

พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการพักโรงแรม 5 ดาว ในกรุงเทพมหานครในช่วงเกิดโรคระบาด COVID-19

Behavior and Motivation of Chinese Tourists towards Choosing 5-star Hotels in Bangkok During the Epidemic COVID-19

♦ วงศธร อรรถวิทยา

นักศึกษานิเทศศาสตร์โท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการธุรกิจบริการ

บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป โรงแรมปรีnceพาเลซไฮเทล กรุงเทพมหานคร

Wongsatorn Attavitaya

Student, Master of Business Administration Program, Hospitality Business Management,
Graduate School, Dusit Thani College,

Assistant General Manager, Prince Palace Hotel, Bangkok

E-mail: wongsatorn@princepalace.co.th

♦ คาล จามรมาน

อาจารย์ ดร.ประจำบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยดุสิตธานี

Karl Jamornmarn

Ph.D., Lecturer, Graduate School, Dusit Thani College, E-mail: karl.ja@dtc.ac.th

Received: November 20, 2020 ; Revised: December 15, 2020 ; Accepted: December 23, 2020

Abstract

The purposes of this research were to study 1) Chinese tourists behavior for choosing 5-star hotels in Bangkok after the Corona virus crisis. And 2) Chinese tourists motivations for choosing 5 star hotels in Bangkok after the Corona virus crisis The sample group used in the research was 400 Chinese tourist traveling Bangkok. The research tools were questionnaires and the statistics used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi square and one-way analysis of variance (ANOVA).

The results of the research showed that. (I) Majority of Chinese tourists traveled with 3-4 friends, have traveled to Thailand more than 3 times, search for information on internet, prefer hotels room rate between 2,001 - 5,000 Baht per night, booked via hotel web site, prefer traveling in the weekends of summer, and enjoy activities like drinking at the Club Lounge. (II) Behavior of Chinese tourists towards choosing hotel and personal

status are correlated. (III) Motivation of Chinese tourists to choose accommodation hotel and personal status are correlated. (IV) Motivation for 5 star hotel overall at the highest level has mean of 4.67 when classified as the first of three is that the rooms have international standards. There are various additional services at low price and want to be able to have stayed at this hotel respectively.

Keywords : Behavior, Chinese tourists, Motivation, Satisfaction, Five-star hotel.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวภายหลังวิกฤติไวรัสโคโรน่าระบาด และ 2) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานครภายหลังวิกฤติไวรัสโคโรน่าระบาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Chi Square และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนมากนิยมร่วมเดินทางกับเพื่อนจำนวน 3-4 คน เดินทางมายังประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้ง มาเพื่อท่องเที่ยว สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาพักผ่อน 1-2 วัน เสียค่าใช้จ่ายเองในราคา 2,001 - 5,000 บาท/คืน จองผ่านเว็บไซต์โรงแรม ช่วงเวลาที่นิยมคือวันหยุดสุดสัปดาห์ ของฤดูร้อนประเทศจีน นิยมการดื่มสังสรรค์ที่คลับเลาจ์ (2) พฤติกรรมในการเลือกที่พักจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อกัน (3) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกที่พักที่มีความแตกต่างกันจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล (4) แรงจูงใจในการเลือกที่พักโรงแรม 5 ดาวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ สามลำดับแรก คือ ห้องพักมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล มีค่าบริการเสริมต่าง ๆ ในราคาถูก และต้องการได้ชื่อว่าเคยมาพักที่โรงแรมแห่งนี้แล้ว ตามลำดับ

คำสำคัญ : พฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาวจีน แรงจูงใจ ความพึงพอใจ โรงแรมห้าดาว

บทนำ

จากแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559-2568 มุ่งยกระดับการแข่งขันของอาเซียนให้เป็นจุดหมายปลายทางเดียวกันด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียนที่ยั่งยืนและเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมโดย “ภายในปี พ.ศ. 2568 ภูมิภาคอาเซียนจะเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย ภายใต้การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อความยั่งยืน ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมและมีความสมดุลและสามารถ

ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนชาวอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (กองการต่างประเทศสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, 19 พฤศจิกายน 2562) ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มประชาคมอาเซียนจึงต้องยกระดับและเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาโครงสร้างตลาดการท่องเที่ยว โดยการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากปี 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคม - กรกฎาคม มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 20.44 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.47 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาโดยสร้างรายได้ 1.03 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6.07 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ จากรายได้รวมของภาคการท่องเที่ยวในปี 2559 กว่า 2.5 ล้านล้านบาท ภาคการท่องเที่ยวได้สร้างมูลค่าเพิ่มแก่เศรษฐกิจไทย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เป็นแหล่งสร้างการจ้างงานที่สำคัญกว่า 4.23 ล้านคน สร้างรายได้ทางภาษีแก่รัฐ ประมาณ 64,200 ล้านบาท และก่อให้เกิดมูลค่าการลงทุนในประเทศอีกประมาณ 93,600 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports., 2018)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจหลักที่ก่อให้เกิดรายได้ให้ประเทศรวมถึงก่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจหลายประเภท โดยเฉพาะธุรกิจที่พักแรมซึ่งธุรกิจที่พักแรมมีหลากหลายธุรกิจ เช่น รีสอร์ท เกสเฮาส์ บังกะโล คอนโดมิเนียมให้เช่า โรงแรม เป็นต้น ซึ่งที่พักแรมเหล่านี้มีหลายระดับราคาแตกต่างกันตามขนาดสถานที่ตั้ง ความสะดวกสบาย การบริการ และความปลอดภัย ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเข้าพักที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยด้วยกัน นอกจากนี้กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยซึ่งมีศูนย์กลางความเจริญในด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมของแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลายประเภท เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสัตว์ สวนสนุก แหล่งท่องเที่ยวจับจ่ายสินค้า ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่หลายแห่ง ตลาดนัด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัดวาอาราม พระบรมมหาราชวัง และแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน ทำให้กรุงเทพมหานครจึงเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจและมาเยี่ยมชม โดยจากสถิติในปี 2560 พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 21,085,550 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าพักแรมจำนวน 20,575,172 คน และในปี 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 22,437,872 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละเพิ่มขึ้น 6.41 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้าพักแรมจำนวน 21,721,074 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละเพิ่มขึ้น 5.57 โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเมืองไทยมากที่สุดในปี 2559 คือ “นักท่องเที่ยวจีน” ด้วยจำนวน 8,221,526 คน ทำรายได้ให้ภาคการท่องเที่ยวไทยเป็นอันดับ 1 อยู่ที่ 439,287 ล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports., 2018)

ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในธุรกิจที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมดังกล่าวมากขึ้นในปัจจุบันธุรกิจที่พักแรมโรงแรมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมากขึ้น ทุกอย่างขึ้นอยู่กับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมที่ผันผวน

อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นในสถานการณ์ช่วงฤดูนักท่องเที่ยวน้อย (low season) สถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่ปกติ และหรือช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว รวมไปถึงสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของโรคโควิด19 ในปัจจุบัน อีกปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้คือ ความสะอาด การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมในด้านอื่น ๆ เป็นต้น โดยโรงแรมมาตรฐานในระดับ 5 ดาวอาจต้องลงมาแข่งขันกับที่พักที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต่ำกว่าซึ่งในปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปนักท่องเที่ยวชอบแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ในการพักผ่อน อาทิเช่น ที่พักแบบบูติกโฮเทลที่เน้นโรงแรมสวยมีสไตล์โดดเด่นเฉพาะ ดังนั้นการแข่งขันในธุรกิจที่พักจึงมีการเปลี่ยนรูปแบบเพราะลูกค้าอาจมีสเนิมที่เปลี่ยนไปจากสมัยก่อนและต้องการประสบการณ์การพักผ่อนที่แปลกและไม่เหมือนเดิม

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและด้วยวิกฤติการณ์ไวรัสที่แพร่ระบาดในปัจจุบันซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จึงสนใจศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีนภายหลังวิกฤติโรคระบาดไวรัสโคโรน่าระบาดหนัก ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวใดบ้าง ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครภายหลังวิกฤติโรคระบาดไวรัสโคโรน่าระบาดหนักนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตอบโจทย์ของธุรกิจที่พักประเภทโรงแรมเพื่อนำมาวางแผนปรับปรุงพัฒนาคุณภาพและการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรม5ดาวของนักท่องเที่ยวจีนภายหลังวิกฤติไวรัสโคโรน่าระบาด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครภายหลังวิกฤติไวรัสโคโรน่าระบาด

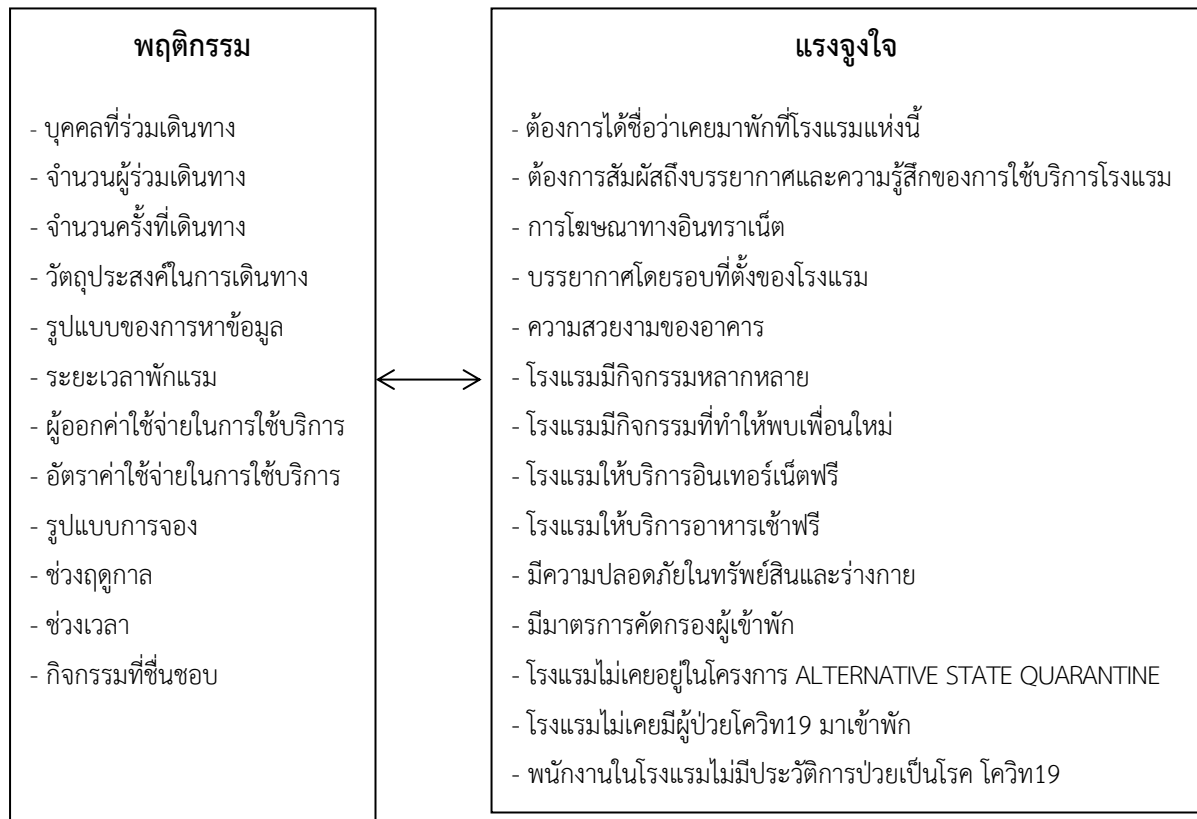
ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยแบ่งขอบเขตเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษานี้จะมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนที่ประสงค์เข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวจีน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการและแรงจูงใจการใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีน

4. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 1 มิถุนายน ถึง 31 กรกฎาคม 2563 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดโรคระบาด COVID-19

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการค้นหา การซื้อ การใช้ และการประเมินเพื่อการตัดสินใจในการใช้บริการเกี่ยวกับการเข้าพักแรมที่ที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลผู้มีสัญชาติจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้ผู้เดินทางเกิดความอยากที่จะใช้บริการที่พัก โดยการตัดสินใจเข้าพักแรมที่ใดนั้นจะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องมีสิ่งบันทึกลงใจ เช่น ความมีชื่อเสียงของโรงแรม ความเป็นส่วนตัว การบอกเล่าจากประสบการณ์ผู้อื่น เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบนี้จะเป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกใช้บริการที่พักแรม

ความพึงพอใจ หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ การประเมินคุณภาพของการบริการอันเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการให้บริการเข้าพักแรมที่ที่พักประเภทโรงแรม

โรงแรมห้าดาว หมายถึง สถานที่พักแรมที่สร้างขึ้นโดยแบ่งเป็นห้องพักและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในและมีการเรียกเก็บค่าเช่า เป็นโรงแรมใหญ่ประเภทหรู ซึ่งมีมาตรฐานสากลระดับสูงสุดในทุกด้านคือห้องพัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

การทบทวนวรรณกรรม

ประเภทนักท่องเที่ยว

ในประเทศไทยธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้รับเอาแนวทางสากลมาใช้ในการจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท (Mahattanawonkanok, C., 2014) คือ

ก. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติท่องเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Tourist) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทยเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

ข. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทย และเดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศ

ค. นักท่องเที่ยวไทยไปนอกประเทศ (Outbound Tourist) คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่นๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนิชา หมอยาดี (Moryadee, S., 2019) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยที่พบว่าทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ขาดความรู้ความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีคนไทย พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่แสดงออกในต่างประเทศว่าเป็นเรื่องปกติวิสัยของความเป็นตัวของตัวเองสำหรับชาวจีนทั่วไป อาจขัดกับหลักประเพณีปฏิบัติของคนในท้องถิ่นแต่ละประเทศ จึงควรจัดให้มีการวิเคราะห์พฤติกรรม การรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทยและขณะเดียวกันต้องสร้างความเข้าใจกับคนในท้องถิ่นถึงลักษณะนิสัยใจคอ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนให้มากขึ้น

ลำสัน เลิศกุลประหยัด (Lerdgoonpayad, L., 2018) ได้ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจสำหรับการเข้าพักที่พักรีสเทล ในกรุงเทพมหานคร โดยจากการศึกษาเพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพในการแข่งขันมากขึ้น พบว่าส่วนใหญ่มาใช้บริการเข้าพักโฮสเทลมากกว่าหนึ่งครั้งโดยจองผ่านเว็บไซต์ www.booking.com และมักเดินทางมาพักกับเพื่อนที่โรงเรียนและมีกิจกรรมการร่วมพบปะสังสรรค์ ส่วนแรงจูงใจของผู้มาเข้าพักแบ่งเป็น 8 กลุ่มได้แก่การเรียนรู้จากภายในจิตใจกับการโฆษณา ส่วนลด ที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของที่พักร การให้บริการต้อนรับและการสื่อสาร การบริหารจัดการและสิ่งปลูกสร้าง บรรยากาศของที่พักรและกลยุทธ์ราคา กิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ ขนาดห้องพัก การให้บริการอาหารเช้าฟรี แรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านความถี่และระยะเวลาในการเข้าพักโฮสเทล รวมถึงการใช้จ่ายเงินของผู้มาเข้าพัก

สิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 24 ปีมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ไม่ประกอบอาชีพ มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาจากประเทศอังกฤษ และมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะพะงันกับกลุ่มเพื่อน/คนรู้จัก มีระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว 1-5 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก มีค่าใช้จ่ายประมาณในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า 5,000 บาท และมีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะพะงันโดยวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง การทราบข้อมูลของการท่องเที่ยวของเกาะพะงันของนักท่องเที่ยวได้มาจากการแนะนำของบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเข้าพักแรมที่พักระยะโรงแรมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 10,994,721 คน (Department of Tourism, 2020)

1.2 ตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร คำนวณหาขนาดของตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถชี้วัดของประชากรจากสูตร ทาโรยามาเน (Yamane) จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.88 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดและเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน และ ทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีการตรวจสอบปรับแก้ไขโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ตัวแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามที่มีตัวเลือกให้ผู้ตอบได้เลือกตอบในรอบที่กำหนด ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว และตอบได้หลายคำตอบในบางข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูล e-mail ของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมโรงแรม และโรงแรมที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนติดต่อเข้ามาเป็นจำนวนมาก จากนั้นจึงนำแบบสอบถาม ส่ง e-mail ให้นักท่องเที่ยวชาวจีนจนครบตามจำนวนที่กำหนด และนำแบบสอบถาม ที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งมีการประมวลผลข้อมูลเป็นขั้นตอนคือ หลังจากการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข (code) แล้วบันทึกรหัสลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และเขียนโปรแกรมสั่งงานโดยใช้สถิติ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (percentage) และแสดงผลออกมาเป็นรูปของตาราง

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และแสดงผลออกมาเป็นรูปของตาราง

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแสดงผลออกมาเป็นรูปของตาราง

4.4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเข้าพักแรมที่ที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี และ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม กับแรงจูงใจ โดยใช้ค่า Chi Square (χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

4.5 การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่ที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้ Scheffe Analysis สำหรับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test และแสดงผลออกมาเป็นรูปของตาราง

4.6 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วเรียบเรียงออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency)

สรุปผลการวิจัย

ผลวิจัยในครั้งนี้จัดทำขึ้นภายในระยะเวลาที่เกิดการระบาดของไวรัสโคโรนา ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์นั้นเป็นข้อมูลจากการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เคยและไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

จากการศึกษาสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66. อายุ 26 - 35 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 สถานภาพโสด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 อาชีพเจ้าของกิจการและผู้บริหาร จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 650,001 – 800,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

1) จากศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีบุคคลที่ร่วมเดินทาง 3-4 คน จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 ซึ่งการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อเดินทางท่องเที่ยว จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และหาข้อมูลท่องเที่ยวประเทศไทยจาก Internet จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 โดยใช้ระยะเวลาพักแรมในประเทศไทย 1 - 2 คืน จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 มีผู้ออกค่าใช้จ่ายพักโรงแรม ส่วนใหญ่คือ ตนเอง จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 มีอัตราค่าใช้จ่ายโรงแรม คี้นละ 2,001 - 5,000 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 โดยใช้รูปแบบการจองที่พักส่วนใหญ่ เป็นการจองแบบ Hotel

web site/Hotel social media จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (มีนาคม-มิถุนายน) จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 ช่วงเวลา Weekend จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และกิจกรรมที่ชอบคือ ชอบการดื่มสังสรรค์ที่คลับเลาจ์ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามด้านเพศ อายุ สถานภาพ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเข้าพักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมบุคคลที่ร่วมเดินทาง กับเพศ

			บุคคล				X ²	Sig.
			คนเดียว	เพื่อน	ครอบครัว	คู่รัก		
เพศ	ชาย	จำนวน	45	123	92	5	38.746	.000*
		ร้อยละ	11.3%	30.8%	23.0%	1.3%		
	หญิง	จำนวน	5	105	22	3		
		ร้อยละ	1.3%	26.3%	5.5%	0.8%		
รวม		จำนวน	50	228	114	8		
		ร้อยละ	12.5%	57.0%	28.5%	2.0%		

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมบุคคลที่ร่วมเดินทาง กับเพศ มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน H₁ ปฏิเสธสมมติฐาน H₀ หมายความว่า พฤติกรรมบุคคลที่ร่วมเดินทาง มีผลต่อสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ

2) จากการศึกษารแรงจูงใจที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจที่มีอิทธิพลมากที่สุดเป็น 3 ลำดับแรกคือ ห้องพักรับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 รองลงมา มีค่าบริการเสริมต่าง ๆ ในราคาถูก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 และต้องการได้ชื่อว่าเคยมาพักที่โรงแรมแห่งนี้แล้ว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพ มีความแตกต่างกันจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครส่งผลต่อ ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวน ของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test

เพศ	t	df	Sig.
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร	2.109	398	.036*

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน หมายความว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพ พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนคนที่ร่วมท่องเที่ยวพักแรม จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบการหาข้อมูล ระยะเวลาพักแรมในประเทศไทย ผู้ออกค่าใช้จ่ายพักโรงแรม อัตราค่าใช้จ่ายโรงแรม รูปแบบการจองที่พักแรม ฤดูกาลที่เดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลา และกิจกรรมที่ชื่นชอบ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร	แรงจูงใจ	
	r	Sig.
จำนวนคนที่ร่วมท่องเที่ยวพักแรม	.256	.000*
จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย	.158	.002*
รูปแบบการหาข้อมูล	.262	.000*
ระยะเวลาพักแรมในประเทศไทย	.373	.000*
ผู้ออกค่าใช้จ่ายพักโรงแรม	.153	.002*
อัตราค่าใช้จ่ายโรงแรม	.277	.000*
รูปแบบการจองที่พักแรม	.140	.005*
ฤดูกาลที่เดินทางท่องเที่ยว	.122	.015*
ช่วงเวลา	.121	.015*
กิจกรรมที่ชื่นชอบ	.282	.000*

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมห้าดาวในกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามด้านเพศ อายุ สถานภาพ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี อาจเพราะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครมีราคาไม่แพงมากนัก อีกทั้งชนบทรรมนิยม วิถีชีวิตของคนจีนยังคล้ายคลึงกับคนไทย ไม่ว่าก่อนหรือหลังวิกฤติการไวรัสโคโรน่าระบาด คนจีนก็ยังคงมีความนิยมชมชอบในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังมีพฤติกรรมเหมือนเดิม เช่น นิยมเดินทางมาด้วยตนเอง มีงบการเงินที่จำกัด มีเรทราคาห้องพักที่ถูก ยังคงจุดยืนเช่นเดิมคือ เน้นการใช้จ่ายที่ประหยัด จึงสรุปได้ว่า ไม่ว่าจะก่อนหรือหลังวิกฤติการไวรัสโคโรน่าระบาด นักท่องเที่ยวจีนก็ยังคงมีพฤติกรรมเช่นเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิชา หมอยาดี (Moryadee, S., 2019) ได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนมีชนบทรรมนิยมเหมือนคนไทยอีกทั้งความเป็นอยู่และลักษณะนิสัยใจคอก็ยังคล้ายคนไทยจึงมีความสัมพันธ์ กับปัจจัยส่วนบุคคล อีกทั้งยังสอดคล้อง สิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากต่างประเทศโดยมักจะมีการเดินทางน้อยกว่า 5,000 บาท และมีรูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักประเภทโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกันจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี อาจเพราะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล ทั้งยังมีค่าบริการเสริมต่าง ๆ ในราคาถูก และเคยมาพักที่โรงแรมแห่งนี้แล้ว เกิดความประทับใจ แม้ว่าจะก่อนหรือภายหลังวิกฤติการโคโรน่าระบาดก็ตาม จะเห็นได้จาก งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเล่มอื่น ๆ ที่สรุปผลออกมาแล้วยังคงสอดคล้องกันกับงานวิจัยของ ลำสัน เลิศกุลประหยัด (Lerdgoonpayad, L., 2018) ได้ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจสำหรับการเข้าพักที่พักรีสเทล ในกรุงเทพมหานคร พบว่าแรงจูงใจเข้าพักที่พักรีสเทล ส่งผลต่อปัจจัยส่วนบุคคล เนื่องจากห้องพักมีมาตรฐาน ราคาถูก สะอาด และมีกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้อง สิริรัตน์ นาคแป้น (Nakpaen, S., 2012) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งผลต่อบรรยากาศส่วนบุคคล งานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวถูกจัดทำขึ้นก่อนเกิดวิกฤตการณ์ไวรัส โควิดระบาดทั้งสิ้น

แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนต่อการเข้าพักแรมที่พักระยะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเพราะแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ภายหลังวิกฤตการณ์ไวรัสโควิดระบาด เพราะต้องทำตามมาตรการป้องกันโรคของกระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นจำนวนคนที่ร่วมท่องเที่ยวพักระยะ การหาข้อมูลซึ่งนักท่องเที่ยวต้องหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เนื่องจากต้องดูระยะเวลาพักระยะ กฎระเบียบการป้องกันการระบาดของโรงแรม ช่วงเวลาการเข้าพัก และกิจกรรม ที่ส่งเสริมการป้องกันโรคระบาด ซึ่งทุกอย่างส่งผลต่อการเข้าพักแรมที่พักระยะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น ซึ่งแตกต่างกับช่วงก่อนวิกฤตการณ์ไวรัสโควิดระบาดที่ไม่ต้องระมัดระวังพฤติกรรมการใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณ ลอมเศรษฐี (Lormsethee, A., 2011) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประสบการณ์พักระยะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการตลาดและสถานการณ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการและพยายามสร้างความแตกต่างของสินค้าและการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลที่พักโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จากอินเทอร์เน็ต และต้องการห้องพักในราคา 2,000 – 5,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมจึงควรทำการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตโดยยึดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการห้องพัก ในราคา 2,000 – 5,000 บาท เท่านั้น เพื่อเป็นเพิ่มยอดการพักระยะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วมากกว่า 3 ครั้ง เนื่องจากห้องพักมีมาตรฐาน ราคาถูก สะอาด ดังนั้นในการทำการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตจึงควรใช้ข้อความในการโฆษณาว่าโรงแรมมีห้องพักที่ได้มาตรฐาน ราคาถูก และสะอาด

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาการเพิ่มศักยภาพปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่พักระยะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการเข้าพักโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น
2. ควรทำการศึกษาแผนการตลาดที่พักระยะโรงแรมห้าดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวจีน เพื่อทำการตลาดการท่องเที่ยวกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวจีนให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เยอะขึ้น

References

- Department of Tourism. (2020). *Chinese tourists travel by staying at hotels in Bangkok*. Bangkok: Department of Tourism.
- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *ASEAN Tourism Strategic plan 2016-2025*. Bangkok : Ministry of Tourism and Sports.
- Moryadee, Chanicha. (2019). *Attitude and Behavior toward Chinese Tourists in Bangkok Metropolitan*. Journal of Management Science, 21(2),12-28.
- Lerdgoonpayad, Lumsan. (2018). *Behavior and Motivation for Staying in Hostels in Bangkok*. Bangkok : Srinakharinwirot University.
- Nakpaen, Sirirak. (2012). *Tourism behaviors and motivating factors of foreign tourists visiting in Pha-Ngan Island, Surat thani province*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Mahattanawonkanok, Chatchanok. (2011). *The waiter*. Nakhon Ratchasima: Nakhon Ratchasima College of business administration and tourism.
- Lormsetthee, Arunee. (2011). *Foreign tourists factors for choosing accommodation in Bangkok*. Pathum Thani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Walter, B. (2019). *The Correspondence of Walter Benjamin, 1910-1940*. University of Chicago Press.



Wongsatorn Attavitaya, Student of Master Program in Business Administration Program concentration in Service Business Management, Dusit Thani College, Assistant General Manager, Prince Palace Hotel..



Karl Jamonmarn, Ph.D., Doctor of Business Administration Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University, Lecturer, Graduate School, Dusit Thani College.