



แรงงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย
ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ชมชื่น นพรัถ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

**Travel Motivations and Satisfaction of Indian Tourists
towards Urban Tourism in Bangkok**

CHOMCHUEN NOPPARAK

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University
2014**

เลขทะเบียน.....	0231587
วันลงทะเบียน.....	8 ต.ค. 2557
เลขเรียกหนังสือ.....	336.4791
	81655
	8255-3



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร

เสนอโดย ชมชื่น นพรัถ

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล)

1/กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วีระเดช พันธุ์วิเศษ)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

.....คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(รองศาสตราจารย์ปรีชา อุณรัตน์)

วันที่ ๒๒ เดือน พ.ค. พ.ศ. ๒๕๕๗

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยว ในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	ชมชื่น นพรัถ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (75.8%) อายุ 25-34 ปี (39.8%) สถานภาพสมรสแล้ว (65.3%) การศึกษาระดับปริญญาตรี (54.8%) อาชีพเจ้าของกิจการและผู้บริหาร (31.8%) มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 50,000 รูปี (42.5%) มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก (68.3%) ลักษณะการเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์ (46.5%) โดยเดินทางมากับเพื่อน (61.8%) และพบว่ามีแรงจูงใจด้านการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ การพักผ่อน รองลงมาคือ ความปลอดภัยและความสะดวก โดยมีแรงจูงใจด้านความมีหน้ามีตาน้อยที่สุด และมีความพึงพอใจต่อความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยและความสะดวก รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง โดยมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวน้อยที่สุด

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อยมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าแรงจูงใจเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ต้องการพักผ่อน ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการความมีหน้ามีตา

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าแรงจูงใจเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ต้องการพักผ่อน ต้องการความมีหน้ามีตา ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมากมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าแรงจูงใจเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการพัฒนาตนเอง ต้องการพักผ่อน ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก ต้องการความมีหน้ามีตา

ในส่วนของความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยเรียงตามลำดับ ตามความสำคัญ ดังต่อไปนี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง ความปลอดภัยและความสะดวก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ บรรยากาศการท่องเที่ยว

ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยเรียงตามลำดับ ตามความสำคัญ ดังต่อไปนี้ ความปลอดภัยและความสะดวก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง บรรยากาศการท่องเที่ยว

ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมากมีความพึงพอใจต่อปัจจัยเรียงตามลำดับ ตามความสำคัญ ดังต่อไปนี้ ความปลอดภัยและความสะดวก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง บรรยากาศการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

Thesis Title	Travel Motivations and Satisfaction of Indian Tourists towards Urban Tourism in Bangkok
Author	Chomchuen Nopparak
Thesis Advisor	Associate Professor Dr. Lertporn Parasakul
Department	Tourism Management
Academic Year	2013

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to survey the levels of motivations of Indian tourists towards urban tourism in Bangkok. 2) to survey the levels of satisfaction of Indian tourists towards urban tourism in Bangkok. The samples were 400 Indian tourists visiting Bangkok, who were chosen randomly. The device used to collect the data was questionnaires. The statistical methods used were percentage, Mean, Anova and Factor Analysis.

The results are as follows. Most of the sample were male (75.8%), aged between 25 – 34 (39.8%). Most of them were married (65.3%). Most of them received a Bachelor degree (54.8%). Most of them worked as manager and proprietor (31.8%). Most of them had average monthly income below INR 50,000 (42.5%). Most of them were first time visitors (68.3%). Most of them traveled with a tour group / an all – inclusive tour (46.5%). Most of them traveled with friends (61.8%). Their travel motivations can be summarized as follow Enhancement of kinship and relationships and entertainment. Relaxation. Safety and accommodation. Prestige. As to their travel satisfaction were, they were satisfied with Knowledge and experience gained. Safety and accommodation. Tourism activity and entertainment. Tourism atmosphere.

The travel motivations of young Indian tourists can be summarized as follow Relaxation. Safety and accommodation. Enhancement of kinship and relationships and entertainment. Prestige.

The travel motivations of middle-aged Indian tourists are summarized as follow Relaxation. Prestige. Enhancement of kinship and relationships and entertainment. Safety and accommodation.

The travel motivations of old Indian tourists are summarized as follow Enhancement of kinship and relationships and entertainment. Personal development. Relaxation. Safety and accommodation. Prestige.

The travel satisfaction of young Indian tourists are summarized as follow Tourism activity and entertainment. Safety and accommodation. Knowledge and experience gained. Tourism atmosphere.

The travel satisfaction of middle-aged Indian tourists are summarized as follow Safety and accommodation. Knowledge and experience gained. Tourism activity and entertainment. Tourism atmosphere.

The travel satisfaction of old Indian tourists are summarized as follow Safety and accommodation. Knowledge and experience gained. Tourism activity and entertainment. Tourism atmosphere. Cultural tourism sites.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการทุกท่านที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะและคอยสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้และขอขอบคุณนักท่องเที่ยวยาวอินเดียนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อนๆที่ช่วยเหลือ และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์นี้มาโดยตลอดจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จสมบูรณ์

ชมชื่น นพรัถ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย.....	2
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย.....	4
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	6
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	12
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตเมือง.....	14
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	19
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	20
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	20
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	21
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
3.4 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	23
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	57
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	57
5.2 อภิปรายผล.....	62
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	68
ประวัติผู้เขียน.....	73



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียและรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ปี 2551-2555.....	4
4.1 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง.....	24
4.2 ระดับความสำคัญของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร.....	28
4.3 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย.....	31
4.4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร.....	33
4.5 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย.....	36
4.6 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย จำแนกตามอายุที่มีการจัดกลุ่มใหม่.....	38
4.7 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	40
4.8 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ.....	43
4.9 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย.....	46
4.10 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน.....	48
4.11 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย.....	52
4.13 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน.....	53
4.14 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก.....	55



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	19



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ และยังมีแนวโน้มในการขยายตัวมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม หลากหลาย ความมีชื่อเสียงในด้านการต้อนรับและความมีน้ำใจไมตรีของคนไทย รวมทั้งเทศกาลและการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเขตเมืองของไทย ซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคม ที่พัก และร้านอาหาร การแสดงสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดกิจกรรมต่างๆ จากภาวะตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ซึ่งเป็น 1 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว (BRICS) ประกอบด้วย บราซิล (Brazil) รัสเซีย (Russia) อินเดีย (India) จีน (China) และแอฟริกาใต้ (South Africa) (กระทรวงการท่องเที่ยว, 2556) เป็นตลาดที่น่าสนใจในการศึกษาถึงความต้องการในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี 2555 จำนวน 985,883 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 891,748 คน (เพิ่มขึ้น 10.56%) ทำให้เกิดรายได้ในปี 2555 จำนวน 37,228.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ที่เกิดรายได้ 30,350.29 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 22.66%) (กรมการท่องเที่ยว, 2556) ซึ่งแรงจูงใจและความพึงพอใจเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความต้องการในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การวิจัยนี้ต้องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์เพื่อวางแผนปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการต่างๆ รวมทั้งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่จะบอกปากต่อปากและกลับมาเยือนประเทศไทย อีกต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

กำหนดพื้นที่ศึกษาไว้ที่ แหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร เช่น ย่านสนามหลวง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม ท่าช้าง ย่านถนนข้าวสาร ตลาดนัดสวนจตุจักร ประตูน้ํา และย่านธุรกิจอื่น ๆ

1.4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่กำลังเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการสร้างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย
2. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการสร้างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย
3. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการปรับปรุงและรักษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไป

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวในเขตเมือง (Urban Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับชีวิต สังคม ชุมชน ของคนเมือง โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภท สถานบันเทิง ศิลปะ ศูนย์การค้า โรงละคร และ งานกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย (Indian Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ ขอบเขต และประโยชน์ของการวิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดแนวทาง และวิธีการในการทำการวิจัยได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างถูกต้อง และเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทถัดไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

ตารางที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียและรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ปี

2551-2555

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวอินเดีย (คน)	+/- (%)	รายได้ที่เกิดจาก นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย (ล้านบาท)	+/- (%)
2551	497,022		15,746.36	
2552	596,529	20.02	16,466.32	4.57
2553	746,214	25.09	21,842.64	32.65
2554	891,748	19.50	30,350.29	38.95
2555	985,883	10.56	37,228.02	22.66

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (2556)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และส่งผลให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย

จากการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยว ปี 2555 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

ไตรมาสที่ 1 ของปี 2555 คาดว่าสถานการณ์ตลาดอินเดียน่าจะกลับมาอยู่ในแดนบวกโดยมีปัจจัยที่สนับสนุน ดังต่อไปนี้

1. ช่วงเดือนธันวาคม 2554 สายการบิน Jet Airlines ขยายความถี่เที่ยวบินในเส้นทาง มุมไบ – กรุงเทพฯ จาก 14 เที่ยวบิน/สัปดาห์ เป็น 21 เที่ยวบิน/สัปดาห์
2. การลดลงของค่าเงินรูปี ของอินเดีย ในช่วงเดือนธันวาคม 2554 ซึ่งลดลงต่ำสุดในรอบหลายปีที่ผ่านมา โดยในขณะนี้มีอัตราแลกเปลี่ยน \$US 1 = 53 รูปี จากเดิมประมาณ 45 รูปี (หรือลดลงในอัตราร้อยละ 14.3)

ไตรมาสที่ 2 – 4 ของปี 2555 - Positive (ในสถานการณ์ปกติ)

โอกาส

1. เศรษฐกิจของประเทศอินเดียกำลังขยายตัว
2. ชนชั้นกลางที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศมีจำนวนมากขึ้น และมีความสามารถในการใช้สอยมากขึ้น
3. การพัฒนาความร่วมมือทางการค้าและเศรษฐกิจระหว่างอินเดียและประเทศไทย
4. ธุรกิจการบินมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจำนวนมาก
5. การผ่อนคลายกฎระเบียบ ในการนำเงินตราออกนอกประเทศ
6. ประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านความคุ้มค่า
7. การเจาะกลุ่มตลาดใหม่ ๆ มากขึ้น เช่น กลุ่ม Medical Tourism, MICE และกลุ่ม

นักเรียน นักศึกษา

อุปสรรค

1. ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การเมืองในประเทศไทย
2. ผู้ประกอบการชาวไทยบางส่วนยังมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อชาวอินเดียและเลือกรับลูกค้า
3. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและอาหารรองรับนักท่องเที่ยวตลาดอินเดียในประเทศไทยทำได้เฉพาะในบางแห่ง
4. ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวอินเดียเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูกและชอบต่อรอง

ฤดูกาลท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย

นักท่องเที่ยวอินเดียเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุดในเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน รองลงมา คือ ธันวาคม

ฤดูกาลท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอินเดีย

พฤษภาคม – มิถุนายน

เป็นช่วงปิดภาคเรียนของอินเดีย

ตุลาคม – ต้นพฤศจิกายน

เป็นช่วงเทศกาล Diwali นักท่องเที่ยวอินเดียนิยมเดินทางออกนอกประเทศมาก เช่นกัน

ธันวาคม และ มกราคม

ในช่วงเทศกาล คริสต์มาสและปีใหม่

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวอินเดีย

1. นิยมเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค เนื่องจากเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย และระยะเวลาในการเดินทาง

2. ตลาดอินเดียไม่อ่อนไหวต่อวิกฤตการณ์ต่างๆ

3. แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย ฮองกง และ คุไบ

4. มักจะผนวกประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางร่วมกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค

5. แหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่นิยมเดินทางไปเยือน ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา และเพิ่มมากขึ้นที่ภูเก็ต เชียงใหม่ สมุย เชียงราย กระบี่ พระนครศรีอยุธยา และเกาะช้าง เป็นต้น

6. นิยมการจับจ่ายซื้อสินค้า การเที่ยวชมทัศนียภาพ การเดินทางไปเยือนสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม สวนสนุก ฯลฯ

7. กิจกรรมใหม่ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น คือ กลุ่มถ่ายภาพยนตร์ กลุ่มเดินทางเพื่อการประชุม รวมถึง กลุ่มฮันนีมูนและกลุ่มที่มาจัดงานแต่งงานในเมืองไทย

8. ชาวอินเดียกว่าร้อยละ 50 เป็นมังสวิรัตและไม่รับประทานเนื้อสัตว์

จากข้อมูลตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่นิยมมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะที่กรุงเทพมหานคร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

เลิศพร ภาระสกุล (2555) กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นส่วนหนึ่งในทฤษฎีทางจิตวิทยา ที่นักจิตวิทยาหลายคนใช้อธิบายความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) ได้สรุปว่าแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง แรงขับเคลื่อนภายในส่วนบุคคลที่มีพฤติกรรมทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเติมเต็มความต้องการทางชีวิวิทยาและจิตวิทยา

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นของบุคคลหนึ่ง ที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย และแรงกระตุ้น (Drive) เป็นตัวที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรง เพื่อจะได้เกิดการตอบสนองที่พอใจ

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักทอ่งเกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่น่าสนใจมีดังนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2555, น. 187-201) คือ

1. ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการจำเป็นของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs)

Maslow กล่าวว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความต้องการ (wanting animal) และมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมต่างๆ เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการ (wants) และความต้องการจำเป็นต่างๆ (needs) ความต้องการของมนุษย์ไม่มีวันจบสิ้น เมื่อความต้องการอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอีกระดับหนึ่งก็จะเกิดขึ้นมาแทนที่ Maslow ได้เสนอลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์รวม 5 ขั้น ซึ่งความต้องการเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้น (motivation) ให้เกิดพฤติกรรมในรูปแบบต่างๆ ลำดับขั้นแห่งความต้องการจำเป็นของ Maslow ได้แก่

1. ความต้องการทางด้านสรีรวิทยา (physiological needs)
 2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต (safety needs)
 3. ความต้องการทางด้านสังคม (social needs)
 4. ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (self-esteem needs)
 5. ความต้องการความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs)
2. ทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทาง (Travel Career Ladder) ของ Pearce
- Pearce ได้กำหนดขั้นบันไดแห่งการเดินทางตามความต้องการไว้ ดังนี้
1. ความต้องการทางด้านร่างกาย
 2. ความต้องการความปลอดภัยมั่นคง
 3. ความต้องการสร้างสัมพันธภาพ
 4. ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง
 5. ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด
3. แรงจูงใจวาระซ่อนเร้น (Hidden Agenda) ของ Crompton

Crompton (1979) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจที่ผลักดันให้คนเรามีการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสรุปผลการวิจัยของเขาออกมาเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการเดินทางที่เขาเรียกว่า วาระซ่อนเร้น หรือ Hidden Agenda เนื้อหาสาระของวาระซ่อนเร้นมีบางส่วนที่คล้ายกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow เช่น แรงจูงใจทางด้านเกียรติภูมิ (prestige) ที่ตรงกับความต้องการจำเป็นในขั้นความ

ต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง และแรงจูงใจทางด้านกระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติจะตรงกับความต้องการทางสังคมของ Maslow

แรงจูงใจวาระซ่อนเร้นของ Crompton มี 7 ประเภท ดังนี้

1. การหนีจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ (escape from mundane environment)
2. การสำรวจและการประเมินตัวเอง (exploration and evaluation of self)
3. การพักผ่อน (relaxation)
4. ความต้องการเกียรติภูมิ (prestige)
5. ความต้องการที่จะถอยกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม (regression)
6. กระชับความสัมพันธ์ทางเครือญาติ (enhancement of kinship relationship)
7. การเสริมสร้างการปะทะสังสรรค์ทางสังคม (facilitation of social interaction)

4. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในทัศนะของ Swarbrooke

Swarbrooke (1999) จำแนกแรงจูงใจสำคัญ ที่ทำให้คนเดินทางออกเป็น 6 ชนิด ได้แก่

1. แรงจูงใจทางด้านสรีระหรือทางกายภาพ (physical) ได้แก่

ความต้องการที่จะพักผ่อนหย่อนใจจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ความต้องการที่จะได้พักผ่อนเพราะต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ ความต้องการที่จะได้รับแสงแดด อากาศให้ผิวเป็นสีแทน

2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (cultural)

ความสนใจที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อ ชมวัด ชมปราสาท ชมวัง การไปร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การไปตักบาตร การไปร่วมเล่นน้ำกับคนในท้องถิ่น

3. การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกบางอย่าง (emotional)

นักท่องเที่ยวบางคนมาท่องเที่ยว เพราะต้องการเห็นสิ่งที่เป็ในอดีต สิ่งที่ไม่ได้ในโลกปัจจุบัน บางคนชอบกลับไปใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมที่ต่างไปจากโลกปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจประเภทนี้เรียกว่า แรงจูงใจทางการถวิลหาอดีต (nostalgia) นักท่องเที่ยวพวกนี้จะชอบชมพิพิธภัณฑ์ ชอบชมอุทยานประวัติศาสตร์ เช่น พระนครศรีอยุธยา สุโขทัย ชอบชมตลาดน้ำ บางคนชอบชมบรรยากาศที่โรแมนติก นักท่องเที่ยวพวกนี้ต้องการบรรยากาศโรแมนติก เพราะอาจจะเพิ่งแต่งงานกัน หรือกำลังอยู่ในอารมณ์พิศวาส แรงจูงใจทางด้านอารมณ์อย่างนี้เรียกว่า แรงจูงใจแนวโรแมนติก นักท่องเที่ยวพวกนี้จะเลือกไปแหล่งท่องเที่ยวที่สนองความต้องการทางด้านนี้แก่เขาได้ เช่น ชมกรุงปารีสยามเย็น ล่องเรือคอนโดลาชมล้าคลองในกรุงเวนิส หรือท่องเที่ยวชมทิวทัศน์ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ แรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ยังมีอีกหลายอย่าง เช่น บางคนต้องการความ

ต้นตอผจญภัย บางคนชอบความสงบ บางคนชอบทดลองอยู่ในโลกของจินตนาการ (fantasy) บางคนชอบความอิมใจหรือเป็นสุขจากการทำบุญหรือไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์

4. การท่องเที่ยวเพื่อให้ได้มาซึ่งสถานภาพ (status)

แรงจูงใจทางด้านนี้คือ แรงจูงใจที่อยากได้ชื่อว่าไปท่องเที่ยวแล้วมีหน้ามีตา มีคนพูดถึงหรือชื่นชมเมื่อได้ทำสำเร็จ เช่น ไปเที่ยวในประเทศที่ยังไม่มีใครเคยไป บางคนต้องการได้ชื่อว่าเป็นคนทันสมัยน่าเฟชั่นก็จะชอบท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าแบรนด์เนม

5. แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง (personal development)

บางคนเดินทางเพื่อหาความรู้และทักษะใหม่ๆ เช่น คนไทยที่อยากไปเรียนการทำอาหารที่ประเทศฝรั่งเศส หรือชาวตะวันตกที่หลงใหลอาหารไทย เดินทางมาเรียนการทำอาหารไทยในเมืองไทย

6. แรงจูงใจส่วนบุคคล (personal)

เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะไปเยี่ยมชมเยียนญาติมิตร เพื่อนฝูงที่อยู่ห่างไกลกัน ความต้องการที่จะหาเพื่อนใหม่ ความต้องการที่จะเอาใจผู้อื่นด้วยการพาไปเที่ยว

5. แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในทัศนะของ Dann

Dann (อ้างใน Cooper et al. ,2005) กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 อย่าง ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้น (motivated) ด้วยความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่มีความแตกต่างออกไปจากประสบการณ์ที่สามารถจะหาได้ในประเทศหรือในบ้านเมืองของเขา

2. จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวทำหน้าที่ดึงดูด (pull) ในลักษณะของการตอบสนองต่อแรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยผลัก (push) แนวคิดนี้จึงเป็นการจำแนกแรง 2 แรงที่มีความแตกต่างกันระหว่างความปรารถนาหรือความต้องการ (desire) ในตัวของนักท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลัก กับอีกด้านหนึ่งคือ ความดึงดูดใจน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (attraction) หรือจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (destination) ซึ่งเป็นปัจจัยดึง (pull)

3. แรงจูงใจคือการจินตนาการเพื่อฝัน (fantasy) นักท่องเที่ยวทำการเดินทางเพื่อสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ที่เขาจะไม่ถูกลงโทษทางวัฒนธรรม (culturally sanctioned) ในประเทศของตัวเอง

4. แรงจูงใจคือจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่ถูกจัดเป็นลำดับขั้นต่างๆ (Classified purpose) กล่าวคือ มีการจัดประเภทของจุดมุ่งหมายของการเดินทางออกเป็นชนิด เช่น การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมญาติมิตร การเดินทางเพื่อความสนุกสนาน การเดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้

5. ชนิดของแรงจูงใจ (motivational typologies) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1) การแบ่งประเภทในเชิงพฤติกรรม (behavioral typologies) เช่น แรงจูงใจประเภท sunlust คือ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบายเหมือนอยู่ที่บ้าน แรงจูงใจประเภท wanderlust คือ ความอยากรู้อยากเห็น ต้องการมีประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และไม่คุ้นเคย

2) การแบ่งประเภทตามบทบาทของนักท่องเที่ยว (tourist role)

6. แรงจูงใจและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เป็นแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นความเป็นของแท้ (authenticity) ของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ยังเป็นประเด็นที่ยังไม่เป็นที่ยุติเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

7. แรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ให้คำจำกัดความเอง (auto-definition) ยึดหลักการที่ว่า นักท่องเที่ยวอธิบายแรงจูงใจด้วยตัวของเขาเอง Dann เชื่อว่าจะทำให้เราเข้าใจถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้ดีกว่าการสังเกตของเราเอง

แนวโน้มของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

จากทฤษฎีขั้นบันไดตามความต้องการ 5 ขั้นข้างต้น Pearce และคณะ (1998) ได้นำเสนอแนวโน้มของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน 10 ประการดังต่อไปนี้ (เลิศพร ภาระสกุล, 2555, น. 201-203)

1. แรงจูงใจที่จะได้สัมผัสสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบันความสนใจที่จะได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมที่เป็นมรดกโลก (world heritage) โดยแบ่งออกเป็น สิ่งแวดล้อมสีน้ำเงิน หรือ สิ่งแวดล้อมทางทะเล และ สิ่งแวดล้อมสีเขียวหรือสิ่งแวดล้อมประเภทป่าเขา น้ำตก

2. แรงจูงใจที่จะได้พบปะกับคนในท้องถิ่น

ความต้องการที่จะได้พบปะกับคนในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดมีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักเดินทางวัยหนุ่มสาว นักเดินทางประเภทสะพายเป้ (backpacker)

3. แรงจูงใจที่จะเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเทศเจ้าบ้าน

การได้สัมผัสได้เห็นวัฒนธรรมอื่นเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักเดินทางชาวเอเชีย โดยเฉพาะชาวจีนและชาวเกาหลี ซึ่งเมื่อก่อนไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับวัฒนธรรมต่างชาติ

4. แรงจูงใจที่จะเสริมสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว

การท่องเที่ยวบางรูปแบบช่วยส่งเสริมสัมพันธภาพภายในครอบครัว แนวโน้มนี้เห็นได้จากแหล่งท่องเที่ยวประเภทสวนสนุกแบบมีคอนเซ็ปต์เฉพาะ (theme park) และที่พักประเภทรีสอร์ทที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครอบครัว

5. แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่น่าสบาย

นอกจากการไปเที่ยวชายทะเลที่มีหาดทรายกับแสงแดดแล้ว การท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ก็เป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนในสิ่งแวดล้อมที่น่าสบาย เช่น การไปชมปะการัง การเดินป่าดูนก การไปยังสถานที่ที่มีบรรยากาศสงบ ร่มรื่น

6. แรงจูงใจที่จะได้ทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจและฝึกทักษะ

นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษกำลังมีมากขึ้น เช่น เดินทางไปเรียนภาษา ทำอาหาร ดำน้ำ ตกปลา ตีกอล์ฟ เป็นการท่องเที่ยวที่เพิ่มพูนทักษะ

7. แรงจูงใจที่จะมีสุขภาพดี

แนวโน้มในปัจจุบันที่เห็นได้ชัด ได้แก่ การเดินทางเพื่อเข้ารับการบำบัดในศูนย์สปาต่างๆ

8. แรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย

แรงจูงใจที่จะได้รับความปลอดภัยจากโรค จากโจรผู้ร้าย จากการก่อการร้าย เป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวไปเยือนในสถานที่ที่ปลอดภัยจากภัยข้างต้น นักท่องเที่ยวจะเล็งไม่ไปเที่ยวในประเทศที่มีปัญหาความไม่สงบทางการเมือง

9. แรงจูงใจที่จะได้รับการยอมรับนับถือและได้รับสถานภาพทางสังคม

ความสนใจในสภาพสังคมเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของแรงจูงใจของมนุษย์ ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างภาพพจน์ให้กับบุคคลได้

10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตัวเอง

การให้รางวัลกับตัวเองในรูปแบบของการแสวงหาความสนุกสนาน สะท้อนถึงการให้รางวัลกับตัวเองเพื่อฉลองความสำเร็จ หรือเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ขาดไปในโลกที่มีแต่งานและข้อจำกัดต่างๆ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ จะเห็นได้ว่าการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งแต่เพียงอย่างเดียว และคนที่มาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งเดียวกันก็ไม่จำเป็นว่าจะต้องมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอย่างเดียวกัน ดังนั้นการศึกษาแนวคิดต่างๆในเรื่องแรงจูงใจ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการเลือกปัจจัยต่างๆ เพื่อจัดทำแบบสอบถามและวางแผนระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

เลิศพร ธาระสกุล (2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน

McCormic (1695) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ โดยพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

จุมพล ผั่วผดุง (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจและทำให้บุคคลเลือกในการที่จะปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

มิติของความพึงพอใจ

เลิศพร ธาระสกุล (2555) การที่เราจะวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เราจำเป็นต้องวิเคราะห์มิติด้านต่างๆ ของความพึงพอใจ ซึ่งมี 2 ด้าน คือ

1. มิติด้านกายภาพ หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านกายภาพ เช่น ความสะอาด ความหลากหลาย
2. มิติด้านความรู้สึก หมายถึง ความพึงพอใจต่อผลการกระทำทางด้านจิตวิทยา เช่น ความสะดวก ความสบาย

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ศรัญญา วรากุลวิทยา (2546) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกและแตกต่างจากประสบการณ์เดิม ดังนั้น การคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวก สบายและปลอดภัย
2. การพักผ่อน สถานที่พักผ่อนหรือที่พักแรม หมายถึง โรงแรมหรือสถานประกอบการที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักราวอย่างสะดวก สบาย หลังจากเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว
3. ร้านอาหาร อาหารเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว
4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ คือบุคคลหรือบริษัทที่ซื้อบริการต่างๆ เพื่อนำไปจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว

5. แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

6. สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน และนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อระลึกถึงประสบการณ์ที่ดีงาม

7. ความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่มีความปลอดภัย

8. การอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น

9. การจัดการบริการ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดการข่าวสาร กิจกรรมบันเทิง เช่น เดินป่า อาบน้ำแร่

นอกจากนี้ ยุทธนา ธรรมเจริญ (2530) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดลำดับความพึงพอใจของบุคคล นอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลแล้ว ยังมีผลกระทบจากปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อความคาดหวังที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่

1. ความต้องการส่วนบุคคล เช่น อารมณ์ที่ต้องการของผู้บริโภค
2. ความต้องการที่จะใช้ ความพึงพอใจในสินค้าใด ย่อมเกิดจากรายการผลิตภัณฑ์ที่จัดสรรไว้แล้วของผู้บริโภคว่าต้องการอะไรมากกว่า
3. ระดับความงุนใจ ถ้ามีมากก็จะกระตุ้นให้ต้องการสินค้านั้น
4. ประสบการณ์ในสินค้านั้นๆ ประสบการณ์ในอดีตเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจ

5. ราคา

6. ความเป็นเหตุเป็นผลของข่าวสารจากภายนอก

7. การได้รับการสนับสนุนความคิดจากกลุ่มภายนอก

8. อิทธิพลจากภายนอกทั้งทางตรงและทางอ้อม ปัจจัยทางตรง คือ การส่งข่าวสารไปยังผู้บริโภคโดยตรง สำหรับปัจจัยทางอ้อมที่มีผลต่อการกำหนดความพึงพอใจของผู้บริโภค จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้รับข่าวสารจากบุคคลอื่น เช่น การบอกเล่าของสมาชิกในครอบครัว

จากการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ มีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นั่นคือถ้าสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองกับแรงงุนใจภายในของนักท่องเที่ยวก็จะเป็นการสร้างความพึง

พอใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือบอกต่อถึงความพึงพอใจที่ได้รับ ส่งผลต่อชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการเลือกปัจจัยต่างๆ ในการจัดทำแบบสอบถามและวางแผนระเบียบวิธีวิจัยต่อไป

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตเมือง

ความหมายของการท่องเที่ยวในเขตเมือง

Urban Tourism หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับชีวิต สังคม ชุมชน ของคนเมือง โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภท สถานบันเทิง ศิลปะ ศูนย์การค้า โรงละคร และงานกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2556)

Urban Tourism คือ การท่องเที่ยวในเขตเมือง ซึ่งเน้นกิจกรรมที่มักเกิดขึ้นในเมือง เช่น การชมพิพิธภัณฑ์ การชมเมือง การ Shopping (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

Law (อ้างถึงในรัตนภรณ์ มหาสารานนท์, 2544) อธิบายว่า การท่องเที่ยวในเขตเมือง หมายถึง การท่องเที่ยวในบริเวณเมืองที่ก่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวแบบสำเร็จรูปขึ้น โดยใช้กิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับให้นักท่องเที่ยวมาหาความบันเทิง

ประเภทของการท่องเที่ยวในเขตเมือง

Law (1996) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวในเขตเมืองเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. เมืองหลวง (Capital Cities) หมายถึง เมืองที่มีแรงจูงใจนักท่องเที่ยวในด้านการจัดการเชิงธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ มีลักษณะเด่นของเมืองที่สังเกตได้เป็นส่วนใหญ่ คือ พิพิธภัณฑ์อนุสาวรีย์ และอาคารทางประวัติศาสตร์ เช่น ลอนดอน ปารีส โตเกียว

2. เมืองอุตสาหกรรม (Industrial Cities) หมายถึง เมืองใหญ่ที่มีประชากรหนาแน่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกสูง เป็นผลผลิตจากการพัฒนาทางอุตสาหกรรมและมีบทบาทสำคัญทางการค้า เช่น แมนเชสเตอร์

3. เมืองที่มีความบันเทิง (High-amenity Cities) หมายถึง เมืองที่มีความบันเทิงในระดับกว้าง จากทัศนธรรมชาติ แหล่งดึงดูดใจต่างๆ ทางการท่องเที่ยวและในขณะเดียวกันก็มีบทบาทสำคัญทางธุรกิจ เช่น มิวนิค ซานฟรานซิสโก

4. เมืองหลักที่ดึงดูดความสนใจ (Major attractive Cities) หมายถึง เมืองซึ่งมีปัจจัยดึงดูดหลายประการ รวมทั้งเป็นสถานตากอากาศ หรือเป็นเมืองทางประวัติศาสตร์ เช่น ฟลอร์เรนซ์ และไมอามี

สถานที่ท่องเที่ยวในเขตเมือง

แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2556)

1. สถานที่ช้อปปิ้ง ได้แก่ ศูนย์การค้า
2. สถานที่ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต ได้แก่ ตลาดกลางคืน ตลาดท้องถิ่น ตลาดน้ำ หมู่บ้านและชุมชน
3. สถานที่ท่องเที่ยวชมศิลปะ วัฒนธรรม และแหล่งมรดก ได้แก่ พระราชวัง พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปะและวัฒนธรรม อนุสาวรีย์ และอาร์ตแกลเลอรี
4. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิชาการ ได้แก่ ศูนย์ฝึกอบรม และห้องสมุด
5. สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ วัด และสถานที่ทางศาสนา
6. สถานที่เกี่ยวกับสุขภาพ ได้แก่ สปาเพื่อสุขภาพ
7. สถานที่สันทนาการและบันเทิง ได้แก่ สนามกีฬา สวนสนุก สวนสัตว์ สวนและสวนสาธารณะ โรงภาพยนตร์ และโรงละคร

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตเมือง ทำให้เข้าใจถึงความหมาย และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้นำผลงานวิจัยที่มีผู้ทำการศึกษาไว้ มาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

นำทิพย์ อุชชิน (2553) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์ กรณีศึกษา : วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดอรุณราชวราราม พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เดินทางมาเพราะค่าใช้จ่ายถูก ระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างน้อยกว่า 3 วัน และมักไปชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาก คือ ผู้ที่มีทักษะด้านภาษาญี่ปุ่น และแผ่นพับภาษาญี่ปุ่น โดยข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีเพียงอายุเท่านั้นที่เป็นปัจจัยในด้านความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์

เบญจมาศ ลากจิตร (2552) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว พบว่า เนื่องจากประเทศไทยมีปัจจัยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น มีภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี กิจกรรมนันทนาการต่างๆ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งโบราณสถานที่มีความสวยงาม ควรค่าแก่การรักษา อาหารไทยซึ่งเป็นที่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวทั่วโลก ตลอดจนความเป็นมิตรไมตรีของผู้คนในประเทศ และการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลจะมีความแตกต่างกันอยู่กับประเภทของผู้เยี่ยมชม และด้วยเหตุผลต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

เปรมวดี ณ นครพนม (2545) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง:กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ โดยศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว อิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรม การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาค้นคว้าในเชิงลึกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปฏิบัติทั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนการศึกษาเชิงปริมาณ นั้นผู้วิจัยเลือกประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวน 100 ราย ที่พบโดยบังเอิญบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ถนนข้าวสาร บางลำพู และป้อมพระสุเมรุ ประชากรตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศไทย จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ที่พัก ระยะเวลาการท่องเที่ยว เพื่อนร่วมเดินทาง กิจกรรมที่ปฏิบัติในแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย การจัดการท่องเที่ยว พาหนะเดินทาง ปัญหาที่ประสบในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ และรูปแบบการท่องเที่ยวที่คาดหวังในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งต่อไป พบว่า แรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาท่องเที่ยวประเทศไทย คือ สถานที่ท่องเที่ยวของไทย รองลงมา คือ ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูก และครอบครัวหรือญาติชกชวน หากพิจารณาแรงจูงใจตามกลุ่มของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มพนักงานบริษัท แม่บ้าน และพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ มาท่องเที่ยวเนื่องจาก มีสถานที่ที่ตนเองอยากไปเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มาเนื่องจาก ค่าใช้จ่ายถูก แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปัจจุบันเริ่มเจาะจงสถานที่ท่องเที่ยว คำชักชวนของผู้อื่นมีอิทธิพลน้อยลง สำหรับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวนั้น ยังเน้นเรื่องการเที่ยวชม

บ้านเมืองอย่างฉาบฉวย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในทุกกลุ่มต้องการเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมา คือ พักผ่อนหย่อนใจ และช้อปปิ้ง จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวนี้ ยังอิงอยู่กับค่านิยมการท่องเที่ยวเดิมๆ ของชาวญี่ปุ่น อิทธิพลของค่านิยมดังกล่าวเห็นชัดยิ่งขึ้นจากการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มยังนิยมกิจกรรมที่ไม่แตกต่างจากกิจกรรมเดิมๆ ที่ชาวญี่ปุ่นนิยม ส่วนใหญ่ เน้นการเที่ยวชมบ้านเมืองอย่างฉาบฉวย เช่น เที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ชมภูมิทัศน์ ธรรมชาติ กิจกรรมที่ได้รับความนิยมรองลงมา คือ การพักผ่อนหย่อนใจ และการช้อปปิ้ง ค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นยังมีอิทธิพลต่อระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มแม่บ้านและกลุ่มพนักงานบริษัท ซึ่งไม่ต้องการหยุดงานมาท่องเที่ยวเป็นเวลานาน ส่วนใหญ่พักประมาณ 7 วัน กลุ่มที่มีวันพักนาน คือ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 27,020.20 บาทต่อคน หรือ 2,391.17 บาทต่อวันต่อคน นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไม่นิยมการเที่ยวอย่างหรูหรา ส่วนใหญ่เลือกที่พักราคาประหยัด ใช้รถบริการสาธารณะ รับประทานอาหารตามรถเงินแฉงลอย นักศึกษานิยมพักในเกสต์เฮาส์ สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ พระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว รองลงมา คือ วัดที่มีชื่อเสียงต่างๆ เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนี้ ยังอิงอยู่กับค่านิยมเดิมๆ ของชาวญี่ปุ่น แต่มีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นมากขึ้น ดังเห็นได้จากสถานที่ท่องเที่ยวประเภท ตลาดบางลำพู ตลาดประตูน้ำได้รับความนิยมมาก การมาท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวประสบปัญหาการถูกหลอกหลวงจากคนขับรถแท็กซี่และคนขับรถตุ๊กๆ มากที่สุด แต่อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงคาดหวังที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ต้องการที่พักที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นให้มากขึ้น นับได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ เป็นกลุ่มที่จะเติบโตได้ดีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในอนาคต

สุพรรณนา หัสภาค (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง และทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีถิ่นที่อยู่ในทวีปยุโรป เพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีอาชีพทำงานภาคเอกชน ส่วนมากมีสถานภาพการสมรสเป็นโสด มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี และนักท่องเที่ยวส่วนมากไม่เคยเดินทางมาเชียงใหม่มาก่อน และปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นปัจจัยอันดับแรกที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชียงใหม่ รองลงมาคือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านการบริการและอภยาศัยไมตรีของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ

และปัจจัยอื่นๆ ตามลำดับ และจากการเปรียบเทียบปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งก่อนและหลังจากที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่แล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรมเป็นอันดับหนึ่ง ปัจจัยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยด้านบริการและอสังหาริมทรัพย์ของชาวเชียงใหม่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายต่ำ ตามลำดับ สำหรับปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบเห็นมากที่สุด คือปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และรองลงมาคือปัญหาผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวไม่มีคุณภาพ

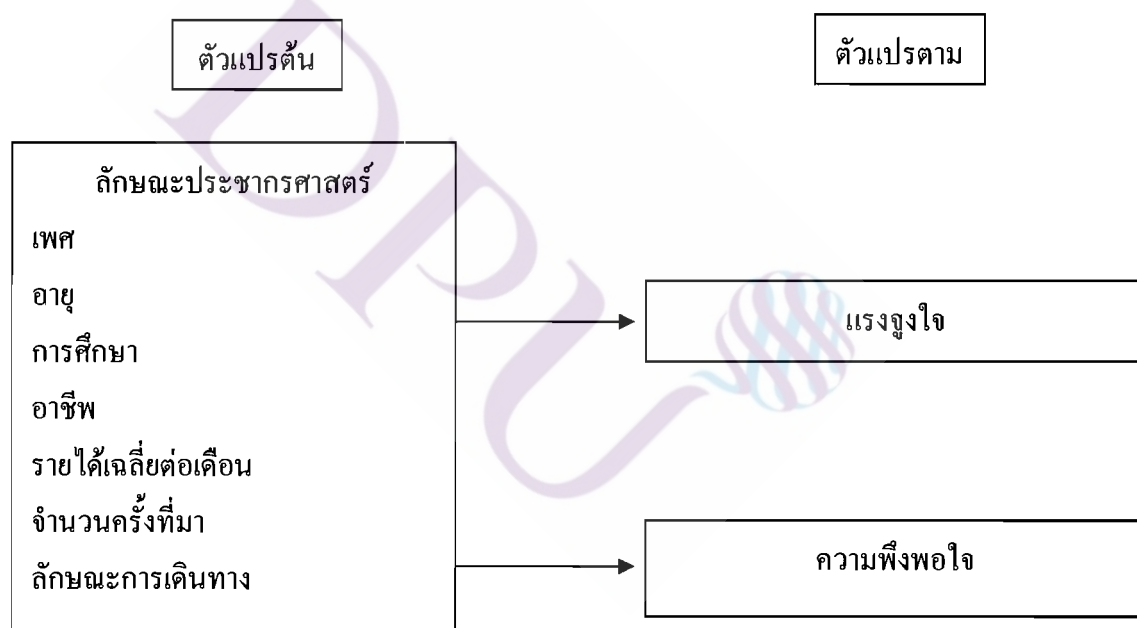
เลิศพร ภาวะสกุล (2556) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก และนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็น 1 ใน 20 ประเทศของโลกที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างเป็นกอบเป็นกำ การทราบว่าคุณภาพนักท่องเที่ยวพอใจหรือไม่พอใจในประเด็นใดของการท่องเที่ยวจะช่วยให้เราค้นหาแนวทางในการจัดจุดที่บกพร่องเพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสิ่งใดที่ได้อยู่แล้วเราจะได้พยายามรักษามาตรฐานเพื่อให้นักท่องเที่ยวยังคงความพึงพอใจอยู่ต่อไปเพราะความพึงพอใจต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำอีกในอนาคต การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นจึงเป็นกลยุทธ์ที่จะรักษาลูกค้านักท่องเที่ยวเอาไว้ได้ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 426 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญในเดือนกันยายน 2555 และเดือนเมษายน 2556 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความน่าเชื่อถือครอนบักและการวิเคราะห์ปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวตะวันตกและชาวตะวันออกมีความพึงพอใจต่อมิติทั้ง 31 ด้านในระดับพอใจมากจนถึงมากที่สุด และเมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมีความพึงพอใจต่อปัจจัยใหญ่ๆ 7 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและคนไทย ปัจจัยด้านอาหารที่หลากหลาย ปัจจัยด้านราคาที่พอกและอาหาร ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของพนักงาน โรงแรม ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านความรู้สึกที่ดี และปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกปัจจัยแห่งความพึงพอใจจำแนกออกได้เป็น 11 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยการท่องเที่ยวชมเมืองและวัดวาอาราม ปัจจัยด้านชนบทและมาตรฐานที่พัก ปัจจัยด้านพนักงาน โรงแรม ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและคนไทย ปัจจัยด้านสินค้าที่หลากหลายและความสะดวกในการเดินทางเข้ามา ปัจจัยด้านอาหาร ปัจจัยด้านความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัยและบันเทิง ปัจจัยด้านราคาที่พอกอาหารและสินค้า ปัจจัยด้านการคมนาคมและการเข้าถึง ปัจจัยด้านอาหารบาทวิถีและสินค้า

เลียนแบบ และปัจจัยด้านการปราศจากอุปสรรคในการสื่อสารและการเดินทาง สิ่งที่ต้องปรับปรุงเพื่อยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้แก่การพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษ จีน และญี่ปุ่นให้กับผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การพัฒนารูปแบบและการทำการตลาดสินค้าท้องถิ่น การจำหน่ายอาหารบนทางเท้าที่มีความสะอาดและน่าบริโภค การไม่ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าลอกเลียนแบบ

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถนำข้อมูลในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการวางแผนงาน การทำแบบสอบถาม การจัดเก็บข้อมูล การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Questions) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

การวิจัยนี้ ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2556

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร จากสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 95 โดยยอมให้มีระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 5 ซึ่งสูตรที่ใช้ในการคำนวณ คือ (Taro Yamane, 1973, PP580-581)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูล จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2555 จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาแทนค่าขนาดของประชากร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 คน

$$n = \frac{985,883}{1 + (985,883) (0.05)^2}$$

$$n = 399.68$$

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

3.2.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ซึ่งมีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบภายในกรอบที่กำหนด โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย เกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่มา และลักษณะการเดินทาง คำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 2 แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุดตามลำดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุดตามลำดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปรแต่ละตัว ผู้วิจัยได้ศึกษาและประยุกต์มาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพของ เครื่องมือ โดยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) มาแล้ว

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามไป ให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเป็นผู้พิจารณา พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถามให้มีความชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ประเภท คือ

3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

ใช้วิธีเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวใน เขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบโอกาส และทำการ สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้มาจากการศึกษา ค้นคว้า เอกสาร วารสาร หนังสือ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่ เกี่ยวข้อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยและทางเว็บไซต์ต่างๆ ที่มี ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.4 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาอธิบาย

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ใช้ค่าทางสถิติดังนี้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าความถี่

3.4.2 การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองใน กรุงเทพมหานคร ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

3.4.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองใน กรุงเทพมหานคร ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

จากสถิติดังกล่าวข้างต้นจะทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย ทางสังคมศาสตร์ (SPSS) เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวอินเดียนต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลข้อมูล ดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอ ออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวอินเดียนที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวยาวอินเดียนต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวอินเดียนต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองใน กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง

ตารางที่ 4.1 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	303	75.8
หญิง	97	24.2
รวม	400	100.0
2. อายุ		
24 ปีและต่ำกว่า	52	13.0
25 - 34 ปี	159	39.8
35 - 44 ปี	125	31.2
45 - 54 ปี	49	12.2
55 - 64 ปี	12	3.0
65 ปีขึ้นไป	3	0.8
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	135	33.7
สมรส	261	65.3
หย่าร้าง	4	1.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาและต่ำกว่า	10	2.5
มัธยมศึกษา	29	7.2
ปริญญาตรี	219	54.8
ปริญญาโท	130	32.5
ปริญญาเอกหรือสูงกว่า	12	3.0
รวม	400	100.0
5. อาชีพ		
ผู้ไม่ได้ประกอบอาชีพ	59	14.8
ผู้ใช้ทักษะแรงงาน	22	5.5
อาชีพเกษตรกรรม	9	2.2
พนักงานออฟฟิศและพนักงานขาย	114	28.5
เจ้าของกิจการและผู้บริหาร	127	31.8
ผู้ประกอบอาชีพระดับสูง	69	17.2
รวม	400	100.0
6. รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 50,000 รูปี	170	42.5
50,001 - 75,000 รูปี	102	25.5
75,001 - 100,000 รูปี	36	9.0
100,001 - 125,000 รูปี	31	7.8
125,001 - 150,000 รูปี	21	5.2
มากกว่า 150,000 รูปี	40	10.0
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว		
ครั้งแรก	273	68.3
ครั้งที่ 2	57	14.2
มากกว่า 2 ครั้ง	70	17.5
รวม	400	100.0
8. ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางเอง	181	45.3
กรุ๊ปทัวร์	186	46.5
ทั้ง 2 อย่าง	33	8.2
รวม	400	100.0
9. ผู้ร่วมเดินทาง		
มาคนเดียว	11	2.7
ครอบครัว	130	32.5
เพื่อน	247	61.8
อื่นๆ (มากับกลุ่มที่ทำงาน)	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ จำนวน 400 คน ได้ผลการศึกษาดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 75.8) กลุ่มอายุ 25 – 34 ปี (ร้อยละ 39.8) สถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 65.3) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.8) กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการและผู้บริหาร (ร้อยละ 31.8) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 50,000 รูปี (ร้อยละ 42.5) มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 68.3) ลักษณะการเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์ (ร้อยละ 46.5) โดยเดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 61.8) มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 75.8) และเพศหญิง (ร้อยละ 24.2)

ด้านอายุ พบว่า มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 39.8) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ อายุระหว่าง 35 – 44 ปี (ร้อยละ 31.2) และอันดับสุดท้าย คือ อายุ 65 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 0.8)

ด้านสถานภาพ พบว่า ผู้ที่สมรสแล้วมีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 65.3) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ โสด (ร้อยละ 33.7) และอันดับสุดท้าย คือ หย่าร้าง (ร้อยละ 1.0)

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ปริญญาตรี มากที่สุด (ร้อยละ 54.8) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ ปริญญาโท (ร้อยละ 32.5) และอันดับสุดท้าย คือ ประถมศึกษาและต่ำกว่า (ร้อยละ 2.5)

ด้านอาชีพ พบว่า เจ้าของกิจการและผู้บริหาร มากที่สุด (ร้อยละ 31.8) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ พนักงานออฟฟิศและพนักงานขาย (ร้อยละ 28.5) และอันดับสุดท้าย คือ อาชีพเกษตรกรรม (ร้อยละ 2.2)

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 50,000 รูปี มากที่สุด (ร้อยละ 42.5) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ 50,001 - 75,000 รูปี (ร้อยละ 25.5) และอันดับสุดท้าย คือ 125,001 - 150,000 รูปี (ร้อยละ 5.2)

ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า มากครั้งแรก มากที่สุด (ร้อยละ 68.3) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ มากกว่า 2 ครั้ง (ร้อยละ 17.5) และอันดับสุดท้าย คือ ครั้งที่ 2 (ร้อยละ 14.2)

ด้านลักษณะการเดินทาง พบว่า มากับกรุ๊ปทัวร์ มากที่สุด (ร้อยละ 46.5) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ เดินทางเอง (ร้อยละ 45.3) และอันดับสุดท้าย คือ ทั้ง 2 อย่าง (ร้อยละ 8.2)

ด้านผู้ร่วมเดินทาง พบว่า เดินทางมากับเพื่อน มากที่สุด (ร้อยละ 61.8) รองลงมาลำดับที่ 2 คือ มากับครอบครัว (ร้อยละ 32.5) และอันดับสุดท้าย คือ มากคนเดียว (ร้อยละ 2.7)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความสำคัญ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 ระดับความสำคัญของแรงงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

แรงงใจ	\bar{X}	S.D.	ความสำคัญของแรงงใจ
1. ต้องการประสบการณ์ใหม่	4.21	.798	มากที่สุด
2. ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ	4.03	.885	มาก
3. ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ	3.97	.853	มาก
4. ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป	3.69	1.003	มาก
5. ต้องการพบปะคนไทย	3.70	.921	มาก
6. ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	3.96	.920	มาก
7. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	3.67	1.120	มาก
8. ต้องการผ่อนคลายความเครียด	3.91	1.008	มาก
9. ต้องการความตื่นเต้น	4.01	.898	มาก
10. ต้องการซื้อของ	3.74	1.025	มาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

แรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ความสำคัญของแรงจูงใจ
11. ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง	3.84	.960	มาก
12. ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง	3.72	1.039	มาก
13. ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย	4.32	.754	มากที่สุด
14. ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง	4.00	.842	มาก
15. ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม	4.20	.769	มาก
16. ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก	3.48	1.092	มาก
รวม	3.90	.508	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยรวม = 3.90 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านในองค์ประกอบย่อย (1 - 16) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ย = 4.32 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความต้องการประสบการณ์ใหม่ ค่าเฉลี่ย = 4.21 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้ายคือ ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก ค่าเฉลี่ย = 3.48 (ระดับมาก)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำมาจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามประเภทของตัวแปร

ตัวแปรของแรงจูงใจ มี 16 ตัวแปร คือ

X_1 = ต้องการประสบการณ์ใหม่

X_2 = ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ

X_3 = ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ

- X_4 = ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป
 X_5 = ต้องการพบปะคนไทย
 X_6 = ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
 X_7 = ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ
 X_8 = ต้องการผ่อนคลายความเครียด
 X_9 = ต้องการความตื่นเต้น
 X_{10} = ต้องการซื้อของ
 X_{11} = ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง
 X_{12} = ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง
 X_{13} = ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย
 X_{14} = ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง
 X_{15} = ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม
 X_{16} = ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยของแรงจูงใจ โดยวิธีองค์ประกอบหลักและหมุนแกนปัจจัย โดยวิธีวาริแมกซ์ สำหรับการพิจารณาว่าตัวแปรใดควรอยู่ในปัจจัยร่วมใดนั้นพิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัย ถ้าค่าน้ำหนักของตัวแปรในปัจจัยร่วมใดมีค่ามาก และของปัจจัยร่วมอื่นๆ มีค่าต่ำ จะจัดตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยสูง ซึ่งผลจากการพิจารณา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมี 4 ปัจจัยร่วม ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง		30.714
ต้องการพบปะคนไทย	.683	
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อน ต้องการจะไป	.612	
ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความ บันเทิง	.599	
ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก	.523	
ต้องการซื้อของ	.521	
ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	.504	
ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง	.460	
ปัจจัย 2 : ต้องการพักผ่อน		10.037
ต้องการผ่อนคลายความเครียด	.792	
ต้องการความตื่นเต้น	.753	
ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	.693	
ปัจจัย 3 : ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก		8.974
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวก สะดวกที่มีมาตรฐานสูง	.825	
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการ คมนาคม	.748	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย	.649	
ปัจจัย 4 : ต้องการความมีหน้ามีตา		7.290
ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของ ต่างประเทศ	.789	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ต้องการประสบการณ์ใหม่	.721	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ	.578	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า เมื่อนำแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์ห้องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) นั้น ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปร มีค่าที่ยอมรับ ซึ่งมีค่า Cronbach's Alphas เท่ากับ 0.84 และในแต่ละปัจจัยนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้

ปัจจัยหลักข้อที่ 1 ปัจจัยด้านต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 30.714 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการพบปะคนไทย ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก ต้องการซื้อของ ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง

ปัจจัยหลักข้อที่ 2 ปัจจัยด้านต้องการพักผ่อน มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 10.037 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการพักผ่อนคลายความเครียด ต้องการความตื่นเต้น ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ

ปัจจัยหลักข้อที่ 3 ปัจจัยด้านต้องการความปลอดภัยและความสะดวก มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 8.974 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย

ปัจจัยหลักข้อที่ 4 ปัจจัยด้านต้องการความมีหน้ามีตา มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 7.290 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ ต้องการประสบการณ์ใหม่ ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 4.3

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	พอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	พอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	พอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	พอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ	4.25	.652	มากที่สุด
2. ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	4.09	.728	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ	4.13	.747	มาก
4. การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน	4.08	.827	มาก
5. ความเป็นมิตรของคนไทย	4.22	.850	มากที่สุด
6. แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.26	.807	มากที่สุด
7. บรรยากาศที่แปลกใหม่	3.93	.780	มาก
8. บรรยากาศที่ผ่อนคลาย	4.28	.722	มากที่สุด
9. ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	4.23	.754	มากที่สุด
10. การซื้อสินค้า	4.12	.848	มาก

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
11. การแสดงและความบันเทิง	4.11	.832	มาก
12. การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า	3.95	.921	มาก
13. ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	4.38	.780	มากที่สุด
14. ที่พักที่ได้มาตรฐาน	4.33	.788	มากที่สุด
15. ความสะดวกในการคมนาคม	4.31	.840	มากที่สุด
16. การท่องเที่ยวสวนสนุก	3.71	1.000	มาก
รวม	4.15	.459	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยรวม = 4.15 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านในองค์ประกอบย่อย (1 – 16) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.38 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ที่พักที่ได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ย = 4.33 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้าย คือ การท่องเที่ยวสวนสนุก ค่าเฉลี่ย = 3.71 (ระดับมาก)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น จึงนำมาจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามประเภทของตัวแปร

ตัวแปรของความพึงพอใจ มี 16 ตัวแปร คือ

- X_1 = ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ
- X_2 = ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว
- X_3 = แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ
- X_4 = การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน
- X_5 = ความเป็นมิตรของคนไทย
- X_6 = แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- X_7 = บรรยากาศที่แปลกใหม่
- X_8 = บรรยากาศที่ผ่อนคลาย
- X_9 = ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น
- X_{10} = การซื้อสินค้า
- X_{11} = การแสดงและความบันเทิง

- X_{12} = การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า
 X_{13} = ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว
 X_{14} = ที่พักที่ได้มาตรฐาน
 X_{15} = ความสะดวกในการคมนาคม
 X_{16} = การท่องเที่ยวสวนสนุก

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยของความพึงพอใจ โดยวิธีองค์ประกอบหลักและหมุนแกน ปัจจัยโดยวิธีวาริแมกซ์ สำหรับการพิจารณาว่าตัวแปรใดควรอยู่ในปัจจัยร่วมใดนั้นพิจารณาจากค่า น้ำหนักปัจจัย ถ้าค่าน้ำหนักของตัวแปรในปัจจัยร่วมใดมีค่ามาก และของปัจจัยร่วมอื่นๆ มีค่าต่ำ จะจัดตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยสูง ซึ่งผลจากการพิจารณา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมี 4 ปัจจัยร่วม ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ		32.691
ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ	.727	
ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	.701	
แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ	.680	
แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.538	
ความเป็นมิตรของคนไทย	.488	
การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน	.442	
ปัจจัย 2 : ความปลอดภัยและความสะดวก		9.453
ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	.765	
ความสะดวกในการคมนาคม	.707	
ที่พักที่ได้มาตรฐาน	.689	
ปัจจัย 3 : กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง		8.117
การซื้อสินค้า	.759	
การแสดงและความบันเทิง	.716	
การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า	.660	
การท่องเที่ยวสวนสนุก	.494	
ปัจจัย 4 : บรรยากาศการท่องเที่ยว		6.589
บรรยากาศที่ผ่อนคลาย	.854	
ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	.848	
บรรยากาศที่แปลกใหม่	.399	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า เมื่อนำความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ (Factor Analysis) นั้น ค่าความ

เชื่อมั่นของตัวแปร มีค่าที่ยอมรับ ซึ่งมีค่า Cronbach's Alphas เท่ากับ 0.86 และในแต่ละองค์ประกอบนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้

ปัจจัยหลักข้อที่ 1 ปัจจัยด้านความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 32.691 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความเป็นมิตรของคนไทย การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน

ปัจจัยหลักข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความสะดวก มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 9.453 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ความสะดวกในการคมนาคม ที่พักที่ได้มาตรฐาน

ปัจจัยหลักข้อที่ 3 ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 8.117 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ การซื้อสินค้า การแสดงและความบันเทิง การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า การท่องเที่ยวสวนสนุก

ปัจจัยหลักข้อที่ 4 ปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยว มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 6.589 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ บรรยากาศที่ผ่อนคลาย ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น บรรยากาศที่แปลกใหม่ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 4.5

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการนำข้อมูลด้านอายุมา recode ใหม่เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

รวมกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มี อายุ 24 ปีและต่ำกว่า กับ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มี อายุ 25 - 34 ปี จัดเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มี อายุ 35 - 44 ปี จัดเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุเข้าวัยกลางคน

รวมกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มี อายุ 45 - 54 ปี กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มี อายุ 55 - 64 ปี และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มี อายุ 65 ปีขึ้นไป จัดเป็น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก

ตารางที่ 4.6 จำนวน (ความถี่) และร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย จำแนกตาม อายุที่มีการจัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุน้อย (อายุต่ำกว่า 35 ปี)	211	52.8
อายุเข้าวัยกลางคน (อายุ 35 - 44 ปี)	125	31.2
อายุมาก (อายุ 45 ปีขึ้นไป)	64	16.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านอายุที่มีการจัดกลุ่มใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า มีอายุน้อย (อายุต่ำกว่า 35 ปี) จำนวนมากที่สุด คือ 211 คน (ร้อยละ 52.8) รองลงมาคือ อายุเข้าวัยกลางคน (อายุ 35 - 44 ปี)

จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.2) และอันดับสุดท้าย คือ อายุมาก (อายุ 45 ปีขึ้นไป) จำนวน 64 คน (ร้อยละ 16.0)

จากนั้นนำข้อมูลมาทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

แรงจูงใจ	อายุน้อย \bar{X}	อายุเข้าวัย กลางคน \bar{X}	อายุมาก \bar{X}	รวม \bar{X}	Sig.
ต้องการประสบการณ์ใหม่	4.33	4.05	4.12	4.21	.004
ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ	4.14	3.83	4.03	4.03	.008
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ	4.04	3.80	4.06	3.97	.029
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป	3.69	3.64	3.80	3.69	.597
ต้องการพบปะคนไทย	3.66	3.71	3.77	3.70	.718
ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.05	3.86	3.91	3.96	.157
ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	3.69	3.61	3.73	3.67	.726
ต้องการผ่อนคลายความเครียด	3.99	3.84	3.77	3.91	.196
ต้องการความตื่นเต้น	4.18	3.86	3.77	4.01	.000
ต้องการซื้อของ	3.86	3.63	3.55	3.74	.040
ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง	3.91	3.82	3.62	3.84	.104

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

แรงจูงใจ	อายุน้อย \bar{X}	อายุเข้าวัย กลางคน \bar{X}	อายุมาก \bar{X}	รวม \bar{X}	Sig.
ต้องการความคุ้มค่าของ สินค้าที่มีชื่อเสียง	3.81	3.65	3.55	3.72	.137
ต้องการท่องเที่ยวใน สถานที่ที่มีความ ปลอดภัย	4.36	4.28	4.23	4.32	.383
ต้องการท่องเที่ยวใน สถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มี มาตรฐานสูง	3.89	4.12	4.12	4.00	.020
ต้องการท่องเที่ยวในเมือง ที่มีความสะดวกในการ คมนาคม	4.19	4.18	4.27	4.20	.742
ต้องการท่องเที่ยวสวน สนุก	3.45	3.58	3.39	3.48	.413

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) เมื่อพิจารณาแรงจูงใจพบว่า ต้องการประสบการณ์ใหม่ มีค่า Sig. เท่ากับ .004, ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ มีค่า Sig. เท่ากับ .008 ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .029 ต้องการความตื่นเต้น มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ต้องการซื้อของ มีค่า Sig. เท่ากับ .040 ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง มีค่า Sig. เท่ากับ .020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจแตกต่างกัน ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านประสบการณ์ใหม่มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.12 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.05

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.14 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.03 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.83

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.06 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.04 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.80

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านต้องการความตื่นเต้นมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.18 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.86 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านการช้อปปิ้งมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.86 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.63 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.55

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน และมีอายุมากมีแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูงมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.12 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 3.89

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	อายุน้อย \bar{X}	อายุเข้าวัย กลางคน \bar{X}	อายุมาก \bar{X}	รวม \bar{X}	Sig.
ประสบการณ์ใหม่ที่ ได้รับ	4.25	4.18	4.42	4.25	.048
ความรู้ที่ได้รับจากการ ท่องเที่ยว	4.11	4.05	4.12	4.09	.705
แหล่งท่องเที่ยวที่มี ชื่อเสียงต่างๆ	4.14	4.10	4.19	4.14	.714
การได้ใช้เวลาท่องเที่ยว กับครอบครัวหรือเพื่อน	4.04	4.06	4.28	4.08	.113
ความเป็นมิตรของคน ไทย	4.18	4.25	4.27	4.22	.713
แหล่งท่องเที่ยวประเภท วัดและแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรม	4.22	4.34	4.27	4.26	.463
บรรยากาศที่แปลกใหม่	3.94	3.84	4.05	3.93	.207
บรรยากาศที่ผ่อนคลาย	4.27	4.23	4.39	4.28	.347
ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	4.30	4.14	4.19	4.23	.143
การซื้อสินค้า	4.09	4.22	4.03	4.12	.289
การแสดงและความ บันเทิง	4.10	4.10	4.12	4.11	.983
การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า	3.91	4.01	3.97	3.95	.661
ความปลอดภัยสำหรับ นักท่องเที่ยว	4.27	4.47	4.56	4.38	.010

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	อายุน้อย \bar{X}	อายุเข้าวัย กลางคน \bar{X}	อายุมาก \bar{X}	รวม \bar{X}	Sig.
ที่พักที่ได้มาตรฐาน	4.20	4.44	4.50	4.32	.004
ความสะดวกในการ คมนาคม	4.16	4.43	4.56	4.31	.000
การท่องเที่ยวสวนสนุก	3.58	3.90	3.75	3.71	.014

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่าประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ มีค่า Sig. เท่ากับ .048 ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ที่พักที่ได้มาตรฐาน มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ความสะดวกในการคมนาคม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 การท่องเที่ยวสวนสนุก มีค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.42 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.25 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.18

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.56 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.47 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.27

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อที่พักที่ได้มาตรฐานมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.50 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.44 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.20

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการคมนาคมมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.56 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.16

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุวัยกลางคน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสนุกมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.90 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 และ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 3.58

จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลแรงจูงใจและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุแตกต่างกันตามอายุที่มีการจัดกลุ่มใหม่มาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยของแรงจูงใจ โดยวิธีองค์ประกอบหลักและหมุนแกนปัจจัยโดยวิธีวาริแมกซ์ สำหรับการพิจารณาว่าตัวแปรใดควรอยู่ในปัจจัยร่วมใดนั้นพิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัย ถ้าค่าน้ำหนักของตัวแปรในปัจจัยร่วมใดมีค่ามาก และของปัจจัยร่วมอื่นๆ มีค่าต่ำ จะจัดตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยสูง ซึ่งผลจากการพิจารณา มีดังนี้

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ต้องการพักผ่อน		27.117
ต้องการผ่อนคลายความเครียด	.733	
ต้องการความตื่นเต้น	.733	
ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง	.633	
ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	.630	
ต้องการซื้อของ	.583	
ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง	.358	
ปัจจัย 2 : ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก		10.728
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง	.387	
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม	.721	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย	.624	
ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก	.549	
ปัจจัย 3 : ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง		8.508
ต้องการพบปะคนไทย	.785	
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป	.509	
ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.507	

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 4 : ต้องการความมีหน้ามีตา		7.302
ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ	.710	
ต้องการประสบการณ์ใหม่	.704	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ	.582	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เมื่อนำแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อยต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในแต่ละองค์ประกอบนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้ ปัจจัยหลักข้อที่ 1 (ต้องการพักผ่อน) มีค่าเท่ากับ 27.117 ปัจจัยหลักข้อที่ 2 (ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก) มีค่าเท่ากับ 10.728 ปัจจัยหลักข้อที่ 3 (ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง) มีค่าเท่ากับ 8.508 ปัจจัยหลักข้อที่ 4 (ต้องการความมีหน้ามีตา) มีค่าเท่ากับ 7.302 และผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ต้องการพักผ่อน		36.923
ต้องการผ่อนคลายความเครียด	.852	
ต้องการความตื่นเต้น	.761	
ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	.716	
ต้องการประสบการณ์ใหม่	.677	
ปัจจัย 2 : ต้องการความมีหน้ามีตา		12.023
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อน ต้องการจะไป	.786	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ประทับใจ	.726	
ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม	.671	
ต้องการพบปะคนไทย	.613	
ปัจจัย 3 : ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความ บันเทิง		9.294
ต้องการซื้อของ	.773	
ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความ บันเทิง	.768	
ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง	.642	
ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก	.470	
ปัจจัย 4 : ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก		8.008
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวก สะดวกที่มีมาตรฐานสูง	.835	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย	.739	

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม	.674	
ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ	.489	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า เมื่อนำแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Factor Analysis) ในแต่ละองค์ประกอบนั้นมีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้ ปัจจัยหลักข้อที่ 1 (ต้องการพักผ่อน) มีค่าเท่ากับ 36.923 ปัจจัยหลักข้อที่ 2 (ต้องการความมีหน้ามีตา) มีค่าเท่ากับ 12.023 ปัจจัยหลักข้อที่ 3 (ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง) มีค่าเท่ากับ 9.294 ปัจจัยหลักข้อที่ 4 (ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก) มีค่าเท่ากับ 8.008 และผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง		34.927
ต้องการซื้อของ	.752	
ต้องการพบปะคนไทย	.730	
ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง	.586	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ	.582	
ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง	.495	
ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก	.432	
ปัจจัย 2 : ต้องการพัฒนาตนเอง		12.441
ต้องการประสบการณ์ใหม่	.906	
ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ	.868	
ปัจจัย 3 : ต้องการพักผ่อน		9.291
ต้องการผ่อนคลายความเครียด	.927	
ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ	.760	
ต้องการความตื่นเต้น	.679	
ปัจจัย 4 : ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก		6.830
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง	.811	
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม	.714	
ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย	.703	

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 5 : ต้องการความมีหน้ามีตา		6.546
ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.765	
ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป	.764	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า เมื่อนำแรงงูใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมากต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Factor Analysis) ในแต่ละองค์ประกอบนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้ ปัจจัยหลักข้อที่ 1 (ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง) มีค่าเท่ากับ 34.927 ปัจจัยหลักข้อที่ 2 (ต้องการพัฒนาตนเอง) มีค่าเท่ากับ 12.441 ปัจจัยหลักข้อที่ 3 (ต้องการพักผ่อน) มีค่าเท่ากับ 9.291 ปัจจัยหลักข้อที่ 4 (ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก) มีค่าเท่ากับ 6.830 ปัจจัยหลักข้อที่ 5 (ต้องการความมีหน้ามีตา) มีค่าเท่ากับ 6.546 และผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง		30.850
การแสดงและความบันเทิง	.743	
การซื้อสินค้า	.699	
แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ	.645	
การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า	.587	
บรรยากาศที่แปลกใหม่	.477	
การท่องเที่ยวสวนสนุก	.436	
ปัจจัย 2 : ความปลอดภัยและความสะดวก		8.891
ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	.748	
ความสะดวกในการคมนาคม	.693	
ที่พักที่ได้มาตรฐาน	.632	
การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน	.304	
ปัจจัย 3 : ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ		7.934
ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	.704	
ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ	.691	
แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.607	
ความเป็นมิตรของคนไทย	.548	
ปัจจัย 4 : บรรยากาศการท่องเที่ยว		6.976
ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	.855	
บรรยากาศที่ผ่อนคลาย	.800	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า เมื่อนำความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อยต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์ห้องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในแต่

ละองค์ประกอบนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้ ปัจจัยหลักข้อที่ 1 (กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง) มีค่าเท่ากับ 30.850 ปัจจัยหลักข้อที่ 2 (ความปลอดภัยและความสะดวก) มีค่าเท่ากับ 8.891 ปัจจัยหลักข้อที่ 3 (ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ) มีค่าเท่ากับ 7.934 ปัจจัยหลักข้อที่ 4 (บรรยากาศการท่องเที่ยว) มีค่าเท่ากับ 6.976 และผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ความปลอดภัยและความสะดวก		38.330
ที่พักที่ได้มาตรฐาน	.767	
ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	.757	
การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า	.739	
การแสดงและความบันเทิง	.737	
ความสะดวกในการคมนาคม	.659	
การท่องเที่ยวสวนสนุก	.644	
การซื้อสินค้า	.613	
ปัจจัย 2 : ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ		11.034
ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ	.810	
ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	.791	
แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ	.680	
ปัจจัย 3 : กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง		7.933
แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.687	
การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน	.667	
บรรยากาศที่แปลกใหม่	.580	
ความเป็นมิตรของคนไทย	.481	

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 4 : บรรยากาศการท่องเที่ยว		6.714
บรรยากาศที่ผ่อนคลาย	.897	
ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	.850	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า เมื่อนำความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในแต่ละองค์ประกอบนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้ ปัจจัยหลักข้อที่ 1 (ความปลอดภัยและความสะดวก) มีค่าเท่ากับ 38.330 ปัจจัยหลักข้อที่ 2 (ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ) มีค่าเท่ากับ 11.034 ปัจจัยหลักข้อที่ 3 (กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง) มีค่าเท่ากับ 7.933 ปัจจัยหลักข้อที่ 4 (บรรยากาศการท่องเที่ยว) มีค่าเท่ากับ 6.714 และผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก

ปัจจัยต่างๆ	Factor Loading	Initial Eigenvalues
ปัจจัย 1 : ความปลอดภัยและความสะดวก		31.606
ความสะดวกในการคมนาคม	.886	
ที่พักที่ได้มาตรฐาน	.824	
ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	.784	
ปัจจัย 2 : ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ		12.791
ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ	.872	
แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ	.827	
ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว	.645	
การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวหรือเพื่อน	.632	
ปัจจัย 3 : กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง		9.453
การซื้อสินค้า	.848	
การแสดงและความบันเทิง	.648	
การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า	.641	
การท่องเที่ยวสวนสนุก	.632	
ปัจจัย 4 : บรรยากาศการท่องเที่ยว		8.542
บรรยากาศที่ผ่อนคลาย	.873	
ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น	.725	
บรรยากาศที่แปลกใหม่	.645	
ปัจจัย 5 : แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม		7.138
แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	.666	
ความเป็นมิตรของคนไทย	.619	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า เมื่อนำความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ในแต่ละองค์ประกอบนั้น มีค่า Initial Eigenvalues ดังนี้ ปัจจัยหลักข้อที่ 1 (ความปลอดภัยและความสะดวก) มีค่าเท่ากับ 31.606 ปัจจัยหลักข้อที่ 2 (ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ) มีค่าเท่ากับ 12.791 ปัจจัยหลักข้อที่ 3 (กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง) มีค่าเท่ากับ 9.453 ปัจจัยหลักข้อที่ 4 (บรรยากาศการท่องเที่ยว) มีค่าเท่ากับ 8.542 ปัจจัยหลักข้อที่ 5 (แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม) มีค่าเท่ากับ 7.138 และผลการวิเคราะห์มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ดังตารางที่ 4.14



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสรุปผลการวิจัยการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ออกเป็น 4 ตอน โดยมีรายละเอียดผลการศึกษา ดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 75.8) กลุ่มอายุ 25 – 34 ปี (ร้อยละ 39.8) สถานภาพสมรสแล้ว (ร้อยละ 65.3) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.8) กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการและผู้บริหาร (ร้อยละ 31.8) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 50,000 รูปี (ร้อยละ 42.5) มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 68.3) ลักษณะการเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์ (ร้อยละ 46.5) โดยเดินทางมากับเพื่อน (ร้อยละ 61.8)

5.1.2 การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

1. ระดับความสำคัญของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยรวม = 3.90 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านในองค์ประกอบย่อย (1 – 16) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย

ค่าเฉลี่ย = 4.32 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ความต้องการประสบการณ์ใหม่ ค่าเฉลี่ย = 4.21 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้าย คือ ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก ค่าเฉลี่ย = 3.48 (ระดับมาก)

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) ที่มีต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยหลักข้อที่ 1 ปัจจัยด้านต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 30.714 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการพบปะคนไทย ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่ครอบครัวหรือเพื่อนต้องการจะไป ต้องการความสนุกสนานจากการแสดงและความบันเทิง ต้องการท่องเที่ยวสวนสนุก ต้องการซื้อของ ต้องการท่องเที่ยววัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องการความคุ้มค่าของสินค้าที่มีชื่อเสียง

ปัจจัยหลักข้อที่ 2 ปัจจัยด้านต้องการพักผ่อน มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 10.037 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการผ่อนคลายความเครียด ต้องการความตื่นเต้น ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ

ปัจจัยหลักข้อที่ 3 ปัจจัยด้านต้องการความปลอดภัยและความสะดวก มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 8.974 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง ต้องการท่องเที่ยวในเมืองที่มีความสะดวกในการคมนาคม ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัย

ปัจจัยหลักข้อที่ 4 ปัจจัยด้านต้องการความมีหน้ามีตา มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 7.290 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ ต้องการประสบการณ์ใหม่ ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ

5.1.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

1. ระดับความสำคัญของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยรวม = 4.15 (ระดับมาก) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านในองค์ประกอบย่อย (1 – 16) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 4.38 (ระดับมากที่สุด) รองลงมาคือ ที่พักที่ได้มาตรฐาน ค่าเฉลี่ย = 4.33 (ระดับมากที่สุด) และอันดับสุดท้าย คือ การท่องเที่ยวสวนสนุก ค่าเฉลี่ย = 3.71 (ระดับมาก)

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย (Factor Analysis) ที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยหลักข้อที่ 1 ปัจจัยด้านความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 32.691 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ ความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความเป็นมิตรของคนไทย การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวกับครอบครัวและเพื่อน

ปัจจัยหลักข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความสะดวก มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 9.453 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ความสะดวกในการคมนาคม ที่พักที่ได้มาตรฐาน

ปัจจัยหลักข้อที่ 3 ปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 8.117 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ การซื้อสินค้า การแสดงและความบันเทิง การได้ซื้อสินค้าที่ควรค่า การท่องเที่ยวสวนสนุก

ปัจจัยหลักข้อที่ 4 ปัจจัยด้านบรรยากาศการท่องเที่ยว มีค่า Initial Eigenvalues เท่ากับ 6.589 ประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ บรรยากาศที่ผ่อนคลาย ประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้น บรรยากาศที่แปลกใหม่

5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1. สมมติฐานที่ 1 : นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) เมื่อพิจารณาแรงจูงใจพบว่า ต้องการประสบการณ์ใหม่ มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ต้องการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ มีค่า Sig. เท่ากับ .008 ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจ มีค่า Sig. เท่ากับ .029 ต้องการความตื่นเต้น มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ต้องการซื้อของ มีค่า Sig. เท่ากับ .040 ต้องการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูง มีค่า Sig. เท่ากับ .020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจแตกต่างกัน ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านประสบการณ์ใหม่มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.33 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.12 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.05

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.14 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.03 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.83

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.06 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.04 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.80

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านต้องการความตื่นเต้นมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.18 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.86 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีแรงจูงใจด้านการซื้อของมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.86 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 3.63 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.55

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน และมีอายุมากมีแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูงมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.12 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 3.89

เมื่อนำแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกันมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้ผลดังนี้

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อยมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าแรงจูงใจเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ต้องการพักผ่อน ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการความมีหน้ามีตา

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าแรงจูงใจเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ต้องการพักผ่อน ต้องการความมีหน้ามีตา ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมากมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าแรงจูงใจเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการพัฒนาตนเอง ต้องการพักผ่อน ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก ต้องการความมีหน้ามีตา

2. สมมติฐานที่ 2 : นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way Anova) เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ พบว่าประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ มีค่า Sig. เท่ากับ .048 ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ที่พักที่ได้มาตรฐาน มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ความสะดวกในการคมนาคม มีค่า Sig. เท่ากับ .000 การท่องเที่ยวสวนสนุก มีค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.42 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.25 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.18

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.56 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.47 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.27

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อที่พักที่ได้มาตรฐานมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.50 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.44 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.20

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการคมนาคมมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.56 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 4.16

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวสวนสนุกมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.90 มากกว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 และนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 3.58

เมื่อนำความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุต่างกันมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้ผลดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อยมีความพึงพอใจต่อบึงจัยเรียงตามลำดับ ตามความสำคัญ ดังต่อไปนี้ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง ความปลอดภัยและความสะดวก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ บรรยากาศการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยเรียงตามลำดับ ตามความสำคัญ ดังต่อไปนี้ ความปลอดภัยและความสะดวก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง บรรยากาศการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุมากมีความพึงพอใจต่อปัจจัยเรียงตามลำดับ ตามความสำคัญ ดังต่อไปนี้ ความปลอดภัยและความสะดวก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง บรรยากาศการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษากับความรู้จากการทบทวนวรรณกรรม ได้ดังนี้

จากผลการวิจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย นิยมการซื้อสินค้า การเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสวนสนุก สอดคล้องกับการคาดการณ์สถานการณ์ท่องเที่ยวปี 2555 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555)

จากผลการวิจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีแรงจูงใจ ดังนี้ ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง ต้องการพักผ่อน ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก ต้องการความมีหน้ามีตา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (อ้างในเลิศพร ภาวะสกุล, 2555)

จากผลการวิจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความพึงพอใจ ดังนี้ ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ความปลอดภัยและความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง บรรยากาศการท่องเที่ยว ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของเลิศพร ภาวะสกุล (2556) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันออกมีปัจจัยแห่งความพึงพอใจได้แก่ ปัจจัยการท่องเที่ยวชมเมืองและวัดวาอาราม ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและคนไทย ปัจจัยด้านสินค้าที่หลากหลายและความสะดวกในการเดินทางเข้ามา ปัจจัยด้านความรู้ที่ครอบคลุมปลอดภัยและบันเทิง ปัจจัยด้านการคมนาคมและการเข้าถึง และศรัณญา วรากุลวิทยา (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกและแตกต่างจากประสบการณ์

เดิม ดังนั้น การคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย

2. การพักผ่อน สถานที่พักผ่อนหรือที่พักผ่อน หมายถึง โรงแรมหรือสถานประกอบการที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักรำอย่างสะดวก สบาย หลังจากเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว

3. ร้านอาหาร อาหารเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

4. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ คือบุคคลหรือบริษัทที่ซื้อบริการต่างๆ เพื่อนำไปจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว

5. แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่น ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

6. สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน และนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อระลึกถึงประสบการณ์ที่ค้าง

7. ความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่มีความปลอดภัย

8. การอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น

9. การจัดการบริการ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดการข่าวสาร กิจกรรมบันเทิง เช่น เดินป่า อาบน้ำแร่

และจากการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจและความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะมีแรงจูงใจในด้านประสบการณ์ใหม่ ด้านการเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวของต่างประเทศ ด้านต้องการความตื่นเต้น ด้านการซื้อของ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุเข้าวัยกลางคนและอายุมาก ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุเข้าวัยกลางคนและมีอายุมากมีแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีการอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานสูงมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากมีแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประทับใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุเข้าวัยกลางคนและอายุน้อย

สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย มีปัจจัยแรงจูงใจเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. ต้องการพักผ่อน
2. ต้องการความปลอดภัยและความสะดวก

3. ต้องการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิง

4. ต้องการความมีหน้ามีตา

ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการจำเป็นของมาสโลว์ ได้แก่

1. ความต้องการทางด้านสรีรวิทยา (physiological needs)

2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต (safety needs)

3. ความต้องการทางด้านสังคม (social needs)

4. ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (self-esteem needs)

5. ความต้องการความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs)

และเป็นไปตามทฤษฎีขั้นบันไดแห่งการเดินทางของ Pearce ได้แก่

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย

2. ความต้องการความปลอดภัยมั่นคง

3. ความต้องการสร้างสัมพันธ์ภาพ

4. ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง

5. ความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

ในขณะที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุเข้าวัยกลางคนและที่มีอายุมากมีปัจจัยความพึงพอใจด้านความปลอดภัยและความสะดวก มากกว่านักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำทิพย์ อุชชิน (2553) ที่พบว่า อายุเท่านั้นที่เป็นปัจจัยในด้านความแตกต่างทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองให้สามารถตอบสนองแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย เช่น ควรปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐาน

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มในเรื่องต่างๆ ดังนี้ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร การพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). *สรุปสถิติการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.tourism.go.th>
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2556). *กลุ่มเศรษฐกิจ บริคส์ (BRICS)*. สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2556, จาก <http://www.sameaf.mfa.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.thai.tourism.thailand.com>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพล ผึ้งคง. (2546). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จังหวัดลำปาง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาศูนย์อนุรักษ์สัตว์ป่า*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกครู.
- น้ำทิพย์ อุซชิน. (2553). *พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นบริเวณรอบเกาะรัตนโกสินทร์*
กรณีศึกษา : วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดอรุณราชวราราม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- เบญจมาศ ตากจิตร. (2552). *แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวโปแลนด์เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เปรมวดี ณ นครพนม. (2545). *การศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2556). *ประเภทของการท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2556, จาก <http://www.elearning.msu.ac.th>
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2530). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ศรีบุญอุตสาหกรรมการพิมพ์.
- รัตนภรณ์ มหาศรานนท์. (2544). *การท่องเที่ยวในเมือง (Urban Tourism)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2556, 11 ตุลาคม). *การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. ในการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและระดับนานาชาติ ครั้งที่ 1/2556 “การบูรณาการองค์ความรู้สู่ประชาคมอาเซียน”. การประชุมจัดโดยวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย จังหวัดขอนแก่น.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เลิศพร ภาระสกุล และคณะ. (2551). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง.
- สุพรรณนา หัสภาค. (2545). *ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

- Abraham Pizam and Yoel Mansfeld. (1999). *Consumer Behavior in Travel and Tourism*.
- B.W.Keating. (2008). *Outbound Tourism From China : Literature Review and Research Agenda*.
- McCormick, Ernest J. and Tiffin, Joseph R. (1995). *Industrial Psychology* (5 th ed). Englewood Cliff. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism : Culture and Behavior*. Burlington MA : Butterworth-Heinemann.
- Sanne Leuenhagen Petersen. (2009). *Chinese Tourists' Travel motivations and their resultant Preferred travel activities*.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics : an introductory analysis*. New York : Harper and Row.



ภาคผนวก

Questionnaire

This is a research project titled “ Travel Motivations and Satisfaction of Indian Tourists towards Urban Tourism in Bangkok ” The purpose of this research is to examine the motivation and satisfaction levels of Indian Tourists visiting urban attractions in Bangkok.

Thank you for your assistance.

Part1 : Personal Information.

Please circle the number.

1. Your gender ?

1. Male
2. Female

2. How old are you?

1. 24 and below
2. 25 - 34
3. 35 – 44
4. 45 - 54
5. 55 - 64
6. 65 and above

3. Your marital status ?

1. Single
2. Married
3. Divorced

4. What is your highest educational level ?

1. Junior high school and below
2. Senior high school
3. Bachelor degree from a university
4. Master degree
5. PhD or higher degree

5. What is your current occupation ?

1. Student, retired, not working
2. Skilled /semi-skilled worker, blue-collar worker e.g. electrician, carpenter, builder
3. Farmer, farm owner, rice farmer, sheep farmer
4. White collar worker, office and sales worker e.g. accountant, bank clerk, government office clerk
5. Manager and proprietor e.g. director, owner of large and medium-sized business
6. Higher or lower professionals e.g. physician, dentist, lawyer, engineer, professor, scientist

6. What is your average monthly income ?

1. Below INR 50,000
2. INR 50,001 - 75,000
3. INR 75,001 - 100,000
4. INR 100,001 - 125,000
5. INR 125,001 - 150,000
6. Over INR 150,000

7. How many times have you been to Thailand?

1. This is my first trip
2. This is my second trip
3. I have been here for more than two times

8. What is the nature of your trip ?

1. I made my own arrangement/travel independently
2. I travel with a tour group/an all-inclusive tour
3. Both

9. Who is accompanying you during this trip ?

1. Travelling alone
2. Travelling with my family (husband/wife/children)
3. Travelling with friends
4. Other, please specify.....

Part 2 : Tourist's Motivation. Please indicate your opinion by tick in the box that appropriate view towards the listed statements.

How important is this intention to visit this place ?

Motivations	Most Important 5	Important 4	Average 3	Not very Important 2	Least Important 1
1. I want to see and experience something different.					
2. I want to increase knowledge about a foreign destination.					
3. I want to visit attractions which most people value and / or appreciate.					
4. I want to visit the city my family or friends want to go.					
5. I want to meet Thai people.					
6. I want to see unique temples and other cultural attractions.					
7. I want to escape from daily routine in my country.					
8. I want to relieve stress and tension.					
9. I want to find excitement.					
10. I want to enjoy shopping.					
11. I want to enjoy shows and entertainment.					
12. I want to obtain good deals.					
13. I want to visit places safe for myself or my family.					
14. I want to stay in accommodation of high standard.					
15. I want to visit the city which offers convenient transportation.					
16. I want to visit theme parks.					

Part 3 : Tourist's Satisfaction. Please indicate your opinion by tick in the box that corresponds to your view towards the listed statements.

How much are you satisfied the following aspects of your holiday ?

Satisfactions	Most Satisfied 5	Satisfied 4	Average 3	Not very Satisfied 2	Least Satisfied 1
1. New sights and new experience obtained.					
2. Knowledge obtained from the visits.					
3. Famous tourist attractions.					
4. Chances to spend time with family and/or friends.					
5. Friendly local people.					
6. Temples and cultural attractions					
7. Difference not available in the tourist's country.					
8. Relaxing atmosphere.					
9. Exciting experience.					
10. Shopping.					
11. Shows and entertainment.					
12. Obtaining good deals.					
13. Safety for tourists.					
14. Standard of accommodation.					
15. Convenience of transportation.					
16. Spending time in theme parks.					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวชมชื่น นพรัก

ประวัติการศึกษา

ปี 2536 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

สาขาการบริหารบุคคล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

