

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน
ที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

SATISFACTION TOWARD TOURISM OF THAILAND
OF CHINESE BUDGET TRAVELERS



T123146



รพ.
ธ 379ค
2555

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 123146
วันเดือนปี..... 19 ต.ค. 2555

b. 12410784
i.....

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2555

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**SATISFACTION TOWARD TOURISM OF THAILAND
OF CHINESE BUDGET TRAVELERS**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS MANAGEMENT
ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2012

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2012

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	I
ABSTRACT	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎี.....	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการในการท่องเที่ยว	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	12
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.5 วิธีดำเนินการวิจัย.....	17
บทที่ 3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน	21
3.1 ภาพรวมลักษณะทั่วไปของประเทศจีน.....	21
3.2 สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	21
3.3 ลักษณะพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยว ต่างประเทศ.....	22
3.4 แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน	23
3.5 สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	25
3.6 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในประเทศจีน	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	28
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	28
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	33
4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	38
4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศไทย.....	43
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	50
5.1 สรุป.....	50
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	51
5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	52
บรรณานุกรม.....	53
ภาคผนวก.....	57
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	58
ภาคผนวก ข ใบขออนุญาต.....	70
ประวัติผู้เขียน.....	73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อ VII และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	28
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	29
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	29
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย.....	30
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	31
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	31
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	32
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ.....	32
4.9 ทักษะคติโดยรวมก่อนและหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย	33
4.10 จำนวนและร้อยละของจำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยว	34
4.11 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ.....	34
4.12 จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย	34
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทาง	35
4.14 จำนวนและร้อยละของรูปแบบที่พักหลัก.....	35
4.15 จำนวนและร้อยละของงบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	36
4.16 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	36
4.17 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	37
4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดใน ประเทศไทย	37
4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดใน ประเทศไทย	38
4.20 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยในภาพรวม	39
4.21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยด้านความปลอดภัย	39
4.22 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยด้านข้อมูลข่าวสาร	40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านที่พัก	41
4.24 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านคมนาคมขนส่ง	42
4.25 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านอาหารและเครื่องดื่ม	42
4.26 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านสินค้าและของที่ระลึก	43
4.27 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามเพศ	44
4.28 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุ	45
4.29 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ	45
4.30 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย	46
4.31 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามการศึกษา	46
4.32 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ	47
4.33 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	48
4.34 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ	48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน ที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย
นักศึกษา	นางสาวภัทริน พนมชน
รหัสนักศึกษา	53641143
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2555
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ และสังคมให้แก่ประเทศไทยเป็นอย่างมาก จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอัตราที่สูงมาก และเนื่องจากปัญหา “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวที่ประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงกลายเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนทำงานรายได้ปานกลาง สาเหตุนี้ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบประหยัดมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านสินค้าและของที่ระลึก กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทยโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากสนามบินนานาชาติ สถานีรถโดยสารสาธารณะ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-Square

ผลการศึกษานักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ที่เมืองเชียงไฮ้ การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001 – 3,000 หยวน มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดีมาก มีทัศนคติโดยรวมก่อนใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติโดยรวมหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย การใช้จำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาจำนวน 5-7 วัน ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยด้วยตัวเอง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวไทยมาจากอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเดินทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน เลือกพักโรงแรมเป็นที่พักหลัก มีงบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยจะอยู่ระหว่าง 2,001 ถึง 4,000 หยวน นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนมากเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเดินทางไปเที่ยวในต่างจังหวัดของประเทศไทยด้วย ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย คือ หน่วยรักษาพยาบาลเบื้องต้น ด้านข้อมูลข่าวสาร คือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ในส่วนของคุณภาพและอัธยาศัยของเจ้าหน้าที่ ด้านที่พัก คือ ความหลากหลายด้านรูปแบบที่พัก ด้านคมนาคมขนส่ง คือ ระบบการขนส่งสาธารณะในส่วนของรถรับจ้าง (Taxi และตุ๊กตุ๊ก) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม คือ ราคาสินค้าเหมาะสม ด้านสินค้าและของที่ระลึก คือ ความครบถ้วนของการบริการจากร้านค้า โดยในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ถิ่นที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรทำการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเที่ยวแบบประหยัดได้ทั้งครอบครัว โดยการให้ข้อมูลในเรื่องของระบบขนส่งที่สามารถเดินทางได้สะดวกทั้งทางรถไฟ ฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน แอร์พอร์ตลิงค์ พร้อมทั้งแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับระบบขนส่งดังกล่าว และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการตำรวจท่องเที่ยวไทยที่สามารถสร้างความสะดวก และความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมไปถึงชาวต่างชาติอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ควรมีการจัดทำป้ายบอกสถานีให้มีภาษาจีน และภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Satisfaction Toward Tourism of Thailand of Chinese Budget Travelers.
Student's Name	Miss Phattarin Panomchon
Student's ID	53641143
Degree	Master's Degree of Business Management
Major Subject	Business Management
Year	2012
Advisor	Associate Professor Dr. Kulkunya Napompecth
Co-Advisor	Associate Professor Sirijanya Kuawiriyapan

ABSTRACT

Tourism serves as the significant economic and social development tool for Thailand. According to the Tourism Authority of Thailand (TAT), there are a large number of Chinese tourists travelling in Thailand, with the remarkably high rate. Plus, the phenomenon of “zero-dollar tour” is highly increasing. Furthermore, the demographic of Chinese tourists travelling in Thailand has changed in a way that they tend to be students and middle-level earners. These factors drive the rising trend, among Chinese tourists, of “budget tourism” in Thailand.

The aim of this study is to examine the satisfaction of Chinese budget travelers towards Thailand's Tourism services with regard to 6 major components: security, information, accommodation, transportation, food and beverage, and souvenir.

This study targets at Chinese budget travelers travelling in Thailand. These target populations are sampled by a convenience sampling technique, around the international airport, public transportation stations and popular tourist attractions. The total number of collected samples is 400. Self-administered questionnaire or self-completion questionnaire is selected to grasp up the primary data. The data analysis includes descriptive statistics (frequency, percentage, mean and standard deviation) and Chi-Square test.

Based on the findings, the majority of Chinese budget travelers are single, male in the group of 21-30 years old, living in Shanghai. Mostly, they graduated a Bachelor's degree with the excellent skill of English language, and work as private company employees with the average monthly income of 2,001– 3,000 Chinese Yuan. Their overall attitudes towards Thailand's Tourism services before travelling are moderate satisfaction while those after travelling in Thailand are significant satisfaction.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Travelling behaviors of Chinese budget travelers in Thailand are investigated. In terms of travelling days in Thailand, they generally spend 5-7 days. They make a decision to travel in Thailand on their own. Internet is the main source of tourism information. The majority of them travel with friends, and select “hotel” as their accommodation. The budget of these tourists is ranged from 2,001 to 4,000 Chinese Yuan. The key objective of their first travelling in Thailand is to relax. Most of the tourists travel in upcountry as well.

The empirical findings of each tourism components reveal that Chinese budget travelers are satisfied with first-aid unit (security), personality and courtesy of the officials’ services (information), a variety of accommodation styles (accommodation), public transportation system in terms of Taxi and Took-Took (transportation), reasonable prices of food and beverage (food and beverage) and the complete services of souvenir shops (souvenir). In overall, Chinese budget travelers have a significant satisfaction towards 6 components of tourism, at a high level. Based on the analytical result of the relationship between personal factors (gender, age, status, residence, education, occupation and average monthly income) and travelling behaviors in Thailand, there is the significant relationship with the statistical value of 0.01.

One of the beneficial recommendations derived from this research is that the Tourism Authority of Thailand (TAT) should publicize the tourist attractions that are suitable for budget tourism and all members of family. Secondly, the information of public transportation systems such as sky train, underground train and airport link that facilitate tourists, including the recommended tourist attractions around these transportation systems should be highlighted. Thirdly, TAT should notify Chinese tourists (including other tourists) of the tourist police services that are available to facilitate and support them, particularly in the respect of security. Last but not least, the information signs such as sky train stations and other signposts should be in Chinese and English language for tourists’ convenience.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษารองศาสตราจารย์ ดร.กฤตัญญา ณ ป้อมเพ็ชร ที่ได้สละเวลา ให้คำปรึกษา แก้ไขช่วยเหลือและเสนอแนะแนวทาง เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม และ รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำ และคำปรึกษา ตลอดจนช่วยชี้แนะข้อบกพร่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ร่วมชั้นเรียนชาว MBA15 ที่ให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และให้ความร่วมมือตลอดมา รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยการบริหารและจัดการที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน

ขอขอบคุณ กวาง สำหรับความใจดีที่ช่วยแปลและตรวจสอบความถูกต้องในแบบสอบถามฉบับภาษาจีน

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของทุกสถานที่ที่ให้อนุญาตเข้าไปเก็บแบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องขอขอบคุณ บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่อนุญาตให้เข้าไปเก็บแบบสอบถามที่ สนามบินสุวรรณภูมิ

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาอิสระครั้งนี้

ท้ายสุดขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่ช่วยสนับสนุนการทำงานจนสามารถทำการศึกษาได้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ภัทริน พนมชน

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ และสังคมให้แก่ประเทศไทยเป็นอย่างมาก จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แสดงไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 15,841,683 ล้านคน มีจำนวนวันพักเฉลี่ย 9.22 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,992.60 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 585,961.80 ล้านบาท สำหรับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มาเลเซีย จีน และญี่ปุ่น โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวน 1,127,803 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 เป็นจำนวน 350,295 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 45 คิดเป็นร้อยละ 7.12 ของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยทั้งหมด 15,841,683 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553) จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอัตราที่สูงมาก ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมาและมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าประเทศไทยจะประสบปัญหาทางการเมืองมีการชุมนุมและการปิดสนามบินในปี พ.ศ. 2552 - พ.ศ. 2553 แต่การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมหลักในการพัฒนาประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายการตลาดที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากหลังจากที่ประเทศจีนมีนโยบายเปิดประเทศและปฏิรูปเศรษฐกิจสมัยใหม่ของจีน ทำให้เศรษฐกิจของประเทศจีนมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ประชาชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้ชาวจีนมีการใช้จ่ายมากขึ้น

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ในเส้นทางท่องเที่ยว สิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย (Sing - Ma - Tai) พบว่าประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทางการท่องเที่ยวหลายอย่าง อาทิ มีภูมิประเทศที่สวยงาม สิ้นค้าราคาถูก มีอากาศที่แตกต่างจากหลายมณฑลของสาธารณรัฐประชาชนจีน และมีแพ็คเกจทัวร์ราคาไม่แพงจึงทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากรายการทัวร์ท่องเที่ยวไทยเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีนและราคาทัวร์ของไทยมีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ราคาทัวร์เฉลี่ย 7 วัน อยู่ที่ประมาณ 362 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งในราคานี้เป็นราคาที่นักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้เมื่อไปต่างประเทศ หากเปรียบเทียบกับ การไปเที่ยวเมืองใหญ่ๆ ของจีน เช่น ปักกิ่ง หรือเซี่ยงไฮ้ พบว่าราคาทัวร์เที่ยวไทยถูกกว่า (Zhang Wen. 2008) นอกจากนี้ในปัจจุบันละครไทยได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศจีน ทำให้ชาวจีนโดยเฉพาะผู้หญิงเป็นจำนวนมากที่เดินทางมา

เที่ยวประเทศไทย เพราะความต้องการใกล้ชิดกับคาราไทยที่ตนเองชื่นชอบและจากการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เชิญพระเอกชื่อดัง "ป๊อง" เป็นพรีเซนเตอร์การท่องเที่ยวของไทย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มหนุ่มสาวเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น (เอ็นเอสที นิวส์. 2554)

ในอดีตชาวจีนสมัยก่อนมีการศึกษาและความรู้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวชาวจีนจึงนิยมท่องเที่ยวประเทศไทยโดยการใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ต่อมาผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้เสนอ “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” ซึ่งขายบริการนำเที่ยวในราคาต่ำแก่นักท่องเที่ยว เพื่อจูงใจให้มาเที่ยวและมอบนักท่องเที่ยวให้บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เพื่อมุ่งแสวงหาประโยชน์จากนักท่องเที่ยว เช่น ขายการท่องเที่ยวแบบเสริม (Optional Tour) ในราคาสูงหรือนำไปซื้อสินค้าที่มีคุณภาพแต่ราคาสูงกว่าปกติ ซึ่งเป็นการไม่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีทัศนคติต่อประเทศไทยในทางลบและอาจจะเป็นผลทำให้ชาวจีนไม่ประสงค์มาท่องเที่ยวประเทศไทยในอนาคต (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2549 ก) สาเหตุนี้ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้บริการบริษัททัวร์มากขึ้น รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงกลายเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มคนทำงานรายได้ปานกลางไม่ใช่กลุ่มผู้สูงอายุที่มาเที่ยว โดยการใช้บริการบริษัททัวร์เหมือนในอดีต ดังนั้นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษา ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยว

ของประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน
2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนได้มีการเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวโดยมีการท่องเที่ยวแบบไม่ใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนเพิ่มมากขึ้น และการท่องเที่ยวแบบประหยัดเป็นการท่องเที่ยวของชาวจีนในรูปแบบใหม่ที่มีการใช้บริการการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น
2. ระยะเวลาในการศึกษา 4 เดือน ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2554 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555

1.5 นิยามศัพท์

การบริการท่องเที่ยว หมายถึง การบริการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวในไทยที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในด้านต่อไปนี้

1. บริการด้านความปลอดภัย
2. บริการข้อมูลข่าวสาร
3. บริการที่พัก
4. บริการคมนาคมขนส่ง
5. บริการอาหารและเครื่องดื่ม
6. บริการด้านสินค้าและของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวแบบประหยัด หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยด้วยตนเองไม่ได้ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ที่พักที่พักราคาไม่เกิน 1,000 บาทต่อคืน

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ทำการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการบริการท่องเที่ยว

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543) กล่าวว่า บริการท่องเที่ยว คือ พฤติกรรม กิจกรรมและการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น การบริการท่องเที่ยว คือ กระบวนการหรือกระบวนการในการส่งมอบบริการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการท่องเที่ยว (บริกร) ไปยังผู้รับบริการท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการท่องเที่ยวนั้น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544) ได้อธิบายการบริการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันมีรูปแบบที่หลากหลายแปรผันไปตามคุณลักษณะของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้น การตัดสินใจหรือวัดคุณภาพการบริการท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้รับบริการ และเป็นงานที่ไม่มีผลงาน ไม่สามารถเก็บสะสมผลงานไว้ได้ นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์และจำแนกลักษณะเฉพาะของบริการท่องเที่ยวได้ว่ามีลักษณะ 4 ประการ ดังนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดตัวต่อตัวสามารถทำให้ผู้ได้รับบริการได้รับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจทันทีเมื่อได้รับบริการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของผู้ให้และผู้ได้รับบริการ

2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานานและมีความพร้อมเสมอเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ความพร้อมของห้องพัก ร้านอาหาร

3. การพัฒนางานบริการจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการให้บริการสั้นมาก เช่น การพักผ่อนเพียง 1 คืน ดังนั้นผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างสมอบภาค ถูกต้อง และเป็นที่น่าสนใจ

4. ใช้แรงคนในการให้บริการไม่เป็นที่นิยมที่จะมีการทดแทนด้วยเครื่องจักร งานด้านนี้จึงมีปัญหาด้านแรงงานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ความสามารถและค่าตอบแทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริธา แดงโรจน์ (2544) ให้ความเห็นว่าการบริการ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ศัพท์ภาษาอังกฤษอีกคำที่นิยมใช้ในความหมายใกล้เคียงกันคือคำว่า “Hospitality” ซึ่งใช้ในธุรกิจโรงแรม และมีความหมายที่ลึกซึ้งในทางปฏิบัติโดยเป็นการกระทำที่ผู้อื่นในลักษณะของการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด อบอุ่น และมีไมตรีจิต

2.1.2 องค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยว

การบริการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่ถูกส่งผ่านจากผู้เสนอบริการไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการบริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบ (มนัสวี ธาคาสีห์. 2545) มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ บุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือเป็นส่วนผสมขององค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง
2. กิจกรรมประกอบ เป็นส่วนที่ผู้เสนอบริการ คิดค้นวิธีการบริโภคขององค์ประกอบพื้นฐานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเที่ยวชม การทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ การพักผ่อน การศึกษาหาความรู้ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ผู้เสนอบริการได้นำองค์ประกอบพื้นฐานไปผ่านกระบวนการผลิต เพื่อออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ (สุดาภรณ์ ชุตินทรานนท์. 2542)

2.1.3 หลักการพื้นฐานของการบริการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการขึ้นอยู่กับคุณภาพของบริการที่ลูกค้าต้องการได้รับจากการให้บริการในแต่ละครั้ง ซึ่งผู้บริหารกิจการธุรกิจและผู้ให้บริการจำเป็นต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญ 7 ประการ โดยนำเอาคำว่า “บริการ” ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “SERVICE” มาแยกตัวอักษรแต่ละตัวเป็นคำขึ้นต้นขององค์ประกอบเหล่านี้ องค์ประกอบของความสำเร็จในการบริการ มีดังนี้ (วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2543)

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการ และคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น
2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใด ๆ มักจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการเพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวังซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังไม่ว่าการณ์ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันไป ตามลักษณะของงานบริการ

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายใต้ขอบเขตของเวลาหรือทรัพยากรอื่น ๆ และด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการอย่างทันทีทันใด ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อน และไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริการหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากรรวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะตอบสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจทำให้ผู้รับบริการพอใจและรู้สึกประทับใจ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) การให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการของผู้รับบริการ และความพยายามที่จะนำเสนอบริการในแต่ละจุดสัมผัสของบริการให้ถูกใจผู้รับบริการ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับ และเกิดความรู้สึกประทับใจ

5. ความสนใจเอาใจใส่ต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจเอาใจใส่อย่างจริงใจต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกัน นับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุดไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามย่อมต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องให้ความสนใจดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยทั่วถึงไม่ให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างกัน การปฏิบัติต่อผู้รับบริการต้องเป็นไปด้วยความสุภาพอ่อนโยน และให้เกียรติลูกค้าตลอดเวลา

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทีที่สุภาพอ่อนโยน มีมารยาทของผู้ให้บริการ แสดงถึงอัธยาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเองจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ให้บริการจะต้องมีบุคลิกสง่างาม มีชีวิตชีวายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนโยน

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” (Service Theme) หรือแผนในการให้บริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการ ปฏิกริยาตอบสนอง และความประทับใจของผู้รับบริการนำมากำหนดเป้าหมายของการบริการ รวมทั้งรูปแบบและปัจจัยพื้นฐานของการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยให้ความสำคัญกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับความลับเพื่อความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สินให้ประโยชน์แก่ผู้ดำเนินการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคลากรที่ปฏิบัติงาน การตรวจสอบ และปรับปรุง การดำเนินงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ ตลอดจนการฝึกอบรมบุคลากรผู้ปฏิบัติงานบริการอย่างสม่ำเสมอให้เป็นไปตามเกณฑ์และความคาดหวังของผู้รับบริการ

2.1.4 การจัดการบริการท่องเที่ยว

ราชัน อีลีซัยกุล (2544) ได้กล่าวถึง การจัดการบริการท่องเที่ยวต้องมีการกำหนดประเภทและมาตรฐานของบริการที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล และควรตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภทและทุกระดับ บริการด้านต่าง ๆ ที่สำคัญแก่ นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. บริการด้านกฎระเบียบข้อบังคับ คือ เป็นการบริการด้วยกฎระเบียบ ข้อบังคับกติกาเพื่อการดำเนินการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกสบายเกิดความพึงพอใจสูงสุด ตลอดจนการดำเนินการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยไม่เกิดผลกระทบกับสภาวะแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เช่น การออกกฎระเบียบ ห้ามจุดไฟหรือก่อกองไฟเพราะอาจทำให้เกิดไฟป่าได้ เป็นต้น

2. การบริการด้านความปลอดภัย การประกอบกิจกรรมนันทนาการที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวมักมีแนวโน้มที่จะเกิดอันตรายและอุบัติเหตุได้ง่าย อย่างเช่น การถูกงูกัด อุบัติเหตุจากเครื่องเล่น เป็นต้น ผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมการด้านความปลอดภัยต่าง ๆ เตรียมอุปกรณ์ป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้เหมาะสม รวมทั้งมีการฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถป้องกันความปลอดภัย รักษา และปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้

3. บริการด้านนันทนาการ คือ การให้บริการเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยว

4. บริการข้อมูลข่าวสาร คือ การบริการให้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรมีสุนัขบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ แผนที่ เอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการที่มีในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานให้ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยว

5. บริการที่พัก คือ การบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวควรมีหลายขนาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มหลายประเภทที่ต้องการประเภท และระดับการบริการที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรมระดับสี่ ห้าดาว จะให้บริการหลากหลายแก่ผู้มาพัก เช่น อาหาร และเครื่องดื่ม อีกทั้งที่พักจะต้องมีความปลอดภัย มีความสะอาด มีอุปกรณ์การใช้พื้นฐาน เช่น ที่นอนเตียง ผ้าห่ม เป็นต้น

6. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ คือ การบริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวควรมีมาตรฐานการบริการนำเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมนำเที่ยวให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น นำเที่ยวทางประวัติศาสตร์ มักเทศก์ควรมีความรู้และรายละเอียดอย่างถูกต้อง

7. บริการคมนาคมขนส่ง คือ การบริการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่งโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่งควรมีหลายรูปแบบและหลายระดับ เช่น รถเช่า รถโดยสาร เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบการคมนาคมที่ตัวเองพอใจได้

8. บริการอาหารและเครื่องดื่ม คือ การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งควรมีอาหารหลายประเภทและหลายระดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละระดับ เช่น ร้านอาหารแบบครอบครัว ร้านอาหารนานาชาติ ร้านอาหารประจำท้องถิ่น บริการด้านอาหาร มีองค์ประกอบ คือ มีการตกแต่งสถานที่ให้กลมกลืนกับสภาพท้องถิ่น มีการเสนออาหารประจำท้องถิ่นและมีรายการอาหารทั่วไปที่นักท่องเที่ยวคุ้นเคยบ้าง อาหารมีมาตรฐานพื้นฐานตามสัญลักษณ์ของกระทรวงสาธารณสุขตลอดจนบริการในร้านอาหารควรมีใจรักงานด้านการบริการด้วย (สุวิมล เหลืองประเสริฐ, 2544)

9. บริการด้านสินค้าและของที่ระลึก คือ การบริการขายสินค้าและของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพื่อซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเพื่อเป็นที่ระลึก และของฝาก ซึ่งจากสถิติรายจ่ายค่าซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงถึงร้อยละ 30 ของมูลค่าการท่องเที่ยวทั้งหมด ดังนั้นการบริการด้านสินค้าและของที่ระลึกจึงมีความสำคัญซึ่งนอกจากเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ให้บริการแล้วยังเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

10. บริการด้านอื่น ๆ หรือบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร สถานที่ บริการซักรีด และไปรษณีย์ เป็นต้น

2.1.5 แนวคิดรูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

รูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของผู้รับบริการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน แบ่งตามประเภทของการรับบริการท่องเที่ยว ได้แก่

รูปแบบของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดของพลอก (Plog, 1991) ที่อาศัยหลักจิตวิทยาเป็นฐานในการจำแนกถึงรูปแบบของนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่า

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่คิดหรือสนใจตัวเอง ชอบสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นที่รู้จักกันดี ไม่ต้องการทดลองสิ่งแปลกใหม่ทั้งที่พัก อาหาร สิ่งบันเทิง และบุคคลใหม่ ๆ ไม่ต้องการพบสิ่งที่ยุ่งยากและเหตุการณ์ที่ผิดปกติ

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near-Psychocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่อยู่กึ่งกลางระหว่างการเน้นตัวเองและการเดินทางสายกลางสามารถทดลองสิ่งใหม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งที่คุ้นเคย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Midcentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่ไม่ชอบผจญภัยแต่ก็ไม่รังเกียจการทดลองสิ่งใหม่ ๆ トラบเท่าที่ไม่ได้เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือไม่ผิดปกติเกินไป

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near-Allocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่เป็นกลุ่มอยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ถึงกับชอบการผจญภัยแต่สามารถท่องเที่ยวแบบผจญภัยได้

5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentrics) หมายถึง นักท่องเที่ยวประเภทที่สนใจในกิจกรรมหลากหลายเป็นพวกที่เปิดเผยมั่นใจในตัวเอง และชอบผจญภัยอย่างมาก

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการในการท่องเที่ยว

2.2.1 ความต้องการในการท่องเที่ยว

ความต้องการในการท่องเที่ยวนั้นเกิดจากหลายเหตุผล นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับจุดประสงค์ของตนเหมาะกับงบประมาณที่จะใช้จ่ายให้คุ้มค่ากับความสุขและความประทับใจที่ได้รับมา (Stephen j Page et al., 2001 อ้างถึงใน ชนะการณ ออสุวรรณ. 2548) แหล่งท่องเที่ยวจะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมผสานกันเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งในด้านความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Resources) ความน่าประทับใจในสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือบริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสาร และสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี (Hospitality) ต่อนักท่องเที่ยว (ชนะการณ ออสุวรรณ. 2548 อ้างจากชูลิทธิ ชูชาติ. 2546) ความต้องการการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 ประเภท (Mathieson & Wall. 1996 อ้างถึงใน ชนะการณ ออสุวรรณ. 2548) ดังนี้

1. ความต้องการปัจจุบัน (Actual Demand) หมายถึง ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว มีความพร้อมทางด้านงบประมาณและเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความต้องการประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และพร้อมเดินทางทันที

2. ความต้องการที่มีแนวโน้ม (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้วแต่ขาดองค์ประกอบอื่น เช่น เงิน เวลา และการจัดการเพื่อเดินทาง ความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็น Actual Demand ได้โดยการพัฒนาการให้บริการและระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3. ความต้องการที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคนแต่ไม่มีความรู้หรือไม่มีข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่าง ๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูลอาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้โดยไม่ยากนัก

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2549) กล่าวว่าไว้นักท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะของความต้องการ โดยแบ่งออกเป็น 12 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (Family Market) ปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวที่สำคัญของครอบครัว คือ ลูก โดยดูจากความต้องการที่เกี่ยวข้องกับลูกเป็นหลัก ซึ่งความต้องการดังกล่าวจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงอายุของลูก ดังนี้

1.1 ทารก เมื่อลูกยังเล็กครอบครัวมักจะเลือกเดินทางไปในที่ที่มีความปลอดภัยสูง รวมถึงความสะดวกสบาย ส่วนในการเลือกใช้บริการต่าง ๆ จะมองหาบริการพิเศษ เช่น การใช้สายการบินหรือโรงแรมที่มีอาหารทารกโดยเฉพาะหรือให้อาหารทารกฟรี

1.2 เด็กอ่อน หมายถึงอายุตั้งแต่ 2 ถึง 5 ปี ระยะทางเป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาที่เกี่ยวข้อง โดยจะเน้นการเดินทางระยะสั้นและเน้นความปลอดภัยเป็นพิเศษ

1.3 เด็กวัยเข้าโรงเรียน คือวัยหลังจากเด็กอ่อนแต่อายุไม่เกิน 12 ปี วัยนี้ต้องการเล่นกับเพื่อนวัยเดียวกันและจะชอบเล่นสนามเด็กเล่น ชอบเล่นน้ำในสระ ซึ่งเป็นกิจกรรมง่าย ๆ แต่เด็กชอบที่จะเล่นและสนุกกับกิจกรรมอย่างนั้น

1.4 วัยรุ่น ช่วงอายุจาก 13 ปี ถึง 18 ปี เป็นช่วงที่เด็กต้องการมีกิจกรรมเป็นของตนเอง โดยเป็นกิจกรรมที่คล้ายกับผู้ใหญ่มากขึ้นอีกอย่างหนึ่ง จำนวนเด็กในครอบครัวมีผลต่อการเลือกลักษณะในการท่องเที่ยว ในครอบครัวที่มีจำนวนลูกมากส่วนมากจะเลือกการเดินทางที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงและจะท่องเที่ยวแบบคาราวานหรือการตั้งแคมป์ เป็นต้น

2. กลุ่มเที่ยวเพื่อความสำราญ (Hedonistic Market) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความสุขส่วนตัวยิ่งกว่าอย่างอื่น โดยเฉพาะผู้ใหญ่ช่วงต้นจะอยู่ในกลุ่มนี้ ช่วงหลังอาจได้ยินคำว่า 4Ss นั่นคือ การท่องเที่ยวกลุ่ม Sun Sand Sea and Sex ซึ่ง S ตัวที่ 5 “Sangria” อาจถูกเพิ่มเข้าไปเพื่อบ่งบอกว่่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ชอบดื่มแอลกอฮอล์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเป็นในกลุ่มเพื่อนเพศเดียวกัน ชอบความอิสระ เรียบง่าย และมักจะพักที่พักริมริเวณประกอบอาหารเอง (Self-catering Accommodation)

3. กลุ่มแบกเป้ (The Backpacker Market) นักท่องเที่ยวแบบนี้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันมากกว่าการแบกเป้หรือถุงสัมภาระที่มักจะใช้มากกว่าการใช้กระเป๋าเดินทาง ลักษณะดังกล่าวคือการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระมีค่าใช้จ่ายต่ำ พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่เหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป และวันที่พำนักมักจะยาวกว่าปกติ (มากกว่า 1 หรือ 2 สัปดาห์) สื่อที่นิยมใช้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือหนังสือแนะนำการเดินทาง จึงเห็นว่านักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเยี่ยมชมสถานที่และใช้ที่พักที่เดียวกับที่แนะนำในหนังสือ

4. กลุ่มเยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติ VFR (Visiting Friends and Relatives) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จัดเป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัด ธุรกิจที่พักจะไม่ให้ความสำคัญกับกลุ่มนี้มาก แต่ธุรกิจที่ได้ประโยชน์จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่ ที่นักท่องเที่ยวจะถูกเพื่อนหรือญาติพาไปเยี่ยมชม

5. นักทัศนจร (Excursionists หรือ One-Day Tourist) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเดินทางท่องเที่ยวมีระยะเวลาไม่เกิน 1 วัน มักจะไปแหล่งท่องเที่ยวใกล้ ๆ ซึ่งข้อคำนึงในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวนั้นอาจเป็นเพียงสภาพอากาศในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวภายนอก เช่น สวนสนุก สวนสาธารณะ หรือแหล่งท่องเที่ยวภายในอาคาร เช่น พิพิธภัณฑ์ในวันที่อากาศไม่ดี

6. นักท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Educational Tourists) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะหลังมานี้ ปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้มีให้เห็นในรูปแบบดังต่อไปนี้

6.1 การแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยระยะเวลาแลกเปลี่ยนจะเริ่มจากไม่กี่เดือนไปจนถึง 1 ปี

6.2 การเรียนภาษาต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งมักรวมการเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ นั้น ๆ เข้าไปด้วย และการพักกับครอบครัวเจ้าของภาษาในระหว่างการเรียนภาษา

6.3 การท่องเที่ยวของกลุ่มผู้ที่มีความสนใจตรงกันและต้องการศึกษาในสิ่งที่สนใจนั้น เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การทำอาหาร

7. นักท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourists) ผู้ที่นับถือศาสนานั้น ๆ มักจะมีความเชื่อในการทำกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือประกอบพิธีกรรมหรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆ เข้าชมสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาเพื่อเข้าชมความงาม เข้าไปพักผ่อน หรือสงบจิตใจ

8. กลุ่มหิมินาว (The Snowbird Market) นักท่องเที่ยวกลุ่มหิมินาวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมักจะมีเวลาในการพักผ่อนเหลือเฟือ มักจะต้องการบริการที่สะดวกสบาย บริการทางการแพทย์ ความปลอดภัยและความเป็นมิตรของประเทศที่เยี่ยมชม ความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ คือ สภาพภูมิอากาศ สุขภาพ และรูปแบบการใช้ชีวิต

9. นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ (Elderly Tourists) จุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ เพื่อการพักผ่อน ความบันเทิง เยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติ และมักใช้พาหนะเพื่อการท่องเที่ยวไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุนี้ นับเป็นหนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนลดลง มีความเป็นวัตถุนิยมน้อยลง มีความเป็นส่วนตัว รอบคอบขึ้น มีความยืดหยุ่นสูง เป็นตัวของตัวเอง สนใจเรื่องราคาเป็นเรื่องรอง

10. นักท่องเที่ยวที่เป็นชนกลุ่มน้อย (Ethnic Minority Tourists) ชนกลุ่มน้อยสามารถพบได้ในหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งบางกลุ่มอาจตั้งรกรากในประเทศที่อยู่อาศัยเป็นเวลาหลายชั่วอายุคน แต่ในประเทศที่พัฒนาแล้วมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อแพคเกจทัวร์ที่เป็นชนกลุ่มน้อยเหล่านี้ไม่มาก ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะเดินทางเยี่ยมญาติมากกว่า

11. กลุ่มผู้มีความผิดปกติทางกาย (Tourists with Disabilities) ผู้พิการมีความไม่พร้อมทางร่างกายมีหลายแบบจึงทำให้ความต้องการความสะดวกในการเดินทางแตกต่างกัน

12. กลุ่มนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวระยะสั้น (The Short Break Market) จุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจเป็นการท่องเที่ยวแบบโรแมนติก เยี่ยมเพื่อนเยี่ยมญาติ ซื้อของ ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ เป็นต้น นักท่องเที่ยวมักจะวางแผนและจองบริการล่วงหน้าหรืออาจจะตัดสินใจเดินทางวินาทีสุดท้ายเนื่องจากต้องการพักผ่อนจากการทำงานหรือต้องการฉลองในโอกาสพิเศษ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจ

Kotler (2003) ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่า ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์หรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตามที่เขาเห็นหรือรับรู้กับการคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับของความพึงพอใจจึงเป็นความแตกต่างระหว่างคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังของบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ คือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

กาญจนา อรุณสุขรุจิ (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างการที่จะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

2.3.2 ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งลักษณะทั่วไปมีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2535)

1. ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์ การเรียนรู้ สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไปในสถานการณ์ซึ่งการบริการเป็นเช่นเดียวกัน บุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่คาดหวังย่อมาก่อนให้เกิดความรู้สึกที่ดีและพึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริง ในสถานการณ์บริการก่อนที่ประชาชนจะมาใช้บริการใดมักจะมีลักษณะของความพึงพอใจอยู่ 2 ลักษณะ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากอารมณ์ในขณะที่เข้ารับบริการ และความพึงพอใจที่ต้องพิจารณาในหลาย ๆ ด้าน

2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เมื่อผู้บริโภคได้สนองตอบความต้องการและบรรลุลักษณะประสงค์ของการบริโภคย่อมเกิดความพึงพอใจ

เลียมเกียรติ พิวเกลียง (2542 อ้างถึงใน ชนะการณ ออสุวรรณ. 2548) ได้แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น

1. ความพึงพอใจต่อระบบ (System Satisfaction) เป็นการประเมินสิ่งที่ได้รับประโยชน์จากระบบการตลาด
2. ความพึงพอใจต่อองค์กร (Enterprise Satisfaction) เป็นการประเมินสิ่งที่ได้รับประโยชน์จากระบบการบริหาร
3. ความพึงพอใจในสินค้าและบริการ (Product/ Service Satisfaction) เป็นการประเมินประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการเฉพาะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนวิชาสำหรับการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขณะเดียวกัน ได้แบ่งความพึงพอใจของลูกค้า (Consumer Satisfaction) ออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. ความพึงพอใจที่ถือประโยชน์เป็นสำคัญ (Utility Satisfaction or Need) เป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รับประโยชน์จากสินค้าหรือบริการ “พอเพียง” ที่ทำให้บรรลุความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้า

2. ความพึงพอใจในด้านจิตวิทยาและสังคม (Psychosocial Satisfaction or Want) เป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รับประโยชน์ โดยเทียบปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยทางสังคม

3. ความพึงพอใจที่เกิดจากการเปรียบเทียบ (Balance Satisfaction or Expectation) เกิดเมื่อสิ่งที่คาดหวังก่อนได้รับหรือซื้อ (Pre-Purchase Expectation) ได้รับบรรลุถึงความต้องการหรือเกินกว่าที่คาดหวังของผู้บริโภคหรือลูกค้า

4. ความพึงพอใจตามสถานการณ์ (Situation Satisfaction) เป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นเฉพาะแบบ เช่น มีการบังคับด้วยเงื่อนไขที่ต้องการหรือเกิดจากการปรับเปลี่ยนความชอบของลูกค้า

ในการแบ่งระดับความพึงพอใจของลูกค้า คอตเลอร์ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ (Kotler, 2003 อ้างถึงใน พิบูล ที่ปะปาล, 2549)

1. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Performance) ต่ำกว่าความคาดหวัง (Expectations) ลูกค้า จะรู้สึก “ไม่พอใจ” (Dissatisfied)

2. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ เป็นไปตามที่คาดหวัง (Expectations) ลูกค้าจะรู้สึก “พอใจ” (Satisfaction)

3. ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ดีเกินกว่าที่คาดหวัง (Expectations) ลูกค้าจะรู้สึก “ยิ่งพอใจมาก” (Highly Dissatisfied) หรือ “รู้สึกประทับใจ” (Delighted)

นักการตลาดสามารถใช้เครื่องมือติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ 3 วิธี ดังนี้ (โหมยง ไตะทอง และคณะ, 2551)

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจจะถามความพอใจในด้านต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดีจะสามารถได้ข้อมูลที่เป็นจริง

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป้าหมายไม่น่าจะแสดงจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระบบแบบแผน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.4 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกลงในทางบวกของผู้รับบริการต่อการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ๆ มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2535)

1. สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อประชาชนมีความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเล ที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2. การส่งเสริมแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ เกิดขึ้นได้จากการได้ยิน ข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก หากตรงกับความเชื่อถือ ที่มีความรู้สึกกับบริการดังกล่าวจะก่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมา ได้

3. ผู้ให้บริการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบาย การบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของประชาชนเป็นหลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่ายเช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึง ประชาชนเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมการบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

4. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อม และบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพล ต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการเกี่ยวข้องกับการออกแบบ อาคารสถานที่ การตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์ และการให้สี สัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุ เครื่องใช้ งาน บริการจดหมาย ซองจดหมาย เป็นต้น

5. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการส่งผลให้ การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่าง ถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูลของการสำรองห้องพัก โรงแรมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับสายโอนสายในการติดต่อองค์การต่าง ๆ การประชุมทางโทรศัพท์ การติดต่อทาง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

จากปัจจัยดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งผันแปรไปตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลใน แต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้

แต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้อง บุคคลจะสามารถเปลี่ยน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ประชาชนจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบความคาดหวังจากบริการต่าง ๆ

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพจิตร จิรเรืองกุล (2548) ศึกษาเรื่องปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test และ ค่าความแปรปรวนทางเดียว จากการศึกษาพบว่า ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบปัญหาที่อยู่ในระดับน้อย คือ ด้านบุคลากรเจ้าหน้าที่ บริษัทผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่วนด้านเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนกับด้านเจ้าหน้าที่มีคุณวุฒิต่ำพบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ต่างกันพบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกันพบปัญหาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ไพลิน เจริญเพชร (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ด้านบวกและภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 400 คน และใช้แบบสัมภาษณ์เพิ่มอีก 30 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ค่า T-test และ ค่า F-test พบว่าในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์เชิงบวกต่อการท่องเที่ยวไทย และมีภาพลักษณ์เป็นกลางต่อการท่องเที่ยวไทยโดยไม่ปรากฏว่ามีความคิดเห็นเป็นภาพเชิงลบในทุก ๆ องค์ประกอบของการท่องเที่ยวไทย อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนในนครคุนหมิงที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านบวกและภาพลักษณ์เป็นกลางของการท่องเที่ยวไทย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ผลปรากฏว่า ความคิดเห็นดังกล่าวมีความแตกต่างกัน

ศุภย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2552) สำนวญความคิดเห็นเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ บริเวณห้องพักผู้โดยสารขาออก อาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 902 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา พบว่าส่วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหญ่เห็นว่าสถานการณ์การเมืองที่เกิดขึ้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวยังคงให้คะแนนความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวประเทศไทยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 7.76 จากคะแนนเต็ม 10 โดยมีความพึงพอใจในบรรยากาศไม่ตรีของคนไทยมีคะแนนสูงสุด ขณะที่ความพึงพอใจในคุณภาพอากาศมีคะแนนต่ำสุด ทั้งนี้สอบถามนักท่องเที่ยวถึงความต้องการกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง พบว่า ร้อยละ 94.1 จะกลับมาอีก และส่วนใหญ่ยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อให้ผู้อื่นมาเที่ยวประเทศไทยด้วย

Lei Jun (2553) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมากกว่าร้อยละ 50 ตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยไม่ใช้บริษัทนำเที่ยว และเดินทางท่องเที่ยวด้วยการร่วมเดินทางกับพนักงานในบริษัท และกับเพื่อน ส่วนจำนวนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยใน 5 ปี ที่ผ่านมาเฉลี่ย 2.19 ครั้ง โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 4 วัน และมีวัตถุประสงค์การมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและชมทัศนียภาพ นักท่องเที่ยวจำนวนมากไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด ประเภทกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น จำนวนน้อยที่ท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่พักในโรงแรมราคาประมาณ 1,001-2,000 บาท ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าของฝากประเภทอาหารพื้นเมือง สินค้าประเภทเสื้อผ้าพื้นเมือง เป็นต้น และ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเฉลี่ยอยู่ที่ 9,624.69 บาทต่อคน ส่วนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปซื้อสินค้านามากที่สุด คือ ตลาดไนท์บาร์ซ่า และสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ซื้อสินค้านั้นสูงเพราะเห็นว่าสินค้านั้นไม่มีคุณภาพ ราคาแพง สินค้าไม่ตรงกับความต้องการ และการนำกลับบ้านลำบาก

2.5 วิธีดำเนินการวิจัย

2.5.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

- 1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
- 1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัย

ที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

2.5.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.5.3 ประชากรและขนาดของตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) กรณีไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Infinite Population) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้น

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 คือ $\alpha=0.05$ หรือ $1-\alpha/2$ การเปิดค่า $Z=0.975$ ได้ค่าที่ 1.96

P = สัดส่วนของประชากรในการสนใจงานวิจัยในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ ร้อยละ 50

Q = สัดส่วนของประชากรที่ไม่สนใจการศึกษางานวิจัย = $1-p$

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

n = 384.6 คน

ดังนั้น จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

2.5.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จากการกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะทำการศึกษาทั้งหมด 400 คน โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน ที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากสนามบินนานาชาติ สถานีรถไฟโดยสารสาธารณะ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ดังนี้

1. แอร์พอร์ตลิงค์ 80 คน
2. สนามบินสุวรรณภูมิ 120 คน
3. แหล่งท่องเที่ยววัดพระแก้ว 100 คน และตลาดน้ำที่ภาคพญา 100 คน

2.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และทำการประมวลผล โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. ใช้มาตราวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ในการแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จากนั้นคำนวณช่วงของระดับคะแนนในแต่ละระดับความสำคัญด้วยสูตรค่าเฉลี่ย โดยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ในการวัดระดับความพึงพอใจ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ความพึงพอใจในแต่ละด้าน โดยนำข้อมูลใช้สถิติวิเคราะห์ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เทียบกับลำดับชั้นของคะแนน ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากการคำนวณ สามารถกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความสำคัญได้ดังนี้
 เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์ โดยอยู่ภายใต้ลิขสิทธิ์และนโยบายด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา ซึ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติไคสแควร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

3.1 ภาพรวมลักษณะทั่วไปของประเทศจีน

ประเทศจีนเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก จากรายงานของสำนักข่าวซินหัวแสดงให้เห็นว่า ปี 2554 ประเทศจีนมีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,370,536,875 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นจาก ปี 2544 ที่มีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,265,825,048 คน จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรชาวจีนในช่วงระยะเวลา 10 ปี ที่ผ่านมามีประเทศจีนมีประชากรเพิ่มขึ้นถึง 73,899,804 คน คิดเป็นร้อยละ 5.84 (สำนักข่าวซินหัว. 2554)

สาธารณรัฐประชาชนจีนมีมณฑลที่อยู่ภายใต้อำนาจการปกครองทั้งหมด 22 มณฑล ซึ่งทางรัฐบาลจีนได้ถือรวม ไต้หวัน เป็นมณฑลที่ 23 สาธารณรัฐประชาชนจีนมีเขตปกครองตนเอง 5 แห่ง ได้แก่ กวางซีจ้วง มองโกเลียใน หนิงเฉียหุย ซินเจียงอุยกู และทิเบต ซึ่งในเขตปกครองตนเองนี้จะมีชนกลุ่มน้อยอาศัยอยู่มาก และยังมีในส่วนของเทศบาลนคร 4 แห่ง คือเมืองที่มีขนาดใหญ่ในสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้แก่ ปักกิ่ง ฉงชิ่ง เซียงไฮ้ และ เทียนจิน นอกจากนี้ยังมีเขตบริหารพิเศษ ได้แก่ มาเก๊า และฮ่องกง อีกด้วย (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2554)

3.2 สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

การเดินทางไปต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีนก่อนช่วงปี 2513 จะถูกจำกัดอยู่เพียงนักธุรกิจ นักการเมือง เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักเรียน นักศึกษา นักกีฬา ที่มีความจำเป็นต้องเดินทางออกนอกประเทศแต่ภายหลังเมื่อรัฐบาลจีนมีนโยบายในการเปิดประเทศ และเพิ่มการค้าระหว่างประเทศในช่วงปี 2513 ทำให้ประชาชนมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และความต้องการในการเดินทางไปต่างประเทศสูงขึ้นตามมา รัฐบาลจีนจึงตอบสนองความต้องการนี้โดยการผ่อนคลายข้อห้ามในการเดินทางเปิดโอกาสให้ชาวจีนเดินทางออกนอกประเทศได้สะดวกมากขึ้น ทำให้สถิติการเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีนสูงขึ้นมาก องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) คาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีจำนวนมากเป็นอันดับ 4 ของโลกในปี 2563 ซึ่งมีจำนวนประมาณ 400 ล้านคน (ศุภลักษณ์ อัครางกูร. 2549)

ปี 2520 รัฐบาลจีนมีนโยบายในการเปิดให้ประชาชนจีนออกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (หวางซูเจีย. 2548) ตั้งแต่ประเทศจีนเปิดประตูส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศจีนได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว ปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทาง

เออไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวนอกประเทศประมาณ 31 ล้านคน และมีจำนวน 5-6 ล้านคนในปีนี้ได้เลือกเดินทางท่องเที่ยว ในทวีปเอเชีย เช่น ประเทศไทย มาเลเซีย เป็นต้น ในปี 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นถึง 50 ล้านคน และในปี 2563 จะเพิ่มขึ้นถึง 100 ล้านคน โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร และบริษัทนำเที่ยวทั่วโลก ต่างมีตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นเป้าหมายทางการตลาดทั้งสิ้น (หยาวห่ายฉิน. 2549)

ปี 2554 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เป็นจำนวน 54 ล้านคน ซึ่งมากกว่าในปี 2553 ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 47 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 15 และมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวทั้งหมด 48,000 ล้าน ดอลลาร์สหรัฐฯ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2554)

ขณะที่เศรษฐกิจโลกกำลังเผชิญวิกฤตรัฐบาลจีนมีการออกนโยบายเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนชาวจีนมีการบริโภคมากขึ้นในวันหยุดเทศกาล ในปี 2552 ซึ่งโดยปกติในแต่ละปีประชาชนชาวจีนจะมีวันหยุดเทศกาล 3 ครั้งที่เป็นวันหยุดระยะยาว ได้แก่ ในเดือนมกราคมมีเทศกาลวันขึ้นปีใหม่และเทศกาลตรุษจีน ในเดือนพฤษภาคม มีเทศกาลไหว้ขนมจ้างกับวันแรงงานสากล และในเดือนตุลาคมมีเทศกาลไหว้พระจันทร์กับวันชาติจีน ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจะถือโอกาสเหล่านี้เป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และเตรียมพร้อมที่จะจัดเส้นทางท่องเที่ยวระยะยาว จากสถานการณ์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น มี 3 ประการดังนี้

1. รัฐบาลจีนมีการผ่อนปรนข้อกำหนดการเดินทางออกนอกประเทศ
2. ขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน ทำให้ชนชั้นกลางมีการขยายตัว และประชาชนมีความต้องการและความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศสูงขึ้น
3. เทศกาลหยุดยาวเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีแนวโน้มที่ดี

3.3 ลักษณะพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

ซูโป๋หยาง หวางหงหถึง (Shu, B. Y. & Wang, H. L. 2004) กล่าวแสดงข้อมูลให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมีลักษณะดังนี้

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศชายกับหญิงเท่า ๆ กัน คือ ชาย ร้อยละ 50 และหญิง ร้อยละ 49 ส่วนใหญ่อยู่ในอายุ 26-45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนมากประกอบอาชีพ

เป็นพนักงานบริษัท รองลงมาคือผู้บริหารขององค์กร และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 หยวน

ลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโศกในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 50 มีความเห็นว่าถึงแม้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องมีค่าใช้จ่ายสูง แต่ไม่เป็นการตัดสินใจที่สำคัญมาก แสดงว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้น ประชาชนจีนสามารถยอมรับได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลเพื่อตัดสินใจท่องเที่ยวจากการโฆษณาในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ร้อยละ 43.7 และมี ร้อยละ 66.7 จะเลือกบริษัทนำเที่ยวที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อน วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมาคือเพื่อแสวงหาความรู้ และในการเลือกซื้อสินค้า ส่วนใหญ่เลือกตามราคาที่เหมาะสม รองลงมาคือตามความดึงดูดใจทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกเส้นทางท่องเที่ยว สิงคโปร์-มาเลเซีย-ไทยเป็นกำลังเป็นที่นิยม มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวสูง ที่สูงสุดคือใช้จ่ายในการซื้อสินค้า รองลงมาคือใช้จ่ายในการบันเทิง ระยะเวลาที่เดินทางมาเที่ยวเฉลี่ยในการเดินทางท่องเที่ยว ไทย 5.1 วัน มาเลเซีย 5.1 วัน สิงคโปร์ 3.03 วัน และประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยวเรียงตามลำดับคือ ไทย รัสเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อเมริกา เกาหลีเหนือ สิงคโปร์ เวียดนาม

3.4 แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน

เส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเอเชียนั้น เส้นทาง สิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย (Sing- Ma -Tai) จะขายดีและได้รับความนิยมมากที่สุด และมีราคาถูกที่สุด โดยจะจัดโปรแกรมเป็นแพ็คเกจทัวร์ขายพร้อมกัน ทั้ง 3 ประเทศ ซึ่งในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีวันเที่ยวและวันพักมากที่สุด และนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาเที่ยวซ้ำในไทยมากที่สุด แต่จะเปลี่ยนจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวภายในประเทศไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ไม่เคยไป เช่น เปลี่ยนจากพัทยาไปภูเก็ต กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจะเป็นวัยรุ่นวัยทำงาน และวัยกลางคน โดยเฉพาะทัวร์ที่พานักท่องเที่ยวไปดูการเดินอะโโกโก้ ไชว์ลามก หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ค่อนข้างมีอายุจะไม่นิยมการโชว์ลักษณะเช่นนี้ ประเทศไทยควรจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิม ๆ ที่ชาวจีนนิยมคือ กรุงเทพมหานคร พัทยา และมีการนำเสนอตลาดใหม่ ๆ เพิ่มเติม เช่น สมุย ภูเก็ต หรือการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ เช่น สุโขทัย พิษณุโลก และการทำตลาดจะเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าปริมาณเพื่อแก้ไขปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญ (กรวรรณ สังขกร. 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1 การเดินทางเข้ามาในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศเป็นครั้งแรกนั้น จะนิยมที่จะเลือกท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นประเทศแรกเพราะว่าราคาไม่แพง ถึงแม้ว่าจะอยู่ใกล้สาธารณรัฐประชาชนจีน แต่ยังไม่ให้ความรู้สึกเหมือนไปเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ประเพณี วัฒนธรรม และภาษาพูดแตกต่างจากคนจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นิยมเดินทางโดยเครื่องบิน ซึ่งสนามบินหลักที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยคือ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และนักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางเข้ามาประเทศไทยได้ ณ สนามบินนานาชาติภูเก็ตอีกด้วย

3.3.2 สถานที่ท่องเที่ยวหลัก

จังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมี 4 จังหวัดคือ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี (พัทยา) และเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวกรุงเทพมหานคร และพัทยา จะเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มที่มีรายได้น้อย ไม่ค่อยมีความทันสมัย มีอาชีพรับจ้าง หรือคนงานทั่วไปที่ไม่รู้จักภูเก็ต ค่าทัวร์ส่วนมากจะอยู่ที่ 2,000 – 2,500 หยวน (8 วัน 7 คืน ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร - พัทยา รวมค่าวีซ่า ค่าตัวเครื่องบิน ค่าทัวร์ ที่พัก และมีสถานที่ท่องเที่ยวให้เลือกมากมาย) ส่วนที่ภูเก็ตจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ค่อนข้างมีฐานะ เพราะค่าทัวร์จะแพงกว่า ประมาณ 3,600 หยวน (จำนวน 6 วัน 5 คืน รวมราคาตัวเครื่องบิน) รายละเอียดการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในแต่ละจังหวัดมีดังนี้

1. กรุงเทพมหานคร สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยม คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) และพระบรมมหาราชวัง พระพรหมเอราวัณ ล่องแม่น้ำเจ้าพระยาชมความงามของวัดริมแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น วัดอรุณราชวราราม โบราณสถานสิ่งก่อสร้าง วิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำ และแสงศรียามค่ำคืนของแม่น้ำเจ้าพระยา นิยมไปแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิง และการช้อปปิ้งซื้อสินค้าที่ถนนรัชดาภิเษกและย่านประตูน้ำ หากเป็นของแบรนด์เนมจะเลือกไปซื้อของในห้างสรรพสินค้าที่ทันสมัย เช่น สยามพารากอน เอ็ม โพลีเรียม นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาเที่ยวกรุงเทพมหานครซ้ำเพราะเป็นเมืองที่มีความทันสมัย และมีแหล่งช้อปปิ้งให้เลือกซื้อสินค้ามากมาย

2. เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งทะเล ชายหาด เกาะ ภัตตาคารอาหารทะเล วัด สวนธรรมชาติ แหล่งบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยาสส่วนมากจะเดินทางมากับบริษัททัวร์ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเที่ยวในพัทยามีหลายแห่ง เช่น เกาะล้าน ถนนคนเดินพัทยา (Walking Street) การแสดงคาร์บาเร่โชว์ ที่นิยมของนักท่องเที่ยวมี 2 แห่ง คือ ทิฟฟานีโชว์ และอัลคาซาร์โชว์ ในการแสดงแต่ละรอบจะมีนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ การคัดลอกหรือการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

ไม่เท่าการณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาวจีนเข้าชมมากที่สุด ในเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวชาวจีนยังนิยมไปสักการะพระพุทธรูปแกะสลักที่เขาศิขรย์ พระพรหมที่ประดิษฐานในวัดสว่างฟ้า และไปสวนนงนุช ซึ่งเป็นสวนไม้ดอกไม้ประดับ มีสวนอาหาร และการแสดงต่างๆ อาทิ การแสดงโชว์ ระบาย 4 ภาค การแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย และการแสดงโชว์ช้างแสนรู้ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวจีน

3. ภูเก็ต นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปเที่ยวที่ภูเก็ตจะเป็นกลุ่มที่มีฐานะ มีรายได้สูงกว่านักท่องเที่ยวที่ไปพัทยา เนื่องจากราคาทัวร์จะสูงกว่า เพราะเป็นทัวร์คุณภาพ มีสายการบินบินตรงจากเมืองสำคัญของจีน อาทิ เซี่ยงไฮ้ และปักกิ่งถึงภูเก็ต หากเมืองไหนไม่มีบินตรงจะต้องมาเปลี่ยนเครื่องที่ทำอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิก่อน รูปแบบของทัวร์ที่ภูเก็ต จะจัดให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวหมู่เกาะที่จังหวัดพังงาและเกาะ พีพี หากทัวร์ที่มีราคาแพงจะจัดให้นักท่องเที่ยวพักที่หาดป่าตอง ถ้าทัวร์ที่ราคาถูกจะให้นักท่องเที่ยวเข้าพักในตัวเมืองภูเก็ต ในช่วงกลางคืนจะนำนักท่องเที่ยวชมการแสดงภูเก็ตแฟนตาซี นิยมซื้อป๊อปปี้ อัญมณี เพชร พลอย หมอน และที่นอนยางพารา หรือไปดูฟาร์มรังนก ชิมยาตองเหล้าของไทย เนื่องจากมีความเชื่อว่ามีสรรพคุณช่วยบำรุงร่างกาย

3.5 สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

“ทัวร์ศูนย์เหรียญ” เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการนำเที่ยวของไทยจะเสนอขายแพคเกจทัวร์ (Package Tour) ในราคาถูกมากจนบางครั้งอาจไม่ต้องจ่ายเงินเลย หรือในบางกรณีที่แย่กว่านั้น คือ บริษัทนำเที่ยวของไทยยอมจ่ายเงินเป็นค่าจ้างให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเที่ยว จากนั้นจะส่งต่อลูกค้าทัวร์ให้บริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์พาไปซื้อของ หรือพาไปแหล่งบันเทิงที่มีราคาแพงเกินจริง เพื่อรับเงินค่านายหน้าเป็นรายได้ให้บริษัท เช่น พาไปซื้อสินค้าอัญมณีที่มีคุณภาพต่ำ แต่ขายในราคาเทียบเท่าของคุณภาพดี หรือการพานักท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายเงินสูงเกินเหตุ หากตกลงกันไม่ได้บริษัทจะทิ้งนักท่องเที่ยวโดยไม่รับผิดชอบ ปัญหาที่ตามมา คือ นักท่องเที่ยวเหล่านั้นร้องเรียนมายังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้รับผิดชอบแทน ซึ่งนอกจากต้องชดใช้ค่าเสียหายแล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ไม่ดีในวงการท่องเที่ยวของไทยด้วย (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2549 ข)

นอกจากนี้ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญยังเป็นปัญหาทัวร์คุณภาพต่ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงเร่งแก้ปัญหาทัวร์ศูนย์เหรียญอย่างจริงจัง จนปัญหาดังกล่าวคลี่คลายลง หลังจากนั้นการวางแผนเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีคุณภาพมาท่องเที่ยวประเทศไทยถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจะเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกที่ดีและมีกำลังซื้อที่เหมาะสม ดังที่สุวิทย์ ยอดมณี (2536) ได้ระบุลักษณะของนักท่องเที่ยวคุณภาพว่า ควรเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อพอสมควร สามารถสื่อสารกันได้ เข้าใจลักษณะและธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ไม่เอารัดเอาเปรียบ ไม่สร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เสนออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขยายเพิ่มให้แก่ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และไม่จำเป็นจะต้องมีปริมาณของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก (กิริติ ตระการศิริวานิช. 2552)

3.6 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในประเทศจีน

ประเทศไทยได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศจีนตั้งแต่ปี 2518 ทั้งสองประเทศได้ทวีความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นยิ่งขึ้นในอีก 4 ปีต่อมา เมื่อประเทศจีนได้เริ่มปฏิรูประบอบเศรษฐกิจพร้อมเปิดประเทศสู่โลกภายนอก ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในโลกที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ชาวจีนเดินทางออกไปเยี่ยมญาติและท่องเที่ยวได้ ไทยกับจีนจึงมีความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวที่ยาวนานที่สุด และการท่องเที่ยวที่เป็นหัวใจหลักที่ทำรายได้ให้กับทั้งสองประเทศเป็นจำนวนมาก (วิภา อุดมฉันท และคณะ. 2548) หลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยจึงได้มีการสร้างนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศจีน

ในช่วงที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบต่างๆ ทั้งจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และการแพร่ระบาดของโรคต่าง ๆ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศ โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2552 ประกาศให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ใช้ความพยายามทุกรูปแบบในการช่วยกู้วิกฤตให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศให้กลับฟื้นตัวได้ในเวลาอันรวดเร็วที่สุด ด้วยเหตุผลดังกล่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ปี 2552 – 2555 โดยกรอบแนวคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ปี 2552–2555 มีดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2552)

1. การกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ
2. ขอบเขตครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการกระตุ้น และฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ
4. โอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ

ทางด้านยุทธศาสตร์แบ่งออกเป็น

1. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนา ดังนี้

- 1.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว
- 1.2 ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ยุทธศาสตร์การป้องกันและรักษาความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นทางการท่องเที่ยว

1.4 ยุทธศาสตร์เสริมสร้างความเข้มแข็ง พัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความสามารถในการแข่งขัน

1.5 ยุทธศาสตร์การสร้างสรรค์กิจกรรม และรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

2. ยุทธศาสตร์ด้านการตลาด ดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูภาพลักษณ์และยกระดับความเชื่อมั่น

2.2 ยุทธศาสตร์กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.3 ยุทธศาสตร์กระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 เพศ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 และเพศหญิง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบประหยัดที่ต้องเดินทางหาข้อมูลเองและเดินทางลำบาก จึงไม่เป็นที่นิยมของเพศหญิงที่รักความสะดวกสบายมากกว่าเพศชาย (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	219	54.75
หญิง	181	45.25
รวม	400	100.00

4.1.2 อายุ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21 – 30 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงานที่สามารถรับผิดชอบตัวเองและตัดสินใจเองได้ จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.25 รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนนักแลกเปลี่ยน ถัดมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 18 คน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 4.50 และกลุ่มอายุ 51 – 60 ปี และอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	23	5.75
21 – 30 ปี	349	87.25
31 – 40 ปี	18	4.50
41 – 50 ปี	8	2.00
51 – 60 ปี	1	0.25
ตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป	1	0.25
รวม	400	100.00

4.1.3 สถานภาพ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และสถานภาพหย่าร้าง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	364	91.00
สมรส	35	8.75
หย่าร้าง	1	0.25
รวม	400	100.00

4.1.4 ถิ่นที่อยู่อาศัย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ที่เมืองเชียงใหม่และปักกิ่ง เนื่องจากเป็นเมืองที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจประชากรมีรายได้สูง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมา คือ เมืองปักกิ่ง มีจำนวน 71 คน คิดเป็น

ร้อยละ 17.75 ตามลำดับนอกจากนี้ถิ่นที่อยู่อาศัยของนักท่องเที่ยวยังกระจายตามมณฑลต่าง ๆ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย

มณฑล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชียงใหม่	96	24.00
ปักษ์ใต้	71	17.75
กวางตุ้ง	67	16.75
เทียนจิน	43	10.75
เจ้อเจียง	27	6.75
ซานตง	20	5.00
หูหนาน	13	3.25
เหอหนาน	12	3.00
ไหหนาน	12	3.00
กวางสี	8	2.00
ฉงชิ่ง	8	2.00
ยูนนาน	6	1.50
เหลียวหนิง	5	1.25
เจียงซี	3	0.75
ฉานซี	3	0.75
ต้าเหลียน	2	0.50
เฮยหลงเจียง	2	0.50
ฝูเจี้ยน	1	0.25
เหอเป่ย์	1	0.25
รวม	400	100.00

4.1.5 ระดับการศึกษา

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และต่ำกว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 11 คน และ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และ ร้อยละ 2.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	8	2.00
มัธยมตอนปลาย / ปวช.	11	2.75
ปริญญาตรี	339	84.75
สูงกว่าปริญญาตรี	42	10.50
รวม	400	100.00

4.1.6 อาชีพ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ คือ ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ส่วนเกษตรกร มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	279	69.75
นักเรียน/นักศึกษา	76	19.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	25	6.25
ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.50
เกษตรกร	2	0.50
รวม	400	100.00

4.1.7 รายได้ต่อเดือน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 2,001 – 3,000 หยวน และ 3,001 – 4,000 หยวน จัดเป็นผู้มีรายได้ปานกลางมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 และ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ตามลำดับ รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน จำนวน 81 คน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 20.25 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 6,000 หยวน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 น้อยที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 6,000 หยวน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับซูโป๋หยาง หวางหงหลิง (Shu, B. Y. & Wang, H. L. 2004) ที่กล่าวว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 หยวน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนได้เปลี่ยนจากกลุ่มผู้มีรายได้สูงเป็นกลุ่มผู้มีรายได้อานกลาง (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (หยวน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	81	20.25
2,001 – 3,000 หยวน	113	28.25
3,001 – 4,000 หยวน	109	27.25
4,001 – 5,000 หยวน	47	11.75
5,001 – 6,000 หยวน	34	8.50
สูงกว่า 6,000 หยวน	16	4.00
รวม	400	100.00

4.1.8 ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.830 เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบประหยัด ไม่มีมีคฤหาสน์ที่น่าเที่ยวที่ใช้ภาษาในการสื่อสาร ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษที่ดีพอเพื่อใช้ในการสื่อสารกับคนท้องถิ่น (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ

N = 400

รายการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสามารถ
ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ	3.41	0.830	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41	0.830	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.9 ทักษะโดยรวมก่อนและหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทักษะโดยรวมก่อนและหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.850 แต่เมื่อพิจารณาทักษะ พบว่าทักษะโดยรวมหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีทักษะอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.654 และทักษะโดยรวมก่อนใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.047 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 ทักษะโดยรวมก่อนและหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

N = 400

รายการ	\bar{X}	S.D.	ทักษะ
ทักษะโดยรวมก่อนใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย	3.34	1.047	ปานกลาง
ทักษะโดยรวมหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย	4.11	0.654	มาก
รวม	3.73	0.850	มาก

4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.2.1 จำนวนวันในการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะใช้เวลาจำนวน 5-7 วัน จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นลูกจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชนจึงไม่สามารถลาหยุดงานได้หลายวัน (ตารางที่ 4.10)

4.2.2 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยด้วยตัวเอง โดยมีจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของจำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยว

จำนวน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-4 วัน	48	12.00
5-7 วัน	295	73.75
8-15 วัน	30	7.50
มากกว่า 15 วัน	27	6.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	221	55.25
เพื่อน	125	31.25
คนรัก	39	9.75
บุคคลในครอบครัว	9	2.25
บุคคลผู้มีชื่อเสียง	6	1.50
รวม	400	100.00

4.2.3 แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะได้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตเนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลที่กว้างขวางและเข้าถึงง่ายที่สุด มีจำนวน 264 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมา คือ เพื่อน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย

N = 400

แหล่งที่ได้รับข้อมูล	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	264	66.00
เพื่อน	174	43.50
บุคคลในครอบครัว	45	11.30
บริษัท/สถานศึกษา	14	3.50
โทรทัศน์	8	2.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 ผู้ร่วมเดินทาง

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากจะเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.25 เนื่องจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบประหยัดเหมาะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนมากกว่าบุคคลในกลุ่มอื่น รองลงมา คือ เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับคู่รัก จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ร่วมเดินทาง

	ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน		293	73.25
คู่รัก		66	16.50
ครอบครัว		24	6.00
คนเดียว		17	4.25
	รวม	400	100.00

4.2.5 รูปแบบที่พักหลัก

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเลือกพักโรงแรม จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมา คือ เกสเฮาส์ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นที่พักที่หาข้อมูลได้ง่ายในอินเทอร์เน็ต (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของรูปแบบที่พักหลัก

	รูปแบบที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โรงแรม		201	50.25
เกสเฮาส์		154	38.50
บ้านญาติ/เพื่อน		22	5.50
หอพัก		17	4.25
รีสอร์ต		5	1.25
โฮมสเตย์		1	0.25
	รวม	400	100.00

4.2.6 งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า งบประมาณที่นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนใช้ในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยจะอยู่ระหว่าง 2,001 ถึง 4,000 หยวน มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 เนื่องจากนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่จะมีรายได้ระดับปานกลาง รองลงมา คือ 4,001 ถึง 6,000 หยวน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 งบประมาณน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของงบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

งบประมาณ (หยวน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน	67	16.75
2,001 ถึง 4,000 หยวน	173	43.25
4,001 ถึง 6,000 หยวน	80	20.00
6,001 ถึง 8,000 หยวน	54	13.50
8,001 ถึง 9,000 หยวน	9	1.50
มากกว่า 9,000 หยวน	17	4.25
รวม	400	100.00

4.2.7 จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย เป็นครั้งแรกซึ่งมีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา คือ 2-3 ครั้ง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และอันดับที่น้อยที่สุด คือ เดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 4-5 ครั้ง มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	215	53.75
2-3 ครั้ง	144	36.00
4-5 ครั้ง	14	3.50
มากกว่า 5 ครั้ง	27	6.75
รวม	400	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.8 วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว

จากการศึกษา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ซึ่งมีจำนวนมากถึง 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมา คือ เพื่อติดต่อธุรกิจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พักผ่อน	323	80.75
เพื่อติดต่อธุรกิจ	27	6.75
เยี่ยมเพื่อน/ญาติ	20	5.00
เพื่อการศึกษา	18	4.50
สภาพอากาศ	12	3.00
รวม	400	100.00

4.2.9 การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีการเดินทางไปเที่ยวในต่างจังหวัดของประเทศไทยด้วย ซึ่งมีจำนวนมากถึง 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.25 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และไม่เคย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 (ตารางที่ 4.18) โดยนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวจังหวัดชลบุรี(พัทยา) อยุธยา กาญจนบุรี เพชรบุรี ตามลำดับ (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย

การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	345	86.25
ไม่เคย	55	13.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกการเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย

N = 345

จังหวัด	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
ชลบุรี (พัทยา)	244	70.72
อยุธยา	89	25.80
กาญจนบุรี	45	13.04
เพชรบุรี	12	3.48
ภูเก็ต	8	2.32
กระบี่	7	2.03
เชียงใหม่	7	2.03
สุราษฎร์ธานี (สมุย)	5	1.45
เชียงราย	3	0.87
ขอนแก่น	1	0.29
นครราชสีมา	1	0.29
แม่ฮ่องสอน	1	0.29

4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย ใน 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความปลอดภัย (2) ด้านข้อมูลข่าวสาร (3) ด้านที่พัก (4) ด้านการคมนาคมขนส่ง (5) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (6) สินค้าของที่ระลึก มีดังต่อไปนี้

4.3.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.54) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าและของที่ระลึก (ค่าเฉลี่ย = 3.86) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย = 3.82) ด้านที่พัก (ค่าเฉลี่ย = 3.71) และ ด้านข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.64) ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ

ปานกลางจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย = 3.40) และด้านการคมนาคมขนส่ง (ค่าเฉลี่ย = 2.79) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม

การบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านสินค้าและของที่ระลึก	3.86	0.720	มาก
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.82	0.767	มาก
ด้านที่พัก	3.71	0.752	มาก
ด้านข้อมูลข่าวสาร	3.64	0.797	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.40	0.936	ปานกลาง
ด้านการคมนาคมขนส่ง	2.79	0.888	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	0.810	มาก

4.3.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านความปลอดภัย

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านความปลอดภัยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.40) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ หน่วยรักษาพยาบาลเบื้องต้น และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ ป้ายเตือนระวังภัยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
หน่วยรักษาพยาบาลเบื้องต้น	3.43	0.918	มาก
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	3.41	0.982	มาก
ป้ายเตือนระวังภัยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ	3.36	0.907	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	0.936	ปานกลาง

4.3.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.64) ยกเว้น การให้บริการของเจ้าหน้าที่ทางด้านความสามารถทางภาษาของเจ้าหน้าที่ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.48) (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านข้อมูลข่าวสาร

ด้านข้อมูลข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้านบุคลิกภาพและ อัธยาศัยของเจ้าหน้าที่	3.93	0.518	มาก
การให้บริการของเจ้าหน้าที่ด้านความรวดเร็วใน การให้ข้อมูล	3.89	0.924	มาก
ความครบถ้วนของข้อมูล ข่าวสารผ่านระบบ ข้อมูลออนไลน์ www.tourismthailand.org	3.76	0.744	มาก
แผนพับและแผนที่สำหรับนักท่องเที่ยวด้านจุด วางสิ่งเกตง่าย	3.73	0.906	มาก
จำนวนจุดวางแผนพับและแผนที่สำหรับ นักท่องเที่ยว	3.66	0.773	มาก
ความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อมูล ออนไลน์ www.tourismthailand.org	3.57	1.031	มาก
ประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับจากแผนพับและ แผนที่สำหรับนักท่องเที่ยวด้าน	3.48	0.831	มาก
ความสามารถทางภาษาของเจ้าหน้าที่	3.12	0.648	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64	0.797	มาก

4.3.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านที่พัก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.71) เมื่อพิจารณาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากทุกรายข้อ ได้แก่ ความหลากหลายด้านรูปแบบที่พัก การรับรองความปลอดภัยของที่พัก ความสะดวกในการสำรองที่พัก ความสะอาดและความได้มาตรฐานสากล ความหลากหลายทางด้านราคา (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านที่พัก

ด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความหลากหลายด้านรูปแบบที่พัก	3.80	0.589	มาก
การรับรองความปลอดภัยของที่พัก	3.75	0.879	มาก
ความสะดวกในการสำรองที่พัก	3.70	0.908	มาก
ความสะอาด และความได้มาตรฐานสากล	3.67	0.702	มาก
ความหลากหลายทางด้านราคา	3.62	0.684	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	0.752	มาก

4.3.5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านคมนาคมขนส่ง

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านคมนาคมขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.79) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า รายข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจมาก ได้แก่ ระบบการขนส่งสาธารณะแบบรถรับจ้าง (Taxi และตุ๊กตุ๊ก) กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ ระบบการขนส่งสาธารณะแบบรถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน และรถโดยสารประจำทางตามลำดับ มีระดับความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ระบบการขนส่งสาธารณะแบบแอร์พอร์ตลิงค์ และป้ายบอกเส้นทางและสถานที่บนท้องถนน และมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ป้ายบอกสถานีของรถสาธารณะ (ตารางที่ 4.24)

4.3.6 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านอาหารและเครื่องดื่ม

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกรายข้อ

ได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสม การบริการของบริกร ร้านอาหารมีความหลากหลาย สะอาด ถูกสุขลักษณะ ได้มาตรฐาน ตามลำดับ (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.24 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านคมนาคมขนส่ง

ด้านคมนาคมขนส่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ระบบการขนส่งสาธารณะรถรับจ้าง (Taxi และ ตุ๊กตุ๊ก)	3.75	0.657	มาก
ระบบการขนส่งสาธารณะรถไฟ	3.35	0.889	ปานกลาง
ระบบการขนส่งสาธารณะรถไฟใต้ดิน	3.31	0.944	ปานกลาง
ระบบการขนส่งสาธารณะรถโดยสารประจำทาง	2.62	0.983	ปานกลาง
ระบบการขนส่งสาธารณะแอร์พอร์ตลิงค์	2.44	0.984	น้อย
ป้ายบอกเส้นทางและสถานที่บนท้องถนน	2.59	0.894	น้อย
ป้ายบอกสถานีของรถสาธารณะ	1.45	0.866	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	2.79	0.888	ปานกลาง

ตารางที่ 4.25 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ราคาสินค้าเหมาะสม	3.95	0.791	มาก
การบริการของบริกร	3.92	0.561	มาก
ร้านอาหารมีความหลากหลาย	3.70	0.948	มาก
สะอาด ถูกสุขลักษณะ ได้มาตรฐาน	3.69	0.766	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	0.767	มาก

4.3.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านสินค้าและของที่ระลึก

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านสินค้าและของที่ระลึกโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.86) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อ ได้แก่ ความครบถ้วนของการบริการจากร้านค้า การบริการของพนักงานขาย ความหลากหลายของสินค้า ความสะดวกในการนำสินค้ากลับภูมิลำเนา ราคาสินค้า ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งร้านค้า (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้านสินค้าและของที่ระลึก

ด้านสินค้าและของที่ระลึก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ความครบถ้วนของการบริการจากร้านค้า เช่น สินค้าอยู่ในสภาพดีมีคุณภาพ มีห้องน้ำบริการที่ตั้งสะดวกในการจอดรถ เป็นต้น	4.06	0.689	มาก
การบริการของพนักงานขาย	4.03	0.778	มาก
ความหลากหลายของสินค้า	4.01	0.433	มาก
ความสะดวกในการนำสินค้ากลับภูมิลำเนา	3.97	0.667	มาก
ราคาสินค้า	3.64	0.915	มาก
ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งร้านค้า	3.60	0.840	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86	0.720	มาก

4.3.8 ข้อเสนอแนะ

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าไม่ได้รับความสะดวกสบายจากระบบการขนส่งสาธารณะ ดังนั้นการคมนาคมขนส่งจึงควรมีการจัดรูปแบบการบริการระบบการขนส่งสาธารณะให้สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนได้ เช่น ควรเพิ่มภาษาอังกฤษ หรือ ภาษาจีนลงไปป้ายบอกสถานีและสถานที่ เป็นต้น

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาได้กำหนดสมมติฐาน คือ

สมมติฐานหลัก (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานรอง (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจึงนำปัจจัยส่วนบุคคลมาทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี Chi-Square ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 ซึ่งหากมีนัยสำคัญน้อยกว่า 0.01 จะยอมรับสมมติฐาน รอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) โดยมีผลดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยกเว้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในด้านรูปแบบที่พักหลัก (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.013
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.005*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด (ตารางที่ 4.28)

4.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด(ตารางที่ 4.29)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.003*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.003*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.008*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.000*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า ถิ่นที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด (ตารางที่ 4.30)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.000*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามการศึกษา

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.000*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.000*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด (ตารางที่ 4.33)

4.4.8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ พบว่า ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมด (ตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.000*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	P-value (Sig. 2-sided)
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว	0.000*
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.000*
แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว	0.000*
ผู้ร่วมเดินทาง	0.000*
รูปแบบที่พักหลัก	0.000*
งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	0.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	0.000*
วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	0.000*
การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย	0.000*

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน จากสนามบินนานาชาติ สถานีรถโดยสารสาธารณะ และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ดังนี้ (1) แอร์พอร์ตลิงค์ (2) สนามบินสุวรรณภูมิ และ (3) แหล่งท่องเที่ยว วัดพระแก้ว และ ตลาดน้ำสี่ภาคพญา สามารถสรุปผลได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ที่เมืองเซี่ยงไฮ้ การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,001 – 3,000 หยวน มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับดีมาก มีทัศนคติโดยรวมก่อนใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติโดยรวมหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้จำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาจำนวน 5-7 วัน ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยด้วยตัวเอง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวไทยมาจากอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน เลือกพักโรงแรมเป็นที่พักหลัก มีงบประมาณที่ใช้ในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยจะอยู่ระหว่าง 2,001 ถึง 4,000 หยวน นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนมากเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเดินทางไปเที่ยวในต่างจังหวัดของประเทศไทยด้วย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทยประกอบด้วย 6 ด้าน คือ (1) ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจในหน่วยรักษาพยาบาลเบื้องต้น และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (2) ด้านข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจในความครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร และความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารผ่านระบบออนไลน์ www.tourismthailand.org มีความพึงพอใจในส่วน

ของ จำนวนจุดวางเพียงพอ จุดวางสังเกตง่าย และประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลของแผนผังและแผนที่สำหรับนักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในส่วนของคุณภาพ และอัตราค่าของเจ้าหน้าที่ และความรวดเร็วในการให้ข้อมูล (3) ด้านที่พัก นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจในความหลากหลายด้านรูปแบบที่พัก การรับรองความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลอดภัยที่พึงความสะดวกในการสำรองที่พัก ความสะอาด และความได้มาตรฐานสากล และความหลากหลายทางด้านราคา (4) ด้านคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจในระบบการขนส่งสาธารณะในส่วนของรถรับจ้าง (Taxi และ ตุ๊กตุ๊ก) (5) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจในราคาสินค้าเหมาะสม การบริการของบริการ ร้านอาหารมีความหลากหลาย และสะอาด ถูกสุขลักษณะ ได้มาตรฐาน (6) ด้านสินค้าและของที่ระลึก นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจในความครบถ้วนของการบริการจากร้านค้า การบริการของพนักงานขาย ความหลากหลายของสินค้า ความสะดวกในการนำสินค้ากลับภูมิลำเนา ราคาสินค้า และความเหมาะสมของสถานที่ตั้งร้านค้า โดยในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่ง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ถิ่นที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่ง ได้แก่ จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แหล่งที่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง รูปแบบที่พักหลัก งบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว การเดินทางไปเที่ยวต่างจังหวัดในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย พบว่า นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในเมืองเชียงใหม่ และปักษ์ใต้ รวมทั้งนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนกลุ่มเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ปานกลาง การท่องเที่ยวไทยจึงควรเพิ่มประชาสัมพันธ์ โดยการติดป้ายโฆษณาการท่องเที่ยวประเทศไทยตามสถานีรถไฟฟ้าของเมืองดังกล่าว เนื่องจากรถไฟฟ้าเป็นยานพาหนะหลักในการเดินทางของกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางให้มากขึ้น

2. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้บริการตำรวจท่องเที่ยว อาจเป็นเพราะไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างทั่วถึง ดังนั้นควรประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการที่สามารถสร้างความสะดวก และความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมไปถึงชาวต่างชาติอื่น ๆ ด้วย และจากผลการศึกษาผู้ร่วมเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน

ในส่วนที่มักกับครอบครัวมีน้อยมากดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรทำการประชาสัมพันธ์

ไม่ว่าการณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเที่ยวแบบประหยัดได้ทั้งครอบครัว โดยการให้ข้อมูลในเรื่องของระบบขนส่งของประเทศไทยที่สามารถเดินทางได้สะดวกทั้งทางรถไฟ ฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน แอร์พอร์ตลิงค์ พร้อมทั้งแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณใกล้กับระบบขนส่งดังกล่าว เช่น สวนจตุจักร สามารถเดินทางได้ทั้งรถไฟที่ลงสถานีหมอชิต และรถไฟฟ้าใต้ดินที่สถานีจตุจักร สยามพารากอน สามารถเดินทางได้โดยรถไฟฟ้าลงสถานีสยาม เป็นต้น

3. จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับการคมนาคมขนส่งในส่วนของป้ายบอกสถานีรถสาธารณะน้อยที่สุด ดังนั้นควรมีการจัดทำป้ายบอกสถานีให้มีภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีความเห็นว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครกับต่างจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เพื่อดูความแตกต่างของความพึงพอใจต่อบริการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครกับต่างจังหวัด

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศไทยว่าสถานที่ใดที่นักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงสถานที่ให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างสูงสุด

3. ควรทำการศึกษาโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองแล้วรอขึ้นเครื่องบิน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสามารถให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามได้อย่างเต็มที่

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2552. นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยว. [Online]. Available : www.thai2learn.com/moi/images/stories/docs/paper142.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553. สถิติการท่องเที่ยวปี 2553. [Online]. Available : <http://tourism.go.th/2010/th/news/view.php?ItemID=2215>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2554. Analysis of China's tourism industry 2010. [Online]. Available : http://res.meadin.com/IndustryReport/2011-9-7/119791155_6.html
- กาญจนา อรุณสุขรุจิ. 2546. “ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กิริติ ตระการศิริวานิช. 2552. ความสำคัญของภาพลักษณ์เชิงบวกของการท่องเที่ยวต่อการขยายตลาดนักท่องเที่ยวของชาวจีน. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กรวรรณ สังขกร และสุพัฒน์ โทวิจักขณ์ชัยกุล. 2547. ผลกระทบจากการเป็นเมืองท่าของอำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย. เชียงใหม่ : เชียงใหม่ปริ้นติ้ง จำกัด.
- กรวรรณ สังขกร. 2553. “การท่องเที่ยวจีน นัยต่อไทย.” มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. [Online]. Available : http://cdn.gotoknow.org/assets/media/files/000/684/834/original_China_Tourism_Thai.pdf
- กัลยกร ศุภธรรษา. 2548. “การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย.” กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2544. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- โหมยง โตะทอง, ปิยวรรณ ทิพย์วงศ์, สุกัญญรัตน์ คงงา, มธุรส ปราบไพรี, นิสาพร วัฒนศัพท์, พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, พระระวี สีเหลืองสวัสดิ์ และมยุรี วัดแก้ว . 2551. “โครงการสำรวจทัศนคติ ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ จังหวัดเพชรบุรี.” เพชรบุรี : งานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ชนะการณ ออสุวรรณ. 2548. โลจิสติกส์...กลยุทธ์สู่การลดต้นทุนธุรกิจ. วารสารส่งเสริมการลงทุน ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม 2548
- สุทธิธิ์ ชูชาติ. 2546. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. เชียงใหม่ : ลานนาการพิมพ์.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเจียยื่อเป่า. 2552. วันหยุดระยะยาวจะกระตุ้นให้ประชาชนจีนมีการบริโภคมากขึ้น.

หนังสือพิมพ์ฉบับมกราคม 31, 2552: A9.

ปรีชา แดงโรจน์. 2544. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : ไฟว์ แอนด์ โฟร์ พรินต์ติ้ง.

พิบูล ทีปะปาล. 2545. หลักการตลาด-ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : บจก. โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.

ไพจิตร จิรเรืองกุล. 2548. “ปัญหาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชาวจีน.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ไพติน เจริญเพชร. 2550. “ภาพลักษณ์ด้านบวกและภาพลักษณ์ด้านลบของการท่องเที่ยวไทยตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีน : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนในนครคุนหมิงมณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน.” มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2535. เอกสารการสอนชุดวิชาองค์การและการจัดการงานบุคคล. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

มนัสวี ธาดาสีห์. 2545. บริการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ. กรุงเทพฯ : แมกซ์มีม โปรดักตีวิตีคอนซัลแตนท์.

ราณี อธิชัยกุล. 2544. “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหน่วยที่ 1-7 ความรู้เบื้องต้น เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว . นนทบุรี, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.

วิภา อุดมฉันทน์ และ ไสว วิศวานันท์. 2548. สภาพและปัญหาของการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับจีน. ศูนย์จีนศึกษา : สถาบันเอเชียศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรุฬ พรรณเทวี. 2542. “ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานกระทรวงมหาดไทยในอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2554. ประเทศจีน. [Online]. Available : <http://th.wikipedia.org/wiki/ประเทศจีน>

วีระพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2543. คุณภาพในงานบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

สุภลักษณ์ อัครางกูร. 2549. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Tourist behavior. ขอนแก่น : หจก. โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. **ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P : Service Marketing Mix).**

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักขิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.**

กรุงเทพฯ : ชรรรมสาร.

ศุภลักขณ์ อัครางกูร. 2549. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Tourist behavior.** จังหวัดขอนแก่น : หกค.

โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2552. **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการมา**

ท่องเที่ยวประเทศไทย. กรุงเทพฯ โพลล์. [Online]. Available :

<http://research.bu.ac.th/poll/>: 7 เมษายน 2552

สุดาภรณ์ ชูตินทรานนท์. 2542. **การท่องเที่ยวกับธุรกิจบริการ, จุลสารการท่องเที่ยว ททท.**

18(2) : 15.

สุวิมล เหลืองประเสริฐ. 2544. **เอกสารการสอนวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.**

สุวิทย์ ยอดมณี. 2536. **การพัฒนาการท่องเที่ยวกับนิเวศทัศน์, วารสารการส่งเสริมการอนุรักษ์**

ธรรมชาติและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมชาติ กิจยรรยง. 2536. **สร้างบริการสร้างความประทับใจ.** กรุงเทพฯ : เอช-เอน การพิมพ์

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2549 ก. **การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ : นวัตกรรม.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2549 ข. **การท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจไทย.** [Online]. Available :

<http://www2.tat.or.th/tat/e-journal>

สำนักข่าวซินหัว. 2554. **China's population.** [Online]. Available :

http://news.xinhuanet.com/politics/2011-04/28/c_121358336.htm

หวางซูเจีย, 2548. **การวิเคราะห์เรื่องลัทธิการบริโภคกับพฤติกรรมค่าใช้จ่ายสูง ในการเดินทาง**

ท่องเที่ยวต่างประเทศ. [Online]. Available : <http://www.dic123.com>

หยาวหย่าฉิน, 2549. **การวิเคราะห์พฤติกรรมกรบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยว**

ต่างประเทศ. [Online]. Available : <http://www.dic123.com>

เอ็นเอสที นิวส์. 2554. **ดาราไทยทัวร์จีนโปรโมทละครท่องเที่ยว.** [Online]. Available :

<http://www.komchadluek.net/detail/ดาราไทยทัวร์จีนโปรโมทละครท่องเที่ยว.html>

Kotler, P. 2003. **Marketing Management.** Eleventh Edition. New Jersey : Pearson Education.

Lei Jun. 2553. **“นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย.”**

สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Philip Kotler and Gary Armstrong. 1993. **Marketing : An Introduction**. New Jersey : Prentice Hall.
- Plog, S.C. 1991. **Leisure Travel**. New York : John Wiley & Sons.
- Shu, B. Y. & Wang, H. L. 2004. การวิเคราะห์พฤติกรรมกรบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศและนโยบายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. [Online]. Available : <http://www.dic123.com>
- Valarie, A. Z., & Mary, J. B. (Eds.). 2006. **Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm**. 4th edition. McGraw-Hill International edition .
- Zhang Wen, Huang Yuli and Zhu Wei. 2008. "The China Factor in GMS Tourism." Mekong Tourism: Competitiveness & Opportunities. Andrew Adam and Mingsarn Kaosa-ard. Chiang Mai: Social Research Institute, Chiang Mai University.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย การศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม จะนำไปใช้ประกอบการศึกษาของนักศึกษาเท่านั้น

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หลังคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2. 21 – 30 ปี
 3. 31 – 40 ปี 4. 41 – 50 ปี
 5. 51 – 60 ปี 6. มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด 2. สมรส
 3. หย่าร้าง 4. สามี/ภรรยา เสียชีวิต

4. ในปัจจุบันท่านพำนักอยู่ที่มณฑล _____ ในประเทศจีน

5. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 3. ปริญญาตรี 4. สูงกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 2. นักเรียน/นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| <input type="checkbox"/> 5. เกษตรกร | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (โปรดระบุ _____) |

7. ท่านมีรายได้ทั้งหมด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน | <input type="checkbox"/> 2. 2,001 – 3,000 หยวน |
| <input type="checkbox"/> 3. 3,001 – 4,000 หยวน | <input type="checkbox"/> 4. 4,001 – 5,000 หยวน |
| <input type="checkbox"/> 5. 5,001 – 6,000 หยวน | <input type="checkbox"/> 6. สูงกว่า 6,000 หยวน |

8. ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ (วงกลมตัวเลข 1-5 ตามระดับความสามารถของตน)

ไม่ดี 1 2 3 4 5 ดีเยี่ยม

9. ทักษะคติโดยรวมก่อนใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย (วงกลมตัวเลข 1-5 ตามทัศนคติของตน)

ไม่ดี 1 2 3 4 5 ดีเยี่ยม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรท่องเที่ยวในประเทศไทย

- การท่องเที่ยวครั้งนี้ ท่านมาเที่ยวในประเทศไทยจำนวน _____ วัน
- บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้

<input type="checkbox"/> 1. ตัวเอง	<input type="checkbox"/> 2. บุคคลในครอบครัว
<input type="checkbox"/> 3. เพื่อน	<input type="checkbox"/> 4. บุคคลผู้มีชื่อเสียง เช่น นักร้อง นักแสดง
<input type="checkbox"/> 5. คนรัก	<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ _____

3. ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทย จากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อน | <input type="checkbox"/> 2. บุคคลในครอบครัว |
| <input type="checkbox"/> 3. อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> 4. โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> 5. หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ _____ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

1. คนเดียว 2. ครอบครัว
3. เพื่อน 4. คู่รัก

5. ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ท่านเลือกที่พักแบบใดเป็นหลักขณะพักอยู่ที่ประเทศไทย

1. โรงแรม 2. เกสเฮาส์ 3. โฮมสเตย์
4. บ้านญาติ/เพื่อน 5. หอพัก 6. รีสอร์ท

6. งบประมาณค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน 2. 2,001 ถึง 4,000 หยวน
3. 4,001 ถึง 6,000 หยวน 3. 6,001 ถึง 8,000 หยวน
5. 8,001 ถึง 9,000 หยวน 4. มากกว่า 9,000 หยวน

7. ท่านเดินทางมาประเทศไทยทั้งหมด _____ ครั้ง ครั้งนี้เป็นครั้งที่ _____

8. ครั้งนี้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะสาเหตุใด

1. พักผ่อน 2. เยี่ยมเพื่อน/ญาติ
3. เพื่อการศึกษา 4. สภาพอากาศ
5. เพื่อติดต่อธุรกิจ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ _____

9. นอกจากกรุงเทพมหานคร ท่านได้เดินทางไปเที่ยวที่ต่างจังหวัดของไทยหรือไม่

- ไม่ ไป จังหวัด _____

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. บริการด้านความปลอดภัย					
1.1 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย					
1.2 หน่วยรักษาพยาบาลเบื้องต้น					
1.4 ป้ายเตือนระวังภัยตามสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. บริการข้อมูลข่าวสาร					
2.1 ระบบข้อมูลออนไลน์ผ่าน www.tourismthailand.org					
2.1.1 ความครบถ้วนของข้อมูล ข่าวสาร					
2.1.2 ความทันสมัยของข้อมูล ข่าวสาร					
2.2 แผนพับ และ แผนที่สำหรับ นักท่องเที่ยว					
2.2.1 จุดวางสังเกตง่าย					
2.2.2 จำนวนจุดวาง					
2.2.3 ประโยชน์ที่ได้รับจาก ข้อมูล					
2.3 การให้บริการของเจ้าหน้าที่					
2.3.1 บุคลิกภาพและอัธยาศัย ของเจ้าหน้าที่					
2.3.2 ความรวดเร็วในการให้ ข้อมูล					
2.3.3 ความสามารถทางภาษาของ เจ้าหน้าที่					
3. บริการด้านที่พัก					
3.1 ความหลากหลายทางด้านราคา					
3.2 ความหลากหลายด้านรูปแบบที่ พัก					
3.2 การรับรองความปลอดภัยของที่ พัก					
3.3 ความสะอาด และความได้ มาตรฐานสากล					
3.4 ความสะดวกในการสำรองที่พัก					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพึงพอใจที่มีต่อบริการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4. บริการการคมนาคมขนส่ง					
4.1 ระบบการขนส่งสาธารณะ					
4.1.1 แอร์พอร์ตลิงค์					
4.1.2 รถไฟฟ้า					
4.1.3 รถไฟฟ้าใต้ดิน					
4.1.4 รถโดยสารประจำทาง					
4.1.5 รถรับจ้าง (Taxi และตุ๊กตุ๊ก)					
4.2 ป้ายบอกสถานีของรถสาธารณะ					
4.3 ป้ายบอกเส้นทางและสถานที่บน ท้องถนน					
5. บริการอาหารและเครื่องดื่ม					
5.1 ราคาสินค้าเหมาะสม					
5.2 สะอาด ถูกสุขลักษณะ ได้ มาตรฐาน					
5.3 ร้านอาหารมีความหลากหลาย					
5.4 การบริการของบริการ					
6. บริการด้านสินค้าและของที่ระลึก					
6.1 ความครบถ้วนของการบริการ จากร้านค้า เช่น สินค้าอยู่ในสภาพดีมีคุณภาพ มี ห้องน้ำบริการ ที่ตั้ง สะดวกในการจอดรถ เป็นต้น					
6.2 ความหลากหลายของสินค้า					
6.3 ราคาสินค้า					
6.4 ความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง ร้านค้า					
6.5 ความสะดวกในการนำสินค้า กลับภูมิลำเนา					
6.6 การบริการของพนักงานขาย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ท่านเคยใช้บริการของตำรวจท่องเที่ยวหรือไม่ เคย ไม่เคย

ถ้าเคย ความพึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของตำรวจท่องเที่ยว

น้อย 1 2 3 4 5 มากที่สุด

2. ทักษะคติโดยรวมหลังใช้บริการท่องเที่ยวของประเทศไทย (วงกลมตัวเลข 1-5 ตามทักษะคติ
ของตน)

ไม่ดี 1 2 3 4 5 ดีเยี่ยม

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (โปรดระบุ)

.....

.....

.....

.....

-----ขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือ-----

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



附：问卷调查表

尊敬的女士，先生

为了更好了解来泰国的中国游客的旅游需求，完善泰国的旅游产品及服务，请您协助我们填写这份表格，为研究课题 《中国节约型旅游者对泰国的旅游业服务满意度》 提供有力的数据分析。

King Mongkut's Institute of Technology

Ladkrabang

请在符合您的情况的方格内打“√”或在横线处作文字说明。

三，游客的基本信息

3. 您的性别

男

女

4. 您的年龄

1. 20 年或低于

2. 21 - 30 年

3. 31 - 40 年

4. 41 - 50 年

5. 51 - 60 年

5. 60 年以上

3. 您的家庭情况

1. 未婚

2. 已婚

3. 离婚

4. 丧婚

4. 您来自 _____ 省 (地区)

5. 您目前的学历

1. 高中以下

2. 高中 (包括职高和中专)

3. 大专/本科

4. 本科以上

6. 您的身份

1. 国家机关公务员/事业单位人员

2. 学生

3. 公司职员

4. 私营企业主

5. 农民

6. 其他(请注明) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. 您的平均月收入

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| 1. 2,000 元或低于 | <input type="checkbox"/> | 2. 2,001 - 3,000 元 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 3,001 - 4,000 元 | <input type="checkbox"/> | 4. 4,001 - 5,000 元 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 5,001 - 6,000 元 | <input type="checkbox"/> | 6. 6,000 元以上 | <input type="checkbox"/> |

8. 您的英语能力 (圆圈内的数字 1-5 根据自己的能力)

低 1 2 3 4 5 高

9. 您接受泰国旅游服务之前的态度 (圆圈内的数字 1-5 根据您的态度)

不好 1 2 3 4 5 非常好

一, 旅游者的旅游信息和旅游决策行为

10. 您这次在泰国停留的时间 _____ 天

11. 对您这次来泰国旅游的计划最有影响的是谁 (单选)

- | | | | |
|----------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| 1. 自己 | <input type="checkbox"/> | 2. 家庭 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 朋友 | <input type="checkbox"/> | 4. 偶像, 明星 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 男/女朋友 | <input type="checkbox"/> | 6. 其他 (请注明) _____ | |

12. 您怎么知道泰国旅游信息 (可多选)

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| 1. 朋友 | <input type="checkbox"/> | 2. 家庭 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 网上 | <input type="checkbox"/> | 4. 电视 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 报纸 | <input type="checkbox"/> | 6. 其他 (请注明) _____ | |

13. 您这次旅游您是跟谁来的 (单选)

- | | | | |
|-------|--------------------------|----------|--------------------------|
| 1. 单独 | <input type="checkbox"/> | 2. 家庭 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 朋友 | <input type="checkbox"/> | 4. 男/女朋友 | <input type="checkbox"/> |

5. 您这次旅游的住宿主要选择 (单选)

- | | | | | | |
|----------|--------------------------|-------|--------------------------|----------|--------------------------|
| 1. 酒店 | <input type="checkbox"/> | 2. 宾馆 | <input type="checkbox"/> | 3. 当地居民家 | <input type="checkbox"/> |
| 4. 亲戚朋友处 | <input type="checkbox"/> | 5. 宿舍 | <input type="checkbox"/> | 6. 度假村/地 | <input type="checkbox"/> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. 这次旅游您的财政预算案是多少钱的

- | | | | |
|-------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| 1. 2,000 元或低于 | <input type="checkbox"/> | 2. 2,001- 4,000 元 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 4,001- 6,000 元 | <input type="checkbox"/> | 3. 6,001- 8,000 元 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 8,001- 9,000 元 | <input type="checkbox"/> | 4. 9,000 元以上 | <input type="checkbox"/> |

15. 您来泰国 _____ 次 这次是第 _____ 次

16. 您这次来泰国的原因

- | | | | |
|----------|--------------------------|------------|--------------------------|
| 1. 休闲/度假 | <input type="checkbox"/> | 2. 看望亲戚朋友 | <input type="checkbox"/> |
| 3. 学习 | <input type="checkbox"/> | 3. 离寒冷 | <input type="checkbox"/> |
| 5. 贸易 | <input type="checkbox"/> | 6. 其他(请注明) | _____ |

17. 除了曼谷以外您是否去他过别的城市

- 不 去 (请注明) _____

二, 旅游者的旅游信息对泰国的旅游服务的满意

问题关于泰国的旅游服务	非常满意 5	很满意 4	一般 3	不满意 2	非常不满意 1
1. 泰国的安全服务方面					
1.1 警卫员					
1.2 基础生命支持中心					
1.3 在旅游景点的警告招牌					
2. 泰国的信息服务方面					
2.1 网上信息 www.tourismthailand.org					
2.1.1 齐全的信息					
2.1.2 现代化旅游信息					
2.2 旅游单张和地图					
2.2.1 单张位置起眼					
2.2.2 单张处的数量					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

问题关于泰国的旅游服务	非常满意 5	很满意 4	一般 3	不满意 2	非常不满意 1
2.2.3 信息有用					
2.3 工作人员的服务					
2.3.1 工作人员的个性					
2.3.2 服务速度					
2.3.3 工作人员的语言能力					
3. 泰国的住宿服务方面					
3.1 价格多样化					
3.2 住宿多样化					
3.3 住宿的安全					
3.4 清洁和国际标准					
3.5 住宿预定的方便					
4. 泰国的交通方面					
4.1 公共交通服务					
4.1.1 机场快线。 (Airport Link)					
4.1.2 BTS, 地铁					
4.1.3 地铁					
4.1.4 公共汽车					
4.1.5 出租车, tuk-tuk					
4.2 公共汽车站的标牌					
4.3 道路的标志					
5. 泰国的食品和饮料服务					
5.1 合适的价格					
5.2 清洁和卫生标准。					
5.3 各种各样的餐厅					
5.4 服务员的服务					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

问题关于泰国的旅游服务	非常满意 5	很满意 4	一般 3	不满意 2	非常不满意 1
6. 泰国的商品和纪念品服务					
6.1 各种各样的商品和纪念品					
6.2 商店的服务全齐 比如产品质量，卫生间，停车的地方等等.					
6.3 价格					
6.4 商店的位置适当					
6.5 商品和纪念品方便带回中国					
6.6 业务员的服务					

3. 您有没有使用旅游警察的服务 有 没有
 有的话警察的服务对你满意
 不好 1 2 3 4 5 非常好

4. 来泰国后您对泰国的旅游服务的态度(圆圈内的数字 1-5 根据您的态度)
 不好 1 2 3 4 5 非常好

您的其他建议

.....

.....

.....

.....

-----非常感谢您对本次调查的支持-----

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ต่อ ทสก.ที่ 3499/55
ฝทอ.ที่ 1770/55
สบอ.ที่ 614/55

เรื่อง ขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย

เรียน ผอ.ฝทอ.

ตามที่ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้แจ้งความประสงค์ขอให้ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ เข้ามาดำเนินการแจกแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลไปประกอบการวิจัยในเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย" บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาออก อาคารผู้โดยสาร ทสก. ในวันที่ 21 ก.พ. 55 ดังรายละเอียดตามแนบนั้น สบอ.ฝทอ. ได้พิจารณาร่วมกับ ผรภ. (นางประทุม พันธุ์อ่อน) และประสานรายละเอียดเรื่องนี้ ด้วยวาจากับนักศึกษามหาวิทยาลัยฯ (นางสาวกัทริน พนมชน) แล้ว ขอเรียนให้ทราบดังนี้

1. การเก็บและรวบรวมข้อมูล นักศึกษามหาวิทยาลัยฯ (นางสาวกัทริน พนมชน) เป็นผู้ดำเนินการ โดยวิธีการแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้โดยสาร ตามตัวอย่างแบบสอบถามที่แนบ บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาออก อาคารผู้โดยสาร ทสก. ในวันที่ 21 ก.พ. 55 - 22 ก.พ. 55
2. สบอ.ฝทอ. พิจารณาแล้ว เห็นว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลของมหาวิทยาลัยฯ ดังกล่าว จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และต่อ ทอท. จึงเห็นควร ให้การสนับสนุนตามที่มหาวิทยาลัยฯ ขอมมาได้ และเนื่องจากการพิจารณาเรื่องนี้เป็นเรื่องเร่งด่วนจึงไม่มีหนังสือตอบ ทั้งนี้ สบอ.ฝทอ. ได้ประสานรายละเอียดการปฏิบัติด้วยวาจากับนักศึกษามหาวิทยาลัยฯ (นางสาวกัทริน พนมชน) ทราบในเมืองต้น พร้อมทั้งได้ขอสำเนาข้อมูลผลการวิจัย จำนวน 1 ชุด ส่งให้ ทอท. หลังจากที่ได้ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ผอ. สบอ. ฝทอ.
16 ก.พ. 55

นางประทุม พันธุ์อ่อน
ผอ. ๑๗ ก.ค. ๑๕. ฝทอ.
29 2 30

สบอ. ๑๖๑.
ทรงหนละ: อธิการบดี

ผอ. ฝทอ.
20 ก.พ. 55



วันที่ 13.3.2564
เวลา 13.37 d

ที่ ศธ ๐๕๒๔.๒๕(๒)/๐๙๕

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๓/ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕

ฝ่ายการทำอากาศยาน ทสร
เลขรับที่ 1970
วันที่ 16 ก.พ. ๕๖
เวลา 14.18

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและแจกแบบสอบถาม

เรียน ผู้อำนวยการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ส่วนบริการอาคารผู้โดยสาร ผอช.
เลขรับที่ ๒14
วันที่ ๑๖ ก.พ. ๒๕๕๕
เวลา 14.18

ด้วยนางสาวภัทริน พนมชน นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ (MBA) วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อยู่ในระหว่างการทำการค้นคว้าอิสระเรื่อง "ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบประหยัดชาวจีนที่มีต่อบริการ
ท่องเที่ยวของประเทศไทย" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.กุศลัญญา ณ ป้อมเพ็ชร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้า
อิสระ และรองศาสตราจารย์ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม ได้รับอนุมัติ
หัวข้อและเค้าโครงการค้นคว้าอิสระแล้วเมื่อวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๕๕ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ จึงขอ
ความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวภัทริน พนมชน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อ
การวิจัยภายในสภวนประกอบการของท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณ
เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันทิพัฒน์)
รองคณบดี

กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษาและด้านบริหารการวิจัย

ทราบแล้ว
งปท สบอ. ข้าราชการ
ดำเนินการต่อไป

ส่วนบริหารงานทั่วไป
โทร ๐ ๒๓๒๙ ๘๔๕๙-๖๐

๘๕๘

นศ. สบอ. สทอ.
14 ก. ๕๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวภัทริน พนมชน
วันเดือนปีเกิด	1 พฤษภาคม พ.ศ. 2528
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1/37-38 ถ.ราษฎร์อุทิศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว 27120
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2550 วิทยาศาสตรบัณฑิต เอกจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2551 - ปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจส่วนตัว



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้