



สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา : เกาะสมุย

โดย

นางสาวศุภิสรา ชณาชล

รหัสนักศึกษา 05570730

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของสาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำนำ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงทำให้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงนี้มากที่สุด ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความใคร่ศึกษา พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา : เกาะสมุย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และชาวบ้านในชุมชนเกาะสมุย เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะสมุยให้ดีขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆในอนาคต หากสารนิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ศุภิสรา ชณาชล
ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา : เกาะสมุย” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาอย่างยิ่งของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั่นสุวรรณ โดยอาจารย์ได้สละเวลาอันมีค่า ในการเป็นที่ปรึกษา ตรวจสอบและปรับปรุงสารนิพนธ์ตั้งแต่เริ่มศึกษาจนสารนิพนธ์สำเร็จด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณนักท่องเที่ยวชาวจีนทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามในการศึกษารั้งนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการทำสารนิพนธ์

ขอขอบคุณวิจัยในอดีตทุกฉบับที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและขอบคุณเพื่อนนักศึกษาทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือและแนะนำเอกสารต่างๆในการทำสารนิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ศุภิสรา ชณาชล
มหาวิทยาลัยศิลปากร
9 พฤษภาคม 2561

หัวข้อสารนิพนธ์การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กรณีศึกษา : เกาะสมุย

ผู้เขียน ศุภิสรา ชณาชล

อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. อภิเชกปิ่นสุวรรณ

สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้ประเทศเป็นอย่างมาก และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการเจริญเติบโตขึ้น รวมทั้งเกาะสมุยมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหลั่งไหลเข้ามา จึงทำให้ผู้วิจัยใคร่ศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา : เกาะสมุย โดยวัตถุประสงค์ในการศึกษาในครั้งนี้คือ เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเกาะสมุยที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน และเพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมกรรมการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน การศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จัดเก็บในรูปแบบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนทั้งสิ้น 60 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แหล่งท่องเที่ยวต่างๆในเกาะสมุย โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2561 และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีนได้แก่ จุดชมวิวดาดเกาะ หินตา หินยาย น้ำตกหน้าเมือง น้ำตกหินลาด เทพเจ้ากวนอู หน้าเมือง ซาฟารี ปาร์ค สวนเมจิกการ์เด็น ถนนคนเดิน ฟิชเชอร์แมน หาดเฉวง และวัดพระใหญ่ ส่วนพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางส่วนใหญ่คือ เพื่อมาพักผ่อน โดยเลือกเดินทางมากับครอบครัว และจำนวนผู้ร่วมเดินทางจะอยู่ที่ 3-5 คน และจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุยเฉลี่ยอยู่ที่ 7 วัน ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุยคือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่ทำการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต ราคาห้องพักส่วนใหญ่มากกว่า 901 หยวนขึ้นไป และพฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พัก พบว่าด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ โรงแรม ความสวยงามของห้องพักและสภาพแวดล้อมโรงแรม รวมไปถึงความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักมากที่สุด ซึ่งตรงกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Abraham Maslow (1943)

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวชาวจีน, พฤติกรรมกรรมการเลือกโรงแรม, เกาะสมุย

สารบัญ

คำนำ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ.....	ง-จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 จุดประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 ทฤษฎีข้อมูลทั่วไป และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยว.....	4
2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	5
2.3 ที่ตั้งเกาะสมุย	7
2.4 ภูมิประเทศเกาะสมุย	8
2.5 ลักษณะภูมิอากาศ.....	8
2.6 แหล่งที่เกี่ยวเกาะสมุย	9
2.7 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย.....	14
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว	15
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	18
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	18
3.2 วิธีการดำเนินการศึกษา	18
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	20
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา.....	27

สรุปผลการศึกษา.....	27
อภิปรายผล	28
ข้อเสนอแนะ.....	30
ข้อจำกัดการศึกษา.....	30
ประวัติผู้วิจัย.....	31
แบบ โอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์.....	32
บรรณานุกรม.....	33
ภาคผนวก.....	

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization :UNWTO) ได้รายงานสถานการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวโลกยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 และมีการคาดการณ์ว่าใน พ.ศ.2560 ประเทศไทยจะมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกด้วย อัตราร้อยละ 5 และรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 โดยมีปัจจัยจากสายการบินต้นทุนต่ำ ค่าเงินดอลลาร์และยูโรที่มีการแข็งค่าขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2559อ้างอิงถึงใน UNWTO, 2015)

ประเทศไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก เพราะเป็นประเทศที่มากไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นภูเขา หรือ ทะเล รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วย เช่น วัด หมู่บ้านพื้นเมือง นอกจากนี้การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นก็มีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง อาหารของไทย ก็ติดอันดับโลก ทำให้สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในตัวของกรุงเทพมหานครยังได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองคัมภีร์ในการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 จากผลการสำรวจของ Post Office Travel Money ในปีพ.ศ. 2560 (Mirror News,2017 อ้างอิงถึงใน Post Office Travel Money,2017)

นอกจากกรุงเทพมหานครแล้วที่เที่ยวทางทะเลก็เป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกด้วย เช่น เกาะสมุยซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตั้งอยู่ฝั่งทะเลอ่าวไทย มีขนาดเกาะใหญ่เป็นอันดับ 2 รองจากเกาะช้างและภูเก็ต โดยเกาะสมุยมีหาดที่นักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อนหลายหาดด้วยกัน เช่น หาดเฉวง หาดละไม หาดบางปอ หาดดงลิง และหาดแม่รำพึง และเกาะสมุยนั้นเป็นเกาะที่นักท่องเที่ยวมาพักเพื่อที่จะไปดำน้ำที่เกาะเต่า หรือเทศกาลพระจันทร์เต็มดวงที่เกาะพะงันต่อไป และสำหรับการเดินทางมาเที่ยวที่เกาะสมุยนั้นถือเป็นเรื่องง่าย เพราะเกาะสมุยมีสนามบินเป็นของตัวเอง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเกาะสมุยได้โดยตรง

ก่อนหน้านั้นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกาะสมุยเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อเศรษฐกิจของยุโรปนั้นมีสถานะที่ย่ำแย่มากขึ้น ทำให้บรรดานักลงทุนในเกาะสมุย ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมหรือ บริษัทนำเที่ยวต่างๆ หันมาจับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมากยิ่งขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กำลังมีการเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศจีนนั้นมีประชากรที่เยอะกว่าประเทศอื่นๆ ในโลก บวกกับเศรษฐกิจของจีนนั้นกำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

การเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้น ถือเป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายมาก เพราะชาวจีนสามารถเลือกที่จะเดินทางโดยเครื่องบินมาลงที่เกาะสมุยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวจีนเมืองเฉิงตู ที่มีเส้นทางการบินจากเฉิงตูมาลงยังเกาะสมุยโดยตรง ทำให้เกาะสมุยนั้นเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ ในแง่ของการเดินทางมาเที่ยวโดยสะดวกสบาย

นอกจากนี้เรื่องการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ที่กลุ่มนักลงทุน และภาคธุรกิจต่างๆ ได้ให้ความสนใจ เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีกำลังซื้อ และนิยมใช้เงินสดในการจับจ่ายท่องเที่ยว ซึ่งเงินสดนั้นถือเป็นเงินสภาพคล่องในการทำธุรกิจ แม้แต่ธุรกิจโรงแรมก็ล้วนหันมาทำตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการทำสัญญากับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่จะดึงกลุ่มลูกค้าชาวจีนเข้ามาพักในโรงแรมของตนเอง

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุยมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ธุรกิจโรงแรมนั้นได้เข้าใจถึงความต้องการของชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรมต่างๆ ที่กำลังจับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ด้วยเหตุนี้ในงานศึกษาชิ้นนี้จะเน้นไปที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวเกาะสมุยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยว

ชาวจีน

1.2 จุดประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเกาะสมุยที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวเกาะสมุย
3. เพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมกรเลือก โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในเกาะสมุย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวในเกาะสมุยที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวจีน
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวเกาะสมุย
3. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรเลือก โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย
4. ทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกที่พัก ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาที่พักในเกาะสมุยให้มีศักยภาพที่ดียิ่งขึ้น

บทที่ 2

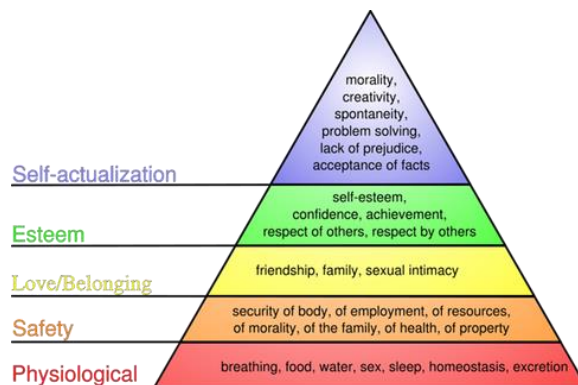
ทฤษฎี ข้อมูลทั่วไป และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยจำเป็นต้องวิเคราะห์จากเอกสารเหล่านี้ทฤษฎีพฤติกรรมแรงจูงใจ และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวข้องกับที่ตั้ง ภูมิศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว นโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะสมุย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทั้งร่างกายและจิตใจของบุคคล จนสามารถกระตุ้นให้เกิดการบริโภค โดยแรงจูงใจการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1. แรงจูงใจเพื่อการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เป็นการแสวงหารูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของตน 2. แรงจูงใจเพื่อการติดต่อและการขยายทางธุรกิจ แรงจูงใจด้านนี้เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ

Abraham Maslow (1943) นักจิตวิทยาและนักมานุษยวิทยาได้กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับชั้นไว้ 5 ลำดับชั้น โดยความต้องการของมนุษย์นั้นจะแสดงจากลำดับพื้นฐานไปยังลำดับสูงสุด กล่าวคือ มนุษย์มีความต้องการที่ไม่สิ้นสุด โดยสามารถแสดงเป็น 5 ลำดับชั้นได้ดังนี้



รูปที่ 1 พีระมิดลำดับชั้นความต้องการ

ที่มา : <https://sirikanya926.wordpress.com/>

1. ความต้องการทำในสิ่งที่ใฝ่ฝัน (Self-actualization) เป็นแรงจูงใจสูงสุด ซึ่งเป้าหมายจะแตกต่างกันไปตามตัวบุคคล
2. ความต้องการการยกย่องสรรเสริญ (Esteem needs) เป็นแรงจูงใจระดับสูงที่ต้องการอำนาจความสะดวกเป็นอย่างยิ่ง
3. ความต้องการความผูกพันจากผู้อื่น (Belonging needs) การยอมรับและความเป็นมิตรในสังคม ได้รับความรัก ความเข้าใจ ให้ความสำคัญ เอาใจใส่
4. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การคุ้มครองให้พ้นจากอันตราย ได้รับการบริการที่ซื่อสัตย์
5. ความต้องการทางกาย (Physiological needs) เป็นความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น อาหาร น้ำ อากาศ

2.2 ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งที่สำคัญในการทำ การตลาดเพื่อประกอบธุรกิจ โดยธุรกิจเหล่านี้ต้องมีส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับ กลยุทธ์ทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 4 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคาสินค้า (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดนี้ ได้อีกอย่างว่า 4Ps โดยความสำคัญของ 4 อย่างนี้จะขึ้นอยู่กับนโยบายของเจ้าของธุรกิจ เพื่อที่จะนำไป ตอบสนองความต้องการที่เป็นเป้าหมายหลักนั่นก็คือ ผู้บริโภค

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) การทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยแรกในการเริ่มดำเนินกิจการ โดยสิ่งที่ นำเสนอขายอาจเป็นสินค้าที่มีตัวตน บริการ ความคิด (Idea) การสร้างผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการศึกษาที่ ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการ ประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมา จำหน่ายในตลาดจะต้องมีการกำหนดตราสินค้าและเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นการแสดงว่าผลิตภัณฑ์นั้น เป็นของผู้ผลิตรายใด นอกจากนี้ตราสินค้าจะเป็นสิ่งที่ให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค นำมาเป็นส่วนหนึ่งในการ ประกอบการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องสอบถามข้อมูลและเกิดความมั่นใจในสินค้า

2. ราคาสินค้า (Price) เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดยการตั้งราคาควรอยู่บนพื้นฐานความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงความเต็มใจจ่ายของลูกค้าด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นอย่างมาก เพราะต้องทำการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ลูกค้าในเวลาที่คุณค่าที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง โดยการจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain management) คือการประสานงานกับหน่วยธุรกิจต่างๆ เพื่อให้เกิดการกระจายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) การสื่อคุณค่าผลิตภัณฑ์ บริการ และความคิดต่อลูกค้า อันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ โดยการส่งเสริมการตลาดมีองค์ประกอบเหล่านี้ควบคู่กัน คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) และการประชาสัมพันธ์ (Public relations)

สำหรับส่วนประสมทางการตลาดในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) จึงต้องมีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างออกไป โดยให้ความสำคัญกับการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) ในภาคธุรกิจประเภทนี้

Philip Kotler (1996) ศาสตราจารย์ด้านการตลาดระดับโลกให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าธุรกิจบริการจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดที่เรียกว่า 7P's ที่ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มาตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าและลูกค้าต้องได้ประโยชน์จากสิ่งนั้น โดยผลิตภัณฑ์ในที่นี้รวมไปถึงสินค้าที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้
2. ราคา (Price) คุณค่าของสินค้าที่ลูกค้าได้รับ และให้ผลตอบแทนแก่เจ้าของธุรกิจในรูปแบบของเงิน
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการส่งสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้าอย่างถูกที่ถูกเวลา กลยุทธ์ด้านนี้ต้องพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง (Location) ที่คนจะเข้ามาใช้บริการ โดยช่องทางการจำหน่ายของธุรกิจภาคบริการส่วนใหญ่จำเป็นต้องพึ่งพาระบบ E-commerce
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นกลยุทธ์ที่เจ้าของธุรกิจสื่อสารและสร้างความเข้าใจกับลูกค้าถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ โดยผ่านการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์นี้ต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ

5. บุคคล (People) ในธุรกิจภาคบริการนั้นสิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือพนักงาน เพราะพนักงานเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจภาคบริการขับเคลื่อนไปได้ จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ และพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า เจ้าของธุรกิจต้องมีแรงจูงใจที่จะกระตุ้นในการทำงานของพนักงาน และจำนวนพนักงานก็ต้องสอดคล้องกับขนาดของธุรกิจ
6. กายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นสิ่งที่ปรากฏให้ลูกค้าเห็นได้ในเชิงรูปธรรม โดยพยายามสร้างรูปแบบและคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า เช่น การพุดจาสุภาพ และความเต็มใจในการให้บริการ
7. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 นี้เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของเจ้าของธุรกิจว่าจะให้น้ำหนักกับกลยุทธ์ในด้านไหนมากที่สุด



รูปที่ 2 ส่วนประสมการตลาด 7P's

ที่มา: <https://www.professionalacademy.com/>

2.3 ที่ตั้งเกาะสมุย

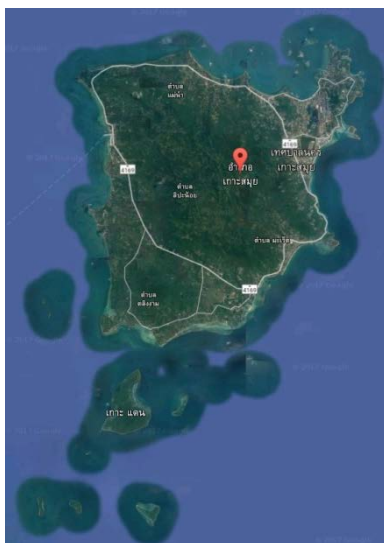
เกาะสมุยเป็นหนึ่งในอำเภอที่อยู่ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นเกาะที่ตั้งอยู่นอกชายฝั่งทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือทางทิศตะวันออกโดยห่างออกจากแผ่นดินใหญ่ 20 กิโลเมตรและตั้งอยู่ในทะเลอ่าวไทย เกาะสมุยนั้นถือเป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศรองจากภูเก็ต และเกาะช้าง ซึ่งเกาะสมุยมีขนาดพื้นที่ประมาณ 227 ตารางกิโลเมตร กว้าง 21 กิโลเมตร ยาว 25 กิโลเมตร มีการเปลี่ยนแปลงจากเทศบาลตำบลเกาะสมุย เป็นเทศบาลเมืองเกาะสมุยเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2551 และได้เปลี่ยนจากเทศบาลเมืองเกาะสมุยเป็นเทศบาลนครเกาะสมุย ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ในวันที่ 14 กันยายน 2555

2.4 ภูมิประเทศเกาะสมุย

พื้นที่เกาะสมุยกว่าครึ่งมีลักษณะเป็นเขาและที่คินสูง มีโครงสร้างต่อเนื่องจากเทือกเขานครศรีธรรมราชเป็นภูเขาหินแกรนิตและภูเขาหินทราย ทอดตัวในแนวขวาง จากด้านตะวันตกเฉียงเหนือ ผ่านกลางตัวเกาะและพื้นที่ด้านตะวันตกเฉียงใต้ภูเขาตอนกลางเรียกว่า “เขาใหญ่” ส่วนภูเขาอื่นๆ มีขนาดย่อมลงมา บางลูกมีแนวติดต่อเขาใหญ่เช่น เขาขวาง เขาเล่า เขาไม้งาม เขาตอ เป็นต้น โดยยอดสูงสุดอยู่ที่เขาท้ายควาย สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 635 ม. ส่วนพื้นที่ราบนั้นมีเพียงหนึ่งในสามของเกาะหรือคิดเป็นพื้นที่ขนาด 73 ตารางกิโลเมตรเท่านั้น

2.5 ลักษณะภูมิอากาศ

สภาพอากาศโดยทั่วไปของเกาะสมุยคือมีฝนชุกตลอดปี ซึ่งเป็นลักษณะภูมิอากาศโดยทั่วไปของภาคใต้ที่ได้รับอิทธิพลมาจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากมหาสมุทรอินเดีย และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจากทะเลจีนตอนใต้และอ่าวไทย แต่อากาศทั่วไปถือว่าเป็นเกณฑ์อบอุ่น อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีมีค่าอยู่ในช่วง 21.1 องศาเซลเซียส ถึง 33.9 เซลเซียส (กรมอุตุนิยม,2558)



รูปที่ 3 แผนที่เกาะสมุย

ที่มา: <https://www.google.co.th/maps/place/>

2.6 แหล่งที่เที่ยวกะสมุย

2.6.1 จุดชมวิวลาดเกาะ

เป็นจุดพักรถชมวิวที่สวยงามแห่งหนึ่งของเกาะสมุย เป็นจุดที่เป็นทางผ่านไปยังที่อื่นๆ โดยจุดชมวิวนี้อยู่บริเวณหาดเฉวงน้อย มีลักษณะเป็นทางลาดบนเนิน จะมีก้อนหินเรียงตัวกันลงมาเป็นชั้นๆ สามารถมองเห็นบริเวณหาดเฉวงน้อยได้ทั่ว และยังมีศาลาสำหรับเป็นที่พักผ่อนนั่งท่องเที่ยว



รูปที่ 4จุดชมวิวลาดเกาะ

ที่มา : <http://www.sawadee.co.th/samui/topattractions.html>

2.6.2 หินตาหินยาย

เป็นก้อนหินลักษณะแปลกประหลาด โดยมีลักษณะเป็นอวัยวะเพศชาย จะเรียกว่าหินตา และหินที่มีลักษณะคล้ายอวัยวะเพศหญิงเรียกว่าหินยาย หินตาหินยายนั้นจะตั้งอยู่ในหาดละไม ซึ่งที่เที่ยวนี้อีกเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญที่ต้องมาเยือนเมื่อมาเกาะสมุย



รูปที่ 5หินตาหินยาย

ที่มา:<http://www.painaidii.com/diary/diarydetail/001198/lang/th/>

2.6.3 น้ำตกหน้าเมือง

ถือเป็นน้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งของเกาะสมุยเลยทีเดียว เป็นน้ำตกที่มีหน้าผาสูงลงมาบรรรยากาศที่ร่มรื่น น้ำตกหน้าเมืองนี้จะแบ่งออกเป็นสองส่วนด้วยกัน ส่วนแรกจะเป็นน้ำตกหน้าเมือง 1 เป็นน้ำตกที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปได้ด้วยตัวเอง ไม่ว่าจะเดินทางด้วยรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ ส่วนที่สองคือน้ำตกหน้าเมือง 2 จะมีการเดินทางที่ยากลำบากพอสมควรเพราะมีทางที่ชันไม่สามารถเดินทางได้โดยรถที่มีเครื่องยนต์ขนาดเล็กได้ จำเป็นต้องเดินทางโดยผู้นำเที่ยวท้องถิ่น ส่วนราคานั้นจะขึ้นอยู่กับโปรแกรมของแต่ละบริษัทและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมคือ เล่นน้ำเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและจิบชา

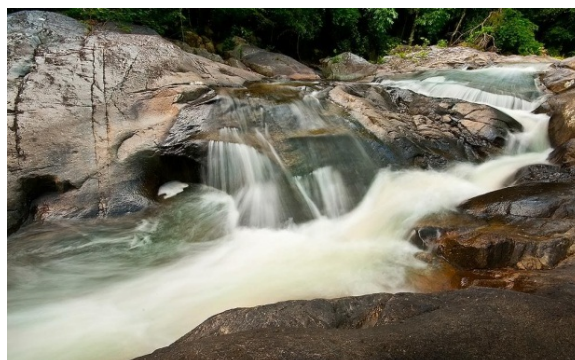


รูปที่ 6 น้ำตกหน้าเมือง

ที่มา : <http://www.painaidii.com/diary/diary-detail/001198/lang/th/>

2.6.4 น้ำตกหินลาด

เป็นน้ำตกที่ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองหน้าทอนเป็นระยะทาง 2 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นป่าดงดิบ พันธุ์ไม้ป่าฝนประกอบไปด้วยปาล์มและไม้เลื้อยต่างๆ ซึ่งมีน้ำตกหลายระดับ มีแอ่งน้ำเหมือนสระน้ำ



รูปที่ 7 น้ำตกหินลาด

ที่มา : <http://www.samui2day.com/travel-samui/>

2.6.5 เทพเจ้ากวนอู

รูปปั้นเทพเจ้ากวนอูที่ตั้งอยู่บนเกาะสมุยนั้นถือเป็นรูปปั้นเทพเจ้ากวนอูที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีความสูงที่ตัวเทพเจ้า 12 เมตร และฐาน 16 เมตร เพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวแก่คนไทยเชื้อสายจีน และนับว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาะสมุย เพื่อให้เป็นที่สักการะแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี



รูปที่ 8 เทพเจ้ากวนอู

ที่มา : <https://media-cdn.tripadvisor.com/>

2.6.6 หน้าเมือง ซาฟารี ปาร์ค

เป็นแหล่งรวมความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น การแสดงลิง จุดชมวิวยานเทือกเขา ช้างเข้าป่า สวนสัตว์เล็ก ขับรถเอทีวี และนั่งกระเช้าลอยฟ้า ทัวร์ชมทิวทัศน์รอบเกาะที่เต็มไปด้วยธรรมชาติรายล้อม รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ให้ได้เพลิดเพลิน เช่น ฟาร์มจระเข้และแคมป์ช้าง



รูปที่ 9 หน้าเมือง ซาฟารี ปาร์ค

ที่มา : <https://www.thailandholidayhomes.com/th/koh-samui/>

2.6.7 สวนเมจิกการ์เด้น

สวนเมจิกการ์เด้นหรือสวนความลับทางพุทธศาสนา ตั้งอยู่บนเขาสูงชันในเกาะสมุย ผู้ก่อสร้างคือชาวสวนผลไม้ซึ่งเป็นคนสมุย ชื่อว่า นิ่ม ทองสุข ที่นี่นับเป็นที่ที่ค่อนข้างคุ้มค่ามากเลยทีเดียว นอกจากนี้คุณยังสามารถหยุดที่จุดสูงสุดของภูเขา ซึ่งเป็นจุดชมวิวที่คุณจะสามารถมองเห็นเกาะสมุยได้ตั้งแต่จากตอนเหนือของเกาะไปจรดถึงทางตอนใต้ของเกาะ และยังมองไปเห็นถึงแผ่นดินอีกด้วย



รูปที่ 10 เมจิกการ์เด้น

ที่มา : <http://www.kohsamuitourism.org/magic-garden/>

2.6.8 ถนนคนเดินฟิชเชอร์แมน

คือชื่อเรียกของหมู่บ้านชาวประมงที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งบนเกาะสมุย อยู่ถนนริมหาดบ่อผุด เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบบรรยากาศแบบชุมชน จะจัดขึ้นทุกเย็นวันศุกร์ ซึ่งจะทำการปิดถนน จัดเป็นถนนคนเดิน มีศิลปะการแสดง ร้านอาหาร มีร้านค้าขายของต่าง ๆ มากมาย ทั้งเสื้อผ้า ของที่ระลึก ที่จะมาช่วยสร้างสีสันให้เกาะสมุยครึกครื้น



รูปที่ 11 ถนนคนเดินฟิชเชอร์แมน

ที่มา : <https://www.thailandholidayhomes.com/th/koh-samui/>

2.6.9 หาดเฉวง

เป็นถนนที่เรียกได้ว่าเป็นใจกลางของเกาะสมุยเลยทีเดียว เพราะเป็นแหล่งศูนย์กลางของห้างสรรพสินค้า แหล่งบันเทิง เวทีต่อมวย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในยามราตรี รวมไปถึงมีโรงแรมรายล้อมมากมาย หาดเฉวงนับว่าเป็นหาดที่มีความสวยที่สุดในเกาะสมุยเลยทีเดียว



รูปที่ 12 หาดเฉวง

ที่มา : <http://phuketairportthai.com/th/>

2.6.10 วัดพระใหญ่

เป็นวัดตั้งอยู่ใกล้หาดบ่อผุด มีพระพุทธรูปขนาดใหญ่สี่เหลี่ยมอร่าม เดิมที่วัดพระใหญ่ตั้งอยู่บนเกาะฟานที่มีน้ำรอบล้อมและสร้างสะพานเดินเข้าไป แต่การซ่อมแซมสะพานนั้นใช้งบเป็นจำนวนมาก และต้องซ่อมแซมปีหนึ่งสองสามครั้ง ทำให้ถมพื้นน้ำไป แล้วสร้างบันไดพญานาคยาว 60 ชั้นแทน พระใหญ่ถือเป็นสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของเกาะสมุย ที่นักท่องเที่ยวต่างต้องมาสักการะ



รูปที่ 13 วัดพระใหญ่

ที่มา : <http://www.samui2day.com/travel-samui/>

2.7 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุย

นโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านั้นมากขึ้น เพื่อที่จะให้เกิดรายได้และเศรษฐกิจที่หมุนเวียนในพื้นที่นั้นๆ เกาะสมุยเองก็เช่นกัน โดยนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะสมุยอย่างแรกนั้นคือ การจัดถนนคนเดินในแต่ละพื้นที่วันที่แตกต่างกันเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้ชุมชนต่างๆ อย่างทั่วถึง โดยถนนคนเดินเกาะสมุยนั้นจะจัดลำดับการให้บริการดังต่อไปนี้ ถนนคนเดินหาดแม่รำพึงจะให้บริการวันพฤหัสบดี 16.30 – 23.00 ถนนคนเดินบ่อผุดหรือเรียกอีกอย่างว่าฟิชเชอร์แมน วิจเลจ จะให้บริการวันศุกร์ 16.30 – 00.00 ถนนคนเดินหน้าทอนจะให้บริการวันเสาร์ 16.30 – 23.00 ถนนคนเดินละไมจะเปิดให้บริการวันอาทิตย์ 16.30 – 23.00 ส่วนถนนคนเดินหาดเฉวงนั้นจะเปิดบริการแทบทุกวัน ยกเว้นวันศุกร์ เพื่อหาดเฉวงนั้นถือเป็นถนนสายหลักที่มีนักท่องเที่ยวไปมาตลอดเวลา รวมไปถึงเป็นสถานที่ให้บริการของสถานบันเทิงต่างๆ

ในวันที่ 7-11 กันยายน พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมาเกาะสมุยได้มีการจัดงาน “สมุย เฟสติวัล” ขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในสมุยมากยิ่งขึ้น โดยภายในงานมีการจัดแคมเปญเกี่ยวกับ 7 ตำบล 7 วัด เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำบุญ มีการจัดการแข่งขันปั่นจักรยานเทศกาลดนตรีและถนนแห่งศิลปะการแสดงพื้นเมืองและศิลปวัฒนธรรมประจำภาค บูฟเฟ่ต์อาหารทะเลที่ไม่มีค่าใช้จ่าย งานแสดงสินค้าโอท็อป ขบวนพาเหรดของโรงแรมต่างๆ การแข่งขันชกมวย และคอนเสิร์ต ที่ให้นักท่องเที่ยวได้เพลิดเพลิน

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว

อรุณี ล้อมเสริมฐิ (2554) ได้เขียนวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร” การจัดทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับประสบการณ์พักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ 4) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการศึกษาวิจัยนำสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (Independent Sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร เรียงลำดับจากปัจจัยที่มีผลมากที่สุดไปหาปัจจัยที่มีผลน้อย ได้แก่ ด้านที่พักและบริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่สัมพันธ์กันและเป็นไปตามทฤษฎีของ Kotler นอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคลก็ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส และรายได้ของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาครั้งนี้ผู้ประกอบการที่พักสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) ได้เขียนวิจัยเรื่อง “เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการบริการของโรงแรมนำไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวและเคยใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 800 ร้อยคน โดยแบ่งเป็นชาวไทย จำนวน 400 คนและชาวต่างชาติจำนวน 400คน ผ่านการทำแบบสอบถามจำนวน 5 ส่วน จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้โรงแรม โดยรวม ด้านกายภาพ

ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด การเลือกโรงแรมที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านคุณภาพของห้องพัก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่ามีการตรวจสอบทุกอย่างก่อนที่จะมาถึงมือผู้ให้บริการ และการให้บริการในโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ก็เหมาะสมแก่ราคา โดยเฉพาะโรงแรม 5 ดาว มีความเพียงพอทางด้านคุณภาพการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และผู้วิจัยเห็นว่าวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ โรงแรม เพื่อทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ

พัชรินทร์ ผดุงญาติ (2551) ได้เขียนวิจัยเรื่อง “ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าพัก ห้องชุดพักอาศัยให้เช่า เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ของนักท่องเที่ยวทางธุรกิจพิเศษหญิง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าพักห้องชุดพักอาศัยให้เช่า เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ ของนักท่องเที่ยวทางธุรกิจพิเศษหญิง การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทางธุรกิจพิเศษหญิงจำนวน 47 คนที่เข้ามาพักที่เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ในเครือของดิ แอสคอต กรุ๊ป ผลการศึกษาพบว่านอกจากปัจจัยเรื่อง ราคา ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ สถานที่ตั้ง ในการตัดสินใจเข้าพัก ตามมาด้วยเรื่องของการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และตราของสินค้า ปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุดคือ เว็บไซต์ของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวธุรกิจพิเศษหญิงมีแนวโน้มว่าจะให้ความสำคัญเรื่อง อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย เช่น บัตรเข้าห้องพักอิเล็กทรอนิกส์ ระบบฉีดน้ำเพื่อป้องกันอัคคีภัย และกล้องวงจรปิดอีกด้วย

Mingyang Liu และRitong He (2013) ได้ทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกโรงแรมของนักศึกษา” วิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโรงแรมของนักเรียน 2) ศึกษาการให้บริการของโรงแรมเมื่อมีผู้เข้าพักและ3)ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาจากการใช้บริการของโรงแรม โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยจอร์เจียอินส์แตนแอนด์เวลล์ที่พักอยู่ในโรงแรมที่สหรัฐอเมริกา โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำเสนอในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา และz-test จากการตั้งสมมติฐานการวิจัยผลการศึกษาค้นคว้าการบริการของโรงแรมตรงกับความต้องการของนักศึกษา โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมคือสถานที่ตั้งของข้อมูลออนไลน์ของโรงแรม และส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญคือ สินค้าหรือบริการมีผลมากถึงร้อยละ 0.05 และผลการศึกษาพบว่าโรงแรมที่ประสบความสำเร็จควรมีการปรับปรุงบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

Lee Kin Wai (2001) ได้ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกโรงแรมและที่พักผ่าน การจองออนไลน์ของนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวชาวสิงคโปร์ที่มีรายได้ปานกลาง” วัตถุประสงค์ของงานวิจัยฉบับนี้ คือ เพื่อศึกษาแนวโน้มและความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวชาวสิงคโปร์ที่มีรายได้ปานกลางในการเลือกโรงแรมและจองห้องพักออนไลน์ เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศอันดับต้นของเอเชียที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นการเข้าใจถึงพฤติกรรมการซื้อขายทางออนไลน์ของ สิงคโปร์นั้นจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการปรับปรุงการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเอเชียผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต หัวข้อวิจัยนี้เป็นหัวข้อที่ไม่ค่อยพบในเอเชียมากนัก ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาโดยวิธีการสำรวจ เชิงคุณภาพ เพื่อเป็นเกณฑ์สำหรับการศึกษาในอนาคต การศึกษาครั้งนี้เลือกการสัมภาษณ์ชาวสิงคโปร์ 8 คน โดยผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ต้องมีเกณฑ์ดังต่อไปนี้ 1) อายุ 25-39 ปี 2) รายได้ 3500-7000 เหรียญดอลลาร์สิงคโปร์ ต่อเดือน 3) มีการจองห้องพักออนไลน์เพื่อไปท่องเที่ยวใน 12 เดือนที่ผ่านมา คำถามจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือคำถามทั่วไป และคำถามเชิงลึกสำหรับข้อมูลในงานวิจัย โดยการสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์แบบรวม และผู้วิจัยยังได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบ τυδικυμη แต่ก็มีข้อมูลไม่มากนัก ผลจากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคใน เอเชียนั้นมีศักยภาพในการบริโภคมากขึ้น การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตในเอเชียจึงมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้น อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เจ้าของธุรกิจต้องเข้าใจถึง พฤติกรรมผู้บริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเอเชีย อย่างประเทศสิงคโปร์ การใช้อินเทอร์เน็ต เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป การเลือกโรงแรมผ่านระบบออนไลน์ของชาวสิงคโปร์นั้นคือการมุ่งเน้นไปที่ ภาพลักษณ์และสถานที่ตั้งของโรงแรม และข้อตกลงในการจองต้องมีความเสถียรภาพ ปลอดภัยและรวดเร็ว รวมไปถึงระบุข้อมูลที่ชัดเจนให้แก่นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาเกาะสมุยซึ่งแบ่งวิธีดำเนินงานออกเป็นขั้นตอน ดังนี้ แหล่งที่มาของข้อมูล วิธีการดำเนินการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

โดยการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในเกาะสมุย จำนวนทั้งสิ้น 60 คน ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2561

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน แผนที่การเดินทางในเกาะสมุย จากศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกาะสมุย

3.2 วิธีการดำเนินการศึกษา

3.2.1 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเกาะสมุยที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสถิติจากศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวเกาะสมุย

3.2.2 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยทำแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในเกาะสมุย จำนวนทั้งสิ้น 60 คน นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

3.2.3 ศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือก โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยทำแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักโรงแรมในเกาะสมุย จำนวนทั้งสิ้น 60 คน นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

3.2.4 เสนอแนะแนวทางการพัฒนาที่พักหรือโรงแรมในเกาะสมุยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนจากข้อสรุปที่ได้จากการทำแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีน นำมาปรับใช้เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักหรือโรงแรมให้มีศักยภาพที่ดียิ่งขึ้น และนำเสนอในรูปแบบข้อมูลเชิงบรรยาย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.1 แบบสอบถาม (Questionnaires)

3.2 แผนที่ (Map)

3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา : เกาะสมุย” โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 60 ชุด ในช่วงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 56.67 และส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี ร้อยละ 65.00 และพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทถึงร้อยละ 31.67 และรองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ ร้อยละ 26.67 ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ไม่พบกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพแม่บ้านในช่วงระยะเวลานี้ ส่วนรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ที่กลุ่ม 4,001-6,000 หยวนต่อเดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 46.67

ตารางที่ 4.1 คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะ	F	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	26	43.33
หญิง	34	56.67
รวม	60	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20	1	1.66
20-29	39	65.00
30-39	13	21.67
มากกว่า 40	7	11.67
รวม	60	100.00

อาชีพ		
พนักงานบริษัท	19	31.67
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	16	26.67
ธุรกิจส่วนตัว	8	13.33
นักศึกษา	15	25.00
เกษตรกร	2	3.33
รวม	60	100.00
รายได้ต่อเดือน (หยวน)		
น้อยกว่า 2,000	2	3.33
2,001-4,000	13	21.67
4,001-6,000	28	46.67
6,001-8,000	13	21.67
8,001-10,000	3	5.00
มากกว่า 10,001	1	1.66
รวม	60	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย

แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนเป็นหลัก โดยคิดเป็นร้อยละ 58.33 โดยเดินทางมากับครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ โดยคิดเป็นร้อยละ 63.33 ผู้ที่ร่วมเดินทางส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่ม 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 และจำนวนวันเดินทางสูงสุดอยู่ที่ 8 วัน และต่ำสุดอยู่ที่ 3 วัน เมื่อนำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ยแล้วจะอยู่ที่ 7 วัน ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมายังเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และรองลงมาคือธรรมชาติที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 31.67

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	F	ร้อยละ
วัตถุประสงค์		
ทำงาน	25	41.67
พักผ่อน	35	58.33
รวม	60	100.00
ข้อมูลผู้ร่วมเดินทาง		
คนเดียว	15	25.00
ครอบครัว	18	63.33
เพื่อน	7	11.67
รวม	60	100.00
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
ต่ำกว่า 2 คน	6	10.00
3 – 5 คน	44	73.33
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	10	16.67
รวม	60	100.00
ข้อมูลจำนวนวันเดินทาง (วัน)		
ต่ำสุด		3
สูงสุด		8
ค่าเฉลี่ย		7
แรงจูงใจในการเดินทางมายังเกาะสมุย		
กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย	24	40.00
ฟังคำบอกเล่าจากคนอื่น	16	26.67
ธรรมชาติที่สวยงาม	19	31.67
ราคาถูกจากบริษัททัวร์	1	1.66
รวม	60	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

จากตารางที่ 4.3 การจองที่พักของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะจองผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก โดยคิดเป็นร้อยละ 53.33 และราคาห้องพักจะมากกว่า 901 (หยวน) เป็นส่วนใหญ่ โดยคิดเป็นร้อยละ 28.33

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการเลือกที่พัก

พฤติกรรมการเลือกที่พัก	F	ร้อยละ
วิธีการจองห้องพัก		
เพื่อนจองให้	10	16.67
อินเทอร์เน็ต	32	53.33
บริษัททัวร์	18	30.00
รวม	60	100.00
ราคาที่พัก(หยวน)		
น้อยกว่า 300	8	13.34
301-500	15	25.00
501-700	9	15.00
701-900	11	18.33
มากกว่า 900	17	28.33
รวม	60	100.00

ที่มา : ผู้วิจัย (2561)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน หากสังเกตจากตารางที่ 4.4 พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของ โรงแรม ความสวยงามของห้องพักและสภาพแวดล้อมโรงแรม รวมไปถึงความปลอดภัยมากที่สุด ส่วนเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวกนั้นเป็นสิ่งที่รองลงมา ส่วนด้านราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก และมีการชำระสินค้าในช่องทางที่หลากหลายอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ตกลับพบว่าไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญที่สุด และในการส่งเสริมด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกโรงแรมนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักในขั้นมากที่สุด ด้านบุคคล คือพนักงานต้อนรับมีบุคลิกภาพแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองต่อผู้ให้บริการและภาษาที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่มีผลอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนในด้านกายภาพและการนำเสนอ ความสะอาดของห้องพัก ความเป็นส่วนตัว และความใกล้ชิดต่อแหล่งที่เที่ยวก็นับเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกที่พักมากที่สุด ในด้านกระบวนการ ทั้งการทักทายลูกค้า และการประสานงานระหว่างพนักงานเป็นอย่างดีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.4 ระดับความพึงพอใจที่สัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม

ประเด็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
ด้านผลิตภัณฑ์												
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของที่พัก	36	60	17	28.34	5	8.33	2	3.33	0	0	60	100
2. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเช่น สปาฟิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านอาหาร ชักรีด และ Wifi เป็นต้น	24	40	28	46.67	8	13.33	0	0	0	0	60	100
3. การตกแต่งที่พักที่สวยงามของห้องพักและสภาพแวดล้อมของโรงแรม	32	53.33	23	38.33	3	5	1	1.67	1	1.67	60	100
4. มีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง	34	56.67	16	26.66	9	15	0	0	1	1.67	60	100
ด้านราคา												
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก	28	46.67	24	40	7	11.66	1	1.67	0	0	60	100
6. การชำระมีหลายช่องทางเช่นเงินสดบัตรเครดิตหรือเดบิต	31	51.67	16	26.66	9	15	3	5	1	1.67	60	100
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย												
7. การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์	25	41.67	28	46.67	7	11.66	0	0	0	0	60	100

ประเด็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
ด้านการส่งเสริมการตลาด												
8. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น internet หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	33	55	16	26.67	9	15	2	3.33	0	0	60	100
ด้านบุคคล												
9. พนักงานต้อนรับมีบุคลิกภาพแต่งกายสะอาดสุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองต่อผู้ใช้บริการ	29	48.33	24	40	7	11.67	0	0	0	0	60	100
10. พนักงานมีทักษะทางภาษาสื่อสารกับท่านเป็นอย่างดี	31	51.67	17	28.33	12	20	0	0	0	0	60	100
ด้านกายภาพและการนำเสนอ												
11. ความสะอาดของห้องพัก	31	51.67	23	38.33	6	10	0	0	0	0	60	100
12. มีความเป็นส่วนตัว	31	51.67	22	36.67	5	8.33	1	1.67	1	1.67	60	100
13. ความใกล้ของแหล่งท่องเที่ยว	30	50	18	30	11	18.33	1	1.67	0	0	60	100
ด้านกระบวนการ												
14. พนักงานมีการทักทายลูกค้าเมื่อเข้าพัก	34	56.67	17	28.33	9	15	0	0	0	0	60	100
15. พนักงานมีการประสานงานกันเป็นอย่างดี	28	46.67	20	33.33	11	18.33	1	1.67	0	0	60	100

ที่มา: ผู้วิจัย (2561)

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกโรงแรมใช้บริการ โรงแรมนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา: เกาะสมุย สามารถสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา: เกาะสมุย” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเกาะสมุยที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวยังเกาะสมุย และเพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย จากการศึกษาโดยทำการทำแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนด้วยกัน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และรองลงมาคือพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการ ในช่วงระยะเวลาที่เก็บข้อมูลนั้นไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มแม่บ้าน ด้านรายได้นั้นอยู่ในช่วง 4,001-6,000 หยวนต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย

วัตถุประสงค์ในการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เพื่อมาพักผ่อน โดยเลือกเดินทางมากับครอบครัว และจำนวนผู้ร่วมเดินทางจะอยู่ที่ 3-5 คน และจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุยเฉลี่ยอยู่ที่ 7 วัน ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุยคือ เกาะสมุยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต ราคาห้องพักส่วนใหญ่มากกว่า 901 หยวนขึ้นไป

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

พฤติกรรมที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของโรงแรม ความสวยงามของห้องพักและสภาพแวดล้อมโรงแรม รวมไปถึงความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นเป็นสิ่งที่รองลงมา ด้านราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก และมีการชำระสินค้าในช่องทางที่หลากหลายอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด แต่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ตกลับพบว่าไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญที่สุด และในการส่งเสริมด้านการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกโรงแรมนั้นอยู่ในเกณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเข้าพักในขั้นมากที่สุด ด้านบุคคล คือพนักงานต้อนรับมีบุคลิกภาพแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองต่อผู้ใช้บริการและ ภาษาที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่มีผลอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนในด้านกายภาพ และการนำเสนอ ความสะอาดของห้องพัก ความเป็นส่วนตัว และความใกล้ชิดแหล่งที่เที่ยวก็นับเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกที่พักมากที่สุด ในด้านกระบวนการ ทั้งการทักทายลูกค้า และการประสานงานระหว่างพนักงานเป็นอย่างดีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ภายใต้วหัวข้อวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนกรณีศึกษา: เกาะสมุย จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้น ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยอ้างถึงทฤษฎีแรงจูงใจของ Abraham Maslow (1943) ที่อธิบายถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. ความต้องการทำในสิ่งที่ใฝ่ฝัน (Self-actualization) เป็นแรงจูงใจสูงสุด ซึ่งเป้าหมายจะแตกต่างกันไปตามตัวบุคคล ที่อธิบายถึงการที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและเดินทางมายังเกาะสมุยเพราะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและการเลือกห้องพักที่มีความสวยงาม
2. ความต้องการการยกย่องสรรเสริญ (Esteem needs) เป็นแรงจูงใจระดับสูงที่ต้องการอำนวยความสะดวกต่อการอธิบายถึงพฤติกรรม การได้รับการต้อนรับจากพนักงานเป็นอย่างดี
3. ความต้องการความผูกพันจากผู้อื่น (Belonging needs) การยอมรับและความเป็นมิตรในสังคม ได้รับความรัก ความเข้าใจ ให้ความสำคัญ เอาใจใส่ที่อธิบายถึงการประสานงานที่ดี และภาษาที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยว
4. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความคุ้มครองให้พ้นจากอันตราย ที่สามารถอธิบายถึงการเลือกให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยในระดับมากที่สุด
5. ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological needs) ความจำเป็นพื้นฐาน เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกที่คาดหวังเมื่อเข้าพัก

จากงานวิจัย ศศิโสภณ ดวงรักษา (2558) เรื่อง “เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี” จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โดยรวมด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ในระดับมากที่สุด การเลือกโรงแรมที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องด้านความปลอดภัยและคุณภาพของห้องพัก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด และรองลงมาคือเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเหมือนกันต่อการให้ความสำคัญในส่วนของปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดเช่นเดียวกัน โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับในทุกๆด้าน ยกเว้นแต่การช่องทางการจัดจำหน่ายที่ลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากนัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในด้านนโยบาย

จากการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวจีน เน้นการเลือกใช้บริการ โรงแรมที่มีทัศนียภาพที่ดี และมีความเข้าใจตัวนักท่องเที่ยวเอง ดังนั้นควรมีบุคลากรที่เพียงพอต่อการสื่อสารและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากยิ่งขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวชาวจีนมีกำลังซื้อที่มากพอ และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ รวมไปถึงควรมีการจัดโปรแกรมนำเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อที่ตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังเกาะสมุย

2. ข้อเสนอแนะเชิงงานวิจัยในอนาคต

จากการสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ระลึกที่จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคตของประชาชนในชุมชนที่จะนำรายได้เข้ามายังในชุมชนมากขึ้น

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังไม่สามารถที่จะศึกษาได้อย่างเต็มที่มากนัก เนื่องจากมีความจำกัดในแง่ของงบประมาณในการเดินทางเพื่อไปเก็บข้อมูล
2. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเวลาค่อนข้างจำกัดทำให้ไม่สามารถเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวได้ในระยะเวลานาน ทำให้ข้อมูลที่ได้จะเป็นเพียงแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาว ศุภิสรา ชณาชล
วันเกิด	7 เมษายน พ.ศ. 2539
ที่อยู่	31/22 ซอย 21/1 ถนน พ่อขุนทะเล หมู่ที่ 3 ตำบล มะขามเตี้ย อำเภอ เมือง จังหวัด สุราษฎร์ธานี 84000
ประวัติการศึกษา	จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสุราษฎร์พิทยา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา จากมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

บรรณานุกรม

หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

- อรุณดีล้อมเศษฐี. (2554). รายงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 ศศิโสม ดวงรักษา.(2558). รายงานวิจัย เรื่อง เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตเมือง
 พัทยาจังหวัด ชลบุรี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พัชรินทร์ ผดุงญาติ.(2551). รายงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าพัก ห้องชุดพักอาศัยให้
 เช่า เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ของนักท่องเที่ยวทางธุรกิจเพศหญิง.
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- Mingyang Liu and Ritong He. (2013). Factors Affecting Students' Decision of Hotel Selection.
 Johnson&Whales University
- Lee Kin Wai. (2001). Online leisure hotel selection criteria and booking behavior of young
 middle-income Singaporeans. University of Nevada
- สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว.ฉบับที่ 3.
 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมสาร
- Kosler, P. (2003). Marketing for hospitality and tourism. 3rd ed. New Jersey: Prentice Hall
- นายสมาน ปราการรัตน์ และนายปรเมศร์ อมาตยกุล. (2551). เอกสารวิชาการความน่าจะเป็นและ
 รอบการเกิดซ้ำของปริมาณฝนรวมรายเดือนของประเทศไทย. กรมอุตุนิยมวิทยา

ข้อมูลจากเว็บไซต์

Mirror News. (2017). 10 best value long-haul city breaks for an exotic holiday on a budget.

เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.mirror.co.uk/lifestyle/travel/>
เทศบาลนครเกาะสมุย. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะสมุย. เข้าถึงเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2560. เข้าถึงได้
จาก <http://www.kohsamuicity.go.th>

ภาคผนวก

แบบสอบถามวิจัย

เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวจีนกรณีศึกษาเกาะสมุย
คำชี้แจงแบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยหลักสูตรปริญญาตรี
รายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสอบถามมีจำนวน 1 ชุดแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะสมุย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

บันทึกข้อมูลณวันที่.....

สถานที่จัดเก็บข้อมูล.....

นางสาวสุกฤษรา ชณาชล

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย✓ ข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี
- 3.อาชีพ พนักงานบริษัท รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว
นักเรียน/นักศึกษา เกษตรกร แม่บ้าน
อื่นๆ(โปรดระบุ).....
4. รายได้ต่อเดือน (RMB)
ต่ำกว่า 2,000 (RMB) 2,001 -4,000 (RMB) 4,001 -6,000 (RMB)
 6,001 -8,000 (RMB) 8,001 -10,000 (RMB) มากกว่า 10,001 (RMB)

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการเดินทางมาเกาะสมุย

1. วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเกาะสมุยครั้งนี้
พักผ่อน ติดต่อธุรกิจ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
2. ท่านเดินทางมาพักที่เกาะสมุยครั้งนี้กับใคร
คนเดียว ครอบครัว/ญาติ
 เพื่อน อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. การเดินทางของท่านมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน.....ท่าน
4. จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาเกาะสมุย.....วัน
5. เหตุปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมายังเกาะสมุย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ฟังคำบอกเล่าจากคนรู้จัก
 สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีความสวยงาม มีแพ็คเกจราคาถูกจากบริษัทนำเที่ยว
 ความสะดวกในการเดินทางเพื่อมาพักผ่อน

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

1. ท่านหาที่พักและทำการจองห้องพักอย่างไร

- อินเทอร์เน็ต คำแนะนำจากเพื่อน
 บริษัททัวร์แนะนำ อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ราคาห้องพักที่ท่านเลือกใช้บริการ (RMB)

- ไม่เกิน 300 (RMB) 301-500 (RMB) 501-700 (RMB)
 701-900 (RMB) 901-1,100 (RMB) มากกว่า 1,101 (RMB)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเกาะสมุย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ข้อที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของที่พัก					
2. สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเช่นสปาฟิตเนสสระว่ายน้ำร้านอาหารซักรีดและ Wifi เป็นต้น					
3. การตกแต่งที่พักที่สวยงามและห้องพักและสภาพแวดล้อมของรอบโรงแรม					
4. มีระบบรักษาความปลอดภัย 24 ชั่วโมง					
ด้านราคา					
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก					
6. การชำระมีหลายช่องทางเช่นเงินสดบัตรเครดิตหรือเดบิต เป็นต้น					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
7. การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านส่งเสริมการตลาด					
8. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น internet หนังสือพิมพ์ เป็นต้น					
ด้านบุคคล					
9. พนักงานต้อนรับมีบุคลิกภาพแต่งกายสะอาดสุภาพ เรียบร้อยมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองต่อ ผู้ใช้บริการ					
10. พนักงานมีทักษะทางภาษาสื่อสารกับท่านเป็นอย่างดี					
ด้านกายภาพและการนำเสนอ					
11. ความสะอาดของห้องพัก					
12. มีความเป็นส่วนตัว					
ด้านกระบวนการ					
13. พนักงานมีการทักทายลูกค้าเมื่อเข้ามาพัก					
14. พนักงานมีการประสานงานกันเป็นอย่างดี					

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาโรงแรมในเกาะสมุย

1. ด้านการบริการของพนักงาน

.....

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

.....

ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถามครั้งนี้

调查问卷
题目 中国游客在苏梅岛中选择宾馆的行为

本调查问卷旨在成为学士学位课程的一部分。 课程 450 109 independent studies
亚洲研究专业, 语言文学学院, 艺术大学, Sanam Chandra Palace 校区。

- 这调查问卷分为 4 部分
- 第一部分 个人信息。
 - 第二部分 在苏梅岛旅行的动机。
 - 第三部分 中国游客选择苏梅岛的住宿。
 - 第四部分 与苏门答腊中国旅游住宿决策有关的因素。

记录在.....的信息

存储地点.....

Miss. Supisara Chanachon
亚洲研究专业 语言文学学院
艺术大学, Sanam Chandra Palace 校区

第一部分 个人信息。

请根据以下您认为对的答案，请在方框打✓或者填空。

1. 性别： 男 女
2. 年龄： 岁
3. 职位： 公司员工 政府人民 民营企业
 学生 农民 学庭主妇
 其他.....
4. 工资/月(人民币): 2,000 以下 2,001-4,000 4,001-6,000
 6,001-8,000 8,001-10,000 10,001 以上
5. 你目前的住所。（请注明市或县）.....

第二部分 在苏梅岛旅行的动机。

请根据以下您认为对的答案，请在方框打✓。

1. 来苏梅岛的原因：
 休息 工作 其他.....
2. 您於谁一起来泰旅游：
 1个人 根家庭/亲戚 朋友 其他.....
3. 你的旅行总共有.....个人
4. 您打算在苏梅岛旅游.....天
5. 为什么要前往苏梅岛的动机因素。（不止一个答案）
 各种旅游活动 听取熟人的传闻。
 美丽的自然环境 旅行社提供的便宜包裹
 便于旅行放松。

第三部分 中国游客选择苏梅岛的住宿。

请根据以下您认为对的答案，请在方框打✓

1. 定房的方式：
 网上 旅行社 朋友定 其他.....
2. 您认为住一夜兵官平均多少合适(人民币):
 300 以下 301-500 501-700 701-900
 901-1,100 1,101 以上

第四部分 与苏门答腊中国旅游住宿决策有关的因素。

请根据以下您认为对的答案，请在方框打✓。

选择宾馆的行为	重要程度				
	非常多 (5)	多 (4)	一般 (3)	少 (2)	非常少 (1)
产品/服务方面					
1. 宾馆的声誉和形象					
2. 全套设施，如水疗中心，健身中心，游泳池，餐厅，洗衣房和 Wifi。					
3. 美丽的住宿和房间和周围环境的装饰。					
4. 有 24 小时安全系统。					
价格方面					
5. 价格对房间的质量是合理的。					
6. 支付是多渠道的，例如现金，信用卡或借记卡。					
分配方面					
7. 通过网站预订 影响决策的因素					
促销方面					
8. 通过互联网报纸等媒体进行广告宣传。					
人员方面					
9. 接待员有一个干净的个性。有良好的人际关系对用户友好。					
10. 工作人员有良好的沟通技巧。					
服务过程方面					
11. 房间的清洁。					
12. 有隐私。					
13. 近在旅行地方。					
服务过程方面					
14. 员工在到达时间候客户。					
15. 员工协调良好。					

苏梅岛酒店发展建议

1. 员工的服务。
2. 酒店设施。

感谢您在调查问卷中的合作!!