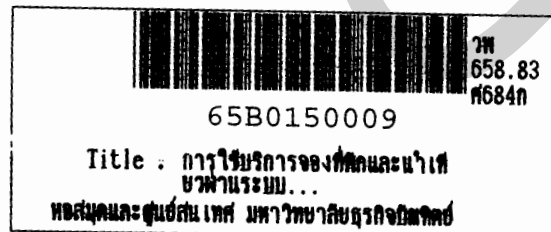




การใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ต

ศุภชาติ สุพานิช



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2545

ISBN 974 - 281 - 729 - 4

**Internet Reservation for Tour and Accommodation in Phuket By Tourists
From Western Europe.**

SUPPACHART SOOPARNICH

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
Department of Business Administration
Graduate School, Dhurakijpundit University**

2002

ISBN 974 - 281 - 729 - 4



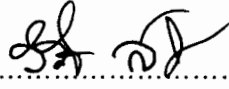
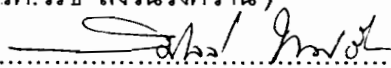
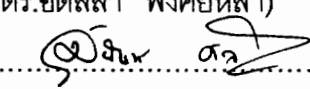
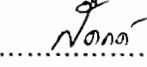
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์


ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ต

เสนอโดย นายศุภชาติ สุพานิช
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ/ผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รศ.วิรัช สงวนวงศ์วาน)
.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.อดิสร่า พงศ์ยี่หล้า)
.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสุม)
.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ผศ.ดร.สงศ์ เศรษฐวัฒนา)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รศ.ดร.สมพงษ์ อรพันธ์)

วันที่ 23 เดือน ๓ พ.ศ. ๒๕๕๕

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ให้คำปรึกษาหลายท่านโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.อดิสรณ์ พงศ์ยี่หล้า และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุนันท์ ศลโกสุม ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนแก้ไขตรวจทานข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ในโอกาสนี้ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณผู้อำนวยการท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และเจ้าหน้าที่ฝ่ายรักษาความปลอดภัยที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าเก็บแบบสอบถามภายในท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้เขต 4 สำนักงานทะเบียนนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ภูเก็ต ทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อมูลและช่วยให้คำแนะนำในการเก็บแบบสอบถาม

ขอขอบคุณอาจารย์ อรทัย และนักศึกษาศาสนาบัณฑิตวิทยาลัยที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการเก็บแบบสอบถาม

ขอขอบคุณพี่โทนี่และเรือพาราไต์ซ์ครุยส์ 2000 ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้ทดลองเก็บแบบสอบถาม

และสุดท้ายต้องขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อนร่วมงานทุกท่านที่ให้กำลังใจตลอดเวลาจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้

อนึ่งหากวิทยานิพนธ์นี้มีคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าของผู้สนใจ ผู้เขียนขออุทิศให้แก่บุพการีและผู้มีพระคุณทุกท่าน ส่วนความผิดพลาดและข้อบกพร่องใด ๆ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่ผู้เดียว

ศุภชาติ สุพานิช
พฤษภาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1. บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
สมมติฐานของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต.....	9
จังหวัดภูเก็ตและสถานที่ท่องเที่ยว.....	9
กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต.....	14
นักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต.....	15
ที่พักในจังหวัดภูเก็ต.....	19
ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.....	21
ทฤษฎีพื้นฐานทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง.....	22
ประเภทของผู้บริโภค.....	22
องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย.....	23
คุณลักษณะของผู้บริโภค.....	24
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	24
นักท่องเที่ยว	24
ประเภทของนักท่องเที่ยว.....	25
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	26
การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว.....	26
ปัจจัยผลึกและปัจจัยดึงที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง.....	26

ตัวแปรต่างๆที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว	28
การตลาดบนอินเทอร์เน็ต.....	28
อินเทอร์เน็ต.....	28
พฤติกรรมผู้บริโภคในการค้าอิเล็กทรอนิกส์	31
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต.....	33
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3. ระเบียบวิธีวิจัย	
วิธีดำเนินงานวิจัย	36
กรอบแนวคิดการวิจัย	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	40
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้มีโอกาสใช้บริการจองจองที่พักและ บริการนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตผ่านอินเทอร์เน็ต.....	42
ลักษณะส่วนบุคคล.....	42
อาชีพ เงินได้และการใช้เงิน.....	43
เวลาว่างและประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว.....	45
ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	46
การใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อจองที่พักและบริการนำเที่ยว.....	47
รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง.....	52
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการ อินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จอง	54
ทดสอบสมมติฐานคุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต และ ประเภทที่พักที่จอง.....	55
ทดสอบสมมติฐานรูปแบบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต และ ประเภทที่พักที่จอง.....	57
ทดสอบสมมติฐานประเภทที่พักที่จองมีความสัมพันธ์กับการ ใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	58

	หน้า
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59
บรรณานุกรม.....	65
ประวัติผู้เขียน.....	69

DPU

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตก..... 16
2	สกุลเงิน และภาษาที่ใช้ในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก..... 18
3	จำนวนอินเทอร์เน็ต Hosts ต่อประชากร 10,000 คนของประเทศ ในกลุ่มยุโรปตะวันตก..... 18
4	จำนวนโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต..... 20
5	จำนวนและร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลในด้านประเทศที่เดินทางมา, เพศ, อายุ และ สถานภาพของครอบครัว 42
6	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม อาชีพ, สกุลเงินของรายได้ ระดับรายได้, ชนิดของบัตร เครดิตที่มี และประสบการณ์ในการใช้งานบัตรเครดิต..... 43
7	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม ตาม ระยะเวลาในการหยุดพักร้อน, ความถี่ในการเดิน ทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาประเทศไทย และวิธี การเดินทางมา..... 45
8	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต, สถานที่ที่สามารถใช้ งานอินเทอร์เน็ต และความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต..... 46
9	จำนวน ร้อยละและอันดับที่ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ผู้ใช้ งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในการหาข้อมูลเพื่อเตรียม การท่องเที่ยว..... 47
10	จำนวน ร้อยละและอันดับ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกผู้ ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในการใช้อินเทอร์เน็ตใน การหาข้อมูลเพื่อเตรียมการท่องเที่ยว..... 48
11	จำนวน ร้อยละและอันดับ ของการเลือกภาษาของ Web site ของนักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดภูเก็ต 48
12	จำนวน ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ที่เคยจองผ่าน website ของผู้ให้บริการ ต่างๆ..... 49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	จำนวน ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ที่เคยเลือกใช้บริการต่างๆ ใน Web site	49
14	จำนวน ร้อยละและอันดับ ของช่องทางที่เลือกใช้ติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการ.....	50
15	จำนวน ร้อยละ ของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้าน วิธีการชำระเงินที่ต้องการบนอินเทอร์เน็ต ความรู้สึกปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต สกูลเงินที่นักท่องเที่ยวเลือกจ่ายและความต้องการจองผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต...	50
16	จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดต่างๆ.....	52
17	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ตที่เคยจองที่พักประเภทต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต.....	53
18	ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะส่วนบุคคลกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	55
19	ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับประเภทที่พักที่จอง.....	56
20	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	57
21	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวกับประเภทที่พักที่จอง.....	58
22	ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทที่พักที่จองกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	58

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนที่จังหวัดภูเก็ต.....	9
2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตามถิ่นที่อยู่ ปี 2543.....	15
3	อัตราส่วนนักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตก.....	16
4	จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปตามระยะเวลา (ปี 2543).....	17
5	ผู้บริโภครูปประเภทต่างๆ.....	23
6	องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย.....	23
7	โครงข่ายอินเทอร์เน็ตภายในประเทศไทย.....	30
8	โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดอินเทอร์เน็ต.....	31
9	กระบวนการตลาดอินเทอร์เน็ต.....	32
10	Travel Industry Chain.....	33
11	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	37

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ต
ชื่อนักศึกษา	นาย ศุภชาติ สุพานิช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุพันธ์ ศลโกสม
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ (การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ)
ปีการศึกษา	2544

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1).ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้ที่มีโอกาสใช้บริการจองที่พักและบริการนำเที่ยวในภูเก็ต ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 2).ศึกษาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต 3).ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต 4).เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตที่เดินทางเข้ามาพักอยู่ในเขตจังหวัดภูเก็ตไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง จำนวน 460 คน เครื่องมือเป็นแบบสอบถามการใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่กำลังเดินทางออกจากท่าอากาศยานภูเก็ต ในระหว่างวันที่ 15 มกราคม 2545 - 20 กุมภาพันธ์ 2545 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี Chi-Square ผลการศึกษาพบว่า

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากเป็นชาวสวีเดน และอังกฤษ เพศชายและหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี เป็นโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพในด้านที่ใช้ความชำนาญเฉพาะด้าน (Professional) และงานในสายงานบริหาร มีรายได้เป็นเงินสกุลหลัก คือ สวีดิชโครน่า (Swedish Krona) ยูโร และเงินปอนด์สเตอร์ลิง ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่า 600,000 บาทต่อปี นักท่องเที่ยวส่วนมากมีเวลาพักร้อนมากกว่า 30 วันต่อปี และเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า ปีละ 1 ครั้ง ร้อยละ 54.4 มีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกที่เหลือเคยเดินทางมามากกว่า 1 ครั้ง โดยจัดการเดินทางผ่านตัวแทนนำเที่ยวมากกว่าจัดการเดินทางมาด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวถือบัตรเครดิต VISA มากที่สุด และใช้บัตรเครดิตเป็นประจำร้อยละ 50.2 แต่มีผู้ที่เคยใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิตผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพียง

ร้อยละ 13.7 แต่ถ้าวัดจายเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตส่วนมากเลือกใช้วิธีการจ่ายด้วยบัตรเครดิต และรู้สึกว่ามีความปลอดภัย โดยจะเลือกจ่ายเป็นเงินยูโร

การใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันและต่ออินเทอร์เน็ต จากที่บ้าน ร้อยละ 69.3 สามารถค้นหา เปิดดูเว็บไซต์ และใช้งาน Email นักท่องเที่ยวใช้อินเทอร์เน็ต ตัวแทนการท่องเที่ยวหรือสายการบิน และสอบถามจากเพื่อนที่เคยมาประเทศไทย เพื่อหาข้อมูลการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในอินเทอร์เน็ต Search Engine Website เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด โดยภาษาอังกฤษยังเป็นภาษามาตรฐานที่ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวจะใช้บริการจากเว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ใช้บริการอื่น ๆ เป็นอันดับรองลงมา นักท่องเที่ยวเลือกที่จะติดต่อกับผู้ให้บริการในแบบออนไลน์มากกว่าการใช้ Email สอบถาม เว็บไซต์ที่มีภาพลักษณะเป็นตัวแทนนำเที่ยวเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้จองผ่านมากที่สุด และมีผู้บอกว่าในการเดินทางครั้งต่อไปจองผ่านทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.9

รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จองกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การไปท่องเที่ยวตามเกาะแก่งเพื่อดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น รองลงมาคือการนวด อบสมุนไพรแผนไทย เที่ยวชมเมืองภูเก็ต การขี่ช้าง ผจญภัยในป่า ชมการแสดงโชว์ และดำน้ำแบบ SCUBA ที่พักที่นักท่องเที่ยวจองผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ โรงแรม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล, การใช้บริการอินเทอร์เน็ต, รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยว จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า

1. ลักษณะส่วนบุคคลในเรื่อง สถานภาพครอบครัว และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. รูปแบบการท่องเที่ยว และ ลักษณะบุคคลในเรื่อง เพศ มีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Thisis Title	Internet Reservation for Tour and Accommodation in Phuket By Tourists From Western Europe.
Name	Mr. Suppachart Sooparnich
Thesis Advisor	Dr.Adilla Pongyeela
Co-Thesis Advisor	Assistant Profesor Dr. Sunan Solkosum
Department	Business Administration (International Business Management)
Academic Year	2001

ABSTRACT

The objectives of this research titled "Internet Reservation for tour and accommodation in Phuket by tourist from Western Europe" are to 1) study tourist characteristics who have a chance to use internet for reserving accommodation or tour program in Phuket, 2) study the use of internet of the tourists from Western Eurpe, 3) study the type of accommodation and the travel activity which tourists are involved. 4) study the relationship between tourists characteristics, the use of internet, travel activity and accommodation of tourists from Western Europe. The sample group is 460 Western Europe tourists who have been using internet, stayed in Phuket at least 24 hours and leaving from Phuket international airport between 15 January to 20 February 2002.

The tool used in this study is questionnaire. Analyzing the data by percentage and chi-square method. The results of the study are as follows.

The most of tourists are single, 25-34 years old, male and female almost at the same portion and come from Sweden and Britain. Most of them are professional or managers, in average they earn more than 600,000 baht per year in three main currencies Swedish Krona, Euro and Pound Sterling. They have vacation more than 30 days per year and travel aboard more than once a year. Fifty four point four percent of tourists are the first visited in Thailand and others come to Thailand repeatedly. They arrange the tour through travel agencies more than by themselves. And the VISA credit card is the most favorite, Fifty point two percent of the tourists use it perpetually and only 13.7 percent have no experience to use a credit card. Most of them use credit card for paying money in Euro currency via internet because they feel securely.

Most of the tourists use internet from home everyday, Sixty nine point three percent can browse the www and use email. The Internet, travel agency or airline and friends are the most important channels to search for travel information before travelling

and the first tool for searching travelling information on the internet is search engine website. English language website is chosen first on the internet. The tourist will use travelling website for the first priority for searching travel information and others services respectively. They choose to contact with service provider by online more than by email. The website with travel agent positioning is the most reserved by internet. There are 28.9 percent of tourist decide to reserve travel service by internet next time.

The island snorkeling is the most favorite tourists travel activity in Phuket Follow by Thai massage herbal saunas, tours of Phuket town, elephant safari adventure, show and scuba diving respectively. Hotel is the first choice of accommodation in Phuket.

The results of testing hypothesis are as follows :

1. The use of internet for travelling reservation depends on status and occupation of the tourist at the level of significance 0.05.
2. Type of accommodation the tourist reservation depends on the type of tourists travel activity and sex at the level of significance 0.05.

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอย่างหนัก มีหนี้สินเป็นเงินสกุลต่างประเทศ จำนวนสูงถึงประมาณ 3.28 ล้านๆ บาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย.บัญชีเดินสะพัด.www.bot.or.th,2544) ต้องชำระค่าใช้จ่ายเป็นดอกเบี้ย ชำระคืนเงินต้น เป็นเงินจำนวนมาก ความสามารถในการชำระหนี้ของประเทศขึ้นอยู่กับกำไรที่ได้จากการค้าและบริการระหว่างประเทศ หากว่ามีกำไรมากพอก็จะสามารถชำระคืนได้ตามเป้าหมาย

การต่อสู้แข่งขันในการส่งออกสินค้าออกขายเพื่อให้ได้กำไร ในตลาดโลก ที่เรามีความสามารถในการแข่งขันลดลง ทั้งตลาดที่เปลี่ยนแปลงอันเกิด จากภาวะสงครามและการก่อการร้ายทั่วโลก การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WTO ของประเทศจีน ทำให้ได้กำไรจากการส่งออกเพียงเล็กน้อย

แต่รายรับจากการบริการ ที่ได้รับจากการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การบริการ การขนส่งนั้น เฉพาะรายรับจากการให้บริการท่องเที่ยวในครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2544 มีมูลค่าสูงถึง 156,345 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย.บัญชีเดินสะพัด.www.bot.or.th,2544) โดยมีค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินตราที่ไหลออกนอกประเทศจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกับรายรับจากการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศ ที่มีมูลค่า 1,401,016 ล้านบาท แต่เมื่อหักตัวเลขต้นทุนจากการนำเข้า 1,379,873 ล้านบาทแล้ว เหลือกำไรเพียง 21,143 ล้านบาท และมีแนวโน้มว่าจะลดลง ถ้าหากว่าภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยต่อไปอีก

ค่าใช้จ่าย เงินลงทุน ของการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นั้น จะถูกกระจายไปสู่ชาวบ้าน ประชาชน ซึ่งเป็นทรัพยากรหลักของการให้บริการท่องเที่ยว ในพื้นที่ท่องเที่ยวภูมิภาคต่างๆ อย่างทั่วถึงและทำให้มีการใช้จ่ายหมุนเวียนเงินจำนวนมาก อันจะเป็นผลทำให้เศรษฐกิจในชุมชนนั้นเข้มแข็งและเป็นรากฐานที่มั่นคง ในการแก้ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวจึงเป็นทางออกที่สำคัญในการนำพาประเทศ ให้พ้นจากภาวะวิกฤตินี้ไปได้

จากการจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการการท่องเที่ยวครั้งที่ 2 ที่กรุงเทพมหานคร รัฐบาลมีนโยบายที่จะให้ความสำคัญต่อรายได้จากการท่องเที่ยวว่าเป็นรายได้หลักของประเทศ ทางหนึ่ง ไม่ใช่เป็นแค่เพียงรายได้เสริมเท่านั้น ประเทศไทยจะต้องมีการวางแผนและจัดการให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนำเงินเข้าประเทศให้ได้มากที่สุด (อุบลวรรณ ประดับสุข: 2544)

ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านของเราอย่างเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ต่างก็เป็นคู่แข่งที่สำคัญของไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หากว่าไทยสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับประเทศเพื่อนบ้าน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว ลดลงไปอีกทางหนึ่ง ก็จะทำให้ปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยของเราแก้ไขยากขึ้น

หากว่า รัฐบาลใช้กลยุทธ์ การส่งเสริมการขาย (Promotion) และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่ดีไปยังกลุ่มลูกค้าที่เคยมาเที่ยวเมืองไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยว จากตลาดใหม่ๆ ก็อาจจะทำให้มีโอกาสได้รายรับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือ อย่างน้อยก็จะไม่ลดลง

ด้วยในปัจจุบันเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ผู้ให้บริการท่องเที่ยว ทุกหน่วยสามารถเพิ่มช่อง ทางจัดจำหน่าย (Place) และทำการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างเท่าเทียมกัน นักท่องเที่ยวสามารถ เข้าถึงและใช้งาน อินเทอร์เน็ต ได้อย่างสะดวกมากขึ้น ราคาถูกลง จากคอมพิวเตอร์ ส่วนบุคคลหรืออินเทอร์เน็ตคาเฟ่ ที่มีอยู่ทั่วไปได้อย่างสะดวก ได้ก่อให้เกิด โอกาสใหม่ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

แนวโน้มนักท่องเที่ยวที่เรียกว่ากลุ่ม e-Tourist ที่เพิ่มขึ้นจนเป็นที่น่าสนใจ และจับตามอง ในขณะนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ (Free independent Tourist) ที่เดินทางท่องเที่ยวโดยการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลก่อนเดินทาง จองที่พัก บริการนำเที่ยว และติดต่อสื่อสารค้นหาบริการที่ตนเองต้องการ อาจจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งที่เคยเดินทางโดยอาศัยการจองผ่านบริษัทนายหน้าหรือตัวแทนขาย หรือกลุ่มที่จัดการเดินทางเอง โดยอาจจะเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้อินเทอร์เน็ตในการจองที่พัก และบริการนำเที่ยวล่วงหน้าในอนาคต

ตลาด ชื่อ - ขายบริการ จองที่พักและนำเที่ยวล่วงหน้าระบบอินเทอร์เน็ตจึงเป็น โอกาสใหม่ที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยน่าจะรีบก้าวเข้าไปมีส่วนแบ่งใน ตลาดนี้ก่อนที่ประเทศคู่แข่งในอุตสาหกรรมนี้รายอื่นๆ

เมื่อต้นปี พ.ศ. 2544 นักลงทุนในธุรกิจ Dot.COM ทั้งหลายที่ต่างก็ขาดทุนกันในช่วงปี 2543 ที่ ผ่านมา ต่างก็ได้มุ่งเบนเข็มมาสู่ธุรกิจ Dot.COM ที่เน้นทาง ด้านธุรกิจบริการ มากขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และจะเป็นทิศทาง ของการเติบโต ของธุรกิจ Dot.COM ในอนาคต แสดงให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตกำลัง จะมีความสำคัญ ต่อธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในอนาคตที่จะถึงนี้อย่างแน่นอน (Times,2001)

และในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2544 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ของกลยุทธ์ สำหรับแนวโน้มของ e -Tourist โดยทันที ด้รับจัดทำ โครงการ

“พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว” เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนไว้กับการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยได้เข้าร่วมในโครงการนี้อย่างเร่งด่วน โดยได้จัดทำ Website ชื่อว่า www.tourismthailand.org ขึ้น เพื่อ ให้เป็น “ ศูนย์กลางรับจองห้องพักและบริการนำเที่ยวของประเทศไทย ” อันจะเป็นช่องทางหลักที่สำคัญในการเชื่อมต่อระหว่าง

นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อให้บริการจองที่พักและบริการนำเที่ยว แบบ ON LINE ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะใช้ของสาขาในต่างประเทศเป็นช่องทางโฆษณาและประชาสัมพันธ์ website อีกทางหนึ่ง

นอกจากนั้น หากใช้เครื่องมือค้นหา (Search Engine) บน Internet เพื่อค้นหา Website ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็จะพบกับ Website ต่างชาติมากมายที่ไม่ใช่ ผู้ประกอบการของไทย และไม่ได้มีที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย ที่ให้บริการ ข้อมูล จองที่พักและบริการนำเที่ยว แบบออนไลน์ ซึ่งผู้ประกอบการ ชาวไทยน่าจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางติดต่อกับนักท่องเที่ยว ผู้สนใจได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านตัวแทน

ภูเก็ตเป็นเกาะใหญ่ที่สุดของประเทศ ปัจจุบัน เป็นสถานที่ท่องเที่ยว แห่งหนึ่งในโลกที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในภูมิภาคนี้ ชื่อ ภูเก็ตเป็น เสมือน ตั้งเครื่องหมายทางการค้าที่คนทั่วโลกรู้จักดี เมื่อกล่าวถึงภูเก็ตในกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้ว เป็นที่เข้าใจกันว่าเป็น เกาะสวรรค์ ที่มีทะเลใส หาดทรายขาวสวย แสงแดดแรงที่ดีที่สุดในแห่งหนึ่งของโลกทีเดียว ภูเก็ตเป็นชื่อหรือคำสำคัญที่ดึงดูดให้นัก ท่องเที่ยว เดินทางมาเยือนประเทศไทย นอกเหนือจาก พัทยา เชียงใหม่ หัวหินเกาะสมุย มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนภูเก็ตในปี พ.ศ. 2543 จำนวนถึง 2,443,871 คน มีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2543 ถึงร้อยละ 15.25 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2543) มูลค่าเงินที่ได้รับจากการบริการนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงถึง 53,099.82 ล้านบาท กระจายอยู่ในเกาะที่มีพื้นที่เพียง 543 ตารางกิโลเมตรและมี ประชากรเพียง 231,000 คน(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2543)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภูเก็ตนั้นแบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ตาม วิธีการที่นักท่องเที่ยวจัดการเดินทางเข้ามาคือ มีกลุ่มที่การจัดการเดินทางมาเอง และจัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว

กลุ่มที่จัดการเดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวนั้น จะซื้อแพคเกจจัวร์รวมค่าเครื่องบิน ที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ อาหาร ทั้งหมดผ่าน บริษัทนำเที่ยว ต่างประเทศ ที่มีสำนักงานอยู่ในประเทศนั้น ๆ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนนายหน้าให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวของไทย การเดินทางเข้ามาจะมีลักษณะเป็นกรุ๊ปทัวร์ที่มีมัคคุเทศก์ คอยบริการอำนวยความสะดวกและควบคุมแผนการเดินทางให้เป็นไปตามแผนที่ตกลงเอาไว้

ส่วนกลุ่มที่จัดการเดินทางมาเอง จะหาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ โทรทัศน์ สำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาต่างประเทศ การบอกต่อปากจากคนรู้จักที่เคยเดินทางมาประเทศไทย เมื่อตัดสินใจจึงจะดำเนินการติดต่อจองที่พักและ บริการนำเที่ยวโดยตรง กับ ผู้ให้บริการที่พักหรือนำเที่ยว ก่อนการเดินทางมาด้วยตนเองผ่านทาง โทรศัพท์ FAX จดหมายหรือระบบอินเทอร์เน็ตทำการชำระเงินโดยวิธีการโอนเงินผ่านธนาคารหรือเคชเช็ช นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้บางส่วนอาจจะซื้อหรือจองตั๋วเครื่องบินและที่พักผ่านบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ที่อยู่ในประเทศของตน แต่จัดการเดินทางมาด้วยตนเอง

การอาศัยตัวแทนการค้าที่เป็นบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการต้องเสีย

ค่าใช้จ่ายประมาณ 30-40% หรืออาจจะถึง 50 % ของราคาขายที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย เงินส่วนนี้เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องสูญเสียเป็นเงินตราที่ไหลออกนอกประเทศ และหากว่าในอนาคตคู่แข่งทางการท่องเที่ยวของไทยอย่างเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย หรือ ฟิลิปปินส์ ใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายแบบ Push Strategy เช่นเดียวกันก็จะทำให้อำนาจต่อรองของตัวแทนการค้ายิ่งสูงขึ้นผู้เสียประโยชน์ก็จะได้แก่ผู้ประกอบการที่พักและบริการนำเที่ยวของไทยโดยตรง

เมื่อมีโอกาศในการทำกิจกรรมทางการตลาด บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ปัจจุบันมีผู้ใช้งานทั่วโลกมากกว่า 210 ล้านคน และมีแนวโน้มผู้ใช้งานสูงขึ้นเรื่อยๆ การให้บริการสำรองที่พักและบริการนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นช่องทางหลัก อีกทางหนึ่งที่จะใช้ถ่วงดุลอำนาจต่อรองของตัวแทนการค้านำเที่ยวต่างประเทศ หากประเทศไทยไม่รีบดำเนินการใดๆ ที่เหมาะสม เพื่อจะสามารถจับกลุ่มลูกค้า e-Tourist กลุ่มใหม่หรือนักท่องเที่ยวเก่าที่เคยเดินทางมาภูเก็ต และเดินทางมาซ้ำถึง 41 % (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2543) ที่กำลังจะเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น คงจะเป็นการสูญเสียโอกาสที่ดีไปอย่างน่าเสียดาย

ถ้าผู้ประกอบการของไทยสามารถเพิ่มสัดส่วนการให้บริการสำรองที่พักและบริการนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต่อการขายบริการล่วงหน้าโดยผ่านตัวแทนการค้าให้สูงขึ้น ด้วยระบบการขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำโดยอัตโนมัติ ตลอด 24 ชั่วโมง จะทำให้ผู้ประกอบการได้กำไรสูงขึ้น จากค่าใช้จ่ายในการขาย ค่านายหน้าที่ลดลงโดยสามารถลดการพึ่งพาและอำนาจการต่อรองของตัวแทนการค้าต่างประเทศ จะทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถต่อรองราคาขายกับตัวแทนการค้า เพื่อให้ได้ราคาที่สูงขึ้นได้

ความสามารถติดต่อกันได้โดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะทำให้ได้รับข้อมูลที่เพียงพอเพื่อการตัดสินใจที่ง่ายขึ้น

การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต ผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือขนาดจิ๋ว ที่อยู่ในชุมชนจะสามารถที่จะเสนอขายบริการของตนได้ง่าย และมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มากนัก

การศึกษาว่าในกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปที่มีแนวโน้มในการใช้บริการสำรองที่พักหรือบริการนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีคุณลักษณะส่วนบุคคลเช่นไร ผ่านช่องทางใด ในระบบอินเทอร์เน็ต และชำระเงินกันอย่างไร เป็นหัวข้อเรื่องที่จะต้องศึกษาวิจัย อันจะเป็น ประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผนดำเนินกลยุทธ์เพื่อใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้ที่จะมีโอกาสใช้บริการจอง ที่พักและบริการนำเที่ยวในภูเก็ต ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. ศึกษาการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต
3. ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง ของนักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศ ยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยวจาก กลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

สมมุติฐานการวิจัย

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและ ประเภทที่พักที่จอง
2. รูปแบบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและ ประเภทที่พักที่จอง
3. ประเภทที่พักที่จองมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตที่เดินทางเข้ามาพักอยู่ในเขตจังหวัดภูเก็ต ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง โดยเดินทางมาจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ซึ่งได้แก่ประเทศ ออสเตรเลีย เบลเยียม เดนมาร์ค สวีเดน เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมันนี อังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี ในช่วงระยะเวลาวันที่ 15 มกราคม 2545 - 20 กุมภาพันธ์ 2545

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยใช้อินเทอร์เน็ต ที่เดินทางเข้ามาพักอยู่ในเขตจังหวัดภูเก็ต ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5 % เมื่อขนาดประชากรมีจำนวนมากกว่า 100,000 หน่วย ได้จำนวน 400 คน แต่ผู้วิจัยกำหนดให้เก็บเป็นจำนวน 460 คน

ตัวแปรที่ศึกษา คือ

- 1 คุณลักษณะส่วนบุคคล
- 2 การใช้บริการอินเทอร์เน็ต
- 3 รูปแบบการท่องเที่ยว
- 4 ประเภทที่พัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยเพิ่มขีดความสามารถระบุได้ว่าใครคือ กลุ่ม e-tourist ที่แท้จริง เพื่อผู้ประกอบการ สามารถใช้เป็นข้อมูล ในการแบ่งส่วนตลาด (segmentation) , กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และสร้างภาพลักษณ์ (Position) ในการทำกิจกรรมทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ต ได้อย่างถูกต้องชัดเจน
2. ช่วยเพิ่มขีดความสามารถกำหนดช่องทางในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต ได้ตรงทิศทางและกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้สามารถกำหนด กลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บนอินเทอร์เน็ตอย่างชัดเจน
3. ผู้ออกแบบwebsite ท่องเที่ยวจะสามารถออกแบบ website ให้มีองค์ประกอบ ครบถ้วน และมีภาพลักษณ์ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว กลุ่มยุโรปตะวันตก ที่ต้องการเข้ามาเลือกใช้บริการ
4. ช่วยให้ผู้ประกอบการชาวไทยหาวิธีสนองตอบต่อสกุลเงินที่ลูกค้าพอใจ จะทำให้นักท่องเที่ยว ตัดสินใจเลือกใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง เชื้อชาติ เพศ อายุ สถานะภาพทางครอบครัว อาชีพ เงินได้ ชนิดของบัตรเครดิตที่ใช้ ประสิทธิภาพการใช้งานบัตรเครดิต ระยะเวลาหยุดพักร้อนต่อปี ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาประเทศไทย วิธีการจัดการ การเดินทางท่องเที่ยว ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต

การใช้บริการอินเทอร์เน็ต หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยว ช่องทางการค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต การเลือกภาษาที่ใช้เป็นชื่อเว็บไซต์ ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ของผู้ให้บริการที่ถูกเลือก การเลือกใช้บริการต่าง ๆ บนเว็บไซต์ วิธีการติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการ วิธีการชำระเงิน ทัศนคติที่มีต่อการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต สกุลเงินที่ชำระ ความต้องการจองในอนาคต

รูปแบบการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตได้แก่ กิจกรรม ต่าง ๆ ดังนี้

1. จักรยานเสือภูเขา
2. เดินทางไกล และ ดูนก
3. ชี่ช้างผจญภัย
4. กอล์ฟ
5. นวด อบสมุนไพร แผ่นไทย
6. ล่องแก่ง
7. เรือแคนู
8. ดำน้ำแบบ SCUBA
9. เที่ยวเกาะ ชมประภาคารังน้ำตื้น
10. วินเซิร์ฟ
11. เล่นเรือใบ เรือยอร์ช
12. ตกปลาทะเล (Deep Sea Fishing)
13. ชมการแสดงโชว์
14. เที่ยวชมเมืองภูเก็ต
15. ชี่ม้า
16. Health & SPA

ประเภทที่พักที่จอง หมายถึง ประเภทที่พักที่นักท่องเที่ยวเคยจองผ่านอินเทอร์เน็ต
4 ประเภท ดังต่อไปนี้คือ โรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกาโลหรือรีสอร์ท ที่พักในเขตอุทยาน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการจองที่พักและนำเที่ยวเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น ได้มีการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้แยกแยะออกเป็นหัวข้อเรื่อง ดังนี้

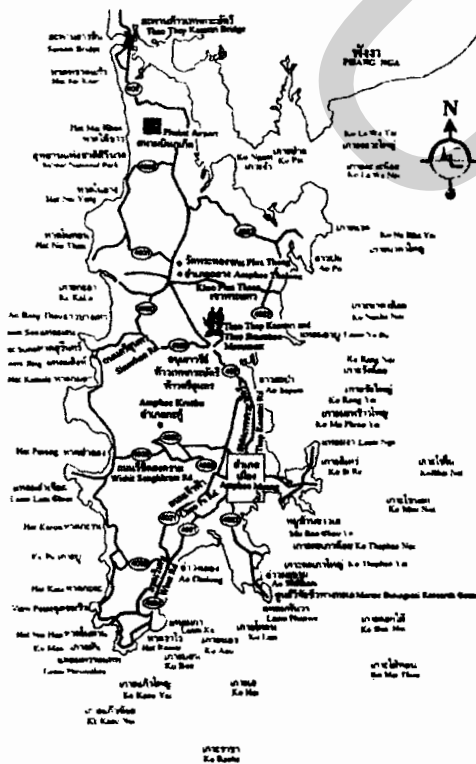
- 2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต
 - 2.1.1 จังหวัดภูเก็ตและสถานที่ท่องเที่ยว
 - 2.1.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต
 - 2.1.3 นักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
 - 2.1.4 ที่พักในจังหวัดภูเก็ต
 - 2.1.5 ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต
- 2.2 ทฤษฎีพื้นฐานทางการตลาด
 - 2.2.1 ประเภทของผู้บริโภค
 - 2.2.2 องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย
 - 2.2.3 คุณลักษณะของผู้บริโภค
- 2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.3.1 นักท่องเที่ยว
 - 2.3.2 ประเภทของนักท่องเที่ยว
 - 2.3.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.3.3.1 การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว
 - 2.3.3.2 ปัจจัยหลักและปัจจัยตั้งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง
 - 2.3.3.3 ตัวแปรต่างๆที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
- 2.4 การตลาดบนอินเทอร์เน็ต
 - 2.4.1 อินเทอร์เน็ต
 - 2.4.2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการค้าอิเล็กทรอนิกส์
 - 2.4.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอินเทอร์เน็ต

2.1 อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

2.1.1 จังหวัดภูเก็ตและสถานที่ท่องเที่ยว

ภูเก็ต เป็นเกาะใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ตั้งอยู่ห่าง จากกรุงเทพฯ 862 กิโลเมตร เป็นเกาะเดียวที่มีฐานะเป็นจังหวัด คำว่าภูเก็ตมาจาก " ภูเก็จ " ซึ่งมีความหมายว่าภูเขาแก้ว ได้รับ สมญานามว่า มุกงามของไทย เป็นเกาะที่มีชื่อเสียงมาแต่โบราณ เคยเป็นดินแดนแห่งเศรษฐกิจ เมือง แร่ดีบุก มีแร่ดีบุกมากที่สุดในประเทศไทย ซึ่งการขุดแร่ดีบุกที่ภูเก็ต มีประวัติความเป็น มากว่า 500 ปีแล้ว นอกจากนี้ยังมีการ ปลูกยางพารา ทำสวนมะพร้าว สวนผลไม้ และทำการ ประมง ในตัวเมืองภูเก็ตยังสามารถพบศึกสมัยเก่าแบบยุโรปที่ยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ ภูเก็ตเป็น เกาะที่สวยงาม มีชายทะเลและขุนเขาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง มีเกาะบริวารราย รอบถึง 39 เกาะ มีพื้นที่ 543 ตารางกิโลเมตร เล็ก ที่สุดในภาคใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับพังงา ทางด้านทิศเหนือที่ช่องปากพระซึ่งกว้างประมาณ 490 เมตร มีสะพานสารสินเชื่อมระหว่างท่า จักรชัย ของภูเก็ตกับท่าหนุ่ยของพังงายาว 660 เมตร แบ่งการปกครองออกเป็นอำเภอเมือง อำเภอ ถลาง และอำเภอกะทู้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544: www.tat.or.th)

ภาพที่ 1
แผนที่จังหวัดภูเก็ต



ที่มา: www.tat.or.th

ภูเก็ตมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามอันได้แก่ หาดทราย เกาะแก่ง ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ป่าชายเลน และสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นสิ่ง ที่สร้างขึ้นที่มีคุณค่า และน่าสนใจทาง วัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ได้แก่

แหลมพรหมเทพ

อยู่ห่างจากตัวเมือง 16 กิโลเมตร ตามเส้นทางถนนฉลอง-ราไวย์ ชาวบ้าน เรียกว่า แหลมเจ้า เป็นจุดที่มีทิวทัศน์สวย งามมากที่สุดแห่งหนึ่งของภูเก็ต ในตอนเย็นจะมีผู้คนเดินทาง มาชมพระอาทิตย์ตกที่นี่ยิ่งมาก

เขารัง

เป็นเนินเขาเตี้ย ๆ อยู่หลังตัวเมืองทางด้านทิศตะวันตกเฉียงเหนือ รถยนต์สามารถ ขึ้นไปจนถึงยอดเขา เทศบาลจัดเป็นสวน สุขภาพและสวนสาธารณะ เป็น สถานที่พักผ่อนและ ชม ทิวทัศน์ ของเมืองภูเก็ตและเกาะต่าง ๆ ในทะเล ด้านบนเขามีร้านอาหารบริการ

เกาะสิเหร่

เป็นเกาะขนาดเล็กอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของเกาะภูเก็ต ห่างจากตัวเมือง 4 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 20 ตาราง กิโลเมตร ปัจจุบันถือเป็นพื้นที่อันเดียว กับเกาะภูเก็ต โดย มีเพียงคลองเล็ก ๆ ชื่อคลองท่าจีนคั่นเท่านั้น ประชากรที่เกาะสิเหร่ส่วนหนึ่งเป็นชาวเลหรือ ชวน้ำ ซึ่งมีมากที่สุด ในจำนวนชาวเลที่อาศัยอยู่บนเกาะภูเก็ต นอกจากนี้เกาะสิเหร่ยังมี พระพุทธไสยาสน์ อยู่บนยอดเขา และมีชายหาดหลายแห่งแต่ ไม่เหมาะที่จะเล่นน้ำ เพราะพื้นทรายมีโคลนปน

อุทยานสัตว์ป่าเขาพระแทว

อยู่ในเขตอำเภอถลาง ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 22 กิโลเมตร โดยเดินทางไป ตามถนน เทพกษัตริย์ 22 กิโลเมตรถึงสี่แยก ถลางแล้วเลี้ยวขวาอีก 3 กิโลเมตร เป็น สถานที่เหมาะแก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ในบริเวณมีน้ำตกโดนไทร และต้นไม้หายาก คือ ปาล์มหลังขาว นอกจากนี้อีกด้านหนึ่งของเขาพระแทว ยังมีน้ำตก บางแป ซึ่งอยู่ ห่างจากอนุสาวรีย์ วีรสตรีไปทาง ตำบลป่าคลอก 7 กิโลเมตร

อ่าวมะขาม

เป็นท่าเรือสำคัญของภูเก็ต ห่างจากตัวเมือง 8 กิโลเมตร เป็นที่ตั้งคลังน้ำมัน และโรง ถลุงแร่ มีเรือสินค้าเข้ามาเทียบท่า อยู่เป็นประจำ

หาดแหลมกาใหญ่

เป็นหาดเล็ก ๆ ห่างจากตัวเมือง 16 กิโลเมตร จากห้าแยกฉลองใช้ทางหลวง 2024 ทางเข้าอยู่ตรงข้ามวัดสว่าง อารมณฺ์ บริเวณหาดมีเรือให้เข้าไปเที่ยวเกาะต่าง ๆ

หาดราไวย์

เป็นหาดที่มีชื่อเสียงมาช้านาน อยู่ห่างจากตัวเมือง 17 กิโลเมตร ที่มีชาวเล อาศัยอยู่เช่นเดียวกับที่เกาะสิเหร่

หาดในหาน

อยู่ห่างจากตัวเมือง 18 กิโลเมตร ถ้ามาจากห้าแยกฉลองเดินทางไป ทางหาดราไวย์ ประมาณ 3 กิโลเมตร ชายหาดไม่ยาวนัก แต่มีทรายขาวสะอาด

อ่าวกะตะ

อยู่ห่างจากตัวเมือง 18 กิโลเมตร ทางตอนใต้ของเกาะ แบ่งออกเป็นสอง อ่าวคืออ่าวกะตะน้อยและอ่าว กะตะใหญ่ หาดทรายขาวสะอาด เหมาะแก่การเล่นน้ำ

อ่าวกระรน

อยู่ห่างจากอ่าวกะตะ 1 กิโลเมตร หาดทรายมีความสวยงามเหมาะที่จะ เล่นน้ำ

อ่าวป่าตอง

อยู่ในเขตอำเภอกะทู้ เป็นอ่าวที่มีหาดทรายเป็นแนวยาวหลายกิโลเมตร เหมาะแก่ การเล่นน้ำ เป็นที่ตั้งของชุมชนใหญ่ อีกแห่งหนึ่งบนเกาะภูเก็ต มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทางทะเลอย่างครบครัน อาทิ เรือเช่า อุปกรณ์ ดำน้ำ และกีฬาทางน้ำ อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ต 13 กิโลเมตร

หาดสุรินทร์

เป็นหาดที่มีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่ง อยู่ห่างจากตัวเมือง 24 กิโลเมตร จาก ตัวเมืองใช้เส้นทางหลวง 402 เมื่อถึง อนุสาวรีย์วีรสตรีเลี้ยวซ้ายไปอีก 12 กิโลเมตร เป็นหาดลาดชัน คลื่นจัด ไม่เหมาะแก่การเล่นน้ำเท่าใดนัก แต่มีทัศนียภาพงดงาม เหนือ หาดขึ้นมา เป็นสนามกอล์ฟ

อุทยานแห่งชาติสิรินาถ (หาดในยาง)

จากทางหลวงหมายเลข 402 ช่วงสะพานสารสิน-อำเภอถลาง มีทาง แยกขวาเข้า อุทยานได้ 2 ทาง คือ ทางไปสนามบินภูเก็ต (ทางหลวง หมายเลข 4026) และทางแยกก่อน ถึง อำเภอถลาง (ทางหลวงหมายเลข 4031) มีพื้นที่ประมาณ 90 ตารางกิโลเมตร มีหาดทราย ที่ต่อเนื่องกันเป็นระยะทางยาวได้แก่ หาดในทอน หาด ในยาง หาดไม้ขาว หรือหาดสนามบิน และหาด ทรายแก้ว หาดเหล่านี้มี ทรายละเอียด และมีต้นสนทะเลขึ้นอยู่ทั่วไป ในช่วงเดือน พฤศจิกายน ถึงกุมภาพันธ์ จะมีเต่าทะเล ขึ้นมาวางไข่เป็นประจำทุกปี บริเวณหน้าหาด ในยาง ยังเป็นแหล่ง ประการัง ส่วนหาด สนามบินเป็นหาดแห่งเดียวที่มีจึกจั่นทะเลอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก อุทยาน มีบ้านพัก ให้บริการ ที่บริเวณหาดในยาง

แหลมสิงห์

อยู่เลยหาดสุรินทร์ไปประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นแหลมที่มีโขดหินสวยงาม

อ่าวกมลา

อยู่ห่างจากแหลมสิงห์ไปประมาณ 1 กิโลเมตร ชายหาดสวยงาม มีความยาว 2 กิโลเมตร

เกาะแก้ว

อยู่ทางทิศใต้ของแหลมพรหมเทพ นั่งเรือจากหาดราไวย์ไปประมาณ 15 นาทีบนเกาะมีหาดทราย และเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปบาทจำลอง

เกาะเย

อยู่ทางทิศใต้ของแหลมพันวา เป็นเกาะหนึ่งในเขตรักษาพันธุ์พืช ของกรม ประมง เดินทางโดยเรือโดยสารจากหาดราไวย์หรืออ่าวฉลอง มีหาดทรายขาวละเอียด และมีแนวปะการัง บนเกาะมีบริการร้านอาหารและที่พัก

เกาะโหลน

เป็นเกาะใหญ่ทางตอนใต้ของอ่าวฉลอง เดินทางโดยเรือโดยสารจากอ่าวฉลองไปประมาณ 20 นาที บนเกาะมีหมู่บ้านชาวประมงและมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

หมู่เกาะราชา

ประกอบด้วยเกาะราชาน้อย และเกาะราชาใหญ่ ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของเกาะภูเก็ต สามารถเดินทางโดยเรือหางยาวจาก อ่าวฉลอง ใช้เวลา 2 ชั่วโมง เกาะราชาใหญ่ มีหาดทรายขาวสะอาด มีจุดชมวิวยามวิบวิวา และแหล่งปะการัง มีที่พัก สำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนเกาะราชาน้อยเป็นเกาะที่เกิดจากการทับถมของปะการัง มีปลาชุกชุม แต่ไม่ เหมาะแก่การเล่นน้ำ

วัดและโบราณสถาน

วัดพระนางสร้าง

ตั้งอยู่บริเวณสี่แยกอำเภอดกลาง เป็นวัดเก่าแก่ ประดิษฐานพระพุทธรูปดึกสามองค์ เรียกว่า พระในพุง หรือ พระสามกษัตริย์ ซึ่งอยู่ในพระอุทรของพระพุทธรูป องค์ใหญ่อีกชั้นหนึ่ง

อนุสาวรีย์วีรสตรี

ตั้งอยู่ที่สี่แยกท่าเรือก่อนถึงตัวเมืองภูเก็ต 12 กิโลเมตร สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2509 เพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งวีรกรรมของ ท้าวเทพกษัตริย์และท้าวศรีสุนทร

วัดพระทอง

หรือวัดพระผุด อยู่เลยที่ว่าการอำเภอดกลางไปเล็กน้อย ห่างจากตัวเมืองราว 20 กิโลเมตร มีพระพุทธรูปผุดขึ้นมาจาก ดินเพียงครึ่งองค์ เป็นที่เคารพสักการะของชาว ภูเก็ตมา

ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา

วัดฉลองหรือวัดไชยธาราราม

อยู่ห่างจากตัวเมืองภูเก็ตประมาณ 8 กิโลเมตร จากตัวเมืองเดินทางไป ตามทางหลวง หมายเลข 4021 ผ่านสามแยกสนามกีฬาสุระกุล เลี้ยวซ้ายไปทางห้าแยกฉลองวัดฉลอง อยู่ด้านซ้ายมือก่อนถึงห้าแยกฉลองราว 4 กิโลเมตร วัดฉลองเป็นวัด ที่มีชื่อเสียงที่สุดของภูเก็ต มีรูปหล่อของหลวงพ่อแช่มและหลวงพ่อช่วง เป็นที่เคารพ สักการะของชาวภูเก็ตทั่วไป ประวัติตอนหนึ่งของหลวงพ่อแช่มเป็นที่เล่าลือกันมาก ในคราวต่อสู้กับ พวกจีนทำเหมืองแร่ที่ก่อการกบฏยึดเมืองภูเก็ตในสมัยรัชกาลที่ 5

อนุสาวรีย์หลัก 60 ปี

อยู่ที่สะพานหินสุดถนนภูเก็ตสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2512 เพื่อเป็นที่ระลึกแก่ กัปตัน เอ็ดเวิร์ด โธมัสไมล์ ชาวออสเตรเลียผู้นำเรือขุดแร่สำแรกมาใช้ในประเทศไทย เมื่อ พ.ศ. 2452

พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกลาง

ตั้งอยู่ห่างจากอนุสาวรีย์วีรสตรี 50 เมตร มีการจัดแสดงประวัติ และวิธีการ ทำเหมืองแร่ดีบุก และสวนยางพารา ศิลปะพื้นบ้านและเรื่องราว ชีวิตความเป็นอยู่ของ ชาวเล ชาวจีนในภูเก็ต รวมถึงกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณคาบสมุทร มลายู

สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป

ศูนย์หัตถกรรม

จังหวัดภูเก็ตเป็นศูนย์รวมสินค้าพื้นเมืองและสินค้าจากภาคเหนือ มีการสาธิต การเขียนร่ม ทอผ้า ทำพัด ผลิตดอกไม้ ฯลฯ อยู่ห่างจากตัวเมือง 8.5 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 402 เปิดทุกวันเวลา 09.00-17.00 น.

สวนผีเสื้อและอควาเรียมภูเก็ต

ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตร ตามถนนเยาวราช เลี้ยวซ้ายที่สามแยก หมู่บ้านสามกองไปเล็กน้อย เป็นสถานที่รวบรวมและอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตในเขตร้อน จำพวก ผีเสื้อ แมลง ปลา และปะการัง โดยจัดสภาพแวดล้อมให้เป็นธรรมชาติ เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมทุกวัน

หมู่บ้านไทยและสวนกล้วยไม้ภูเก็ต

อยู่ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตรตามถนนเทพกษัตรี จัดแสดงศิลปหัตถกรรม พื้นบ้าน การแสดงของช้าง ฟาร์มกล้วยไม้ ฯลฯ เปิดให้เข้าชมทุกวันเวลา 10.00-22.00 น. มีการแสดงพื้นบ้านและการแสดงช้าง

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำ

ตั้งอยู่ที่ปลายแหลมพืนา จากตัวเมืองภูเก็ตบริเวณถนนระนองมีรถสองแถวรับจ้างไปยังอควาเรียมซึ่งมีพันธุ์ปลาน้ำจืด และน้ำเค็มกว่า 100 ชนิดแสดงให้ชม เปิดให้เข้าชมทุกวัน ตั้งแต่เวลา 8.30-16.00 น.

2.1.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกมากมาย หลายชนิดตามแต่ความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อบริการได้ทั่วไป จากเคาเตอร์ตัวแทนขายที่มีทั่วไปตามชายหาดสำคัญและในตัวเมืองภูเก็ตกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : 2544)

1. ขี่จักรยานเสือภูเขา
2. เดินทางไกล (Trekking) และดูนก
3. กิจกรรมขี่ช้าง ผจญภัยแบบซาฟารี ในป่า
4. กอล์ฟ
5. นวดแผนไทย อบสมุนไพร (Natural Healing , Herbal Saunas)
6. ล่องแก่ง
7. เรือแคนู (SeaCanoeing) หรือ คายัค บริเวณ หมู่เกาะในอ่าวพังงา,รอบภูเก็ต
8. การดำน้ำแบบ SCUBA
9. การเที่ยวเกาะดำน้ำผิวน้ำ (Snorkeling) ที่หมู่เกาะในอ่าวพังงา, หมู่เกาะพีพี , เกาะราชาใหญ่, เกาะเฮ
10. วินเซิร์ฟ (Wind Surfing)
11. เล่นเรือใบ (Sail, yachts , cruises)
12. ตกปลาทะเล (Deep Sea Fishing)
13. การแสดงโชว์ (Show) เช่น Phuket Fantasea
14. City Tours (Tours of Phuket Town)
15. ขี่ม้า
16. Health & SPA

กิจกรรมการท่องเที่ยวเหล่านี้ดำเนินการโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ต้องขึ้นทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ภาคใต้เขต 4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดภูเก็ต ทำหน้าที่ดูแล การดำเนินกิจกรรมนำเที่ยว ของผู้ประกอบการให้ อยู่ในระเบียบของกฎหมาย และมีความปลอดภัยยุติธรรมต่อนักท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่า จังหวัดภูเก็ตซึ่งมีขนาดเล็กที่สุดในบรรดาจังหวัดภาคใต้นั้น นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้รอบเกาะโดยรถยนต์ในเวลาวันเดียว มีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว มากมายให้

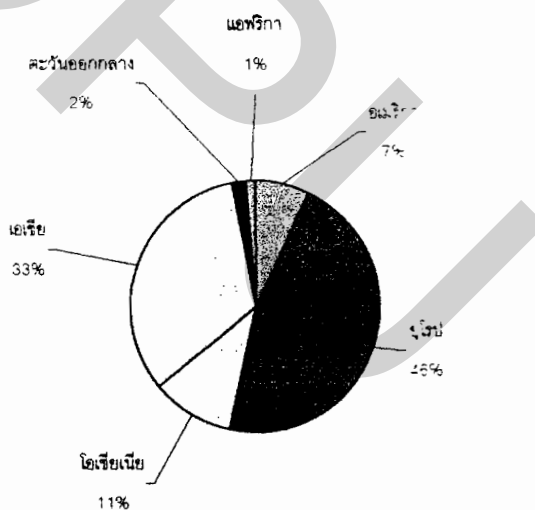
ไปสำรวจและทางเลือกของกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายให้เลือกใช้บริการและท่องเที่ยว ภูเก็ต จึงเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าและศักยภาพสูงมากเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ของไทย หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยกัน

2.1.3 นักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคต่างๆ นักท่องเที่ยวจาก ภูมิภาคยุโรป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีอัตราส่วนสูงที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2543:11) ในบรรดานักท่องเที่ยวทั้งหมด และยังมีอัตราการเติบโตสูง จึงเป็นตลาด ที่ยังคงต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ

ภาพที่ 2

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตามถิ่นที่อยู่ ปี 2543



ที่มา : สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ตพียงวาระปี 2543 กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :103

ประเทศในยุโรปที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจากประเทศในยุโรปที่เดินทางเข้ามาสูงที่สุด สามอันดับแรกคือ อังกฤษ เยอรมันนี และ สวีเดน

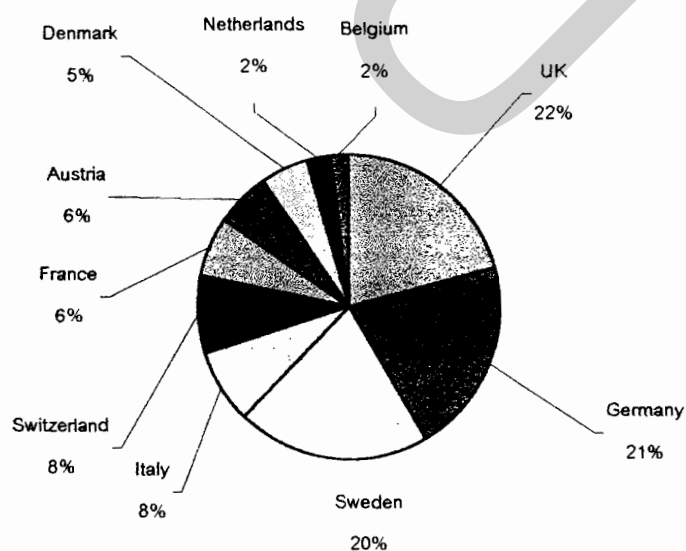
ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตก

ประเทศ	จำนวน	อัตราส่วน(ร้อยละ)
UK	250,226	24.9
Germany	202,922	20.2
Sweden	162,933	16.2
Italy	82,841	8.2
Switzerland	77,140	7.7
France	71,011	7.1
Austria	53,409	5.3
Denmark	43,024	4.3
Netherlands	36,048	3.6
Belgium	26,848	2.7
รวม	1,006,402	100

ที่มา : สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ตพังงากระวี 2543 กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :103

ภาพที่ 3

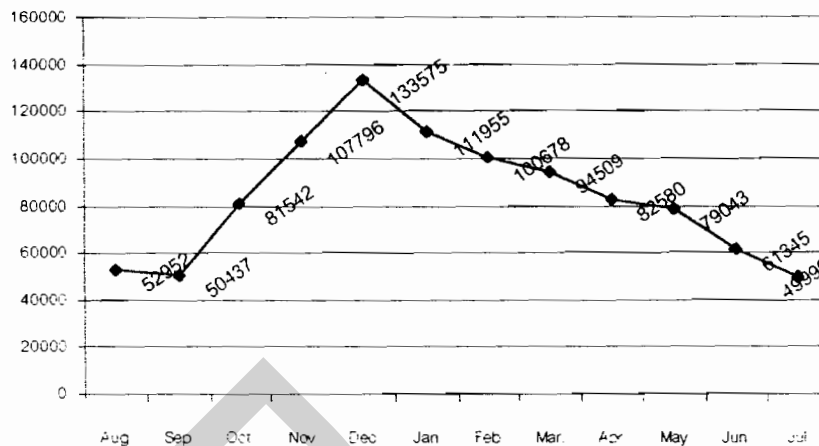
อัตราส่วนนักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตก



ที่มา : สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ตพังงากระวี 2543 กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :103

ภาพที่ 4

จำนวนนักท่องเที่ยวยุโรปตามระยะเวลา (ปี 2543)



ที่มา : สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ตพังงากระบี่ 2543 กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย :103

จำนวนนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่เดินทางเข้ามาที่จังหวัดภูเก็ตในเดือน ธันวาคม สูงที่สุด และ ค่อยๆลดลง จนต่ำสุดในเดือนกรกฎาคม จำนวน 49,990 คน (ภาพที่ 4)

ในด้านรายละเอียดอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในปี พ.ศ. 2543 นั้น พบว่า นักท่องเที่ยว ที่เดินทางเข้ามาโดยการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองมีจำนวน 1,367,212 คน ซึ่งสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จำนวน 1,076,659 คน และพบว่ามีนักท่องเที่ยวถึง 41 % ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวที่ ภูเก็ตมากกว่า 1 ครั้ง (สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ,2543 :16) ระยะเวลาการพักเฉลี่ย 5.38 วัน (สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ต พังงา กระบี่ 2543 , :50) นักท่องเที่ยว 64.77 % อยู่ในช่วงอายุ 25 - 44 ปี (สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ,2543 :14) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้มากกว่า 80,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนถึง 28.36 % (สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ต พังงา กระบี่ ,2543 :14)

ภาษาและสกุลเงินที่ใช้ในประเทศต่างๆ

ประเทศในยุโรป จำนวน 10 ประเทศที่ทำการศึกษามีภาษาราชการ สกุลเงินที่ใช้แตกต่างกันตามตารางที่ได้แสดงไว้ดังนี้

ตารางที่ 2 สกุลเงิน และภาษาที่ใช้ในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก

ประเทศ	ภาษาราชการ	สกุลเงิน
Sweden	Swedish	Swedish krona (SKr)
Denmark	Danish	Danish krone (DKr)
Netherlands	Dutch	Netherlands guilder
Switzerland	German, French , Italian	Swiss franc (SwF)
Austria	German	schilling (S)
Belgium	Dutch,French,German	Belgian franc (BF)
UK	English	pound sterling
Italy	Italian	Italian lira (Lit)
Germany	German	deutsche mark (DM)
France	French	French franc (F)

ที่มา : Microsoft_ Encarta_ Encyclopedia 2002. Copyright 1993-2001 Microsoft Corporation.

และอัตราอินเทอร์เน็ต HOSTS ต่อประชากร เปรียบเทียบกันในระหว่างประเทศต่าง ๆ ที่ได้จากการสำรวจเมื่อปี 2543 ของกลุ่มประเทศในยุโรปตะวันตกเป็นดังนี้คือ

ตารางที่ 3 จำนวนอินเทอร์เน็ต Hosts ต่อประชากร 10,000 คนของประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันตก

ประเทศ	จำนวนของ Internet hosts ต่อประชากร 10,000 คน
Sweden	704
Denmark	692
Netherlands	680
Switzerland	580
Austria	432
Belgium	352
UK	348
Italy	273
Germany	233
France	167

ที่มา : Microsoft_ Encarta_ Encyclopedia 2002. Copyright 1993-2001 Microsoft Corporation.

2.1.4 ที่พักในจังหวัดภูเก็ต

ในการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2543 (สถิติการท่องเที่ยว ภายในประเทศภูเก็ตพังการะปี 2543:9) ได้จัดแบ่งสถานที่พักภายในจังหวัดภูเก็ตไว้เป็นประเภท ต่างๆดังนี้ คือ

1. โรงแรม
2. เกสต์เฮาส์
3. บังกาโลหรือรีสอร์ท
4. บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน
5. ที่พักในเขตอุทยาน
6. บ้านพักรับรองของทางราชการ
7. อื่นๆ

ในการวิจัยนี้ได้เลือกศึกษาเฉพาะโรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกาโลหรือรีสอร์ทและที่พักในเขตอุทยานเท่านั้น เนื่องจากเป็นบริการที่สามารถจัดการให้สามารถขายบนอินเทอร์เน็ตได้ในสภาพแวดล้อมจริงในขณะนี้

สำหรับสถิติจำนวนโรงแรมและห้องพักในจังหวัดภูเก็ตได้แสดงไว้ในตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่า มีการลงทุนในธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้นอย่างมาก ภายใน 2 ปีมีโรงแรมเพิ่มขึ้น 44% จากเดิม 353 โรงแรม เป็น 509 โรงแรม ทำให้มีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น 6,085 ห้อง จากที่มีอยู่เดิม 20,596 ห้อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 4: 2544) คิดเป็นอัตราเพิ่ม 29.5 % และในปี 2543 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ย 67.14% (สถิติการท่องเที่ยว ภายในประเทศ ภูเก็ตพังการะปี ,2543:50)

ในด้านราคาของห้องพักต่อคืนนั้น มีตั้งแต่ราคาไม่ถึง 500 บาท ไปจนถึง สูงกว่า 2500 บาทหรือหลายหมื่นบาท ทั้งนี้ราคาห้องพักจะขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ลักษณะของโรงแรม การบริการ และชื่อเสียงของที่พักนั้น

ตารางที่ 4 จำนวนโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต

สถานที่	ปี พ.ศ.		สถานที่	ปี พ.ศ.	
	2541	2543		2541	2543
หาดป่าตอง	122	201	ที่พักในสนามกอล์ฟ	3	3
หาดกะรน	43	56	ที่พักในมหาวิทยาลัย	3	3
ตัวเมือง	55	54	นอกเมือง	2	2
หาดกะตะ	31	48	กระทู้	1	2
หาดกมลา	12	22	หาดไตรรงค์	1	2
หาดกะหลิม	10	13	แหลมกา	2	2
หาดในหาน	5	11	หาดไม้ขาว	1	2
หาดบางเทา	9	10	อ่าวเลน	2	2
อ่าวฉลอง	7	10	เกาะโหลน	0	2
หาดในยาง	6	9	เกาะสิเหร่	1	2
หาดสุรินทร์	4	8	หาดนาคาแล	1	1
หาดราไวย์	4	6	หาดลายัน	0	1
หาดในทอน	4	5	ถลาง	1	1
เกาะรายาใหญ่	5	5	แหลมทราย	1	1
หาดกะตะน้อย	4	4	เกาะเฮ	1	1
หาดกะรนน้อย	2	4	เกาะไม้ท่อน	1	1
หาดมิตรภาพ	3	4	เกาะมะพร้าว	0	1
แหลมพันวา	3	4	เกาะตะเภาใหญ่	1	1
หาดยะนุ้ย	1	3	ที่พักในมารีน่า	1	1
			บ้านพักเยาวชน	0	1

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน ภาคใต้เขต 4: 2544

2.1.5 ผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจุบันในจังหวัดภูเก็ตมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจนำเที่ยวที่ต้องขึ้นทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จังหวัดภาคใต้ เขต 2 ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 จำนวน 720 ราย (สำนักงาน ทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จังหวัดภาคใต้ เขต 2 : 2544) และสามารถ แบ่งผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เป็นกลุ่มใหญ่ๆ สองกลุ่มคือ

1. ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ดำเนินการให้บริการเอง ซึ่งยังสามารถแยกออกได้ เป็น 2 ประเภทคือ

1.1 ผู้ประกอบการที่ดำเนินการกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเป็นผู้ที่ประกอบธุรกิจให้บริการนักท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะ ชนิดต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถใช้บริการได้ ประกอบด้วยประเภทกิจกรรมต่างๆ ดังนี้คือ

1. จักรยานเสือภูเขา
2. เดินทางไกล และ ดูนก
3. ผจญภัยแบบป่าซาฟารี ชีชีง
4. กอล์ฟ
5. นวดแผนไทย (Natural Healing , Herbal Saunas)
6. ล่องแก่ง
7. เรือแคนู (Sea Canoeing) หรือคายัค รอบภูเก็ตและหมู่เกาะในอ่าวพังงา
8. ดำน้ำแบบ SCUBA
9. เที่ยวหมู่เกาะ - ดำน้ำแบบ Snorkeling หมู่เกาะในอ่าวพังงา, หมู่เกาะพีพี เกาะราชาใหญ่ , เกาะเฮ (Coral Island)
10. วินเซิร์ฟ (Wind Surfing)
11. เล่นเรือใบ (Sail, Yachts , Cruises)
12. ตกปลาทะเล (Deep Sea Fishing)
13. โชว์ (Show)
14. City Tours (Tours of Phuket Town)
15. ชีม้า
16. Health & SPA

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ จะเลือกเฉพาะกิจกรรมที่ตนเองต้องการ หรืออยากไปสัมผัสตามเวลาที่ตนเองต้องการ การซื้อบริการผ่านตัวแทนที่มีมากมายทุกที่หัวเกาะภูเก็ตด้วยตนเองและเดินทางไปใช้บริการเอง หรือผู้ประกอบการอาจจะเป็นผู้จัดรถรับส่งให้บริการระหว่างที่พักของนักท่องเที่ยว

1.2 ผู้ประกอบการที่ดำเนินการให้บริการ เพื่อกำหนดเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ให้บริการ จัดการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวรวมทั้ง มัคคุเทศก์ ที่พัก การเดินทาง อาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยวและอื่นๆ ตามแผนการที่ได้ตกลงกันเอาไว้ ผู้ประกอบการจะมีหน้าที่รับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่ได้ตกลงกัน การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆนั้น ผู้ประกอบการประเภทนี้จะซื้อและรวบรวมบริการจากผู้ให้บริการตาม (1.1) หรือจัดกิจกรรมของตนเองบางส่วนแล้วนำมาประกอบกันเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวหรือรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ พร้อมทั้งจัดหามัคคุเทศก์ที่เหมาะสมให้มาทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยว การขายจะต้องพึ่งพาตัวแทนขายภายในประเทศในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ฯ และตัวแทนขายต่างประเทศในประเทศต่างๆ เป็นหลักและจัดการขายเองในบางส่วน

2. ผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่เพียงเป็นตัวแทนขายหรือ Travel Agent ทำหน้าที่เป็นช่องทาง (Place) กลไกทางการตลาดที่สำคัญในการช่วยผลักดันตลาดการท่องเที่ยวในภูเก็ต โดยผู้ประกอบการจะเป็นตัวแทนหรือนายหน้าในการขายกิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการ (1.1) และ (1.2) และได้รับผลตอบแทนเป็นค่านายหน้า ซึ่งอาจจะสูงถึง 40 % ของยอดขาย สำหรับจำนวนผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตที่แจ้งว่าเป็น Travel Agent อย่างเดียว มีจำนวนถึง 395 ราย

ผู้ประกอบการทุกประเภทที่กล่าวถึงโดยมากจะทำหน้าที่ เป็น Sale Agent ไปด้วย เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ และเชื่อมโยงต่อกันเป็นเครือข่าย ได้รับประโยชน์จากการช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกัน จากข้อมูลที่ให้ไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า มีผู้ประกอบการเพียง 59 รายที่ได้ให้ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ ด้วยระบบอินเทอร์เน็ต (Email adress หรือ Website)เอาไว้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่อาจจะยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตเท่าใดนัก

2.2 ทฤษฎีพื้นฐานทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ประเภทของผู้บริโภค

ผู้บริโภคอาจแบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆดังนี้คือ

1. ผู้บริโภคปัจจุบัน(Realized Consumer) หมายถึงผู้ซื้อสินค้าจากกิจการอยู่แล้วในปัจจุบัน

2. ผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า(Potential Consumer) หมายถึงบุคคลที่ยังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการของตนยังไม่ต้องการสินค้าในขณะนั้น มากนักหรือเป็นบุคคลที่ขาดข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นประโยชน์ ขาดช่องทางที่ทำการซื้ออาจจะเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจาก คู่แข่งแต่มีศักยภาพในการบริโภคสินค้าของกิจการในอนาคต

3. ผู้ที่ไม่มีโอกาสเป็นลูกค้า Non - User หมายถึงบุคคลที่มีโอกาสหรือความต้องการหรือไม่ต้องการไม่จำเป็นที่จะใช้สินค้านั้นๆ อาจเป็นเพราะไม่มีอำนาจซื้อหรือ สินค้านั้นไม่เหมาะกับเขาก็ได้

ภาพที่ 5
ผู้บริโภคประเภทต่างๆ

ผู้ใช้สินค้า		ผู้ไม่ใช้สินค้า
ผู้บริโภคปัจจุบัน	ผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้า	ผู้ที่ไม่มีโอกาสเป็นลูกค้า

ที่มา : เอกสารการสอนวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 1-8

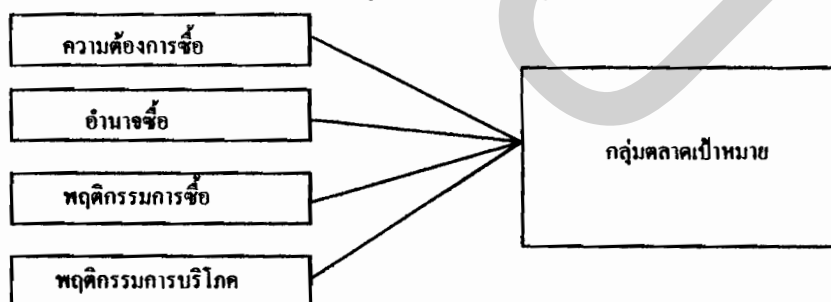
หากว่าผู้บริโภคมีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อผลิตภัณฑ์ สามารถใช้เกณฑ์ในการแบ่งที่เกี่ยวข้อง กับอุปนิสัยในการซื้อของผู้บริโภคได้แก่

1. เหตุผลที่ซื้อ
2. โอกาสในการซื้อ
3. สถานที่ที่ซื้อ
4. วิธีการซื้อ

2.2.2 องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย

ภาพที่ 6

องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย



ที่มา : เอกสารการสอนวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 1-8

ในแง่ของนักการตลาดไม่สามารถสรุปได้ว่าทุกคนคือผู้บริโภคของกิจการ เนื่องจากว่าผู้บริโภคมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่จะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายจะต้องมีลักษณะ 4 ประการดังนี้คือ

1. ผู้บริโภคต้องมีความต้องการ(Needs)
2. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)
3. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมกรซื้อ (Purchasing Behavior)
4. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีพฤติกรรมกรบริโภค (Consumption Behavior)

กิจการจะต้องมองหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนี้ให้พบเพื่อจัดผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถขายได้ในตลาด

2.2.3 คุณลักษณะของผู้บริโภค (Consumer Characteristic)

บอยด์ เวสฟอลล์ และ สตาช (Boyd, Westfall, and Stasch) ได้แบ่งลักษณะของผู้บริโภคออกเป็น 3 ด้านคือ

1. ภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ (Demographics) เช่น เพศ อายุ อาชีพ ที่อยู่ รายได้ การศึกษา สถานะภาพ สำหรับ อาชีพ รายได้ การศึกษา อาจเรียกได้ว่าเป็นสถานะภาพทางสังคม (Socio-economic status)

2. ภูมิหลังทางจิตวิทยา (Psychographics) เป็นพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากสภาพภายในของจิตใจซึ่งอาจทำให้พฤติกรรม ของบุคคลมีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงมีผู้ที่เรียกการแสดงออกของภูมิหลังทางจิตวิทยา ได้อีกนัยหนึ่งว่าแบบการดำเนินชีวิต (Life styles) โดยที่แบบการดำเนินชีวิตมีส่วนผลักดันในการตัดสินใจเลือก ซื้อสินค้า หรือตราสินค้า แบบการดำเนินชีวิตที่นิยมนำมาวิจัยถึงตัวผู้บริโภคในการส่งเสริมการตลาด อาจแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

- กิจกรรม เป็นแบบการดำเนินชีวิตในด้านการงานและการใช้เวลาว่าง
- ความสนใจ เป็นแบบการดำเนินชีวิต ต่อสิ่งสำคัญรอบข้าง
- ความคิดเห็น เป็นความรู้สึกที่มีต่อตนเองและโลกภายนอก
- คุณลักษณะพื้นฐาน เป็นเงื่อนไขทาง ประชากรที่อธิบาย สภาวะแวดล้อมของ

ผู้บริโภค

ตัวอย่างแบบการดำเนินชีวิตเหล่านี้เช่น พวกผู้บริโภคที่คำนึงถึงราคาเป็นหลัก พวกตามแฟชั่น พวกที่เชื่อมั่นในตนเอง เป็นต้น

3. ภูมิหลังการบริโภคสินค้า (Usage Rate) เป็นการพิจารณาถึงวิธีการใช้สินค้าของกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะอัตราที่เกี่ยวกับปริมาณการใช้สินค้าซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขายของผู้จำหน่ายเช่น การสอบถามถึงการดื่มน้ำอัดลมแก้วเฉลี่ยที่ขวดต่อวัน หรืออัตราการสูบบุหรี่และช่วงเวลาที่ทำกรสูบบุหรี่ ซึ่งอาจทำให้จัดแบ่งผู้บริโภคได้ว่าเป็นผู้บริโภคมากหรือน้อยเพียงใด เป็นต้น

2.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 นักท่องเที่ยว

จากคำจำกัดความที่ได้รับจากการสัมมนาทางวิชาการทางด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติ เมื่อปี 1963 ที่กรุงโรม และ

International Union of Official Travel Organization ให้การยอมรับในปี 1968 คำว่า “ ผู้มาเยือน (Visitor) ” อัน หมายถึง “ บุคคลใดก็ตามที่ไปเยือนประเทศหนึ่งประเทศใดที่ไม่ใช่ประเทศที่เขาพำนักอยู่ เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เป็นการทำงาน เพื่อหารายได้จากประเทศที่ไปเยือนนั้น ” ผู้มาเยือนสามารถแบ่งออกเป็นสองกลุ่มเพื่อประโยชน์ในการวัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว และผลกระทบทางเศรษฐกิจดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึงผู้มาเยือนที่พำนักอยู่ในประเทศนั้น อย่างน้อย 1 คืน หรือพักอยู่อย่างน้อย 24 ชั่วโมง
2. นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึงผู้มาเยือนที่ไม่ได้ค้างคืนแต่เดินทางผ่านประเทศหรือภูมิภาคนั้น และพักอยู่เป็นเวลาน้อยกว่า 24 ชั่วโมง
3. ผู้เยี่ยมเยือน (Visitor) หมายถึง นักท่องเที่ยวและนักทัศนจร นวมกันในงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยว (Tourist) เท่านั้น

การแบ่งภูมิภาคของนักท่องเที่ยวทั่วโลก

ตามหลักเกณฑ์ ของ WTO (World Tourism Organization) ได้จัดแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาจากภูมิภาคต่างๆในโลก โดยอาศัยที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นตัว กำหนด ดังนี้คือ

1. เอเชียตะวันออก ประกอบด้วยประเทศในกลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง จีน เกาหลี
2. อเมริกา ประกอบด้วยประเทศในทวีปอเมริกาเหนือและอเมริกาใต้
3. เอเชียใต้ ประกอบด้วย บังกลาเทศ เนปาล ศรีลังกา อินเดีย ปากีสถาน
4. โอเชียเนีย ประกอบด้วย ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์
5. ยุโรป ประกอบด้วยประเทศรัสเซียและในกลุ่มยุโรปตะวันออก
ประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันตกได้แก่ ออสเตรีย เบลเยียม อิตาลี สเปน เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ค ฟินแลนด์
6. ตะวันออกกลาง ประกอบด้วย อียิปต์ อิสราเอล คูเวต ซาอุดีอาระเบีย สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์
7. แอฟริกา ประกอบด้วยประเทศแอฟริกาใต้

ในการวิจัยนี้ได้ทำการเลือกทำการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป เฉพาะประเทศดังต่อไปนี้ ออสเตรีย เบลเยียม อิตาลี เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สเปน สวีเดน นอร์เวย์ เดนมาร์ค ฟินแลนด์ เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มใหญ่ที่สุดถึง 42 %

2.3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.3.1 การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในโลกมีมากมายการที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกเดินทางไปไหนขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ได้แก่ (ชลธิชา บุญนาค, 2544:10)

1. ค่าใช้จ่าย เป็นเงื่อนไขอันดับแรกที่ใช้ในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าจะเดินทางไปไหน การคำนวณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะถูกคำนวณรวมกันตั้งแต่ค่าเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมอื่นๆ นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวว่าคุ้มกับราคาที่ต้องจ่ายหรือไม่ นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลต่างๆ พร้อมทั้งราคา เพื่อนำมาเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจ การเพิ่มหรือลดลงของค่าเงินระหว่างสองประเทศจะเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มขึ้นหรือลดลง

2. สุขภาพ หมายถึงความสามารถทางร่างกายของนักท่องเที่ยวซึ่งอายุของนักท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะไม่สามารถเดินทางไปไหนในสถานที่ที่ห่างไกลๆ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางสภาพอากาศแตกต่างจากประเทศของตนอย่างมาก ได้เพราะเป็นความเสี่ยงที่จะทำให้เจ็บป่วยได้และอาจจะรักษาได้ยากหากเกิดการเจ็บป่วยขึ้น

3. ความต้องการความพอใจส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความ ต้องการ และความพึงพอใจไม่เหมือนกัน บางคนอาจจะชอบสภาพอากาศแบบหนึ่ง บางคนชอบอีกแบบหนึ่ง บางคนชอบประวัติศาสตร์ บางคนชอบป่า บางคนชอบทะเล บางคนก็ชอบผจญภัย บางคนชอบนอนเฉยๆ ความต้องการและความพอใจ นี้ขึ้นอยู่กับพื้นเพดั้งเดิมที่ผ่านมาของตน

4. ทศนคติที่มีต่อจุดหมายปลายทาง ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีสิ่งดึงดูดใจมากมายสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ทัศนคติที่ไม่ดีของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีต่อสถานที่นั้นหรือประเทศนั้น ก็จะเป็นปัจจัยทำให้นักท่องเที่ยวไม่เลือกเดินทางไปก็ได้ แต่หากว่าถึงแม้ไม่มีสิ่งที่น่าสนใจนักท่องเที่ยวก็อาจจะตัดสินใจเลือกด้วยทัศนคติที่ดีส่วนตัวก็ได้

5. ค่านิยมของคนในสังคม การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอาจเกิดจากความ ต้องการ ให้สังคมยอมรับในตัวเองว่ามีความสามารถทำได้ เช่นการนิยม ไปช้อปปิ้งที่ฮ่องกง หรือ สิงคโปร์ ของคนในกรุงเทพ เป็นต้น

2.3.3.2 ปัจจัยหลักและปัจจัยดิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง

การเดินทางท่องเที่ยวนั้นเกิดจากแรงจูงใจ 2 ประเภท (เลิศพร ภาระสกุล ,2540:15) คือ

1. ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลเองผลักดันให้เกิดความต้องการ

เรียกว่า Push Factor

- 1.1 องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยผลัก(Push Factor) ได้แก่
 - 1.1.1 ความต้องการที่จะหนี จากความจำเจ (Need for Escape)
 - 1.1.2 ความต้องการที่จะค้นพบตัวเอง (Self-Discovery)
 - 1.1.3 ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ (Rest, Relaxation)
 - 1.1.4 ความต้องการ เสริมสร้างเกียรติภูมิให้กับตนเอง (Prestige)
 - 1.1.5 ความต้องการทำสิ่งท้าทาย (Challenge)
 - 1.1.6 ความต้องการการผจญภัย(Adventure)
2. ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น ดึงดูดใจทำให้คนอยากออกไปหาประสบการณ์

เรียกว่า Pull Factor

- 1.2 องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยดึง (Pull Factor) ได้แก่
 - 2.1.1 ความสวยงามของทิวทัศน์ (Scenic Beauty)
 - 2.1.2 โบราณสถานหรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ (Historical area)
 - 2.1.3 กิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม(Cultural Events)
 - 2.1.4 กิจกรรมทางด้านกีฬา (Sporting Events)

การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาจังหวัดภูเก็ตก็เกิดจากปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้เช่นเดียวกันคือ ขึ้นอยู่กับ นิสัย ความต้องการนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ที่เดินทางมานั้นเป็นอย่างไร ซึ่งเป็นปัจจัยผลัก และความสวยงามของทิวทัศน์หรือกิจกรรมทางด้านกีฬาของเกาะภูเก็ตที่เป็นปัจจัยดึงให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาที่ภูเก็ต

มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงผลักดันในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ในปี 1979 Crompton) โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นคนชั้นกลาง 39 คน จากรัฐบอสตัน รัฐแมสซาชูเซตและจาก Callege Station รัฐ Texas ทำให้เขาสามารถจำแนกแรงจูงใจทางด้านจิตวิทยาซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทาง ออกมาได้ 7 ประเด็น เขาเรียกแรงจูงใจเหล่านี้ว่า Hidden Agenda ซึ่งประกอบด้วย

1. การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ (Escape from Mundane Environment)
2. การสำรวจและการประเมินตนเอง (Exploration and Evaluation of Self)
3. การพักผ่อน (Relaxation)
4. เกียรติภูมิ (Prestige)
5. การถอยกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม (Regresston)
6. การกระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติ (Enhancement of Kinship Relationships)
7. การสร้างการปะทะสังสรรค์ทางสังคม (Facilitation of Social Interaction)

นอกจากนั้นในประเด็นของการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกจุดหมายปลายทาง โดยพิจารณาจากความเหมาะสมอย่างกว้างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวว่าจะสนองความต้องการทางจิตวิทยาบางอย่างของเขาได้หรือไม่แทนที่จะดูจาก คุณสมบัติเฉพาะอย่างของแหล่งท่องเที่ยว (Broad suitability rather than specific quality)

2.3.3.3 ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว

ประชากร (Population)

อายุ (Age)

รายได้ (Income)

เพศ(Sex)

การศึกษา(Education)

อาชีพ (Occupation)

ทัศนคติ (Attitudes)

เวลา(Time)

การเปลี่ยนแปลงแบบแผนในชีวิต (Changing Lifestyle)

สมัยนิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี นิสัย และ ธรรมเนียมปฏิบัติ

2.4 การตลาดบนอินเทอร์เน็ต

2.4.1 อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตมีพัฒนาการมาจาก อาร์พานีต (ARPAnet) ที่ตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2512 เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของกระทรวงกลาโหม สหรัฐอเมริกา ที่ใช้ในงานวิจัยด้านการทหาร (ARPA : Advance Reserch Project Agency)

จนปี พ.ศ 2515 หลังจากที่เครือข่ายทดลองอาร์พาประสบความสำเร็จ อย่างสูง และได้มีการปรับปรุงหน่วยงานจาก อาร์พามาเป็น คาร์พา (Defense Advanced Reserch Project Agency : DARPA) และในที่สุด พ.ศ 2518 อาร์พานีต ก็ขึ้นตรงกับหน่วยงานสื่อสารของ กองทัพอากาศ

ใน พ.ศ. 2526 อาร์พานีตได้ถูกแบ่งออกเป็น 2 เครือข่าย คือเครือข่าย ด้านงานวิจัย ใช้ชื่ออาร์พานีตเหมือนเดิม ส่วนเครือข่ายของกองทัพใช้ชื่อว่า มิลเน็ต (MILNET : Military Network) ซึ่งมีการเชื่อมต่อโดยใช้ โพรโทคอล TCP/IP (Transmission Control Protocal/Internet Protocal) เป็นครั้งแรก

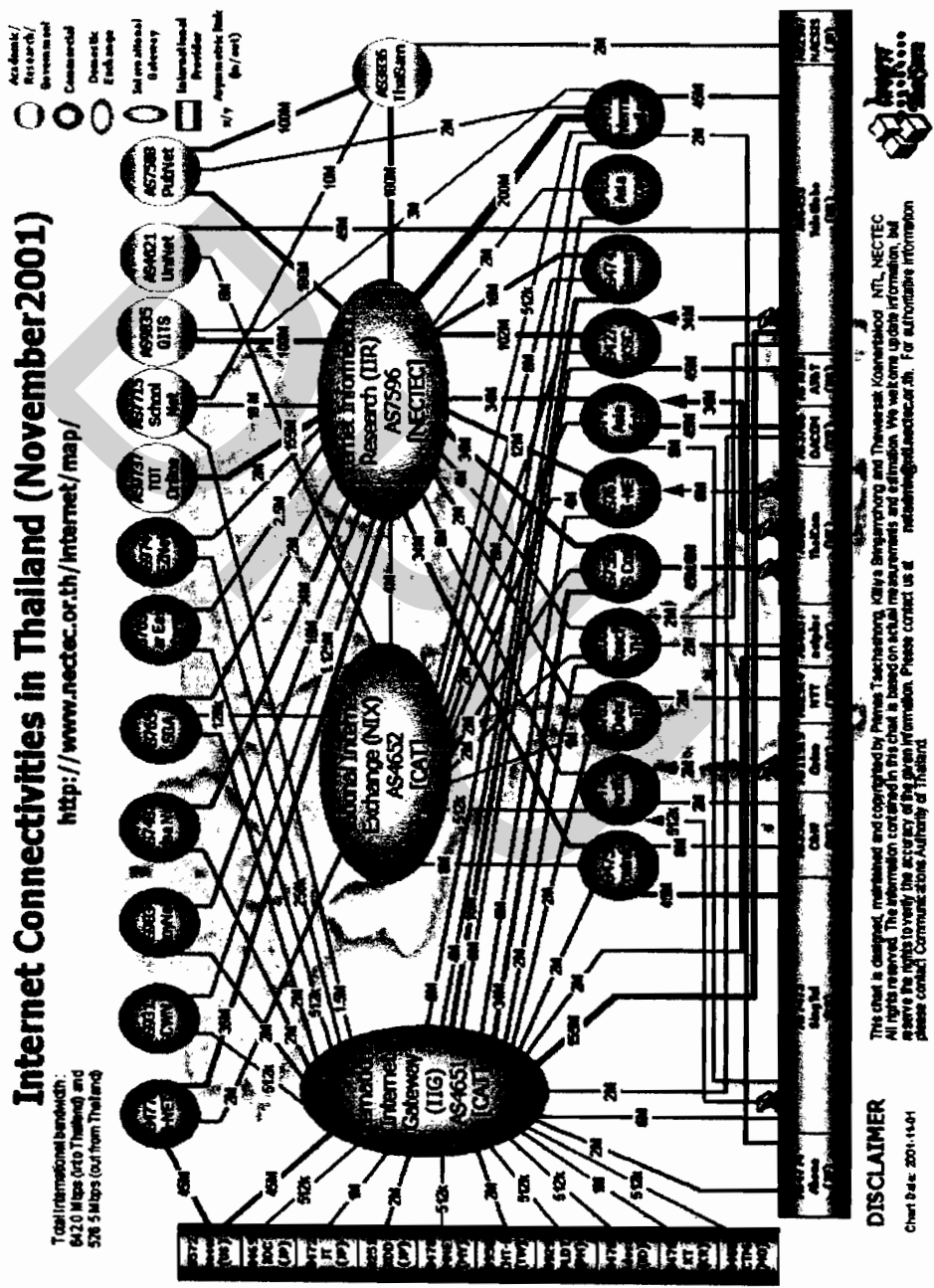
ในปี พ.ศ. 2528 มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติของอเมริกา (NSF) ได้ให้เงินทุนในการ สร้างศูนย์ ซุปเปอร์คอมพิวเตอร์ 6 แห่ง ชื่อว่า NSFNET และพอมมาถึงปี 2533 อาร์พานีต

รองรับภาวะที่เป็นกระดูกสันหลัง (Backbone) ของระบบไม่ได้อาร์พานเน็ตจึงยุติลง และเปลี่ยนไปใช้ NSFNET และเครือข่ายอื่นๆ แทน และต่อมาได้มีการเชื่อมต่อรวมกันกับเครือข่าย อื่นๆ อีกจนกลายเป็นเครือข่ายขนาดมหึมาจนถึงทุกวันนี้ และเรียกเครือข่ายนี้ว่า อินเทอร์เน็ต (Internet)

สำหรับในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเริ่มมีบทบาท ในช่วง พ.ศ. 2530 - 2535 โดยเริ่มจากการเป็นเครือข่ายในระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย แล้วจึงเชื่อมต่อเข้าสู่ อินเทอร์เน็ตอย่างสมบูรณ์เมื่อเดือนสิงหาคม 2535 และในปี พ.ศ. 2538 ก็มีการเปิดให้บริการ อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์รายแรกคือ อินเทอร์เน็ตเคเอสซี ซึ่งขณะนั้นเวิร์ลไวด์เว็บกำลังได้รับความนิยมอย่างมากในอเมริกา

อย่างไรก็ตาม อินเทอร์เน็ตบางครั้งก็มีการเรียกชื่อย่อว่า เน็ต (NET) หรือ THE NET ด้วยเช่นเดียวกันอีกคำหนึ่งที่หมายถึงอินเทอร์เน็ตก็คือ เว็บ (Web) และ เวิร์ลไวด์เว็บ (World Wide Web) (ศรีศักดิ์ จามรมารและคณะ, 2537:2-3)

ภาพที่ 7
โครงข่ายอินเทอร์เน็ตภายในประเทศไทย

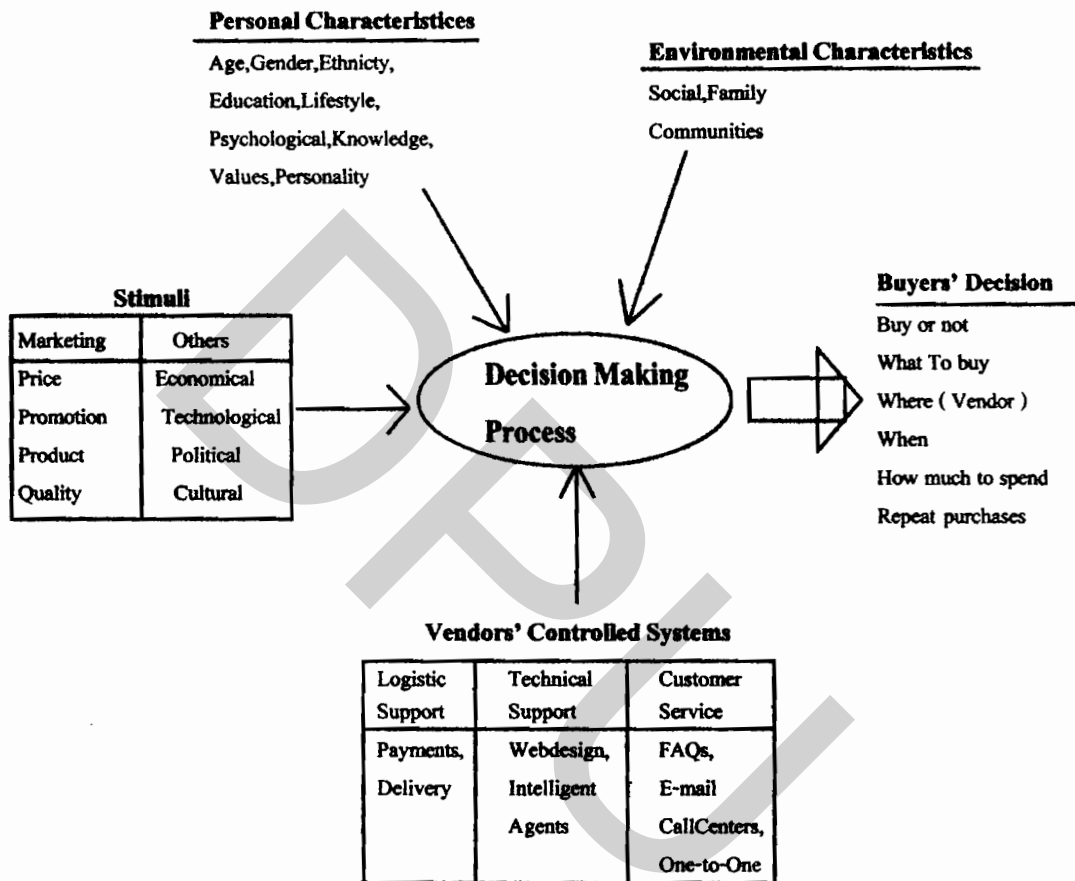


ที่มา :www.nectec.or.th : 2544 9/11/44

2.4.2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce Consumer Behavior Model)

ภาพที่ 8

โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดอินเทอร์เน็ต

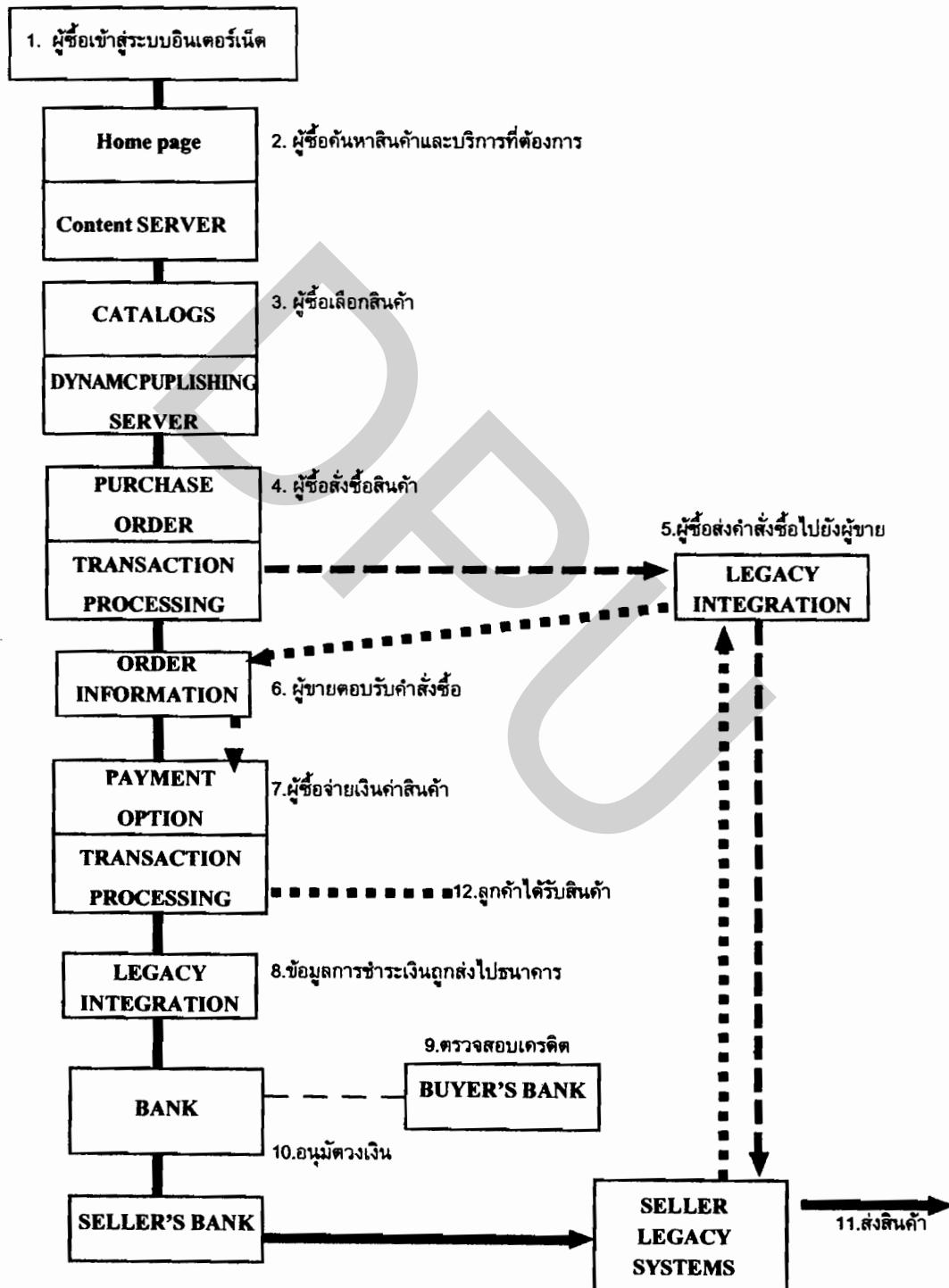


ที่มา : EFRAIM and Others, 1999 :74

จากภาพที่ 8 เป็นโมเดล ของพฤติกรรมผู้บริโภคในการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (EFRAIM and Others, 1999 :74) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เกิดจากตัวแปรพื้นฐานที่เป็นสิ่งเร้า (Stimuli) อันเกิดจากกิจกรรมทางการตลาด และที่เกิดจาก เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม ตัวแปรประกอบอื่น ๆ จะเป็นตัวผลักดันให้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ คือ คุณลักษณะของผู้ซื้อ (Personal Characteristic) สภาพแวดล้อมทางครอบครัว สังคม ชุมชน (Environmental Characteristic) ระบบการควบคุมที่ผู้ขายจัดสภาพแวดล้อมขึ้นมา (Vendors' Controlled Systems) ได้แก่ ระบบการชำระเงิน, การส่งสินค้า, การออกแบบรูปแบบ Website, ระบบบริการลูกค้าด้วยการตอบคำถามลูกค้าทาง E-mail, หน้าคำถามที่มักถูกถามบ่อย, ศูนย์บริการทางโทรศัพท์

กระบวนการของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing Process)

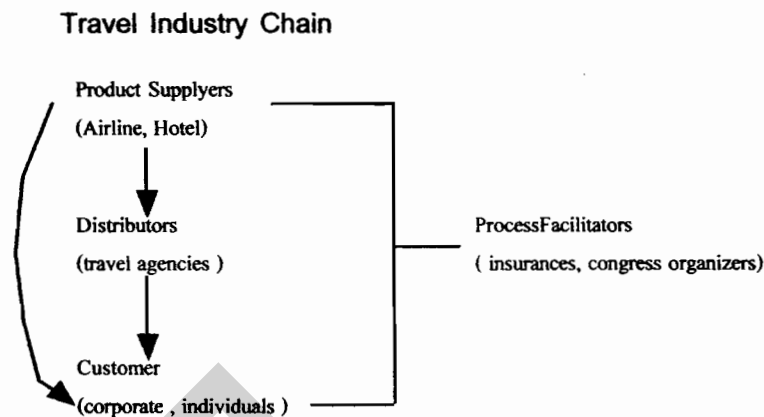
ภาพที่ 9
กระบวนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์



ที่มา : EFRAIM and Others, 1999 :12

2.4.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ต

ภาพที่ 10



ที่มา : Bloch and Segev (1997): 162

จากการวิเคราะห์ของ Bloch and Segev (EFRAIM and Others,1999 : 162) ทำให้เห็นภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในมุมมองของ Supply Chain ผู้ที่มีส่วนร่วมในอุตสาหกรรม 4 กลุ่มตามภาพที่ 10 เมื่อระบบ E-commerce เข้ามาเปลี่ยนแปลงกระบวนการขายตั๋วเป็นแบบออนไลน์และให้ข้อมูลกับลูกค้าด้วยระบบมัลติมีเดีย จะทำให้เกิดผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

1. ทำให้สามารถขายบริการท่องเที่ยวในราคาต่ำลงได้
2. สามารถให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น
3. สามารถทำให้ลูกค้ามีความเข้าใจสินค้าและบริการโดยการใช่มัลติมีเดีย
4. ประหยัดค่าใช้จ่ายจากระบบการไม่ใช้กระดาษ
5. เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า สามารถหาข้อมูลได้จากที่บ้าน
6. สามารถตอบสนองกลยุทธ์ Customer-Focus

มีการทำนายว่าในปี 2543 การทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับลูกค้า โดยตรงบนอินเทอร์เน็ต จะมีมูลค่าประมาณ 25 % ของ มูลค่าการทำธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า (B to C) นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จะรู้ว่าถ้าวางแผนดีๆ และค้นหาให้ทั่วแล้วอาจจะสามารถหาตั๋วเครื่องบินที่ต้องการได้ในราคา 400 US\$ แทนที่จะเป็นราคา 1200 US\$ และก็คงจะไม่มีนักท่องเที่ยวคนไหนที่จะยอมเสียเงินมากกว่าคนอื่นถึง 2 เท่าสำหรับห้องพักในโรงแรมหรูที่เหมือนกัน ตัวอย่างของเว็บไซต์ท่องเที่ยวเช่น

www.expedia.com, www.travelocity.com , American airline Sabre reservation system, www.pctravel.net, www.reservation.com, www.itn.net, www.thetrip.com, www.travelweb.com, www.priceline.com และ www.lonelyplanet.com (EFRAIM and Others,1999 :159-160)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีการประมาณกันว่าการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจ E-commerce ที่ประสบความสำเร็จ และขยายตัวอย่างมากกลุ่มหนึ่ง มูลค่าการซื้อขาย ตัวเครื่องบิน ห้องพัก เซารต และแพคเกจท่องเที่ยวที่จองผ่านอินเทอร์เน็ตจะมีมูลค่า 8.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปีค.ศ. 2002 Martin (1999:44)

และได้มีการรวบรวมการคาดการณ์อื่นๆเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเอาไว้ดังนี้ Martin (1999:15)

Media Metrix ได้ทำการวิจัยพบว่า ประมาณ 40 % ของการเติบโตของการใช้งานอินเทอร์เน็ตเกิดจากการใช้งานของผู้ใช้หน้าใหม่ที่ต่อ อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน

ได้มีการศึกษาผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 100000 คน ของ Link Exchange and Hambrecht & Quist . พบว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ต เท่าๆ กับการดูทีวี

และความสำเร็จของ Expedia Travel Service Website ท่องเที่ยวของไมโครซอฟท์ มียอดขายตัวเครื่องบินในขณะนี้ 200 ล้านเหรียญต่อปี Maddox & Blankenhorn (1998: 8)

มีการวิจัยผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในปี 1995 โดย CommerceNet พบว่าเหตุผลที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต นั้น 55 % ให้เหตุผลว่า เพื่อเข้าไปหาข้อมูลเล็กๆ ของสินค้าเพิ่มขึ้น และ 35 % ให้เหตุผลว่าเข้าไปหาข้อมูลสินค้า เพิ่มเติมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อจริงๆ Maddox & Blankenhorn (1998: 9) และได้ทำ การวิจัยซ้ำอีกครั้งในปี 1997 พบว่า 73 % ให้เหตุผลว่า เพื่อเข้าไปหาข้อมูลเล็กๆ ของสินค้าเพิ่มขึ้น และ 53 % ให้เหตุผลว่าเข้าไปหาข้อมูลสินค้าเพิ่มเติมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อจริงๆ Maddox & Blankenhorn (1998 : 10)

สาเหตุที่ทำให้การค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เติบโตขึ้น อย่างรวดเร็วเกิดจาก Maddox & Blankenhorn (1998: 10)

ในขณะนี้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 60 ล้านคน และมีผู้ใช้เฉพาะ Website 50 ล้านคน (International Data Corp.)

ในปี ค.ศ. 2000 ผู้ประกอบการ 1 ใน 3 ของสหรัฐอเมริกาจะเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต Maddox & Blankenhorn(1998: 11)

การมีผู้ตัดสินใจซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวนมากกว่า 20 ล้านคนและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 40 ล้านคนภายในปี 2000

อัตราส่วนของอุตสาหกรรมต่างๆ ในการค้าบนอินเทอร์เน็ต Maddox & Blankenhorn (1998 : 11)

จากการวิจัยของหลายฝ่าย เช่น Yankee , Forrester , Jupiter และ Commercenet พบว่าสินค้ากลุ่มคอมพิวเตอร์ จะมีมูลค่าหนึ่งในสาม อันดับสองคือ การท่องเที่ยว

ตามด้วยธุรกิจบันเทิง (Entertainment) และกลุ่มอื่น ๆ โดยยอดขายรวมทั้งหมดจะมีมูลค่าประมาณ 6.6 พันล้าน เหรียญสหรัฐ

Jupiter Communications Inc. ได้ทำนายว่าในปี 2000 ธุรกิจท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ตจะมีมูลค่าประมาณ 3 พันล้านเหรียญสหรัฐ จากมูลค่าทั้งหมด 6 พันล้านเหรียญสหรัฐในตลาดบนอินเทอร์เน็ต

บทที่ 3

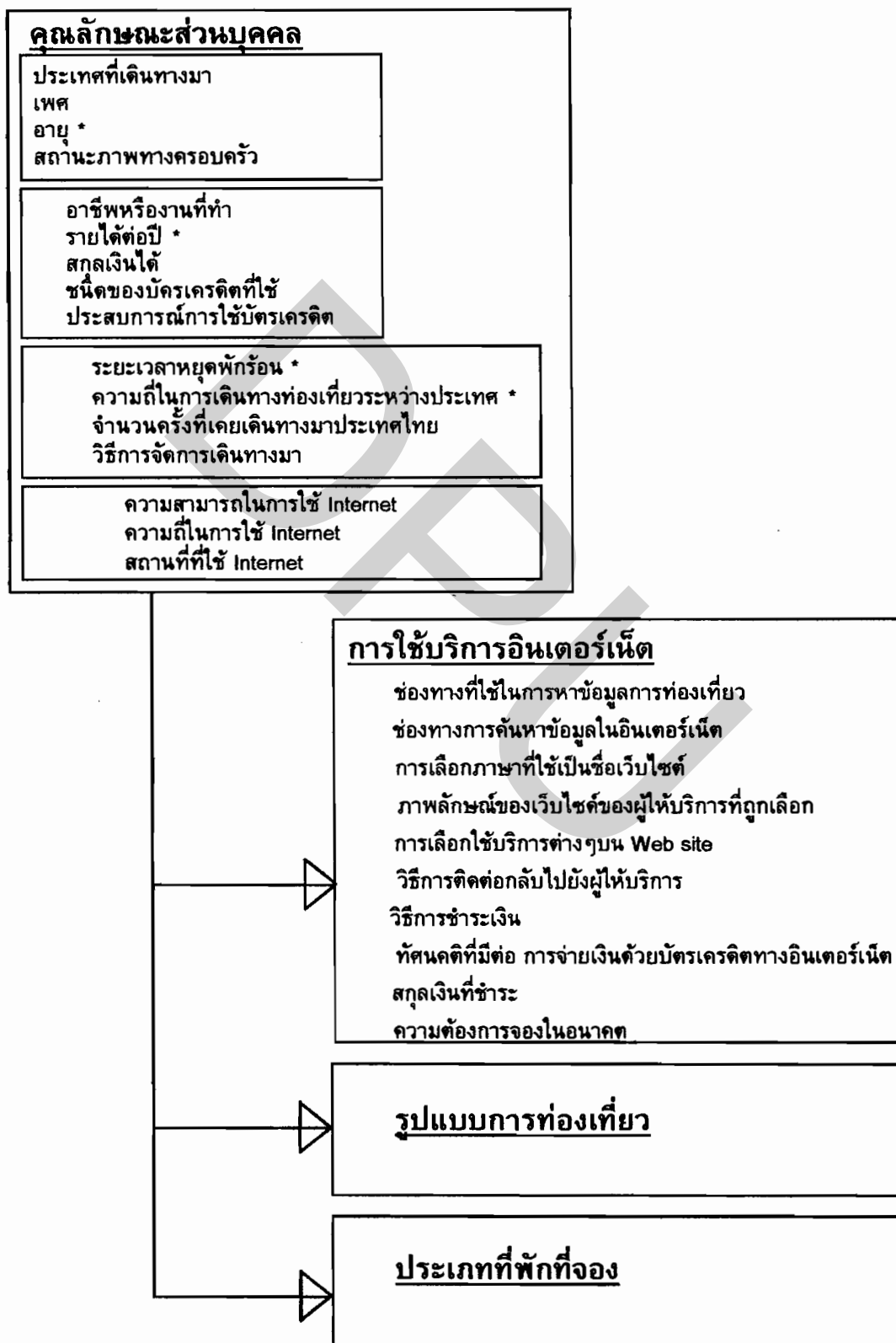
ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่ในเขตจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่มุ่งบรรยายตัวแปร (Descriptive-Oriented Research) จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) หลังจากได้ข้อมูลแล้วนำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติและทดสอบสมมุติฐานด้วยโปรแกรม SPSS V.9 ที่ทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ใช้หน่วยประมวลผลของ Intel Pentium 200 MHz ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ภาพที่ 11
กรอบแนวคิดการวิจัย



การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้อินเทอร์เน็ต อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ที่เดินทาง เข้ามาพักอยู่ในเขตจังหวัดภูเก็ต ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ในช่วงระยะเวลา ระหว่างวันที่ 15 มกราคม 2545 - 20 กุมภาพันธ์ 2545 โดยเดินทางมาจากกลุ่ม ประเทศ ยุโรปตะวันตกซึ่งได้แก่ประเทศ ออสเตรีย เบลเยียม เดนมาร์ค สวีเดน เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมันนี อังกฤษ สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยใช้อินเทอร์เน็ต จากกลุ่มประเทศยุโรป ตะวันตกที่กำลังจะเดินทางกลับ ที่ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต จำนวน 460 คน คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จาก ตารางการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% เมื่อขนาดประชากรมีจำนวนมากว่า 100,000 หน่วย ได้จำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มโดยแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่กำลัง เดินทางออกจากท่าอากาศยานภูเก็ตระหว่างวันที่ 15 มกราคม 2545 - 20 กุมภาพันธ์ 2545

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม การใช้บริการสำรองที่พัก และบริการ นำเที่ยวล่วงหน้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. จากการศึกษาทฤษฎีของ บอยด์ เวสฟอล และ สตาช (Boyd, Westfall, and Stasch) ที่กล่าว ถึงตัวแปรต่าง ๆ ทางด้านคุณลักษณะของผู้บริโภค, สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ต-พังงา-กระบี่ ปี 2543, รายชื่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวจดทะเบียน กับสำนักงานทะเบียน ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์จังหวัดภาคใต้เขต 2, กระบวนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของ EFRAIM และคนอื่น ๆ และวิธีการสร้างแบบสอบถามของ ศิริชัย พงศ์วิชัย(ศิริชัย พงศ์วิชัย, 2540: 24-30) จึงได้นำทฤษฎีและข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้มาสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เก็บข้อมูล จากนักท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งมีประเด็นถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ข้อถามที่ 3-19 ประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบข้อหนึ่งข้อใดใน 2 ข้อ (Dichotomous) สอบถามเรื่องเพศ คำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Multiple Choice) จำนวน 7 ข้อ สอบถามในเรื่อง เชื้อชาติ สถานภาพครอบครัว อาชีพ สกุลเงินรายได้ จำนวนครั้งที่เคย มาประเทศไทย การจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ ประสิทธิภาพในการใช้บัตรเครดิต คำถามแบบเลือกได้หลายคำตอบ (check list) จำนวน 4 ข้อ สอบถามในเรื่อง ภาษาที่ต้องการ

ใช้เมื่อใช้อินเตอร์เน็ต ชนิดบัตรเครดิตที่ใช้งานอยู่ ความสามารถในการเข้าสู่ระบบอินเตอร์เน็ต และระดับความสามารถในการใช้งานอินเตอร์เน็ต คำถามแบบเติมคำจำนวน 5 ข้อ สอบถามในเรื่อง อายุ รายได้ต่อปี ระยะเวลาหยุดพักร้อน ความถี่ในการเดินทางไปต่างประเทศ ประเทศที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 เป็นการให้บริการอินเตอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อถามที่ 1,2, 20-28, 32 ประกอบด้วยคำถามแบบมีหลายคำตอบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว (Multiple Choice) จำนวน 6 ข้อ สอบถามในเรื่องความถี่ในการใช้งานอินเตอร์เน็ต วิธีการชำระเงินที่ต้องการ ความรู้สึก ปลอดภัยในการชำระเงินโดยการใส่หมายเลขบัญชีบัตรเครดิตทางอินเตอร์เน็ต สกุลเงินที่ต้องการจ่าย ช่วงเวลาที่จอง ความต้องการจองผ่านอินเตอร์เน็ตในอนาคต คำถามแบบเลือกได้หลายคำตอบ(check list) จำนวน 2 ข้อ สอบถามในเรื่องเลือกใช้บริการต่างๆ บนเว็บไซต์ท่องเที่ยว คำถามที่กำหนดคำตอบให้หลายคำตอบ และให้ผู้ตอบเรียงลำดับความสำคัญ (Ranking) จำนวน 4 ข้อ สอบถามในเรื่องช่องทางในการหาข้อมูลการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ ช่องทางที่ใช้ในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ต การเลือกwebsiteจากภาษาต่างๆที่ปรากฏ วิธีการติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวและที่พักที่จองได้แก่ ข้อถามที่ 29,30,31 ประกอบด้วยคำถามแบบเลือกได้หลายคำตอบ (check list) จำนวน 2 ข้อ สอบถามในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเดินทางมาครั้งนี้และประเภทที่พักที่เคยจองผ่านอินเตอร์เน็ต และเป็นคำถามแบบเติมคำจำนวน 1 ข้อ สอบถามในเรื่องราคาที่พักที่ใช้บริการครั้งสุดท้าย

2. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ในด้านการท่องเที่ยว คือ อาจารย์ นพวงศ์ พิรุณ คณะบดีคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้เขต 4 ภูเก็ต ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อเรื่อง (Content Validity) นำมาแก้ไขปรับปรุงดังรายการต่อไปนี้ คือ

- 2.1 เพิ่มช่องทางในการค้นหาข้อมูลเพื่อเตรียมการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้
 - 2.1.1 สถานทูตหรือสถานกงสุลไทย
 - 2.1.2 โบชัวร์ที่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ
 - 2.1.3 สำนักงาน ททท ในยุโรป
- 2.2 เพิ่มชนิดของบัตรเครดิต Diners Club
- 2.3 เพิ่มชนิดของกิจกรรมการท่องเที่ยว Health & SPA
- 2.4 เพิ่มวิธีการจัดการเดินทาง Charter Group
- 2.5 แนะนำให้จัดเรียงลำดับข้อใหม่ โดยจัดเรียง ข้อ 13 มาเป็นข้อ 1

3. นำแบบสอบถามที่เป็นภาษาไทยไปให้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลเอกสารภาษาไทย เป็นภาษาอังกฤษ และผู้เชี่ยวชาญด้านการแปลเอกสารภาษาไทยเป็นภาษาเยอรมันจากศูนย์การ แปลภาษาแปลให้มีความหมายตรงกับภาษาไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การดำเนินการเก็บข้อมูล เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีขั้นตอน ในการเก็บ ข้อมูลดังนี้

1. ทำหนังสือขออนุญาต ผู้อำนวยการการทำอากาศยานนานาชาติ ภูเก็ต ขอ ความ อนุเคราะห์ ในการทำวิจัยโดยการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาออกภายในท่าอากาศยาน ในเวลา 16.00-22.00 ตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม 2545 - 20 กุมภาพันธ์ 2545
2. ทำการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เก็บข้อมูลจำนวน 4 คนให้เข้าใจขั้นตอนในการปฏิบัติ ในการเก็บข้อมูล การปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามหลังจาก การสอบถาม และการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม
3. เก็บข้อมูลโดยใช้เจ้าหน้าที่ 4 คน แจกและเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว ออก ภายในท่าอากาศยาน ในเวลา 16.00-22.00 ภายในวันที่ 15 มกราคม 2545 - 20 กุมภาพันธ์ 2545 จนครบ 460 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้ที่มีโอกาสใช้บริการจอง ที่พักและบริการนำเที่ยวในภูเก็ตผ่านระบบอินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์หา จำนวน และร้อยละ
2. การศึกษาการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป ตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์หาจำนวน และร้อยละ
3. การศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยว จากกลุ่ม ประเทศยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ข้อมูลโดยการ วิเคราะห์หาจำนวน และร้อยละ
4. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการ อินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จอง ของนักท่องเที่ยวจาก กลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต ใช้สถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคือตาราง ไชว์ (Chi-Square test หรือ X^2 - test)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดภูเก็ต ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้มีโอกาสใช้บริการจองที่พักและบริการนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

1. ลักษณะส่วนบุคคล
2. อาชีพ เงินได้และการใช้เงิน
3. เวลาว่างและประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว
4. ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 การใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง โดยการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประเภทที่พักที่จอง
2. รูปแบบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประเภทที่พักที่จอง
3. ประเภทที่พักที่จองมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้มีโอกาสใช้บริการจองที่พักและ บริการนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

1. ลักษณะส่วนบุคคล
2. อาชีพ เงินได้และการใช้เงิน
3. เวลาว่างและประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว
4. ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของลักษณะส่วนบุคคลในด้านประเทศที่เดินทางมา, เพศ, อายุ และ สถานภาพของครอบครัว

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเทศที่เดินทางมา		
สวีเดน	140	30.43
อังกฤษ	108	23.48
ฝรั่งเศส	47	10.22
เยอรมันนี	38	8.26
สวิสเซอร์แลนด์	29	6.30
อิตาลี	28	6.09
เดนมาร์ก	19	4.13
ออสเตรเลีย	10	2.17
เนเธอร์แลนด์	8	1.74
เบลเยียม	2	0.43
อื่นๆ	31	6.74
รวม	460	100
เพศ		
ชาย	248	53.91
หญิง	212	46.09
รวม	460	100
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 25	78	17.57
25 - 34	161	36.26
35 - 44	118	26.58
45 - 54	58	13.06
55 - 64	28	6.31
มากกว่า 64	1	0.23
รวม	444	100
สถานภาพครอบครัว		
โสด	211	46.48
แต่งงาน ยังไม่มีบุตร	91	20.04
แต่งงาน มีบุตร	117	25.77
หย่า	35	7.71
รวม	454	100

จากตารางที่ 5 พบว่าประเทศที่นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเตอร์เน็ตเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตจำนวนมากได้แก่ ประเทศสวีเดน รองลงมาคือ ประเทศอังกฤษ และฝรั่งเศส (ร้อยละ 30.43 23.48 และ 10.22 ตามลำดับ) ส่วนประเทศอื่นๆ มีจำนวนพอ ๆ กัน ที่น้อยที่สุดคือ ประเทศเบลเยียม มีแค่ร้อยละ 0.43

นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายและเพศหญิงพอ ๆ กัน (ชายร้อยละ 53.91 และหญิงร้อยละ 46.09)

นักท่องเที่ยวช่วงอายุ 25-34 ปี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 36.26 และ 26.58 ตามลำดับ) ช่วงอายุต่ำกว่า 25 และ 45-54 ปี มีจำนวนพอๆ กัน (ร้อยละ 17.57 และ 13.06 ตามลำดับ)

สถานภาพของผู้เดินทางมาเป็นโสดจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 46.48) และแต่งงานแต่ยังไม่มามีบุตร แต่งงานมีบุตรใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 20.04 ละ 25.77 ตามลำดับ)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม อาชีพ, สกุลเงินของรายได้ ระดับรายได้, ชนิดของบัตรเครดิตที่มี และประสบการณ์ในการใช้งานบัตรเครดิต

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบวิชาชีพ (Professionals)	156	34.51
ผู้บริหาร ผู้จัดการ (Admin. & Managerial)	114	25.22
นักเรียน, นักศึกษา Students & Children)	53	11.73
เจ้าหน้าที่รัฐบาล (Government Official)	28	6.19
ธุรกิจส่วนตัว (Commercial Personnel)	19	4.20
ผู้เกษียณอายุ และผู้ว่างงาน (Retired & Unemployed)	16	3.54
ฝ่ายผลิต (Labourers/Production)	5	1.11
แม่บ้าน (Housewife/Unpaid Workers)	5	1.11
เกษตรกร (Agricultural Workers)	3	0.66
อื่นๆ (Other)	45	9.96
ไม่ระบุ (Not Stated)	8	1.77
รวม	452	100
สกุลเงินของรายได้		
SEK (Swedish krona)	143	33.26
EUR (Euro)	122	28.37
GBP (Pound sterling)	87	20.23
CHF (Swiss franc)	27	6.28
DKK (Danish krone)	17	3.95
USD (US)	16	3.72
FRF (French franc)	10	2.33
อื่นๆ	8	1.86
รวม	430	100

ตารางที่ 6 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม อาชีพ, สกุลเงินของรายได้ ระดับรายได้, ชนิดของบัตรเครดิตที่มี และประสบการณ์ในการใช้งานบัตรเครดิต

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับรายได้ (บาท/ปี)		
ไม่เกิน 300,000	24	5.22
300,001 - 600,000	9	1.96
สูงกว่า 600,000	248	53.91
ผู้ที่ไม่แจ้งรายได้	179	38.91
รวม	460	100
ชนิดของบัตรเครดิตที่มี		
VISA	237	51.97
ไม่มีบัตรเครดิตทุกประเภท	62	13.60
VISA, MASTER CARD	60	13.16
MASTER CARD	55	12.06
VISA, AMEX	13	2.85
VISA, AMEX, MASTER CARD	11	2.41
AMEX	4	0.88
VISA, DINER CLUB	3	0.66
VISA, MASTER CARD, DINER CLUB	3	0.66
DINER CLUB	2	0.44
MASTER CARD, AMEX	2	0.44
VISA, AMEX, DINER CLUB	2	0.44
มีบัตรทุกชนิด	2	0.44
รวม	456	100
ประสบการณ์ในการใช้งานบัตรเครดิต		
ใช้เป็นประจำ	227	50.22
ไม่เคยใช้	163	36.06
เคยใช้สำหรับจ่ายทาง Internet	62	13.72
รวม	452	100

จากตารางที่ 6 พบว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพในด้านประกอบวิชาชีพ (Professional) ผู้บริหาร ผู้จัดการ มากที่สุด (ร้อยละ 34.5 และ 25.2 ตามลำดับ) ที่เหลือเป็นกลุ่มอาชีพอื่นๆ เงินได้ที่นักท่องเที่ยวได้รับเป็นเงินสกุลหลัก 3 สกุลใหญ่ๆ คือ SEK (Swedish krona) ,EUR (Euro) และ GBP (Pound Sterling) (ร้อยละ 33.26, 28.37 และ 20.23 ตามลำดับ) นักท่องเที่ยวจำนวนประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 53.91) มีรายได้สูงกว่า 600,000 บาท ต่อปี

บัตรเครดิต VISA เป็นบัตรเครดิตที่มีนักท่องเที่ยวถือไว้มากที่สุด (ร้อยละ 51.97)

และผู้ที่ใช้บัตรเครดิตจ่ายค่าสินค้าและบริการเป็นประจำมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บัตรเครดิตจ่ายค่าสินค้าและบริการ (ร้อยละ 50.22 และ 36.06) มีผู้ใช้บัตรเครดิตจ่ายเงินทางอินเทอร์เน็ตเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 13.72)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามตาม ระยะเวลาในการหยุดพักร้อน, ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาประเทศไทย และวิธีการเดินทางมา

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาพักร้อน (วัน / ปี)		
1 - 7	4	0.98
8 - 15	22	5.38
มากกว่า 15	383	93.64
รวม	409	100
ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ครั้ง / ปี)		
1 ครั้ง	147	33.72
มากกว่า 1 ครั้ง	289	66.28
รวม	436	100
จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาประเทศไทย (ครั้ง)		
ครั้งแรก	248	54.39
ครั้งที่สอง	104	22.81
มากกว่า 2 ครั้ง	104	22.81
รวม	456	100
วิธีการจัดการเดินทางมา		
มาด้วยตนเอง	177	38.82
โดยตัวแทนนำเที่ยว	222	48.68
เช่าเหมามาเป็นกลุ่ม (Charter Group)	57	12.50
รวม	456	100

จากตารางที่ 7 พบว่านักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดมีเวลาพักร้อนมากกว่า 15 วันต่อปี (ร้อยละ 93.64) ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากกว่า 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 66.28) ผู้ที่เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรกมีจำนวนเท่าๆ กับผู้ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้ว (ร้อยละ 54.39 และ 45.6 ตามลำดับ) มีผู้ที่จัดการเดินทางโดยอาศัยตัวแทนนำเที่ยวจำนวนมากกว่าผู้ที่จัดการเดินทางมาด้วยตนเอง (ร้อยละ 48.68 และ 38.82 ตามลำดับ)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต จำแนกตาม ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต, สถานที่ที่สามารถใช้
งานอินเทอร์เน็ต และความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต		
ทุกวัน	285	61.96
ทุกสัปดาห์	143	31.09
ทุกเดือน	32	6.96
รวม	460	100
สถานที่ที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ต		
บ้าน	263	57.68
บ้าน, อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	86	18.86
บ้าน, ที่ทำงาน, โรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย	38	8.33
สามารถใช้ได้ทุกที่	28	6.14
ที่ทำงาน, โรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย	17	3.73
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	16	3.51
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่, ที่ทำงาน, โรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย	8	1.75
รวม	456	100
ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ต		
Browse www., e-mail	316	69.30
สามารถใช้ได้ทุกอย่าง	89	19.52
Browse www.	27	5.92
e-mail	23	5.04
e-mail, homepage	1	0.22
รวม	456	100

จากตารางที่ 8 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวัน (ร้อยละ 61.96) สามารถต่อใช้งานอินเทอร์เน็ตได้จากที่บ้าน (ร้อยละ 57.68) และสามารถใช้งานได้ทั้ง Email และเปิดดู ค้นหาเว็บไซต์ (Browse www) (ร้อยละ 69.30)

ตอนที่ 2 การใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ดังตาราง

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละและอันดับที่ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก
ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด

ช่องทาง	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	149	32.68	75	24.60	54	20.53
ตัวแทนนำเที่ยว หรือ สายการบิน	142	31.14	83	27.20	57	21.67
ถามเพื่อน	111	24.34	61	20.00	55	20.91
หนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	51	11.18	52	17.05	65	24.71
โฆษณาใน นิตยสาร	2	0.44	28	9.18	22	8.37
ท.ท.ท. สาขาต่างประเทศ	1	0.22	1	0.33	9	3.42
แผ่นพับที่แจกที่ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ	0	0.00	3	0.98	0	0.00
สถานทูต สถานกงสุล ไทย ในต่างประเทศ	0	0.00	2	0.66	1	0.38
รวม	456	100	305	100	263	100

จากตารางที่ 9 พบว่า อันดับที่ 1 มีการใช้อินเทอร์เน็ตและใช้ตัวแทนนำเที่ยวหรือสายการบินเพื่อค้นหาข้อมูลในการท่องเที่ยวพอๆ กัน (ร้อยละ 32.7 และ 31.1) รองลงมาได้แก่การสอบถามจากเพื่อน (ร้อยละ 24.3)

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละและอันดับ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกผู้ใช้
งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ในการใช้อินเทอร์เน็ตใน
การหาข้อมูลเพื่อเตรียมการท่องเที่ยว

ช่องการค้นหาข้อมูลใน อินเทอร์เน็ต	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3		อันดับที่ 4		อันดับที่ 5	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
search engine website	374	83.67	14	5.02	21	9.38	15	7.08	6	2.84
ling จาก website ต่างๆ	38	8.50	181	64.87	29	12.95	24	11.32	8	3.79
โฆษณา Website ในนิตยสาร	24	5.37	26	9.32	64	28.57	77	36.32	31	14.69
banner โฆษณาใน website ต่างๆ	7	1.57	21	7.53	77	34.38	49	23.11	71	33.65
web board	4	0.89	37	13.26	33	14.73	47	22.17	95	45.02
รวม	447	100	279	100	224	100	212	100	211	100

จากตารางที่ 10 พบว่า อันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวจะใช้ Search Engine Website ในการหา
ข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุด

ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละและอันดับ ของการเลือกภาษาของ Web site ของนักท่องเที่ยว
จากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยว
จังหวัดภูเก็ต

ภาษา	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
English	198	44.39	214	70.86	5	2.62
Swedish	120	26.91	16	5.30	7	3.66
German	52	11.66	13	4.30	48	25.13
France	36	8.07	30	9.93	27	14.14
Danish	18	4.04	9	2.98	57	29.84
Italian	16	3.59	8	2.65	16	8.38
Dutch	5	1.12	6	1.99	6	3.14
Spanish	1	0.22	6	1.99	25	13.09
รวม	446	100	302	100	191	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ในอันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวจะเลือก website ที่มีชื่อเป็นภาษา
อังกฤษเพื่อเข้าไปดู รองลงมาเป็นภาษา Swedish (ร้อยละ 44.4 และ 26.9 ตามลำดับ)

ตารางที่ 12 จำนวน ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ที่เคยจองผ่าน website ของผู้ให้บริการต่างๆ

ประสบการณ์ในการจองผ่าน Website ของผู้ให้บริการต่างๆ	เคยจอง	
	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนนำเที่ยว	136	29.57
ผู้ประกอบการที่พัก	117	25.43
ผู้ประกอบการกิจกรรมท่องเที่ยว	81	17.61

จากตารางที่ 12 พบว่าweb site ที่เป็นของตัวแทนท่องเที่ยวและ website ของผู้ประกอบการที่พักมีผู้เลือกใช้บริการพอๆ กัน (ร้อยละ 29.6 และ 25.4)

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ที่เคยเลือกใช้บริการต่างๆ ใน Web site

บริการบน website ท่องเที่ยวที่เคยเลือกใช้บริการ	เคยใช้	
	จำนวน	ร้อยละ
ค้นหาข้อมูลข่าวสารสถานที่ที่จะไป	374	81.30
email ไปถามเพิ่มเติมจากคนอื่น	177	38.48
ขอรับจดหมายข่าวโดยให้ email	158	34.35
จองที่พัก	130	28.26
จองทัวร์	103	22.39
ชำระเงินโดยบัตรเครดิตผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	74	16.09
เขียนเรื่องราวหรือส่งรูปภาพบน webboard	38	8.26
คลิกดูแบนเนอร์โฆษณา	25	5.43
สร้าง homepage ส่วนตัวที่มีเรื่องราวท่องเที่ยว	22	4.78
ไม่เคยใช้บริการ website ท่องเที่ยว	9	1.96

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าไปค้นหาข้อมูลของสถานที่ที่จะเดินทางไป (ร้อยละ 81.3) รองลงมาคือ การใช้ email ไปสอบถามเพิ่มเติมและขอรับจดหมายข่าว (ร้อยละ 38.5 และ 34.3) มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยมากที่ไม่เคยใช้บริการจาก website ท่องเที่ยว (ร้อยละ 2.0)

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละและอันดับ ของช่องทางที่เลือกใช้ติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการ

ช่องทางติดต่ออันดับแรกที่ใช้ติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการ	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์	147	45.94	45	18.44	31	16.06
email	87	27.19	121	49.59	47	10.22
โทรศัพท์	74	23.13	48	19.67	53	11.52
Fax	12	3.75	30	12.30	62	6.00
รวม	320	100	244	100	193	44

จากตารางที่ 14 พบว่าในอันดับที่ 1 นักท่องเที่ยวเลือกจะติดต่อกลับผ่านระบบอินเทอร์เน็ตออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 45.9) รองลงมาจะใช้ email และโทรศัพท์พอๆ กัน (ร้อยละ 45.9 และ 23.1)

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ของการให้บริการอินเทอร์เน็ตในด้าน วิธีการชำระเงินที่ต้องการ บนอินเทอร์เน็ต ความรู้สึกปลอดภัยในการใช้บัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ต สกูลเงินที่นักท่องเที่ยวเลือกจ่าย ความต้องการจองผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต

การให้บริการอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
วิธีการชำระเงินที่ต้องการบนอินเทอร์เน็ต		
ขอมให้หมายเลขบัตรเครดิตเพื่อหักบัญชี	246	56.94
โอนเงินผ่านธนาคาร	167	38.66
Bank Draft	19	4.40
รวม	432	100
ความรู้สึกปลอดภัยในการใช้หมายเลขบัตรเครดิต		
ปลอดภัยมากที่สุด	94	21.51
มาก	135	30.89
ค่อนข้างปลอดภัย	85	19.45
ไม่แน่ใจ	104	23.80
ไม่ปลอดภัย	19	4.35
รวม	437	100
สกุลเงินที่นักท่องเที่ยวเลือกจ่าย		
ยูโร	203	46.35
บาท	128	29.22
US	107	24.43
รวม	438	100

ตารางที่ 15 (ต่อ)

การใช้บริการอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ความต้องการจองผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคต		
ไม่จอง	245	54.81
จอง	129	28.86
ไม่แน่ใจ	73	16.33
รวม	447	100

จากตารางที่ 15 ในการชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนักท่องเที่ยวส่วนมาเลือกใช้วิธีให้หมายเลขบัตรเครดิตเพื่อหักบัญชี รองลงมาเลือกใช้วิธีโอนเงินผ่านธนาคาร มีผู้เลือก ใช้แคชเชียร์เช็ค น้อยมาก (ร้อยละ 56.9, 38.7 และ 4.4 ตามลำดับ) โดยวิธีการจ่ายเงินโดยการหักบัญชีบัตรเครดิตนั้น มีผู้ที่รู้สึกว่าจะไม่ปลอดภัยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (ร้อยละ 4.3) ส่วนมากแล้วรู้สึกว่าจะค่อนข้างปลอดภัยไปจนถึงปลอดภัยมากที่สุด (ร้อยละ 19.5, 30.9 และ 21 รวมเท่ากับร้อยละ 71.9)

นักท่องเที่ยวต้องการจ่ายค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยเงินยูโรมากที่สุด รองลงมาได้แก่เงินบาท และเงินเหรียญสหรัฐ พอพอกัน (ร้อยละ 46.3 , 29.2 และ 24.4 ตามลำดับ)

ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไปนั้นนักท่องเที่ยวจะไม่จองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีจำนวนประมาณครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 54.8) และผู้ที่จองผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพียงบางส่วนเท่านั้น (ร้อยละ 28.9)

ตอนที่ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดต่าง ๆ

ชนิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เที่ยวเกาะชมปะการังน้ำตื้น	266	57.83
นวด อบสมุนไพร แผ่นไทย	147	31.96
เที่ยวชมเมืองภูเก็ต	135	29.35
ขี่ช้าง ผจญภัย	124	26.96
ชมการแสดงโชว์	98	21.30
ดำน้ำแบบ Scuba	94	20.43
Health & SPA	90	19.57
เรือแคนู	65	14.13
เล่นเรือใบ เรือยอร์ช	63	13.70
เดินทางไกล ดูนก	39	8.48
กอล์ฟ	26	5.65
ตกปลาทะเล	25	5.43
ล่องแก่ง	23	5.00
จักรยานเสือภูเขา	15	3.26
วินเซิร์ฟ	12	2.61
ขี่ม้า	5	1.09

จากตารางที่ 16 พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่มาภูเก็ตคือการไปเที่ยวตามเกาะเพื่อดำน้ำดูปะการังน้ำตื้น (ร้อยละ 57.8) รองลงมาได้แก่ การนวดแผนไทย อบสมุนไพรไทย เที่ยวชมเมือง นั่งช้างผจญป่าซาฟารี ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 32.0, 29.3 และ 27.0 ตามลำดับ) การขี่ม้าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีผู้ให้บริการน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.1) ในกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดในภูเก็ต

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ตที่เคยจองที่พักประเภทต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต

ประเภทที่พักที่เคยจอง	เคยจอง	
	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	212	46.09
บังกะโล / รีสอร์ท	52	11.30
เกสเฮาส์	31	6.74
ที่พักในเขตอุทยาน	7	1.52

จากตารางที่ 17 พบว่าโรงแรมเป็นที่พักที่มีผู้จองทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ร้อยละ 46.1) รองลงมาได้แก่ บังกะโลหรือรีสอร์ท (ร้อยละ 11.3)

ตอนที่ 4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จอง

ในการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต นั้นได้ตั้งสมมุติฐานการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประเภทที่พักที่จอง
2. รูปแบบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประเภทที่พักที่จอง
3. ประเภทที่พักที่จองมีความสัมพันธ์ กับ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต

1. การทดสอบสมมติฐานคุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และ ประเภทที่พักที่จอง

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะส่วนบุคคลกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

คุณลักษณะส่วนบุคคล		การให้บริการอินเทอร์เน็ต			
		จอง	ไม่จอง	χ^2	P-value
เพศ	ชาย	79	126	3.466	0.177
	หญิง	50	119		
สถานภาพของครอบครัว	โสด	47	124	23.219	0.001
	แต่งงาน มีบุตร	41	55		
	แต่งงานยังไม่มีบุตร	34	46		
	หย่า	5	17		
อาชีพ	ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบวิชาชีพ	47	86	39.388	0.006
	ผู้บริหาร ผู้จัดการ	37	57		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	10	13		
	ผู้เกษียณอายุ และผู้ว่างงาน	6	7		
	นักเรียน, นักศึกษา	5	31		
	ธุรกิจส่วนตัว	3	13		
	เกษตรกร	3	0		
	แม่บ้าน/ผู้ทำงานไม่รับเงินเดือน	3	2		
	ฝ่ายผลิต/ผู้ใช้แรงงาน	1	4		
	อื่นๆ	11	23		
	ไม่ระบุ	1	5		
	ประเทศที่เดินทางมา	สวีเดน	41		
อังกฤษ		36	56		
ฝรั่งเศส		15	21		
เยอรมันนี		8	23		
สวิสเซอร์แลนด์		6	17		
อิตาลี		4	21		
เดนมาร์ก		4	9		
ออสเตรเลีย		1	8		
เนเธอร์แลนด์		0	6		
รายได้ (บาทปี)	ไม่เกิน 300,000	3	18	8.156	0.086
	300,001-600,000	1	5		
	สูงกว่า 600,000	79	132		

จากตารางที่ 18 พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลในเรื่องสถานภาพครอบครัว และ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในเรื่อง เพศ ประเทศที่เดินทางมา และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับประเภทที่พักที่จอง

คุณลักษณะส่วนบุคคล		ประเภทที่พักที่จอง				X ²	P-value
		โรงแรม	เกสต์เฮาส์	บังกะโล/ รีสอร์ท	ที่พักโฮมสเตด อุทยาน		
เพศ	ชาย	130	19	30	0	10.6618	0.0137
	หญิง	82	12	22	7		
สถานะภาพ ครอบครัว	โสด	94	14	22	2	10.6108	0.3033
	แต่งงานยังไม่มีบุตร	36	8	12	3		
	แต่งงาน มีบุตร	59	4	16	2		
	หย่า	22	5	2	0		
อาชีพ	ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบอาชีพ	79	16	17	2	13.2750	0.9614
	ผู้บริหาร ผู้จัดการ	54	10	17	5		
	ธุรกิจส่วนตัว	5	1	2	0		
	ฝ่ายผลิต	2	0	0	0		
	เกษตรกร	1	0	0	0		
	เจ้าหน้าที่รัฐบาล	17	2	4	0		
	แม่บ้าน	3	0	1	0		
	นักเรียน, นักศึกษา	14	2	6	0		
ประเทศที่เดินทางมา	ผู้เกษียณอายุ และผู้ว่างงาน	9	0	1	0	27.9377	0.2627
	อังกฤษ	61	14	9	3		
	เยอรมันนี	21	2	3	1		
	สวีเดน	58	12	16	2		
	อิตาลี	7	0	4	0		
	สวิตเซอร์แลนด์	15	0	3	0		
	ฝรั่งเศส	21	0	6	0		
	ออสเตรเลีย	2	2	2	0		
	เดนมาร์ก	7	0	1	1		
	เนเธอร์แลนด์	2	0	0	0		
รายได้ (บาทปี)	ไม่เกิน 300,000	8	0	2	0	2.8034	0.8331
	300,001-600,000	4	0	1	0		
	สูงกว่า 600,000	122	24	31	5		

จากตารางที่ 19 พบว่าลักษณะบุคคลในเรื่อง เพศ มีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนในเรื่อง สถานภาพครอบครัว อาชีพ ประเทศที่เดินทางมา และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จอง

2. การทดสอบสมมติฐานรูปแบบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และ ประเภทที่พักที่จอง

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

รูปแบบการท่องเที่ยว	การใช้อินเทอร์เน็ต		X ²	P-value
	จอง	ไม่จอง		
จักรยานเสือภูเขา	8	1	15.834	0.324
เดินทางไกล และ ดูนก	17	2		
ขี่ช้างผจญภัย	24	17		
กอล์ฟ	4	5		
นวด อบสมุนไพร แผ่นไทย	45	21		
ล่องแก่ง	7	3		
เรือแคนู	15	13		
ดำน้ำแบบ Scuba	30	21		
เที่ยวเกาะ ชมปะการังน้ำตื้น	81	43		
วินเซิร์ฟ	8	1		
เล่นเรือใบ เรือยอร์ช	12	9		
ตกปลาทะเล (Deep sea fishing)	4	3		
ชมการแสดงโชว์	27	16		
เที่ยวชมเมืองภูเก็ต	37	20		
Health & Spa	32	15		

จากตารางที่ 20 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเภทที่พักที่จอง

รูปแบบการท่องเที่ยว	ประเภทที่พักที่จอง				X ²	P-value
	โรงแรม	เกสเฮาส์	บังกะโล/ รีสอร์ท	ที่พักในเขต อุทยาน		
เดินทางไกล และดูนก	21	2	6	6	115.5869	0.0000
ซีร่างผจญภัย	49	14	13	1		
จักรยานเสือภูเขา	4	1	2	4		
กอล์ฟ	18	2	1	0		
นวด อบสมุนไพร แผ่นไทย	73	15	11	5		
ล่องแก่ง	12	2	8	0		
เรือแคนู	23	9	7	0		
ดำน้ำแบบ Scuba	54	3	19	1		
เที่ยวเกาะ ชมปะการังน้ำตื้น	124	20	35	4		
วินเซิร์ฟ	11	1	0	0		
เล่นเรือใบ เรือยอร์ช	34	4	10	0		
ตกปลาทะเล (Deep sea fishing)	18	1	4	0		
ชมการแสดงโชว์	45	11	7	1		
เที่ยวชมเมืองภูเก็ต	56	8	15	6		
ชิมชา	0	1	0	0		
Health & Spa	53	12	9	2		

จากตารางที่ 21 รูปแบบการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. การทดสอบสมมติฐานประเภทที่พักที่จองมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทที่พักที่จองกับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ประเภทที่พักที่จอง	การให้บริการอินเทอร์เน็ต		X ²	P-Value
	จอง	ไม่จอง		
โรงแรม	87	15	3.058	0.3827
เกสเฮาส์	14	4		
บังกะโล / รีสอร์ท	29	2		
ที่พักในเขตอุทยาน	3	0		

จากตารางที่ 22 พบว่าประเภทที่พักที่จองไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรปตะวันตกที่ในเขตจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นสำหรับเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายคือ เป็นผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตและเดินทางมาจากประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันตก โดยการเก็บแบบสอบถามที่สนามบินนานาชาติภูเก็ต ในขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังรอที่จะขึ้นเครื่องบินออกจากสนามบิน ได้แบบสอบถามจากตัวอย่าง 460 คนโดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้ที่จะมีโอกาสใช้บริการจอง ที่พักและบริการนำเที่ยวในภูเก็ต ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. ศึกษาการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต
3. ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง ของนักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศ ยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จองของนักท่องเที่ยวจาก กลุ่มประเทศยุโรปตะวันตก ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้เครื่องมือในการคำนวณและประมวลผลคือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS V 9.10 สำหรับสถิติที่ใช้เพื่อพรรณนาตัวแปรใช้ค่าสัดส่วนร้อยละ

สำหรับการทดสอบสมมุติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะนักท่องเที่ยว การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยว และประเภทที่พักที่จอง ใช้สถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือตารางไขว้ (Chi-Square test หรือ X^2 - test)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวผู้ที่จะมีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ตในการจองที่พักและนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตนั้น จะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศสวีเดนและอังกฤษ เป็นเพศชายและเพศหญิงพอพอกัน มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี เป็นโสด ทำงานในสำนักงานที่ใช้ความชำนาญเฉพาะด้านหรือประกอบวิชาชีพ(Professional) และเป็นผู้บริหาร ผู้จัดการ ส่วนมากมีรายได้สูงกว่า 600,000 บาทต่อปี โดยได้รับเป็นเงินสกุลสวีดิชโครน่า(Swedish krona) เงินสกุลยูโร(Euro) หรือเงินปอนด์(Pound

Sterling) นักท่องเที่ยวส่วนมากใช้บัตรเครดิต VISA และเคยมีประสบการณ์ใน การใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าและบริการเป็นประจำ

นักท่องเที่ยวผู้มีโอกาสใช้บริการอินเทอร์เน็ต เกือบทั้งหมดมีเวลาพักร้อนมากกว่า 15 วันต่อปี และส่วนใหญ่มีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าปีละ 1 ครั้ง ประมาณครึ่งหนึ่งเพิ่งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยจัดการเดินทางโดยอาศัยตัวพื่อนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนมากจะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำทุกวันโดยสามารถต่อใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน และมีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก Website ต่างๆ และใช้งาน Email

2. ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนั้น พบว่า อินเทอร์เน็ตและตัวพื่อนำเที่ยวหรือสายการบิน เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อเตรียมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากพอพอกัน รองลงมาอีกทางหนึ่งคือการสอบถามจากเพื่อนที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้ว ในอินเทอร์เน็ต Search engine Website เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดที่นักท่องเที่ยวใช้ในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวที่ต้องการ โดยนักท่องเที่ยวจะเลือก Website ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นอันดับแรกมากที่สุด ในการใช้บริการต่างๆ ที่ให้บริการใน Website ท่องเที่ยวนั้น มีการใช้บริการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปมากที่สุด การใช้ Email เพื่อสอบถามเพิ่มเติมและขอรับจดหมายข่าวเป็นอันดับรองลงมา ปรากฏว่ามีผู้ที่เคยจองที่พักและทัวร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.26 และ 22.39 ตามลำดับ โดยใช้บริการจากเว็บไซต์ของตัวพื่อนำเที่ยวและเว็บไซต์ผู้ประกอบการที่พักมีจำนวนผู้ใช้บริการพอพอกัน

เมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวต้องการติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการแบบออนไลน์มากที่สุด และมีความรู้สึกว่าการใช้บัตรเครดิตในการจ่ายเงินบนอินเทอร์เน็ตค่อนข้างปลอดภัย สำหรับวิธีการจ่ายเงินค่าบริการนั้น มีผู้เลือกใช้วิธีการ ให้หมายเลขบัญชีบัตรเครดิตแก่ผู้ให้บริการเพื่อหักบัญชีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยเลือกจ่ายเป็นเงินยูโร

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวถึงการใช้อินเทอร์เน็ตในการจองที่พักและบริการนำเที่ยวในการเดินทางครั้งต่อไป นักท่องเที่ยวที่จะจองผ่านอินเทอร์เน็ตมีเพียงร้อยละ 28.9

3. ในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ต จากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตนั้น พบว่าการไปท่องเที่ยวตามเกาะต่างๆ เพื่อดำน้ำดูปะการังน้ำตื้นที่ผิวน้ำ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากที่สุด รองลงมาคือการนั่งรถชมเมืองภูเก็ต ช้างผจญภัยในป่า ชมการแสดงโชว์ต่างๆ ตามลำดับ

สำหรับที่พักที่นักท่องเที่ยวจองผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือโรงแรม รองลงมาคือบังกาโลหรือรีสอร์ท

4. ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล การใช้บริการอินเทอร์เน็ต รูปแบบการท่องเที่ยวและประเภทที่พักที่จอง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

4.1 ลักษณะส่วนบุคคลในเรื่อง สถานภาพครอบครัว และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 รูปแบบการท่องเที่ยว และ ลักษณะบุคคลในเรื่อง เพศ มีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผล

1. ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวชาวสวีเดนมากที่สุด รองลงมาเป็นชาวอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2543) ที่ระบุว่าในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ นักท่องเที่ยวจากยุโรปที่กลุ่มที่เดินทางมามากที่สุด คือเยอรมัน สวีเดน และอังกฤษ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่สาเหตุที่ผลการวิจัยมีชาวสวีเดนจำนวนมากที่สุดเนื่องจากประเทศสวีเดนนั้น มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างกว้างขวางจึงจะเห็นได้จากจำนวนอินเทอร์เน็ตHostsต่อจำนวนประชากรที่สูงที่สุดในยุโรปตะวันตก ส่วนเยอรมันอยู่ที่อันดับที่ 9 (Microsoft Corporation : 2002)

2. ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย สอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเป็นเพศชายต่อเพศหญิงในอัตราส่วน 51.50 : 48.50

3. ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวอายุ 25-34 ปี มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศช่วงอายุ 25-34 ปี มีจำนวนมากที่สุด

4. ผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีอาชีพในด้านผู้เชี่ยวชาญและเป็นผู้บริหาร ผู้จัดการ โรงแรมหรือผู้ประกอบการที่จะใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการตลาดสามารถมุ่งเน้นไปที่ลูกค้ากลุ่มนี้โดยตรง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรลงโฆษณาเว็บไซต์ของ ททท ในสื่อที่กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ได้รับ เช่น นิตยสารต่างๆ ที่เหมาะสม

5. รายได้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากเป็นเงินสกุลหลักคือ สวีดิชโครนา (Swedish krona), ยูโร (Euro) และเงินปอนด์ (Pound Sterling) ในการเสนอราคาค่าบริการที่พักหรือนำเที่ยวในเว็บไซต์นั้นควรจะเสนอราคาให้เห็นชัดเจนในทั้ง 3 สกุลเงินนี้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจในด้านค่าใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น

6. เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตนั้นครึ่งหนึ่งมีบัตรเครดิต VISA และมีการใช้บัตรเครดิตเป็นประจำ มีความต้องการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต และมีความรู้สึกค่อนข้างปลอดภัยในการใช้งานบัตรเครดิตบนอินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวอย่างน้อยจึงควรจะรับบัตรเครดิต VISA ในการชำระค่าบริการหรือในการจองล่วงหน้า

7. นักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดมีระยะเวลาพักร้อนมากกว่า 8 วัน ในการจัดแพคเกจทัวร์ต่าง ๆ นั้นควรจะต้องอยู่ในช่วงระยะเวลาประมาณ 10 วันรวมเวลาเดินทางเพื่อนักท่องเที่ยวจะสามารถตัดสินใจได้อย่างสะดวกเนื่องจากว่ามีระยะเวลาไม่สั้นเกินไปและไม่ยาวเกินกว่าวันหยุดพักร้อนที่มี

8. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเองมีถึงร้อยละ 38.82 ในเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยวจึงควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางมายังภูเก็ต การเดินทางมาที่โรงแรมที่พัก การมาใช้บริการทัวร์จะเดินทางอย่างไร ให้ละเอียด เพื่อให้ผู้ที่ต้องการเดินทางมาด้วยตนเองสามารถวางแผนและเดินทางมาได้สะดวก นักท่องเที่ยวจะได้เลือกที่จะเดินทางมาใช้บริการง่ายขึ้น

9. ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยอย่างน้อยทุกสัปดาห์ สามารถใช้จากที่บ้านได้และสามารถใช้ได้ทั้งการค้นหาเว็บไซต์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Email) โรงแรมหรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรจะขอที่อยู่ Email ของลูกค้าจัดเก็บแยกประเภทเพื่อสามารถส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ หรือการส่งเสริมการขายต่างๆไปยังลูกค้าทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวก และประหยัดเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง

10. จากการวิจัยนักท่องเที่ยวจะใช้ Search engine Website เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ กับคำสำคัญต่างๆ ที่จะใช้ที่ลงทะเบียนกับ Search engine Website ที่เป็นภาษาอังกฤษ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะเลือกภาษาอังกฤษเป็นอันดับแรกมากที่สุด และยังเป็นภาษาที่เลือกเป็นอันดับที่ 2 มากที่สุดด้วย

11. เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวเข้ามาหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับแรก เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด การจัดวางรายละเอียดเพื่อการท่องเที่ยวภายใน Website จะต้องต้องมีข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว รูปภาพ อย่างละเอียด ถูกต้อง น่าสนใจ และสวยงาม อันจะนำไปสู่การใช้บริการอื่นๆต่อไป

12. จากผลการวิจัยมีการจองผ่านตัวแทนนำเที่ยวและผู้ประกอบการ ที่พักสูงกว่าการจองกิจกรรมท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการโดยตรง ซึ่งในการเดินทางมาท่องเที่ยวจริงๆนั้น นักท่องเที่ยวจะจองที่พักก่อนเดินทางจากตัวแทนนำเที่ยวหรือผู้ประกอบการที่พักโดยตรง แต่จะยังไม่จองกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ จะรอให้เดินทางมาถึงแล้วจึงค่อยตัดสินใจเลือกภายหลัง เนื่องจากไม่ต้องการจำกัดเวลาของตัวเองมากเกินไป

13. กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวใช้บริการมากคือ การท่องเที่ยวเกาะชมและปะการัง เนื่องจากว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่ต้องการมาพบกับสิ่งที่ตนเองไม่เคยเห็น ไม่มีในประเทศตน (ในยุโรป) และเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ (เลิศพร ภาระสกุล, 2540:15)

14. จากการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จองเป็นไปตามหลักความจริงที่ว่านักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ นั้น ควรจะเลือกที่พักที่เหมาะสม สะดวก อยู่ใกล้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนเอง เช่น การเข้าพักในเขตอุทยานจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาขี่จักรยานเสือภูเขา หรือพวกที่เล่นกอล์ฟ จะเป็นผู้ที่เลือกพักในโรงแรม

ผู้ให้บริการที่พักที่จัดทำเว็บไซต์ควรให้รายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยวชนิดต่างๆ ที่สามารถเดินทางไปได้สะดวกหรืออยู่ใกล้กับที่พักของตนอย่างชัดเจน

15. ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงได้ที่พักเรียบร้อยแล้วจึงจะเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ โดยการเดินทางไปหาเองหรือซื้อที่เคาเตอร์ทัวร์ต่างๆ หรือติดต่อจากโรงแรม จึงมักไม่ได้จองโดยใช้อินเทอร์เน็ตเพราะฉะนั้นจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน

16. ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพครอบครัวและอาชีพจะมีผลต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต เห็นได้ว่าผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตจะเป็นผู้ที่มีความรู้และมีความชำนาญ เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหาร ผู้จัดการ จึงเป็นผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และผู้ที่จองผ่านอินเทอร์เน็ตโดยมากจะเป็นผู้ที่แต่งงานแล้ว หรือแต่งงานและมีบุตรเนื่องจากว่าการเดินทางเป็นครอบครัวมักจะต้องวางแผนการเดินทาง มีการจองที่พักก่อนการเดินทางล่วงหน้า และจะไม่สะดวกที่จะต้องเดินทางที่พักร่วมกับผู้ติดตามหลายคน ผู้ที่เป็นโสดเดินทางมาคนเดียวจึงมักจะไม่จองก่อนเดินทางโดยจะ มาหาที่พักและการท่องเที่ยวต่างๆ เมื่อมาถึงที่หมายโดยตรง

17. ผลการวิจัยพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับประเภทที่พักที่จอง จะพบว่าฝ่ายชายจะเปิดคนดำเนินการจองที่พักมากกว่าฝ่ายหญิง และผู้หญิงจะเลือกพักในเขตอุทยานมากกว่าผู้ชาย

18. ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยว ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลของสถานที่ที่จะเดินทางไปมากที่สุดและใช้ Email ไปสอบถามจากคนอื่นๆ เป็นอันดับรองลงมา สอดคล้องกับการวิจัยของ Jupiter Media Metrix (2001) ที่ว่าสาเหตุที่อินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นเนื่องมาจากอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่หลากหลาย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาเปรียบเทียบบริการและราคาที่ดีที่สุดได้ แสดงให้เห็นว่าการแสดงข้อมูลการท่องเที่ยวต่างๆ อย่างครบถ้วนและชัดเจน ในเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งนี้นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการ

19. ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ต้องการติดต่อกลับไปยังผู้ให้บริการด้วยระบบออนไลน์มากที่สุด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ PhucusWright, Inc. (Jan 2002) ที่ว่า ตัวแปรที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการจองและซื้อผ่าน Website อินเทอร์เน็ต คือ การจัดทำเครื่องมือเครื่องมือ (Tool) ที่ใช้ในการจองแบบออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งานได้ง่ายรวดเร็ว เชื่อถือได้ มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และตรงตามที่ถูกค่าต้องการ ถ้าสามารถจัดระบบการจองแบบออนไลน์ได้ จะทำให้นักท่องเที่ยวจองผ่านอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น

20. จากการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวเคยซื้อบริการจาก Website ของตัวแทนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่พักเป็นสัดส่วนที่สูงกว่า การซื้อบริการจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยตรง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jupiter Media Metrix (2002) ที่พบว่าการจองโรงแรมมีมูลค่าสูงกว่าการจองทัวร์และเรือสำราญทางอินเทอร์เน็ตมาก เนื่องจากทัวร์เป็นบริการที่ลูกค้าต้องพิจารณาและตัดสินใจในเรื่องรายละเอียดการบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้าต้องการโทรศัพท์ หรือ Email กลับไปสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมอีกครั้งก่อนการตัดสินใจ ซึ่ง

อินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น จึงทำให้การจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ตมีน้อยกว่า

ข้อเสนอแนะ

จากผลสรุปการวิจัยที่ได้รับในการศึกษาเรื่องการใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว จากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ตครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเลือกประเด็นที่เป็นประโยชน์ซึ่งคาดว่าผู้ประกอบการที่พักและบริการนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะได้รับดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

1. บริษัทนำเที่ยวหรือโรงแรมที่พักควรจะทำเว็บไซต์เพื่อให้บริการข้อมูล ในการเดินทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แก่ ลูกค้า (นักท่องเที่ยว) โดยการจัดทำเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษที่สื่อสารด้วยรูปจำนวนมากๆ เพื่ออธิบายรายละเอียด ทั้งควรมีรายการกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ อยู่ใกล้กับสถานที่พักแรม ที่สามารถเดินทางไปได้อย่างสะดวก

ควรมีการจัดทำระบบการติดต่อ, การจอง, การชำระเงินแบบออนไลน์ ที่ผู้ใช้บริการจะสามารถติดต่อใช้บริการและได้รับการตอบกลับในทันที พร้อมทั้งการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตชนิดต่างๆ เป็นเงินสดยูโร

ผู้ประกอบการที่มีเว็บไซต์จะต้องใช้ Search Engine Website เป็นเครื่องมือในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของตนเองบนอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะต้องแน่ใจว่าผลการดำเนินการจากการค้นหาด้วย Search Engine Website จะต้องสามารถค้นพบเว็บไซต์ของตนเองรวมอยู่ในรายการที่ค้นพบ

จัดทำระบบข้อมูลที่อยู่ Email ของลูกค้าและดำเนินการส่งเสริมการขายให้ตรงไปยังกลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดการ และนักวิชาชีพ

ผู้ให้บริการที่พักควรจัดเสนอบริการแพ็คเกจทัวร์ที่เหมาะสมกับประเภทที่พักของตนในเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ตนเองต้องการ

2. จากการวิจัยนักท่องเที่ยวที่วางแผนการเดินทางโดยใช้อินเทอร์เน็ต และตัวแทนนำเที่ยวหรือสายการบินมีจำนวนพอๆกัน การใช้ช่องทางขายจากตัวแทนท่องเที่ยวก็ยังคงมีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภูเก็ตอย่างมาก ควรมีการทำวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องเกี่ยวกับการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตแก่นักท่องเที่ยวของตัวแทนนำเที่ยวหรือสายการบิน

3. ในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดภูเก็ตหรือเว็บไซต์ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและที่พักในภูเก็ต ควรทำเนื้อหาในเรื่องการไปท่องเที่ยวคำแนะนำดีเพื่อกระตุ้นการติดตามเกาะแก่งต่างรอบภูเก็ตให้มาก และอย่างละเอียด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแบบที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ อันจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพอใจและตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรวบรวม บังกาโล และรีสอร์ทที่พักในเขตอุทยาน สร้างเป็นเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ประกอบการที่ระบบอินเทอร์เน็ตเข้าไปไม่ถึงได้มีโอกาสโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้

DUU

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- ชลธิชา บุณนาค, เอกสารประกอบการสอน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.
- เชาว์ โรจน์แสง กิ่งพร ทองใบและสมจิตร ล้วนจำเริญ, เอกสารการสอนชุดวิชาการ
บริหารการตลาด หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.
- บัญญัติ จุลนาพันธุ์ เชาว์ โรจน์แสงและไพรัช ถิ่นธานี, เอกสารการสอนชุดวิชาการ
ตลาด ระหว่างประเทศ หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
สุโขทัย ธรรมาธิราช, 2541.
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ จิรภรณ์ ดันตชัยรัตนกุลและ สุรพงษ์ ไสชนะเสถียร, เอกสารการ
สอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540.
- พันธุ์ทิพย์ สะมะที. “ ลูกค้านอนินเตอร์ มีหน้าตาเป็นอย่างไร ?.” **E-Commerce.**
16,179. สิงหาคม 2542.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ ปรีชา ศรีศักดิ์ธีรัญ และปรีชา วิหคโต, เอกสารการสอนชุดวิชา
พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 8. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช, 2541.
- เลิศพร ภาระสกุล, เอกสารประกอบการสอน พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2540.
- วัชรพงศ์ ยะไวทย์, **E-commerce และกลยุทธ์การทำเงินบนอินเทอร์เน็ต.** กรุงเทพฯ :
ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2542.
- วีรยา ภัทรอาชาชัย, หลักการวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัท อินเทอร์เน็ต-
เทค พรินต์ติ้ง จำกัด, 2539.
- ศิริชัย กาญจนवासี ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ ดิเรก ศรีสุข, การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสม
สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท พชรกานต์พับลิเคชั่น จำกัด,
2540.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ :
พัฒนศึกษา, 2538.
- ศรีศักดิ์ จามรมาร และคณะ, **Easy&Basic Guide to Internet Special Edition (Netscape 4
:Visual Guide).** กรุงเทพฯ : บริษัท ออนไลน์ แอดเวอร์ไทซิง โกลด์ไฮท์ จำกัด, 2537.

- ศิริโสภา เขตานุรักษ์ และคณะ, เอกสารการสอนชุดวิชาการตลาดระหว่างประเทศ
หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2541.
- ศุภร เสรีรัตน์, พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ดอกหญ้า, 2540.
- สมจิตร ล้วนเจริญ, พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, 2532.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล, พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2539.
- เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคหน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540.
- เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมผู้บริโภคหน่วยที่ 9-15. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540.

วารสาร

- อุบลวรรณ ประดับสุข. "สรุปสาระการประชุมเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านเศรษฐกิจการค้า และ
การลงทุนระหว่างไทยกับสหภาพยุโรปในส่วนของกาท่องเที่ยว" จุลสารการท่องเที่ยว
ฉบับที่ 3, 2544.

เอกสารอื่น ๆ

- กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภูเก็ต-
พังงา-กระบี่ ปี 2543.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4 (ภูเก็ต - พังงา - กระบี่).รายชื่อที่พัก
ในจังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต, 2544.

ภาษาอังกฤษ

Books

- Efraim, Turban and other. **Electronic Commerce Managerial Perspective**. New
Jersey : Prentice-Hall, 1999.
- Maddox, Kate and Blankenhorn Dana. **Web Commerce Building a Digital Business**.
New York : John Wiley & Sons, Inc. , 1998.
- Martin, Chuck. **Net Future**. New York : McGraw - Hill , 1999.
- Microsoft Corporation. **Microsoft Encarta Encyclopedia 2002**. Copyright 1993-2001.

Journal

- Cohen, Adam. " Thistime it's Different " **TIME**. Vol157 January 2001.

Others

Anakasiri, Nattira. " Tourism : The hurley-burley world of internet travel booking."

The Phuket Gazette. 1-14 October 2001.

" Internet Servey ". **E-Commerce.** 16,179. สิงหาคม 2542.

Internet Website

cyberatlas.internet.com Copyright 2002 INT Media Group, Incorporated.

www.bgsu.edu/department/tcom/users.htm Copyright 2000 Dr Bruce C. Klopfenstein.

www.bot.or.th

www.cc.gatech.edu/gvu/user_serveys/others/ GVU Center, College of Computing
Georgia Institute of Technology Atlanta,GA 30332-0280.

www.callmktg.com

www.forrester.com

www.isc.org Copyright 2000 Internet Software Consortium.

www.isoc.org Copyright 2002 Internet Society.

www.jup.com

www.matric.net Copyright 2000 Matrix.net,Inc.

www.nectec.or.th

www.phukettourism.org

www.tat.or.th

www.tourismthailand.org

www.world-tourim.org

www.zonarresearch.com

ประวัติผู้เขียน

นายศุภชาติ สู้พานิช เกิดเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2512 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร ฯ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขา วิศวกรรมอุตสาหการ (วิศวกรรมเครื่องกล) เกียรตินิยม อันดับ 2 จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เมื่อปีการศึกษา 2533 และปัจจุบัน กำลังศึกษาในระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ประวัติการทำงาน ได้เข้าทำงานเป็นวิศวกรออกแบบรถยนต์ ที่บริษัทอีซูซุ ประเทศไทย ในปี 2534 หลังจากนั้น ในปี 2535 เป็นต้นมาได้เข้าทำงานที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ในตำแหน่งอาจารย์ประจำจนถึงปัจจุบัน