพื้นที่เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่จำกัดในเชิงของขนาดและความคุ้มค่าเกี่ยวกับผังเมือง

ถนนข้าวสาร เป็นหนึ่งในย่านที่มีที่พักให้เลือกมากมายและส่วนใหญ่มีราคาของห้องพักที่ไม่สูงนัก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่จำกัดในเชิงของขนาดและความคุ้มค่าเกี่ยวกับผังเมืองย่านนี้จึงปรากฏกลุ่มที่พักที่มีราคาถูกทั้งโฮสเทล เกสต์เฮาส์ อพาร์ทเมนต์รายวันซึ่งมีราคาหลายระดับตามแต่สภาพและประเภทของที่พักและ รวมทั้งอยู่ในแหล่งของสถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกท่องเที่ยวทั้งในช่วงกลางวันและกลางคืน นักท่องเที่ยวชาวจีนจึงนิยมมาพักกันภายในย่านถนนข้าวสารนี้ ประกอบกับมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเลือกอย่างมากมาย ทั้งกิจกรรมการช้อปปิ้ง ถนนข้าวสารเป็นย่านการค้าทั้งกลางวันและกลางคืนมีตั้งแต่ร้านผ้าไหมชั้นดีไปจนถึงเสื้อยืดคอกลม เสื้อผ้ายออดนิยมนที่เห็นวางขายกันมากที่สุดก็เป็นเสื้อผ้าเนือบางประเภทกางเกงเลผ้าบาติกเสื้อผ้าฝ้ายมีกางเกงนักมวยและผ้าถุงแบบสำเร็จรูปให้เลือกสารพัดสีร้านขายของพื้นเมืองในราคาถูกและขายของที่ระลึก ร้านเช่า-ขายหนังสือมือสอง กิจกรรมท่องเที่ยวพักผ่อน บริการนวดแผนไทย สปา รวมไปถึงการให้บริการโทรศัพท์ทางไกลไปจนถึงการให้บริการรับแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างประเทศและยังมีร้านอาหารให้เลือกมากมายทั้งอาหารฝรั่งอาหารอินเดียอาหารญี่ปุ่นและอาหารไทย หรือต้องการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาที่ไม่ไกลจากถนนข้าวสารมากนัก นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถไปเยี่ยมชมวัดได้ เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวราราม เป็นต้น ในช่วงกลางคืนถนนข้าวสารก็มีกิจกรรมแบบ Night life มีแหล่งท่องเที่ยวให้เลือกอย่างมากมายด้วยเช่นกัน



รูปที่ 35 ถนนข้าวสาร

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 36 ร้านขายของที่ระลึก

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 37 ร้านอาหารอินเดีย

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 38 ร้านนวดแผนไทย สปา

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 39 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 40 ศาลหลักเมือง

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

ถนนราชประสงค์ เป็นสี่แยกใจกลางกรุงเทพมหานครเป็นจุดตัดของถนนเพลินจิตและถนนราชดำริเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นย่านศูนย์กลางการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของกรุงเทพ อยู่ใกล้ศูนย์การค้า เช่น สยามพารากอน เซ็นทรัลเวิลด์ เกษรพลาซ่า ห้างเดอะแพลตินั่ม เป็นต้น รวมไปถึงใกล้กับสถานที่ประดิษฐานศาลเทพเจ้า เช่น ศาลท้าวมหาพรหม ศาลพระตรีมูรติ ศาลพระพิฆเนศวร เป็นต้น การเดินทางสะดวกด้วยจุดเชื่อมต่อโยงรถไฟฟ้า สามารถเดินไปตามศูนย์การค้าต่างๆได้ด้วย sky walk ใกล้รถไฟฟ้าใต้ดิน มีป้ายรถประจำทางมากมาย รวมทั้งมีโรงแรมตั้งอยู่ที่ถนนราชประสงค์ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกอย่างหลากหลายตั้งแต่ระดับ 3-5 ดาว เช่น โรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ โรงแรมเรเนซองส์ โรงแรมอโนมา เป็นต้น ถนนราชประสงค์นี้เป็นศูนย์กลางของย่านการค้าดังนั้นพื้นที่นี้จึงเน้นไปยังกิจกรรมการช้อปปิ้ง ไม่ว่าจะเป็นสินค้าแบรนด์เนมที่เกษร พลาซ่า สยามพารากอน เสื้อผ้าขายส่งที่ห้างเดอะแพลตินั่ม สินค้าของที่ระลึกห้างมาบุญครอง และอีกกิจกรรมหนึ่งที่เป็นที่นิยม ณ ย่านนี้ คือการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ด้วยความสะดวกสบายของการเดินทางและใกล้แหล่งท่องเที่ยวทำให้ถนนราชประสงค์เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาใช้บริการที่พักด้วยเช่นกัน



รูปที่ 41 โรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 42 ห้างมาบุญครอง

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 43 ห้างสยามพารากอน

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 44 เกษรพลาซ่า

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 45 ศาลท้าวมหาพรหม บริเวณแยกราชประสงค์

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

จากการทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการตอบแบบสัมภาษณ์ในช่วงเดือนเมษายน 2559 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแต่ละคนทั้งด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ การเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวเยี่ยมชมญาติติดต่อธุรกิจหรือเพื่อการศึกษา เดินทางมาคนเดียว มาเป็นครอบครัว มากับกลุ่มเพื่อนหรือมาเป็นคณะทัวร์ จะใช้เวลาในการพักประมาณ 5-7 วัน ขึ้นอยู่กับเหตุผลของการเข้ามาในกรุงเทพมหานคร การเลือกที่พักที่ดีในการมาท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญซึ่งในปัจจุบันนี้มีรูปแบบของที่พักให้เลือกอย่างหลากหลายและการจองที่พักสามารถจองได้อย่างง่ายดายผ่านช่องทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งธุรกิจที่พักมักจะมีการโฆษณาหรือลงข้อมูลของที่พักของตนเอง มีส่วนลด จัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า ยิ่งในปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลของที่พักในช่องทางต่างๆ นั้นง่ายดายทำให้การเลือกที่พักจึงสามารถหาได้ตามที่ต้องการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1) ความมีชื่อเสียงของที่พักนั้นๆ กล่าวคือ ในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกที่พักที่มีชื่อเสียงที่ดี การบริการที่ดีเอาใจใส่นักท่องเที่ยวมีการอำนวยความสะดวก เช่น free wifi ในที่พัก เป็นต้น ซึ่งสามารถหามาตรฐานของที่พักที่เราต้องการจะไปพักได้ สามารถหาความคิดเห็นที่มีต่อที่พักที่เราต้องการพักได้จากช่องทางออนไลน์ที่มีอยู่มากมายโดยนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เลือกที่พักจากช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ tripadvisor ctrip dianping.com ซึ่งเว็บไซต์เหล่านี้มีข้อมูลของที่พักครบถ้วน รวมถึงรวมความคิดเห็นจากผู้ที่เคยเข้าใช้บริการที่พักรักอีกด้วย

2) อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เดินทางสะดวก กล่าวคือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนพักอยู่นั้นอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหรือแหล่งช้อปปิ้ง เช่น ที่พักที่อยู่ในถนนข้าวสารซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีกิจกรรมให้เลือกมากมายทั้งการช้อปปิ้ง สินค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร หรือการนวดแผนไทย กิจกรรม Night life และยังสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก ทั้งรถประจำทางและท่าเรือด่วนสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ใกล้เคียงได้ อย่างสนามหลวง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ป้อมพระสุเมรุ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องไม่ไกลจากที่พักมากนัก

3) ราคาห้องพักกล่าวคือ ความคุ้มค่าของราคากับที่พักเหมาะสมต่อการบริการที่พักระยะประเภทมีราคาและการบริการของที่พักที่ต่างกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกที่พักที่มีราคาอยู่ที่ประมาณ 300-1,500บาท การบริการก็จะขึ้นอยู่กับราคาด้วยเช่นกัน หากเลือกที่พักประเภทโฮสเทลหรือเกสต์เฮาส์ราคาจะถูกและบริการก็จะมีแค่พื้นฐานทั่วไป แต่ถ้าเลือกพักประเภทโรงแรมก็จะมีราคาที่สูงขึ้นและจะได้รับการบริการในด้านอื่นๆเพิ่มขึ้น เช่น บริการอาหารภายในห้องพัก บริการซักรีดเสื้อผ้า บริการรับส่งระหว่างที่พักและสถานที่ต่างๆ เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครนี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่พักโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่พักทั้งหมด 3 แห่ง ได้แก่ Loftel22 Hostel, Green house Guest house และ Beyond Hotel โดยแต่ละที่พักมีประเภทของห้องพักและการบริการที่ต่างกัน ดังนี้

1. Loftel22 Hostel ตั้งอยู่ที่ถนนเจริญกรุง ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวถนนเขาวราช เป็นที่พักประเภทโฮสเทล มีห้องพัก 20ห้อง ห้องพักให้บริการรูปแบบเดียว คือ ห้องพักรวม สามารถเลือกได้ ต้องการพักแบบห้องรวมผู้หญิงหรือห้องรวมทุกคนแต่ต้องใช้ห้องน้ำและพื้นที่ส่วนกลางร่วมกันกับนักท่องเที่ยวคนอื่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เครื่องปรับอากาศ ปลั๊กไฟส่วนตัว ล็อคเกอร์ หมอน ผ้าห่ม ผ้าเช็ดตัว เป็นต้น



รูปที่ 46 Loftel22 Hostel

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 47 ห้องพักของ Loftel22 Hostel

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

2. Green house Guest house ตั้งอยู่ที่ถนนรามบุตรีอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวถนนข้าวสาร เป็นที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ มีห้องพัก 75 ห้อง สามารถเลือกห้องพักได้หลายรูปแบบ ทั้งแบบนอนรวมกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ห้องเตียงเดี่ยวหรือเตียงคู่ ห้องพักที่มีพัดลมอย่างเดี่ยวหรือห้องพักที่มีเครื่องปรับอากาศในห้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงเครื่องปรับอากาศหรือพัดลมและปลั๊กไฟเท่านั้น



รูปที่ 48 Green house Guest house

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 49 ห้องพักของ Green house Guest house

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

3. Beyond Hotel ตั้งอยู่บนถนนเจริญสุขนิทวงศ์85 อยู่กึ่งกลางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวถนนข้าวสารกับสวนจตุจักร เป็นที่พักประเภทโรงแรมมีห้องพักให้บริการ 133 ห้อง ห้องพัก 1ห้องสามารถพักได้ 2 คนหากต้องการเตียงเสริมต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ ตู้เสื้อผ้า โต๊ะเครื่องแป้ง ไมโครเวฟกาน้ำร้อน เครื่องทำน้ำอุ่น รวมทั้งสิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัวพื้นฐาน ผ้าเช็ดตัว ยาสระผม สบู่ เป็นต้น ทุกห้องพักมีห้องน้ำในตัวและมีระเบียงกว้าง รวมบุฟเฟ่ต์อาหาร 1 มื้อในราคาห้องพัก



รูปที่ 50 Beyond Hotel

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)



รูปที่ 51 ห้องพักของ Beyond Hotel

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

การดำเนินการประกอบธุรกิจที่พิกสำหรับนักท่องเที่ยวจีน ผู้ประกอบการได้เริ่มการตัดสินใจที่จะประกอบธุรกิจที่พิกเนื่องจาก ผู้ประกอบการได้มองเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวและเห็นถึงผลประโยชน์ในการที่จะประกอบธุรกิจที่พิก โดยมีการเลือกที่ตั้งของที่พิกที่สามารถเดินทางได้สะดวกและอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวซึ่งผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ทางการตลาดการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวจีนผ่านการโปรโมตหลัก ๆ คือ ทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาในเวปไซต์ต่างๆ ทำเวบเพจ ติดต่อ agent ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศและผู้ประกอบการยังมีการเตรียมการและดูแลนักท่องเที่ยวจีน โดยมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ไว้คอยบริการ การทำป้ายบอกเป็นภาษาจีนและเตรียมอาหารแบบที่นักท่องเที่ยวจีนชอบ พร้อมทั้งการประกอบธุรกิจที่พิกสำหรับนักท่องเที่ยวจีนนี้ผู้ประกอบการมีทัศนคติต่อคนจีนว่า นักท่องเที่ยวจีนเป็นชาติที่น่ารักแต่ปัญหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการสื่อสารที่ไม่เข้าใจกัน วิธีในการแก้ไข คือ มีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้เพื่อช่วยเหลือและดูแลนักท่องเที่ยวจีน ในส่วนของภาครัฐนั้นผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ จัด Road map ตามประเทศต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศอื่น ๆ มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย รู้แหล่งท่องเที่ยวและแนะนำวัฒนธรรมของประเทศไทย จัดทำป้ายต่าง ๆ เป็นภาษาจีนในทุก ๆ จุด ทำเป็นรูปภาพให้ชัดเจนเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวจีนสามารถเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 การตัดสินใจเลือกที่จะประกอบธุรกิจที่พิก

Loftel22 Hostel	Green house Guest house	Beyond Hotel
-ตัวผู้ประกอบการมองเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งประเทศไทยกำลังจะเปิดAECทำให้หลายๆประเทศสามารถที่จะเข้ามาท่องเที่ยวได้มากขึ้นและง่ายขึ้น และเห็นถึงผลประโยชน์ในการที่จะประกอบธุรกิจที่พิก ประกอบกับมีที่ดิน ณ ตรงนี้ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว คือ ถนนเยาวราช	-เป็นความคิดของครอบครัวที่ต้องการขยายพื้นที่ให้ใหญ่ขึ้น ก่อนหน้านี้ได้ทำเกสต์เฮาส์อยู่แล้วแต่เป็นแค่เล็กๆและมีร้านอาหารควบคู่ไปด้วย ต่อมาจึงได้ขยายพื้นที่เพิ่มขึ้นเพราะลูกค้าเพิ่มขึ้น มีเงินเพิ่มขึ้น -หุ้นส่วนคนไทยมีประสบการณ์ในการทำงาน โรงแรมมา25ปีเลยอยากเข้ามา	-อาชีพในตอนแรกคือนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และผู้จัดการกองทุนในตอนแรกต้องการทำพื้นที่แห่งนี้เป็นคอนโด และเดิมที่ได้ทำพาร์ทเมนต์ให้เช่าอยู่แล้วจึงอยากจะลองทำเป็นโรงแรมจึงได้เปลี่ยนมาทำเป็นโรงแรมแทน

<p>-ในละแวกของถนนเจริญกรุงนี้จะมีโรงแรมใหญ่ที่สร้างขึ้นติดกับแม่น้ำเจ้าพระยาหรือมีมาตรฐานที่สูงเพื่อขายบรรยากาศและราคาแพงจึงเลือกที่จะทำโฮสเทลมากกว่าโฮเทล</p>	<p>ขยายเกสต์เฮาส์ให้ใหญ่ขึ้นและนำประสบการณ์มาพัฒนาเกสต์เฮาส์</p>	
--	--	--

ตารางที่ 2 การเลือกที่ตั้งของธุรกิจที่พัก

Loftel22 Hostel	Green house Guest house	Beyond Hotel
<p>-ผู้ประกอบการมองเห็นถึงการเดินทางสะดวกคือ มีพื้นที่ที่ติดกับริมถนน ใกล้กับท่าเรือ ใกล้กับรถไฟฟ้าใต้ดินหัวลำโพง และรถไฟฟ้าสถานีหัวลำโพง</p> <p>-ผู้ประกอบการ ต้องการพื้นที่ที่อยู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวซึ่งที่แห่งนี้อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวถนนเยาวราช</p> <p>-การที่ตัวผู้ประกอบการมีที่พักอาศัยอยู่ในถนนแห่งนี้ เหมือนกันจึงรู้ถึงจุดเด่นและจุดด้อยของสถานที่แห่งนี้</p> <p>-ในพื้นที่ถนนเยาวราชนี้จะมีพื้นที่ส่วนหนึ่งที่ติดกับริมแม่น้ำเจ้าพระยาทำให้มีโรงแรมขนาดใหญ่ที่ต้องการขายบรรยากาศและมีราคาที่สูงก่อนข้างสูงเพราะนักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการที่พักที่มีราคา</p>	<p>-ผู้ประกอบการมองเห็นถึงการเดินทางสะดวกเพราะว่าพื้นที่ตรงส่วนนี้เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชอบมาเที่ยวและเป็นสถานที่แรกๆที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงถ้ามากรุงเทพมหานคร</p> <p>-ผู้ประกอบการ ต้องการพื้นที่ที่อยู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวแต่ไม่ต้องการที่เข้าไปในส่วนของเมืองมากเกินไป จึงเลือกเป็นที่ถนนรามบุตรีไม่ใช่ถนนข้าวสารเพราะถนนข้าวสารเสียงดังและวุ่นวายมากเกินไป</p> <p>-และในส่วนของถนนข้าวสารนั้นมีที่พักเยอะและจะเน้นเป็นบาร์ในตัวซะส่วนมากจึงขยายมาที่ตรงนี้เพราะก็ยังอยู่ใกล้ถนนข้าวสารอยู่และทำห้องอาหารไปในตัวและคาดว่า</p>	<p>-ผู้ประกอบการมองเห็นถึงการเดินทางสะดวก เลือกที่แห่งนี้เพราะพื้นที่นี้ในอนาคตจะมีรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงินผ่านและสถานีก็อยู่ใกล้กับ โรงแรม</p> <p>-ผู้ประกอบการ ต้องการพื้นที่ที่อยู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวซึ่งพื้นที่แห่งนี้อยู่จุดกึ่งกลางของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งสนามหลวง ถนนข้าวสารหรือสวนจตุจักร</p> <p>-เพราะมองเห็นว่าพื้นที่ที่สร้างโรงแรมนั้นใกล้กับโรงพยาบาลยันฮี ทำให้เป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญกลุ่มหนึ่งและมีห้องประชุมทำให้มีบริษัทต่างๆ สำนักงานต่างๆเข้ามาจัดประชุมสัมมนา</p>

ไม่สูงมากจึงเลือกที่แห่งนี้	ในอนาคตนักท่องเที่ยวจะขยายมาท่องเที่ยวที่ถนนรามบุตรีเช่นกันเพราะใกล้ตลาดบางลำพู	
-----------------------------	---	--

ตารางที่ 3 กลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าโดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวจีน

Loftel22 Hostel	Green house Guest house	Beyond Hotel
<p>-มีการโปรโมตหลัก ๆ คือ ทางอินเทอร์เน็ต โฆษณาในเว็บบไซต์ต่างๆ ทำเว็บเพจติดต่อ agent ในประเทศนั้นๆ และลง โปรโมตในอินเทอร์เน็ตกับเอเจนต์นั้นๆ ลงโฆษณาในเว็บบไซต์ของประเทศจีน (Blog) ของคนจีน</p> <p>-โปรโมตการท่องเที่ยวไปพร้อมๆกับที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น ใกล้ตรุษจีนก็โปรโมตที่พักพร้อมๆกับกิจกรรมในเทศกาลตรุษจีน</p> <p>-เข้าร่วมโครงการ “ย่านจีนแห่งตลาดน้อย” เพื่อโปรโมตและพัฒนาย่านแห่งนี้ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวจีน</p>	<p>-มีการโปรโมตหลัก ๆ คือ ทางอินเทอร์เน็ต ลงโฆษณาลงข้อมูลในเว็บบไซต์ agoda,tripadvisor,booking.com และเว็บบไซต์เว็บเพจของเกสต์เฮาส์โดยเฉพาะซึ่งลิงค์ไว้กับกูเกิ้ลสามารถค้นหาได้โดยตรง มีการโปรโมตในเว็บบไซต์ของคนจีนติดต่อกับบริษัทท่องเที่ยวของคนจีน</p> <p>-การบริการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวจะมีการรีวิวหรือบอกต่อกันส่วนใหญ่</p> <p>นักท่องเที่ยวก็มักจะกลับมาพักอีกหรือมาจากการบอกต่อหรือการแนะนำมา</p> <p>-ลงโฆษณาในโบรชัวร์ตามสนามบิน</p>	<p>-มีการโปรโมตหลัก ๆ คือ ทางอินเทอร์เน็ต มีการติดต่อ Agent ในประเทศไทยลงโปรโมตในเว็บบไซต์จองที่พักต่าง ๆ มีการทำเว็บบไซต์ของตัวเองและแอปเดทรูปที่พกอยู่เสมอ</p> <p>-มีราคาที่ถูกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาติอื่น</p> <p>-เรื่องทางด้านสถานที่ มีห้องพักตามความต้องการของชาวจีนและเตรียมอาหารที่มีรสชาติที่ถูกปากและมีในปริมาณมาก</p> <p>-มีความยืดหยุ่นให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ จองที่พักแต่ไม่มาทางโรงแรมไม่คิดค่าใช้จ่าย ไม่มีการว่าแต่อย่างใด หรือไม่ได้จองแต่จะมานั้นเลยก็จะเตรียมที่พักให้ได้ตามที่ต้องการ</p>

ตารางที่ 4 การเตรียมการและการดูแลนักท่องเที่ยวชาวจีน

Loftel22 Hostel	Green house Guest house	Beyond Hotel
<p>-มีพนักงานที่พูดภาษาจีนไว้คอยให้บริการและใส่ใจเป็นพิเศษ เช่น หากต้องกาน้ำร้อนก็จะมีให้บริการหรือต้องการให้อธิบายเส้นทางก็จะมีคนที่พูดภาษาจีนคอยช่วยเหลือ</p> <p>-ไม่ได้ดูแลเป็นพิเศษเพราะมีกฎที่เป็นพื้นฐานอยู่แล้วของการใช้พื้นที่สาธารณะร่วมกัน</p>	<p>-มีพนักงานที่พูดภาษาจีนไว้คอยให้บริการให้ความสนใจนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นพิเศษ</p> <p>-ทำป้ายบอกเป็นภาษาจีน</p> <p>-เตรียมอาหารเฉพาะแบบที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชอบ</p> <p>โฮสเทลมีร้านอาหารอยู่ในตัว ดังนั้นจึงทำเมนูภาษาจีนและมีอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชอบเพื่อเป็นการดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวภายในโฮสเทลเอง และนักท่องเที่ยวจากภายนอก</p> <p>-ทำราคาที่พักที่ถูกกว่านักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ</p>	<p>-มีพนักงานที่พูดภาษาจีนไว้คอยให้บริการ</p> <p>-ทำป้ายบอกเป็นภาษาจีน</p> <p>-เตรียมอาหารเฉพาะแบบที่นักท่องเที่ยวชาวจีนชอบดูแลอาหารการกินให้มีครบและมีปริมาณที่มากเพียงพอต่อความต้องการ แยกช่วงเวลาในการรับประทานอาหารระหว่างชาวจีนและลูกค้ากลุ่มอื่น</p> <p>-มีสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างที่ลูกค้าชาวจีนต้องการจะใช้ เช่น ไมโครเวฟ กาน้ำร้อน เป็นต้น มีบริการ WIFI ฟรี มีห้องพักที่มีระเบียงใหญ่</p> <p>-จัด โซนห้องพักไว้โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน</p>

ตารางที่ 5 ปัญหาและแนวทางการจัดการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

Loftel22 Hostel	Green house Guest house	Beyond Hotel
<p>-ทัศนคติต่อคนจีน คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นชาติที่น่ารักแต่อาจจะคิดในการสื่อสารกันเล็กน้อยเพราะที่โฮสเทลมีคนพูดภาษาจีนได้เพียงคนเดียวหากวันไหนพนักงานลาหยุดก็จะเกิดปัญหา</p>	<p>-ทัศนคติต่อคนจีน คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นชาติที่น่ารักอาจจะชอบใช้เสียงดังในบางที่แต่ถ้าสื่อสารกันเข้าใจก็จะมีปัญหาอะไรซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ สื่อสารกันไม่เข้าใจเพราะคนจีนมักจะพูด</p>	<p>ทัศนคติต่อคนจีน คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นชาติที่น่ารัก ส่วนใหญ่คนจีนก็จะมีนิสัยที่คล้ายๆกันอยู่แล้วมีการศึกษาที่ดี อาจจะมีปัญหาบ้างในคนจีนที่เป็นช่วงอายุค่อนข้างสูงแล้วแต่ไม่ได้คิดใน</p>

<p>หากต้องบริการนักท่องเที่ยวชาวจีนวิธีแก้ปัญหา คือ พยายามสอนภาษาจีนให้พนักงานคนอื่น สอนในชั้นพื้นฐานและใช้ภาษามือแทน หากพบนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พูดภาษาอังกฤษไม่ค่อยได้ หรือต่อสายโทรศัพท์ให้แก่พนักงานที่พูดจีนได้</p>	<p>ภาษาอังกฤษไม่ค่อยได้ วิธีแก้คือ มีพนักงานที่พูดภาษาจีนได้ หรือสอนให้พนักงานภายในร้านเข้าใจถึงลักษณะหรือความต้องการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการเพื่อลดปัญหาความแตกต่างทางด้านภาษา</p> <p>-ปัญหาทั่วไปไม่มีเพราะบริหารทุกอย่างบนกฎทำให้ไม่เกิดปัญหา</p> <p>-ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนมักจะทำให้ห้องเลอะเทอะ สกปรกวิธีแก้ปัญหา คือ ดึงป้ายอธิบายให้เข้าใจ</p> <p>-ปัญหาทั่วไปในการทำธุรกิจนี้คือ การไม่เข้าใจกันระหว่างลูกค้าและพนักงานเพราะความแตกต่างทางด้านภาษา วิธีแก้คืออธิบายและแก้ไขตามสิ่งที่ลูกค้าต้องการ</p>	<p>แง่ลบและยินดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนการสื่อสารกับคนจีนด้วยความแตกต่างทางด้านภาษา จึงหาบุคคลที่สื่อสารเป็นภาษาจีนได้ ทำพื้นที่ในการต้อนรับที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน</p> <p>-ทำเป็นที่มีย่ออธิบายเป็นภาษาจีนและมีรูปภาพบ่งบอกไว้ชัดเจน</p>
--	--	---

ตารางที่ 6 ความต้องการในการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในแง่ของการดำเนินการ

Loftel22 Hostel	Green house Guest house	Beyond Hotel
<p>-ส่งเสริมการท่องเที่ยว -ให้ทำป้ายต่างๆเป็นภาษาจีนในทุกๆจุด ทำเป็นรูปภาพให้ชัดเจน</p>	<p>-ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ จัดRoad map ตามประเทศต่างๆ เพื่อให้ประเทศอื่น ๆ มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย รู้แหล่งท่องเที่ยว และแนะนำวัฒนธรรมของ</p>	<p>-ส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศจีนโดยการให้เงื่อนไขพิเศษ เช่น หากมาประเทศไทยอาจจะอำนวยความสะดวกทางด้านภาษี</p>

	ประเทศไทย -ทำให้สภาพแวดล้อมสะอาดกว่านี้ -เรื่องความปลอดภัย พยายามอย่าให้เกิดเหตุการณ์ทางการเมือง	-กำหนดราคาระดับพิเศษสำหรับคนจีนโดยเฉพาะ
--	--	---

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

การพัฒนาในการจัดการการเสนอแนะแนวทางการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากเนื่องจากการเข้ามาท่องเที่ยวต้องเลือกที่พักในการพักอาศัย ดังนั้นการเลือกที่พักที่เหมาะสมเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของนักท่องเที่ยว โดยการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวชาวจีนทราบถึงข้อมูลของที่พักอย่างชัดเจนและครบถ้วน โดยผ่านการ โพรโมตทางอินเทอร์เน็ต การลงโฆษณา ลงข้อมูลในเว็บไซต์ agoda,tripadvisor,booking.comหรือ ctrip เป็นต้น ดูแลและบริการนักท่องเที่ยวชาวจีนให้ทั่วถึงหากนักท่องเที่ยวประสบกับปัญหาหรือความไม่พึงพอใจภายในที่พักก็จะต้องแสดงความรับผิดชอบและช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวเหล่านั้นโดยทันที รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาดเรียบร้อยของบริเวณที่พัก เตรียมพร้อมห้องพักให้แก่ักท่องเที่ยว มีบริการWI-FI มีการจัดเตรียมเอกสารต่างๆที่เป็นข้อมูลให้แก่ักท่องเที่ยว เช่น แผนที่ภายในกรุงเทพมหานคร หรือแผนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นต้น การทำป้ายอธิบายเป็นภาษาจีนและมีรูปภาพอธิบายไว้อย่างชัดเจนและสิ่งที่ขาดไม่ได้เลย คือ บุคลากรที่มีความพร้อมในการดูแลนักท่องเที่ยวชาวจีนในด้านการสื่อสาร ต้องมีความพร้อมในด้านภาษา เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพื่อที่จะสามารถสื่อสารและให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



รูปที่ 52 ตัวอย่างการรีวิวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเกี่ยวกับที่พักในประเทศไทย

ที่มา : <http://www.tripadvisor.cn> (2558)



รูปที่ 54 ป้ายบอกเป็นภาษาจีน

ที่มา : ผู้วิจัย (2559)

แนวทางในการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกที่พักในกรุงเทพมหานคร คือ การตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น ชาวจีนนั้นชื่นชอบที่พักที่มีห้องโถงในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใหญ่โต เพียงพอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว มีพื้นที่ให้ได้พักผ่อนตามอัธยาศัย มีบริการ WI-FI มีบุคลากรที่พร้อมในการให้บริการสามารถรับฟังปัญหาและพร้อมที่จะแก้ไข สื่อสารกันเข้าใจ รวมไปถึงในด้านห้องพักนักท่องเที่ยวชาวจีนชอบห้องพักที่มีบริเวณระเบียงกว้าง มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้บริการ เช่น เครื่องปรับอากาศ กาน้ำร้อน เป็นต้น พร้อมทั้งการบริการด้านอาหารที่มีรสชาติที่ถูกลปากและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในธุรกิจที่พักบางแห่งมีการบริการที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่แล้วในหลายๆด้านและเพื่อเป็นการพัฒนาให้การจัดการ การประกอบธุรกิจที่พักนี้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงควรที่จะให้ความสำคัญและตอบสนองตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนและนำแนวทางเหล่านี้มาพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พัก

แนวทางการปฏิบัติของทางภาครัฐเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถทำให้การจัดการ การประกอบธุรกิจที่พักดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเข้ามาสนับสนุน ส่งเสริมการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ จัด Road map ตามประเทศต่างๆ เพื่อให้ประเทศอื่นๆมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย รู้แหล่งท่องเที่ยวและแนะนำวัฒนธรรมของประเทศไทย รวมทั้งกำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น หากนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอาจจะมีการอำนวยความสะดวกทางด้านภาษีกำหนดราคาระดับพิเศษสำหรับคนจีน โดยเฉพาะ เป็นต้น อีกสิ่งที่มีความสำคัญที่ทางภาครัฐต้องให้ความสนใจ คือ การจัดทำมีป้ายต่างๆเป็นภาษาจีนในทุกๆจุดทำเป็นรูปภาพให้ชัดเจนเพื่อเป็นการอธิบายให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าใจมากขึ้นทำให้สื่อสารกันเข้าใจในอีกระดับหนึ่ง รักษาสภาพแวดล้อมให้สะอาด จัดตั้งถังขยะในหลาย ๆ จุด ดูแลและรักษาความปลอดภัยในทุก ๆ พื้นที่ หากทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมและช่วยกันพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักนี้แล้ว ก็จะทำให้ธุรกิจที่พักนี้เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนไปพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร โดยประเภทที่พักที่เป็นที่นิยม คือ โรงแรม โฮสเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และเกสต์เฮาส์ซึ่งย่านที่พักที่เป็นที่นิยมอยู่ที่ถนนข้าวสารและถนนราชประสงค์ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครมีปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้ ความมีชื่อเสียงของที่พัก ซึ่งสามารถหาความคิดเห็นที่มีต่อที่พักที่เราต้องการพักได้จากช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ agoda เป็นต้น ที่พักที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเดินทางสะดวก ใกล้แหล่งช้อปปิ้งหรือแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเดินทางสะดวกทั้งรถประจำทางและท่าเรือด่วน ปัจจัยสุดท้าย ราคาห้องพักที่มีความคุ้มค่าของราคากับที่พักเหมาะสมต่อการบริการ ซึ่งราคาของห้องพักและการบริการนั้นจะขึ้นอยู่กับประเภทของที่พักด้วยเช่นกัน สำหรับแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร โดยพัฒนาการบริการให้นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง ผู้ประกอบธุรกิจที่พักควรมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ มีป้ายบอกเป็นภาษาจีนและระบุไว้ชัดเจนมีที่พักที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น กาน้ำร้อน เป็นต้น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักให้ชัดเจนตามเว็บไซต์ต่างๆ เช่น ctrip เป็นต้น รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐในการดูแลความปลอดภัย ความสะอาดและส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีนมากยิ่งขึ้นเพื่อให้การจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. อภิปรายผลการศึกษา

การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนสิ่งที่สำคัญคือการเลือกที่พักอาศัย ที่พักที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีอยู่ 4 ประเภท ดังนี้ โรงแรม โฮสเทล เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์และเกสต์เฮาส์โดยที่พักประเภท โรงแรมและเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์นั้นส่วนใหญ่จะอยู่แถวถนนราชประสงค์ กล่าวคือ อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งช้อปปิ้ง หรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

สะดวกต่อการเดินทางทางรถไฟ BTS และ MRT ส่วนที่พักประเภทโฮสเทลและเกสต์เฮาส์ จะอยู่ในถนนข้าวสารเป็นส่วนมากเนื่องด้วยเป็นพื้นที่ที่จำกัดในเชิงของขนาดและความคุ้มค่าเกี่ยวกับผังเมือง ทำให้ถนนในส่วนนี้ไม่สามารถมีตึกที่สูงเกินเหมือนอย่างโรงแรม ทำให้ถนนส่วนนี้มีที่พักประเภทโฮสเทลและเกสต์เฮาส์ปรากฏอยู่เป็นจำนวนมาก อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมให้เลือกสรรอย่างมากมายทั้งกิจกรรมในตอนเช้าและตอนกลางคืน

ที่พักที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนนั้นมีลักษณะ ดังนี้ มีพื้นที่โถงโถงในการต้อนรับนักท่องเที่ยวจีน มีห้องที่กว้างมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น มีเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น กาน้ำร้อน เป็นต้น มีระเบียบใหญ่ มีการให้บริการ WI-FI ราคาห้องพักที่เหมาะสมแก่ประเภทของที่พักที่เลือกพักและเหมาะสมกับการบริการ การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนปัญหาที่พบเจอส่วนใหญ่ นั่น คือ การสื่อสารที่ไม่เข้าใจกันด้วยความแตกต่างทางด้านภาษา การไม่เข้าใจกฎระเบียบในประเทศไทย โดยปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ปัญหาได้โดยการหาบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้เพื่อให้คอยสื่อสาร แก้ปัญหาต่างๆหรือการทำป้ายบอกสถานที่ ป้ายกฎระเบียบข้อห้ามโดยมีภาษาจีนพร้อมรูปภาพอธิบายอย่างชัดเจน

การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีการศึกษาคืออยู่ในช่วงอายุ 20-31 ปี มีรายได้อยู่ที่ประมาณ 3,000-15,000 หยวนระยะเวลาในการเข้าพัก 3 - 7 วัน ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต ราคาของที่พักต่อคืนไม่เกิน 1,000 หยวน โดยการเลือกที่พักจะเลือกใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมและมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมิงทรีพี ชาวสอาดและคณะ (2553) ที่ศึกษาเรื่องรายงานการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ: ตลาดตะวันออก (แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ปี2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย) และงานของบุญส่ง นันทอง(2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ และ The University of Minnesota Tourism Center (2010) ศึกษาเรื่อง Qualitative Research Regarding Vacation Decision Making and Perception of the Minnesota Resort Experience และ [] (2014) ศึกษาเรื่อง 中国游客在泰国普吉 [] [] 酒店影响因素研究 ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวจีนในจังหวัดภูเก็ตจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีอายุระหว่าง 20-50ปี รายได้

ต่อเดือนประมาณ 3000-9000 หยวน นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกราคาห้องพักระหว่าง 200-500 หยวน เลือกที่จะมาที่บริษัททัวร์หรือมาท่องเที่ยวกันเป็นกลุ่ม โดยได้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตและจองที่พักผ่านช่องทางออนไลน์ เลือกที่พักที่มีทำเลใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่พัคนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้น อันดับแรก คือ ความมีชื่อเสียงและราคาของที่พัก มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น WI-FI เป็นต้น มีความปลอดภัย ใกล้แหล่งท่องเที่ยว รองลงมาจึงเป็นเรื่องขนาดของห้องพักและการบริการต่างๆ เช่น รถรับส่ง เป็นต้น ซึ่งต่างจากงานของธัญวรัตน์ อัจฉยานนท์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักรวมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักรวมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด คือ ความสะอาด ความปลอดภัยของโรงแรมและการบริการของพนักงาน รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทาง สภาพห้องพัก ความสวยงามภายในห้องพัก รถบริการรับส่ง/รถเช่า ราคาของที่พัก โปรโมชั่นลดราคาและชื่อเสียงของที่พัก

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 ผู้ประกอบการที่พัก ควรประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักไว้อย่างชัดเจน เช่น tripadvisor และctrip เป็นต้น

3.1.2 ผู้ประกอบการที่พักควรเตรียมสถานที่ให้พร้อมต่อความต้องการในการเข้ามาพักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครพร้อมทั้งดูแลและรักษาความปลอดภัย

3.1.3 ภาครัฐควรเข้ามาดูแลและรักษาความสะอาดสิ่งแวดล้อมให้สะอาดอยู่เสมอ

3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

3.2.1 การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร: นักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่ม Gen Y

3.2.2 การศึกษาพฤติกรรมการเลือกบริษัททัวร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

3.3 ข้อจำกัดทางการศึกษา/ทางการวิจัย

3.3.1 การเข้าถึงแหล่งข้อมูล ในประเทศจีนมีบางเว็บไซต์ที่ถูกจำกัดทางการค้นหา จึงทำให้ยากแก่การเข้าถึงข้อมูล

3.3.2 การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว มีข้อมูลที่ตัวผู้ตอบต้องการปิดเป็นความลับจึงทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน

3.3.3 ระยะเวลาและงบประมาณ

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2558). ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 12

กันยายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24347>

กรมการท่องเที่ยว. (2557). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 1)

ประเภทโรงแรมระดับ 1-4 ดาว. กรมการท่องเที่ยว: สำนักงานกิจการโรงแรมห้องการค้า
สงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.

กรมการท่องเที่ยว. (2557). มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว (เล่มที่ 1)

ประเภทโรงแรมระดับ 5 ดาว. กรมการท่องเที่ยว: สำนักงานกิจการโรงแรมห้องการค้า
สงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.

กรมการท่องเที่ยว. (2558). รายได้ธุรกิจที่พักแรมจากการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติใน

ประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2558 เข้าถึงได้จาก

<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24347>

กรมการท่องเที่ยว. (2558). สถิติการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร.

เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2558 เข้าถึงได้จาก

<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24351>

กรมการท่องเที่ยว. (2558). สถิติของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ

12 กันยายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24347>

กรมการท่องเที่ยว. (2558). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.

เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2558 เข้าถึงได้จาก

<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24347>

กรมการท่องเที่ยว. (2558). สัดส่วนพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. เข้าถึงเมื่อ 12

กันยายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/621>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). การเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ 3

พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/home>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). แหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ 3

พฤศจิกายน 2558 เข้าถึงได้จาก <http://thai.tourismthailand.org/home>

ธัญวรัตน์ อภัยานนท์. (2554). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการ

บริการที่พักแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.” ระเบียบปริญา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). ธุรกิจการบิน. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.

บุญส่ง นันทอง. (2553). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติ ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่.” ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่21. กรุงเทพฯ: ไฟว์แอนด์โฟร์

พรินดีง.

พรสิริ ทิวาวรรณวงศ์. (2546). เอกสารการสอนวิชาหลักการบริหาร คณะวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

มิ่งสรรพ ขาวสอาดและคณะ. (2553). รายงานการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ:

ตลาดตะวันออก (แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงปี2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย).เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศภูมิศาสตร์กรุงเทพมหานคร. (2558). พื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของ

กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อ 4 ตุลาคม 2558 เข้าถึงได้จาก<http://www.bangkokgis.com/>

เสรี วงศ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซ

เท็กซ์การพิมพ์.

Chen Li. (2014). “中国游客普吉岛酒店影响因素.”Kunming University of

Science and Technology.

Inn.(2015). Inn.Accessed November 16. Available from

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%AE%A2%E6%A3%A7>

Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. 11th ed. Upper Sanddle River, New Jersey:

Prentice Hall.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L.(1994). Customer behavior. 5th ed. Englewood Cliffs, New

Jersey: Prentice-Hall.

Solomon, Michale R. (2002). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. 5thed. New

Jersey: Prentice - Hall.

Stanton, William J. Futrell, Chales. (1987). Fundamentals of marketing. 8thed. New York:

McGraw – Hill, Inc.

The University of Minnesota Tourism Center . (2010). Qualitative Research Regarding Vacation Decision Making and Perception of the Minnesota Resort Experience. Minnesota: The University of Minnesota Tourism Center.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง : การศึกษาพฤติกรรมทางเลือกที่ผิดของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร
คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี ราชวิทยาลัย
การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY) สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
มีจำนวน 6 ข้อ คือ

1. ท่านตัดสินใจเลือกที่จะประกอบธุรกิจนี้เพราะเหตุใด
2. ท่านมีการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของกิจการอย่างไร
3. ท่านมีกลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าอย่างไร โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวจีน
4. สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนท่านมีวิธีในการดูแลลูกค้าที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปอย่างไรบ้าง อาทิเช่น การกำหนดระเบียบในการเข้าพัก เป็นต้น
5. ท่านมีทัศนคติต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการอย่างไร ในการดำเนินการธุรกิจนี้ประสบปัญหาอะไรและมีแนวทางในการแก้ไขจัดการอย่างไร
6. ท่านต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือในแง่ของการดำเนินการอย่างไร

นางสาว วาสิตา สิรินิติ

นักศึกษาปริญญาตรี อักษรศาสตร์ เอเชียศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ภาคผนวก ข.

เลขที่แบบสอบถาม 

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

นางสาววาสิตา สิรินิธิรหัสประจำตัวนักศึกษา 05550712

วัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาประเภทของที่พักแรมและย่านที่พักที่เป็นที่นิยม
 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานครและ
 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาในการจัดการบริการ การประกอบธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว
 ชาวจีนในกรุงเทพมหานคร

.....

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย✓ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1.เพศ () ชาย () หญิง

2.อายุ _____ ปี

3.ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

4.อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา () รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน

() ค้าขาย/ทำธุรกิจส่วนตัว () เกษตรกร () พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ

() อื่น ๆ

5.รายได้ _____ หยวน/เดือน

ตอนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับประสบการณ์พักผ่อน

กรุณาทำเครื่องหมาย✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

6.ระยะเวลาที่พักในประเทศไทย _____ วันหรือสัปดาห์

7.ผู้ร่วมเดินทาง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ()เดินทางคนเดียว ()เพื่อน ()ครอบครัว/ญาติ
 ()คนรัก ()สมาชิกกรุ๊ปทัวร์ ()อื่นๆ.....

8.การหาข้อมูลที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ()เว็บไซต์(โปรแกรม) ()หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์
 ()บริษัททัวร์ ()นิทรรศการจัดแสดงการท่องเที่ยวภายในประเทศ
 ()อื่นๆ.....

9.วิธีการจองห้องพัก/ที่พัก

- ()เว็บไซต์ ()โทรศัพท์ ()บริษัททัวร์
 ()เดินเข้ามาเอง ()อื่นๆ.....

10.ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ _____ หยวน

11.ค่าที่พัก (ต่อคืน/Trip) _____ หยวน

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านที่พัก

ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ในระดับใด
กรุณาทำเครื่องหมาย✓ ใน ช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ประเด็น	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ที่พักเหมาะสมกับราคา					
2. ขนาดของห้องพัก					
3. มีโปรโมชั่นหรือส่วนลดเกี่ยวกับที่พัก					
4. อาหารเช้า (Include)					
5. สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีบริการ wi-fi ฟรี โทรทัศน์ กาน้ำร้อน ตู้เย็น เป็นต้น					
6. ชื่อเสียงของที่พัก					
7. รีวิวจากคนอื่นๆ เช่น ในอินเทอร์เน็ตหรือจากคนในครอบครัว เพื่อน เป็นต้น					
8. เส้นทางสะดวกต่อระบบเดินทางสาธารณะ เช่น รถประจำทาง รถไฟฟ้า					
9. มีการบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง					
10. ความปลอดภัย					
11. สถานที่ตั้งของที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว					

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเรื่องที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

- 1.....
- 2.....
- 3.....

ขอขอบพระคุณสำหรับการอนุเคราะห์การตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค.

问卷编号 □ □ □



调查问卷

中国游客选择曼谷区内住宿的行为研究

MS. Vasita Siriniti 学号：05550712

本次研究旨在调查中国游客在曼谷区内青睐的住宿类型、住宿地段及住宿选择的影响因素，为中国游客在曼谷区内开发住宿业经营管理提供建议方案。

.....

第一部分：问卷调查对象的基本信息

请在符合实际情况的选项内打√

1. 性别 男 女
2. 年龄_____岁
3. 学历水平 本科以下 本科 本科以上
4. 职业
 - 学生/大学生 公务员/国企职员 私企员工
 - 商贩/个体户 农民 家庭主夫/家庭主妇/退休工
 - 其他.....
5. 收入_____元/月

第二部分：关于住宿体验因素

请在符合实际情况的选项内打√

6.在泰留宿时间_____天/星期

7. 您于谁一起来泰国旅游（可选一项以上）

- 独自旅行 朋友 家人/亲戚
 伴侣 旅游团成员
 其他.....

8.搜索住宿资讯（可选一项以上）

- 网站（请注明）.....
 报纸/杂志/媒体印刷品
 旅游公司
 国内旅游展览会
 其他.....

9.住宿预订方法

- 网站 电话
 旅游公司 自行进店预订
 其他.....

10. 本次旅游花费_____元

11. 住宿费（晚/Trip）_____元

第三部分：住宿因素根据您对下列因素的重视程度

请在符合的选项内打√

因素	程度				
	非常重视	重视	一般	不太重视	非常不重视
1.住宿条件和价格相符					
2.客房尺寸					
3.住宿促销或相关折扣					
4. 早餐（含）					
5. 便利设施例如：免费 WIFI 、电话、热水壶和冰箱等					
6.住宿场所的名声					
7. 来自别人的评论例如：网络或家人、朋友等					
8. 公共交通便利例如公交车、火车					
9. 机场/车站接送服务					
10. 安全					
11. 住宿场所靠近旅游景点					

游客对住宿开发的建议

- 1.....
- 2.....
- 3.....

感谢您参与本次调查问卷

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาว วาสิตา สิรินิธิ
วันเกิด	20 กันยายน พ.ศ.2536
ที่อยู่	511/841 หมู่บ้านจรัญวิลล่า 3 ถนน จรัญสนิทวงศ์ 37 แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
เบอร์โทรศัพท์	0827005340
ประวัติการศึกษา	จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนอัสสัมชัญคอนเวนนต์ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชีย ศึกษา จากมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์

เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาว วาสิตา สิรินิธิ
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาจีน
ภาคนิพนธ์	พฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนใน กรุงเทพมหานคร
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา	511/841 หมู่บ้านจรัญวิลล่า 3 ถนน จรัญสนิทวงศ์ 37 แขวงบางขุนศรี เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700
หมายเลขโทรศัพท์	0827005340

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาว วาสิตา สิรินิธิ)

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

9 พฤษภาคม 2559