

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร

JIHUI WEI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2563

**The Satisfaction of Chinese Tourists Towards Khao San Road, Bangkok**

**Jihui Wei**

**A Individual Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement  
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management**

**Faculty of Tourism and Hospitality,**

**Dhurakij Pundit University**

**2020**



## ใบรับรองสารนิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวถนนข้าวสารใน  
กรุงเทพมหานคร

เสนอโดย Mr. Wei Jihui

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.อนันต์ เชื้อชาตฤทธิการ

ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว

.....  
(ผศ.ดร.วรรณ ศิลปอาชา) ประธานกรรมการ

.....  
(ดร.อนันต์ เชื้อชาตฤทธิการ) กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล) กรรมการ

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชวงค์) คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วันที่ ๐๓ เดือน ๑๑ พ.ศ. ๖๓

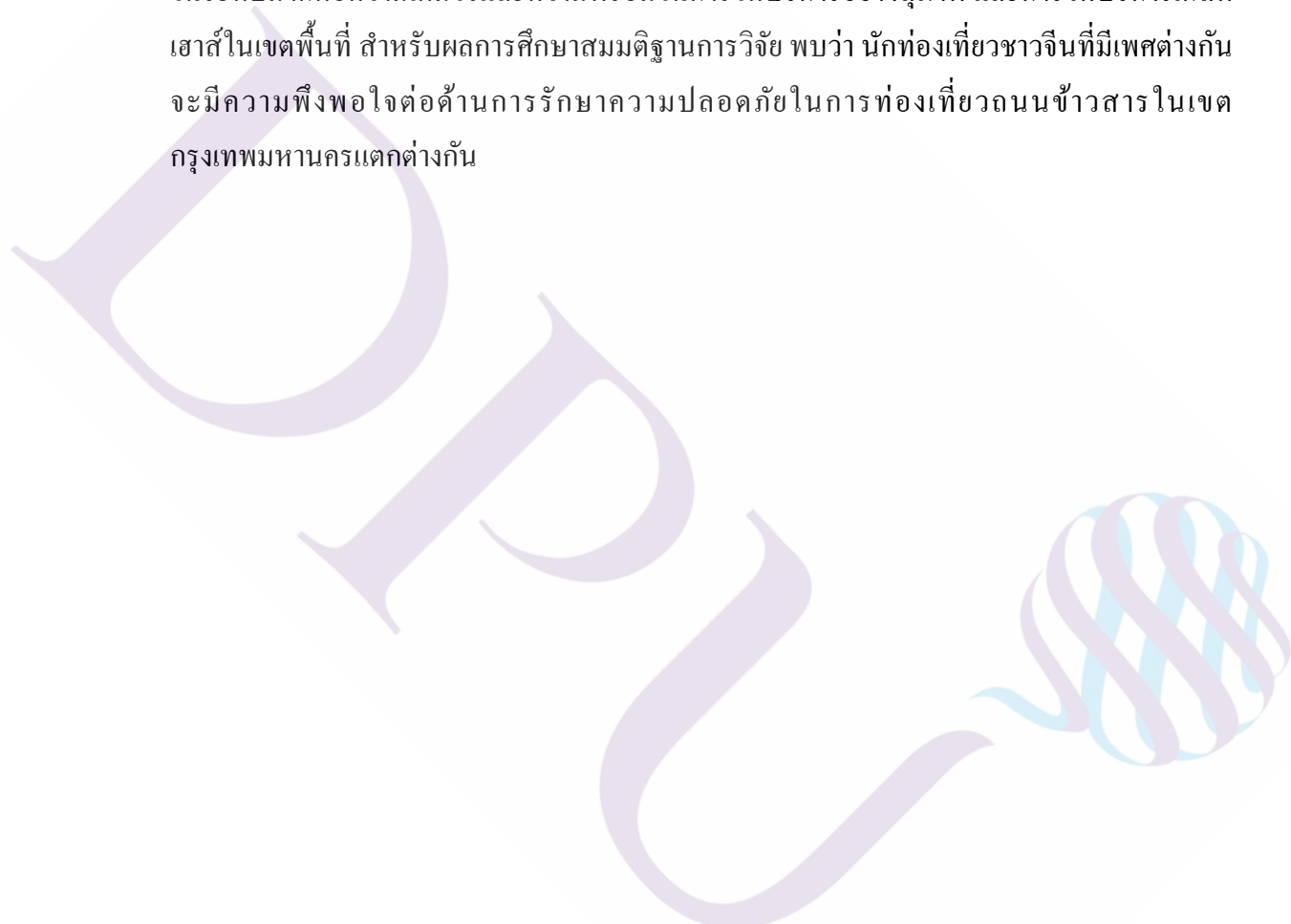
หัวข้อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	Jihui Wei
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อนันต์ เชื้อชาญกิจการ
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2562

### บทคัดย่อ

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อ ถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 400 คน โดยได้ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร และการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร

ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ รายได้มากที่สุดอยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครกับพ่อ แม่ พี่ น้อง โดยเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร 2 ครั้งต่อปี ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) ในการเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ที่ 3,001 – 5,000 บาท และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง มากกว่า 6 ชั่วโมง โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรักษาความปลอดภัยต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อสถานที่จอดรถมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก การมีพยาบาลบริการในพื้นที่ การมี รถป. คอยรักษาความปลอดภัยตามในถนนข้าวสาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการมีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ การมีศูนย์บริการภาษาจีนในบริเวณพื้นที่ การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ รวมทั้งการมีตู้ ATM และ เคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในพื้นที่ ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มต่อถนนข้าวสาร

จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความหลากหลายของสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด การมีพนักงานให้การบริการภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้านอาหารที่มีที่นั่งเพียงพอ และการมีบริการสั่งอาหาร-จองคิวทางออนไลน์ของร้านอาหาร ด้านการให้บริการต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการมีช่องทางชำระเงินหลากหลายวิธี เช่น alipay wechat และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ และการให้บริการเกสต์เฮาส์ในเขตพื้นที่ สำหรับผลการศึกษาสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินการรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน



Individual Study	The Satisfaction of Chinese Tourists Towards Khao San Road, Bangkok.
Author	Jihui Wei
Advisor	Dr. Anan Cheawchankitjakarn
Department	Tourism Management
Academic Year	2019

### ABSTRACT

A study of the satisfaction of Chinese tourists towards Khao San Road, Bangkok have the objective is to study the behavior and satisfaction of Chinese tourists towards Khao San Road, Bangkok and to compare the satisfaction levels based on the characteristics of Chinese tourists. The researcher used a questionnaire to collect data from a sample of 400 Chinese tourists by using statistics include frequencies, percentages, independent sample t-test, and One Way ANOVA.

The results that respondents are more female than males, most of them are 31-40 years old, education is a bachelor's degree, freelance employment, income is 35,001 - 45,000 baht. The most of them travel on Khao San Road in Bangkok with their parents by traveling 2 times per year in Khao San Road, Bangkok, which received the most news about Khao San Road in Bangkok from the internet. The cost (per trip) for traveling on Khao San Road in Bangkok is 3,001 - 5,000 baht and takes more than 6 hours per visit. Overall, the respondents were satisfied with the high level of traveling to Khao San Road in Bangkok, and when considered in each aspect found that the security towards Khao San Road, Bangkok, the respondents responded at a high level to the parking lot with security guards and convenient, the service nurse in the area, the security guards are waiting for security in Khao San Road. The facilities on Khao San Road, Bangkok, the respondents were satisfied with the availability of clean and sufficient toilets, having a Chinese language service center in the area, having enough parking places including having ATMs and currency exchange counters in the area. The store, restaurant and drink on Khao San Road, Bangkok, the respondents responded at the highest level to the variety of products food and drink. In addition, it was found that respondents were satisfied at a high level

towards having staff to provide Chinese language services to Chinese tourists, the restaurant has enough seats and having food ordering services - reserve a restaurant online queue. The service towards Khao San Road, Bangkok, the respondents responded at the highest level with the various payment methods such as alipay, wechat and found that respondents are satisfied at a high level in polite willingness and service readiness and providing guesthouses in the area. For the results of the research hypothesis found that Chinese tourists of different sex are different in satisfaction with tourism security factors in Khao San Road, Bangkok.



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากหลาย ๆ ท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดร.อนันต์ เชื้อชาตญกิจการ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำในการคัดเลือกเรื่องที่จะทำการศึกษาค้นคว้า ให้ความรู้ด้านวิชาการ ด้านเทคนิค และข้อคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้

การดำเนินการศึกษาครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากขาดความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเสียสละเวลาในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถามทั้ง 400 คน ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ในท้ายที่สุดนี้ ต้องขอระลึกถึงความกรุณาของคณาจารย์ทุกท่านที่เป็นผู้ชี้แนะแนวทางการศึกษาในตอนต้น รวมทั้งให้คำแนะนำในการประมวลผลข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และการทดสอบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณทุกท่านที่มีได้กล่าวนามมา ณ ที่นี้ ที่มีส่วนช่วยเหลือและเป็นกำลังใจรวมทั้งให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีจนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี



Jihui Wei



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	15
2.4 ข้อมูลทั่วไปของถนนข้าวสาร.....	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	24
3.1 ประเภทของงานวิจัย.....	24
3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง.....	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	25
3.4 การทดสอบเครื่องมือ.....	27
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล.....	27
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยว ถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร.....	31
4.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนน ข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร.....	34
4.4 การทดสอบสมมติฐาน.....	39
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	44
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	44
5.2 อภิปรายผล.....	46
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	48
บรรณานุกรม.....	50
ภาคผนวก.....	55
ก แบบสอบถาม.....	56
ประวัติผู้เขียน.....	62

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 คำสถิติบรรยายลักษณะของจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
4.2 คำสถิติบรรยายลักษณะของจำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
4.3 คำสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร.....	34
4.4 คำสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร.....	35
4.5 คำสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร.....	36
4.6 คำสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร.....	37
4.7 คำสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร.....	38
4.8 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจต่อปัจจัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน.....	39
4.9 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจต่อปัจจัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน.....	40
4.10 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจต่อปัจจัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน.....	41

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.11	ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน.....	42
4.12	ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน.....	43



## สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย..... 4



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันประเทศไทยได้มีการเจริญเติบโตในภาคการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากซึ่งรัฐบาลทุกสมัยได้เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวมาโดยตลอด จึงทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการพัฒนารูปแบบในการท่องเที่ยวที่หลากหลายเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถนำเงินจำนวนมหาศาลเข้าประเทศได้ การเติบโตของการท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวโดยการให้ความสนับสนุนจากภาครัฐให้มีการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคบริการที่มีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลในแต่ละปี รวมทั้งมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้และการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชน ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มีงานทำและมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการดึงเงินตราต่างประเทศเข้ามาเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ (ภิญโญ ไตวิทย์พานิชย์, 2547)

วัฒนธรรมไทยในโลกที่มีชื่อเสียงแล้วมีคนจีนรู้จักประเทศไทยมากขึ้นวัฒนธรรมของไทยและเป็นมิตรของคนไทยและทัศนียภาพที่สวยงามดึงดูดชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยถนนข้าวสารเป็นจุดชมวิวที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของประเทศไทย เกือบทุกประชาชนจีนเดินทางมาประเทศไทยก็จะไปถนนข้าวสาร ในไตรมาสที่ 2/2561 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9.10 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.93 จากปี 2560 และคาดว่าในปี 2561 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 38.63 ล้านคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.16 จากปีก่อน

เริ่มต้นปี 2561 ตลาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยยังเติบโตอย่างแข็งแกร่งต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมาและในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เป็นเดือนแห่งการเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนของชาวจีนและเป็นอีกช่วงหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจีนจะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศจากผลสำรวจของ China Tourism Academy และ Ctrip พบว่าในช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีน ในปีนี้นักท่องเที่ยวจีนที่มีแผนจะเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศมีประมาณ 6.15 ล้านคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.0 จากช่วงเทศกาลตรุษจีนของปีก่อนและจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนมีการจองผ่าน Ctrip อันดับแรกคือประเทศไทยโดยเลือกมาเที่ยวที่กรุงเทพฯ และภูเก็ต เป็นต้น ซึ่งคาดว่าจะช่วยหนุนให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยตลอดทั้งเดือนกุมภาพันธ์ 2561 สูงถึง 1.12 ล้านคน ส่งผลทำให้ในช่วง

2 เดือนแรกของปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยคาดว่าจะมีจำนวนประมาณ 2.10 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 27.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ทิศทางที่เหลือของปี 2561 บรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในไทย ยังน่าจะมีการฟื้นตัวต่อเนื่องจากต้นปี ซึ่งนอกจากภาวะแวดล้อมของตลาดที่ยังเอื้อต่อการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย และสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จีนและเกาหลีใต้ยังไม่กลับสู่ภาวะปกติแล้วในปี 2561 นี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งไทยและ จีนยังกลับมาทำตลาดอย่างเข้มข้นอีกครั้ง โดยเฉพาะในส่วนของธุรกิจสายการบินทั้งสายการบินของ ไทยและจีนมีแผนขยายเส้นทางการบินระหว่างไทยและจีนไปยังเมืองรองของจีนและการขยาย เส้นทางการบินตรงมายังเมืองท่องเที่ยวรองของไทยเพื่อขยายฐานตลาดจำนวนนักท่องเที่ยวจีน กลุ่มใหม่

บรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยน่าจะมีการฟื้นตัว ต่อเนื่องจากต้นปีจากสถานการณ์แวดล้อมที่ยังเป็นบวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยในปี 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยน่าจะอยู่ที่ประมาณ 10.4 -10.6 ล้านคนเติบโตร้อยละ 6.3-8.4 จากที่ ขยายตัว ร้อยละ 12.0 ในปี 2560 ขณะที่รายได้จากนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยน่าจะมีมูลค่า ประมาณ 573,100 - 584,600 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 9.3 - 11.4 จากที่เติบโตร้อยละ 15.8 ในปี 2560 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางปกครองการศึกษา การ คมนาคมขนส่งการเงินการธนาคารและความเจริญของประเทศไทยเมื่อนำนักท่องเที่ยว ที่ประเทศไทยส่วนใหญ่จะลงที่สนามบินสุวรรณภูมิและคอนเมืองนักท่องเที่ยวจะพักที่กรุงเทพฯ และใช้เวลาเที่ยวที่กรุงเทพฯ กรุงเทพฯ จะเป็นศูนย์กลางที่เดินทางเที่ยวที่อื่นต่อภายในประเทศไทย

ในกรุงเทพมหานครมีตลาดหลายสิบแห่งและตลาดเกี่ยวกับชีวิตของคนไทยด้วยตลาด ก็กลายเป็นวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ถนนข้าวสารเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมากรุงเทพฯทุกคนควรไปโดยเฉพาะนักช้อปปิ้ง หลายเวลาเปิดปิดของตลาดนัดนั้นตามปกติแล้วตลาดจะเริ่มเปิดประมาณ 7 โมงเย็น แต่กว่าจะตั้ง ร้านกันเสร็จและเปิดครบทุกร้านก็เกือบ 9 โมงเช้าแล้ว และจะปิดร้านกันประมาณ 6 โมงเย็น ร้านค้า ส่วนใหญ่เปิดทุกวันและคนที่ขายที่ถนนริทางเปิดประมาณ 6 โมงเย็น

ปัจจุบันนี้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวถนนข้าวสารเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ถนนข้าวสารได้ พัฒนารวดเร็วจากกล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สนใจและเดินทางมาเที่ยว ถนนข้าวสารดังนั้นผู้ศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสารกรณีนักท่องเที่ยวชาวจีนเฉพาะ เพื่อเป็นการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยวคนจีนรู้สึกต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยจะศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนข้าวสารในด้านต่าง ๆ คือ ด้านสถานที่ด้านการให้บริการของผู้จัดการจำหน่ายด้านค่าใช้จ่ายด้านความสะดวก และภาพโดยรวมของความพึงพอใจที่ต่อถนนข้าวสารเพื่อที่จะทราบความพึงพอใจและข้อเสนอของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวที่ถนนข้าวสารและเพื่อที่ทางจะสามารถนำข้อมูลที่ทราบจากผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงถนนข้าวสารให้มีรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ โดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีน

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

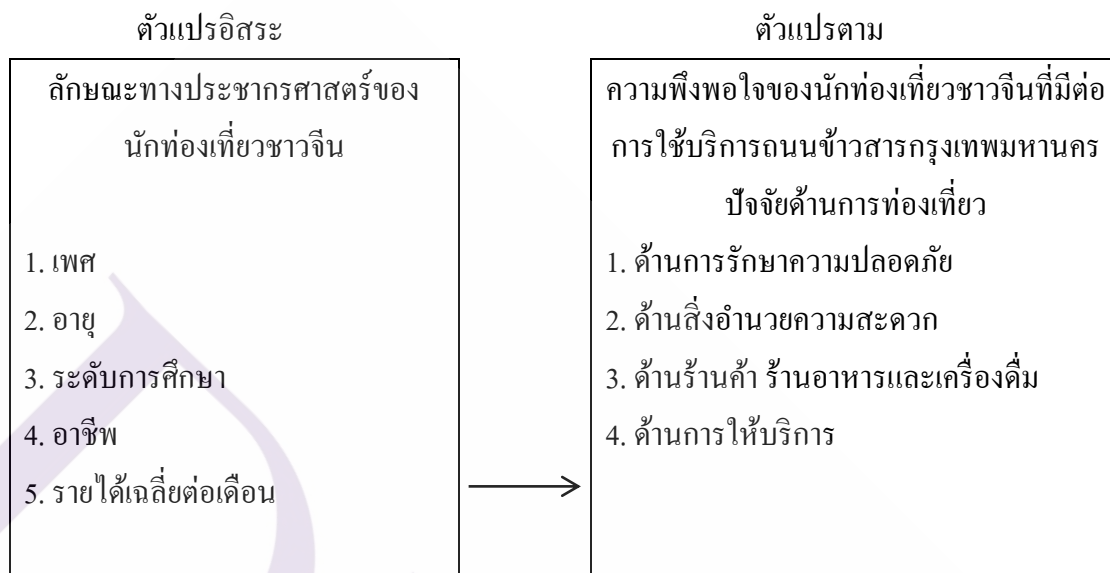
1. ผลการวิจัยทำให้ได้ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการใช้บริการถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวใน ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่  
พื้นที่ศึกษากำหนดไว้ที่ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากรเป้าหมายที่ศึกษา  
กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร



## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวในถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร  
 นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง ชาวจีนทั้งเพศชายเพศหญิงที่เดินทางมาท่องเที่ยวในถนน  
 ข้าวสารกรุงเทพมหานครเป็นการชั่วคราวแต่ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่เกิน 60 วัน  
 เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนประชุมหรือสัมมนาหรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีใช้การทำงานประจำ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวอาจจะมี  
 ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง หรือมากกว่าก็ได้ โดยความสมัครใจ และเพื่อวัตถุประสงค์ของการ  
 เดินทางใด ๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่  
 ท่องเที่ยวในถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการใช้บริการของถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปของถนนข้าวสาร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

##### 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้เช่น

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) อ้างอิงนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเดินทาง จุดหมายปลายทาง และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

Lumsdon (1999) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ติดต่อและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล โดยสามารถเกิดขึ้นจากการที่เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและการติดต่อธุรกิจซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมอันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทางและการท่องเที่ยว

รัชพร จันทรสว่าง (2546) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวกายโยกย้ายของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่น เป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยวที่ผู้เขียนหลายท่าน ได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

### 2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

พะยอม ธรรมบุตร (2549) การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการเช่นระยะเวลาประเภทของการคมนาคมจำนวนสมาชิกค่าใช้จ่าย ดังนั้น เราอาจจะแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงเป็นการท่องเที่ยวเปลี่ยนบรรยากาศประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น อยากสัมผัสสิ่งใหม่ ๆ หรือชมทิวทัศน์วัฒนธรรมประเพณีชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการพักผ่อนหลังจากเจ็บป่วย

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาในด้านมนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถานศิลปะหรือการแสดง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

4.1 ชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ซึ่งแม้จะย้ายสถานที่แข่งขันผู้ชมก็จะตามไปชมอยู่เสมอ

4.2 ร่วมแข่งขันกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้สถานที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา ป่าไม้ จากลักษณะดังกล่าวประเทศที่มีทัศนียภาพ หรือภูมิประเทศที่หลากหลายจะได้รับความสนใจมาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจการประชุมและสัมมนาการท่องเที่ยวลักษณะนี้ไม่น่าจัดเป็นการท่องเที่ยว เพราะวัตถุประสงค์หลักไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ดังนั้นปัจจัยที่จะดึงดูด คือ สถานที่ที่น่าสนใจ สถานที่พักผ่อน การคมนาคมสะดวก ในปัจจุบันการท่องเที่ยวลักษณะนี้จะมีมากขึ้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาจากการที่บุคคลไปศึกษาดูงานทำวิจัยหรือโครงการแลกเปลี่ยน อาจารย์ นักศึกษา ระหว่างสถาบันการศึกษา บุคคลเหล่านี้ก็จะต้องหาเวลาและโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อนเช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจประชุมและสัมมนา

### 2.1.3 ประเภททรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว

ภาควิชาภูมิสถาปัตย์กรมคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้ในคู่มือพัฒนาภูมิทัศน์เมืองเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้ (ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ, 2550)

1. ประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวังสิ่งก่อสร้างและอาคารที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์
2. ประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด อุโบสถ เจดีย์ เป็นต้น
3. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายทะเล ป่าไม้ น้ำตก เป็นต้น
4. ประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น
5. ประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงละครและการแสดงย่านกิจกรรมกลางคืน เป็นต้น
6. ประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรมอาจเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กทำเครื่องเงินเครื่องจักรสาน เป็นต้น
7. ประเภทอื่น ๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก เป็นต้น

### 2.1.4 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2535) กล่าวถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลากหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าคือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุนซึ่งเป็นผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อมกับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีก ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงินของต่างประเทศรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายนความเสียบริียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เช่น เปลือกหอย หินสวย ๆ ตามชายหาด ไม้ไผ่ เป็นต้น ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นนำมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นการนำเอาวัสดุที่เคยเห็นว่าปราศจากคุณค่าทำให้เกิดประโยชน์และเพิ่มรายได้ ซึ่งแม้จะเป็นรายได้เล็กน้อย

แต่เมื่อรวมกันเข้าก็เป็นรายได้สำคัญอย่างหนึ่งเช่นกัน อาจสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมืองมีดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้สินค้าอื่น ๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงิน ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 2,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเพียงประมาณ 7,028 ล้านบาท ส่วนที่เกินคุณนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่น ได้เป็นอย่างมาก

3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวางสร้างงาน สร้างอาชีพมากมายและเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวเช่นการผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านหรือการผลิตอาหารเพื่อนำไปจำหน่ายตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มเติมได้เป็นอย่างดีหรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจเป็นผู้นำเที่ยวด้วย

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการต้องใช้คนทำหน้าที่บริการโดยเฉพาะธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม กภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวสังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบ ประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นมรดกตกทอดที่ควรแก่การนำออกเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พื้นที่จะสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น เช่น โรงแรม กภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีผู้ลงทุนในหลายลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

7. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีมาตรการช่วยเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงในพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่ามี

ความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ฉะนั้นแหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปแหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

8. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี ด้วยการเข้าใจซึ่งกันและกันเมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันโดยการเดินทางไปมาหาสู่กันผล ก็คือ ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคง

### 2.1.5 ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ ตามที่ ฌองส์รีพิมลสมพงษ์ (2531) กล่าวว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. เงินหรือค่าใช้จ่ายซึ่งเป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นจะต้องมีเงินหรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการ สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2. เวลาเป็นสิ่งที่มีความหมายสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันบางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียนหรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตการทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไปปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงิน มีเวลาคงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไปนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกันทั้งนี้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

### 2.1.6 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แมคอินทอช และ โกดต์เนอร์ (Mcintosh & Goeldner, 1986 อ้างถึงใน ชาติชายเทพแบ่ง, 2538) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) ที่สำคัญดังนี้ คือ

1. สิ่งจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) ได้แก่ สิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนร่างกายและจิตใจ



2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะรู้จักผู้อื่น เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ ศาสนาและนาฏศิลป์

3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากจะรู้จักผู้อื่น ได้พบปะกับคนใหม่ ๆ

4. สิ่งจูงใจด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation) ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเองและแสดงความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทาธุรกิจ การประชุม การศึกษา

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

### 2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ผู้วิจัยได้ค้น พบว่า ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังต่อไปนี้

คำว่า ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction มีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปริญ ลักมิตานนท์สุภร (2541) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึงความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนอง เมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการและคาดหวังความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคลซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันอาจ เนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษาทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

พิณ ทองพูน (2556) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก รัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับผลตอบแทนความต้องการทั้งทางด้านวัตถุและจิตใจ

ชรีณี เดชจินดา (2556) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ หรือพอใจต่อสิ่งใดหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคเกิดการรู้จัก การยอมรับเกิดความพึงพอใจ หลังจากนั้นผู้บริโภคจะออกไปแสวงหาและสัมผัสกับตัดสินใจตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ และสรุปออกมาเป็นทัศนคติหลังจากที่ใช้แล้ว ซึ่งแบ่งได้ 2 แบบคือ ทางลบ หมายถึง ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ กับทางบวก หมายถึง ผู้บริโภคเกิดความพอใจ

กฤษณา รัตนพฤษย์ (2556) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ (Quality) และความพอใจ (Satisfaction) ว่าทั้งสองคำนี้อาจใช้แทนกันได้ในความหมายทั่วไปแต่ในทางการตลาดแล้วมีความแตกต่างกันความพอใจโดยทั่วไปแล้วเป็นแนวคิดที่กว้างกว่า ในขณะที่คุณภาพของบริการเน้นเฉพาะด้านบริการ คือ เป็นการประเมินการรับรู้ของลูกค้าในมิติเฉพาะด้านของการบริการ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (Reliability) การตอบสนองลูกค้าทันที (Responsiveness) การทำให้ลูกค้ามั่นใจ (Assurance) การเข้าใจลูกค้า (Empathy) และการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) ในขณะที่ความพอใจของลูกค้าอาจจะได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ในคุณภาพของบริการการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ราคาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า (อารมณ์ความชอบ) และปัจจัยด้านสถานการณ์ (ดิน ฟ้า อากาศ) ดังนั้นการรับรู้ในคุณภาพของบริการจึงเป็นส่วนหนึ่งของความพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้ใช้บริการขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของสินค้าหรือสิ่งเสนอขายโดยปกติความพอใจคือความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังอันเกิดจากการเปรียบเทียบผลหรือการบริการกับความคาดหวังจะเห็นได้ว่าจุดสำคัญ คือ การปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตอบสนองกับความคาดหวัง ถ้าการบริการไม่ถึงความคาดหวังของลูกค้าลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าการบริการเท่ากับความคาดหวังของลูกค้าลูกค้าก็จะพอใจ ถ้าการบริการสูงเกินความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามลูกค้าในปัจจุบันเอาใจยากขึ้น ลูกค้ามีความจงรักภักดีในตราสินค้าและบริการน้อยลงพร้อมเสมอในการเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นหากมีสิ่งล่อใจที่เหมาะสม การสร้างความพอใจให้เกิดประจำและพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดียิ่งไปกว่านั้นสิ่งแวดลอมอื่น ๆ เช่น อากาศ แสงสว่าง แก้ว ใต้อสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพอใจของลูกค้าอย่างมาก

สุริษา คำรงค์ศรี (2554) สรุปความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกความประทับใจการมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ๆ ก็จะแสดงออกมาทางพฤติกรรม

### 2.2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

จิราภา ธรรมรักษา (2557) ได้สรุปไว้ว่า ความหมายและองค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้บริโภค อันประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 เป็นคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ประการที่ 2 เป็นคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับ และประการที่ 3 เป็นความคาดหวังของผู้บริโภค

ปิยาวรรณ ดิศรพงศ์ (2553) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการนำเสนอคุณค่าทางการตลาดและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับรูปแบบของสินค้าที่นำเสนอออกมาและเชื่อมโยงไปถึงความหวังของลูกค้า โดยลูกค้าแต่ละรายอาจจะมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันโดยถ้ารูปแบบที่นำเสนอสินค้าที่มีความคาดหวังที่ต่ำลูกค้าจะไม่พึงพอใจ แต่ถ้าเพิ่มความคาดหวังเข้าไปลูกค้าจะพึงพอใจ



เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามความคาดหวังยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์การซื้อในอดีตของลูกค้า ความคิดเห็นของเพื่อนและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลของนักการตลาดและคู่แข่งที่น่าเสนอหรือสัญญาไว้ นักการตลาดจะต้องระมัดระวังในเรื่องระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

ปราณี กุเจริญไพศาล (2542) กล่าวว่า ธุรกิจไม่ควรตั้งเป้าหมายที่ความพึงพอใจของลูกค้า เพราะลูกค้าแต่ละคนคาดหวังว่าธุรกิจมีหน้าที่ที่จะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจหากความพอใจเกิดจากการที่สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังได้รับการตอบสนองเท่านั้น ลูกค้าจะไม่ชักชวนหรือบอกต่อให้คนอื่นมาซื้อสินค้าร้านนั้น ในทางตรงข้ามลูกค้าจะบอกต่อก็ต่อเมื่อเขามีความกระตือรือร้นและตื่นเต้นที่จะบอกต่อ และความกระตือรือร้นที่จะบอกต่อนั้นจะมาจากที่เขาได้รับบริการจากร้านนั้นเกินความคาดหวังและสิ่งที่เกินความคาดหวังของลูกค้านี้เรียกว่า ส่วนเพิ่มเติม (Augmentation) โดยปกติลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจจะทำการบอกต่อประสบการณ์ที่ดีของตนให้เพื่อนทราบโดยเฉลี่ย 4 คนและอย่างน้อย 4 คนนั้น จะไปที่ร้านนั้น

### 2.2.3 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการถือว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนผู้ปฏิบัติงานบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาดเพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ (ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ, 2550) ตามที่ จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) ได้อธิบายความสำคัญดังนี้

1. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการองค์การบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการดังนี้

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ลูกค้าชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณสมบัติของการบริการที่ลูกค้าต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ลูกค้าปรารถนา ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้รับบริการและสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้รับบริการคาดหวังไว้ได้จริง

1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า ก็ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่น และความเข้าใจต่อผู้อื่น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ การให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการเป็นเรื่องที่จำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้ความสำคัญกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการย่อมทำให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่องานที่ได้รับมอบหมาย และตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถอันจะนำมาซึ่งคุณภาพของการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและส่งผลให้กิจการบริการประสบความสำเร็จในที่สุด

## 2. ความสำคัญต่อผู้รับบริการสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทดังนี้

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดี เมื่อองค์การบริการตระหนักถึงความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าก็จะพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ ได้การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วยเพราะการบริการหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวก และแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการงานเป็นสิ่งที่สำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์การในอาชีพบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ค่าตอบแทนสวัสดิการ และความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อไป

ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2550) สรุปว่า ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญทั้งสองลักษณะ คือ ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการที่มีส่วนสัมพันธ์ซึ่งกันและกันที่จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญเป็นอย่างมาก และถือว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ ซึ่งองค์การบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจต่อการบริการ 2 ลักษณะคือความสำคัญต่อผู้ให้บริการและความสำคัญต่อผู้รับบริการ โดยความพึงพอใจของผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเพราะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการและเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานส่วนความสำคัญต่อผู้รับบริการคือความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีและช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ

#### 2.2.4 การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้ (วิมล เจียมถ้อย, 2550)

1. การใช้แบบสอบถามโดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนมาเป็นแบบแผนเดียวกันมักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติรูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตรส่วนแบบลิเคิร์ต ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง มาก ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง ระดับ 2 หมายถึง น้อย ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

2. การสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุยโดยมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3. การสังเกตเป็นวิธีวัดความพึงพอใจโดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจากริยาท่าทางวิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผนวิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่และยังเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบันกล่าวโดยสรุปจากการศึกษาการวัดความพึงพอใจนั้นการวัดความพึงพอใจเป็นการบอกถึงความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธีการสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามความคิดเห็นการใช้แบบสำรวจความรู้สึก

### 2.2.5 ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2543) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจของผู้รับบริการตามแนวคิดของนักการตลาดเป็น 2 นัยดังนี้

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก โดยได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง
2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักได้ให้ความหมายว่า ความพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่งหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าความพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

Oliver (1980) ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการณั้แสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนว่าความพึงพอใจหมายถึง ภาวะการณั้แสดงออกถึงความรู้สึกทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งจูงใจที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้าในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณั้แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

จากการศึกษาความพึงพอใจในการบริการ อาจสรุปได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลตามความรู้สึกความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกเกิดความพึงพอใจในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งที่ได้รับนั้นน้อยกว่าที่คาดหวังเอาไว้บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พอใจ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกความรู้สึกที่ดีหรือความประทับใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และสามารถแสดงออกมาได้ทางพฤติกรรม ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละบุคคล

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

### 2.3.1 ความหมายของการบริการ

Kotler (1988) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

Lehtinen (1983) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหนึ่งหรือชุดกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์กับบุคคลหรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

Gronroos (1998) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อยจับต้องไม่ได้ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้าหรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลาปัญหาของลูกค้า

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (2553) กล่าวว่า การบริการหมายถึงการกระทำหรือกิจกรรม ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง (ผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ) แต่ไม่ใช่การผลิตสินค้าที่จับต้องได้โดยตรงการบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณ์หรือตัวตนจึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ การผลิตและส่งมอบบริการอาจผูกติดหรือไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2549) หมายถึง การกระทำพฤติกรรมหรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งโดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องแต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำพฤติกรรมหรือปฏิบัติการซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการเสนอให้ผู้รับบริการด้วยความเต็มใจเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

### 2.3.2 ความสำคัญของการบริการ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (2553) กล่าวว่า การบริการมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้วหรือประเทศอุตสาหกรรม นอกจากนั้นอุตสาหกรรมบริการเป็นแหล่งสร้างงานส่วนใหญ่ของประชาชน โดยเฉพาะจากธุรกิจการเดินทางและการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คนจึงทำให้เกิดการจ้างงานในภาคบริการจำนวนมาก

ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อุษง (2549) กล่าวว่าความสำคัญของการบริการมีดังนี้

1. การบริการกับผู้บริโภค การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคอย่างยิ่ง เนื่องจากการบริการล้วนแต่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนอยู่เสมอ นอกจากนี้การบริการยังมีส่วนช่วยให้การดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมีความสะดวกสบายมากขึ้นอีกด้วย



2. การบริการในระบบเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันภาคบริการกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญมากที่สุด ในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำของโลกในฐานะที่เป็นแหล่งที่มาของรายได้และการจ้างงานที่สำคัญที่สุดแทนที่ภาคอุตสาหกรรมที่เคยมีความสำคัญมาก่อนในอดีต

3. การขยายตัวอย่างรวดเร็วของการบริการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันที่สำคัญหลายประการ เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมาย

### 2.3.3 ประเภทของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปริญ ลักขิตานนท์สุกร (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ (Service) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้าธุรกิจบริการสามารถจัดแบ่งได้ 4 ประเภท คือ

1. ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้าและนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ เป็นต้น
2. ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้แก่ผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร บริการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
3. เป็นการบริการและสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร
4. เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้านั้นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเช่น สถาบันลดน้ำหนัก สถาบันนวดแผนโบราณ ร้านทำฟัน จิตแพทย์และธนาคาร เป็นต้น

### 2.3.4 คุณภาพของการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2550) กล่าวว่าคุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจและความจงรักภักดี

### 2.3.5 การบริการภาษาจีน

ภาษาในการเจรจาธุรกิจของถนนข้าวสารในกรุงเทพมหานครเป็นภาษาไทยแม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะมีการพัฒนามากและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากเดินทางมายังประเทศไทย แต่ผู้บริโภคลึกในถนนข้าวสารในกรุงเทพมหานครยังคงเป็นคนไทยในท้องถิ่นมีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นและห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครก็เริ่มให้บริการภาษาจีนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงทำให้ภาษาจีนกลายเป็นภาษาต่างประเทศเชิงพาณิชย์อีกหนึ่งภาษา

เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางท่องเที่ยวและช้อปปิ้งในประเทศไทยผู้ค้าบางรายเริ่มใช้ภาษาจีนเพื่ออำนวยความสะดวกในการขายของให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนพ่อค้าเหล่านี้จะจ้างพนักงานที่พูดภาษาจีนเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาซื้อของและยังมีร้านค้าบางแห่งที่ให้พนักงานเรียนรู้ภาษาจีนเพื่อให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้โดยตรงร้านค้าบางแห่งยังมีป้ายภาษาจีนให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถเข้าใจสินค้าที่ขายในร้านค้าและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนในการซื้อสินค้า

การบริการ โดยภาษาจีนใช้ในถนนข้าวสารมี 2 ประเภท

1. การใช้ภาษาจีนระหว่างร้านค้าและนักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปีเมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนจำเป็นต้องทราบรายละเอียดบางอย่างของสินค้า เช่น คุณภาพ วัสดุ วิธีการใช้ เป็นต้น เนื่องจากผู้ค้าพูดภาษาจีนไม่ได้ ปัญหาเหล่านี้ทำให้ไม่ได้อธิบายอย่างชัดเจนและบางครั้งนำไปสู่การเลิกช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยว ดังนั้นร้านค้าในถนนข้าวสารต้องใช้ภาษาจีนเชิงพาณิชย์เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน

2. การใช้ป้ายภาษาจีนในร้านค้าถนนข้าวสารเมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเลือกผลิตภัณฑ์พนักงานบางคนไม่สามารถใช้ภาษาจีนเพื่อพูดคุยกับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้แต่สามารถใช้ป้ายภาษาจีนเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงประสิทธิภาพ ราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

### 2.3.6 องค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ

ในการวัดคุณภาพของการให้บริการลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพในการบริการ 5 ข้อดังนี้

1. สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ (Tangible) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถสวน ห้องน้ำ การตกแต่งป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งการแต่งกายของพนักงาน สิ่งเหล่านี้นอกจากจะสวยงามและสะอาดแล้ว การใช้งานยังเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง เช่น ลิฟต์กับลิบปีจะต้องไม่ไกลกันจนเกินไป

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาหรือควรที่จะเป็นได้อย่างถูกต้อง และได้ตรงวัตถุประสงค์ของการบริการนั้นภายในเวลาที่เหมาะสม

3. ความรวดเร็ว (Responsiveness) ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการอย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวมทั้งต้องมีความถูกต้องเห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้ความช่วยเหลือสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่าง ไม่ละเลยความรวดเร็วต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การรับประกัน (Assurance) เป็นการรับประกันว่าพนักงานที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และมีความสุภาพ จริยธรรมในการให้บริการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าจะได้รับการบริการที่เป็นไปตามมาตรฐานและปลอดภัยไร้กังวล

5. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่อย่างตักตวงใจ เนื่องจากเข้าใจปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าที่ต้องได้รับการตอบสนองเน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างเป็นรายบุคคลตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันมีการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าอย่างถ่องแท้

## 2.4 ข้อมูลทั่วไปของถนนข้าวสาร

### 2.4.1 ประวัติ

ถนนข้าวสารเป็นถนนที่สร้างขึ้นใน พ.ศ. 2435 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยกรมโยธาธิการได้กราบบังคมทูลให้ตัดถนนตรอกข้าวสารเริ่มตั้งแต่ถนนหน้าวัดชนะสงคราม (ซึ่งได้นำมาว่าถนนชนะสงคราม) ตัดมาทางตะวันออกตามตรอกข้าวสารแล้วสร้างสะพานข้ามคลองมาบรรจบกับถนนเพ็ญนครตอนหน้าสวนหลวงตึกดินพระราชทานนามถนนตามเดิมว่า "ถนนข้าวสาร"

ถนนข้าวสารเดิมเป็นย่านเก่าตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นตรอกที่ขายข้าวสารเป็นแหล่งค้าขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดของเขตพระนครซึ่งข้าวสารจำนวนมากจะถูกขนส่งมาจากฉางข้าวหลวงสะพานช้างโรงสีริมคลองคูเมืองเดิมหรือปัจจุบันก็คือคลองหลอดเลียบมาตามแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้นที่ทำเรือบางลำเพื่อนำข้าวมาขายให้แก่ชาวบ้านในชุมชนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ก็ยังจำหน่ายถ่านเพื่อใช้ประกอบอาหารของชำโดยถักออกไป 1 ถนนจะเป็นคลองที่เชื่อมต่อมาจากแม่น้ำเจ้าพระยามีการค้าขายข้าวสารมากมายจึงเรียกว่า ตรอกข้าวสาร (เพราะขนาดเล็ก) ต่อมาจึงเปลี่ยนเป็นถนนข้าวสารหลังจากนั้นก็เริ่มเกิดชุมชนขึ้น และขยับขยายต่อไปต่อมาเริ่มมีร้านขายของมากขึ้น เช่น ร้านขายของเล่น อย่างลูกข่าง ร้านขายถ้วยเตี๋ยวเรือ ต่อมาความเป็นอยู่ของชุมชนแห่งนั้นเริ่มเปลี่ยนไป เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาในช่วงปี พ.ศ. 2525 ซึ่งเป็นปีแห่งการเฉลิมฉลองกรุงเทพมหานคร ครบรอบ 200 ปี ได้เข้ามาเช่าห้องพักอาศัยเพื่อเที่ยวชมเมืองหลวงของไทยในช่วงเทศกาลสำคัญนี้และเริ่มมีฝรั่งเข้ามาถ่ายภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด โดยมีทีมงานกองถ่ายมาอยู่กันจำนวนมากที่มาเช่าที่เช่าเกสเฮาส์ ซึ่งตอนนั้นยังไม่มี ก็ต้องเช่าจากบ้านที่อยู่แถวนั้น ซึ่งใช้แบ่งเช่าจึงเป็นที่มาของเกสต์เฮาส์ของชาวต่างชาติเริ่มมีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2528-2529 ระยะเวลาหลังเริ่มมีคนเข้ามาเรื่อย ๆ จนกลายเป็นศูนย์รวมของพวกแบ็คแพ็คเกอร์ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยจนเป็นที่โด่งดังใน



ที่สุดก่อนที่จะมาปรับเปลี่ยนรูปแบบอีกทีในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมากลายเป็นย่านบันเทิงยามราตรีที่สำคัญของกรุงเทพฯ (วิกิพีเดีย: ม.ป.ป.)

ถนนข้าวสารถือเป็นถนนที่ได้รับความนิยมในการเล่นน้ำในวันสงกรานต์ที่ คลาดล้าไปด้วยนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วทุกมุม โลกการเล่นสงกรานต์บนถนนข้าวสารเริ่มเมื่อประมาณ พ.ศ.2533 เนื่องจากที่ถนนข้าวสารนี้เป็นแหล่งที่พักอาศัยชั่วคราวหรือที่เรียกว่าเกสต์เฮ้าส์ ดังนั้นประเพณีการเล่นน้ำสงกรานต์ของคนไทยจึงถูกใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาพักในถนนข้าวสารเป็นอย่างมาก โดยการเล่นสงกรานต์บนถนนข้าวสารในช่วงแรก ๆ ก็เป็นแต่เพียงเล่นสาดน้ำกันธรรมดาเท่านั้น แต่เทศกาลสงกรานต์นี้มาโด่งดังในช่วง พ.ศ.2542-2543 โดยนอกจากการเล่นสาดน้ำเป็นปกติแล้วยังมีทั้งการจัดกิจกรรมมีเวทีการแสดงมีสปอนเซอร์เข้ามาสนับสนุนจากแต่ก่อนที่คนเล่นต้องเตรียมน้ำเตรียมแป้งมาเล่นกันเองและมีน้ำเตรียมไว้ให้เล่นตามจุดต่าง ๆ ด้วย

อเล็กซ์ การ์แลนด์ (Alex Garland) เจ้าของบทประพันธ์เรื่อง The Beach เคยให้คำนิยามถนนสายนี้ในรายการวิทยุ BBC-Radio1 ไว้ที่น่าสนใจว่า "จะมีที่ไหนหนอที่มีคนสารพัดชาติมารวมตัวกัน ที่นี้ที่ถนนข้าวสาร ถนนที่เพียบไปด้วยเรื่องเหลือเชื่อ เพราะที่นี่คุณจะสามารถหาเบสิคจากวงดั่งวงไหนก็ได้ในโลก มีที่พักราคาถูก" สำหรับเกสต์เฮ้าส์ที่มีชื่อเสียงมาช้านานและเป็นที่ยู๊จกของนักท่องเที่ยวประเภทแบกเป้ต่างประเทศเป็นอย่างดีจะมีอยู่ไม่กี่แห่ง ได้แก่ TOP GUEST HOUSE ที่ตั้งอยู่ข้างตรอกสวรรค์ และ BONNY GUEST HOUSE ซึ่งเป็นเกสต์เฮ้าส์แห่งแรกของถนนข้าวสารที่ได้รับความนิยมมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 เป็นที่ยู๊จกของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เคียดราคาเช่าห้องค้างคืนตามเกสต์เฮ้าส์ต่าง ๆ จะถูกมาก ถูกกว่าไปพักตามโรงแรมหรู ๆ ก็ราคาเช่าห้องเริ่มตั้งแต่ 100บาท ไปจนถึง 500-600 บาทต่อวัน แต่ก็จะอยู่กันเป็นเดือน ๆ แต่คิดค่าเช่าเป็นรายวันราคาที่ว่านี้ขึ้นอยู่กับสภาพของแต่ละสถานที่ที่เปิดให้บริการ อย่างไรก็ดีในปัจจุบันมีโรงแรมขนาดกลางมาเปิดเพิ่มมากขึ้น เช่น Buddy Boutique Hotel ซึ่งค่าห้องจะมีราคาสูงกว่าเกสต์เฮ้าส์ทั่วไปอยู่ในระดับหลักสองพันบาทขึ้นไป

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

น้ำฝน จันทรนวล (2555)ได้ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนไว้ 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในระดับมาก และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ รายได้ ค่าใช้จ่าย อายุ อาชีพ และแหล่งท่องเที่ยว ที่แตกต่างกันมีผลต่อการ

ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ในส่วนของพฤติกรรมและประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกเลือกเดินทางมากับบริษัททัวร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นิยมมากที่สุดคือ ทะเลทางภาคใต้

เลิศพร ภาระสกุล (2558) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยได้สรุปปัจจัยที่ทำให้ชาวจีนเลือกมาประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดด้านราคา และปัจจัยดึงดูดด้านแหล่งบันเทิง และแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดันให้ชาวจีนมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ แรงจูงใจความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิตและเกียรติภูมิ แรงจูงใจความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม แรงจูงใจความต้องการทางอารมณ์ แรงจูงใจต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ และแรงจูงใจต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว

สุทธิดี ชิดชอบ (2548) ศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด ในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านที่พัก และด้านการบริการ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ยกเว้นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวภายในเกาะที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก ส่วนการประชาสัมพันธ์การให้บริการด้านที่พักและการให้บริการทั่วไปมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ แนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กิ่งอำเภอเกาะช้างมีชื่อเสียงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย การเพิ่มถังขยะ ที่จอดรถสาธารณะ ขยายเส้นทางให้กว้างขึ้น ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว และข้อมูลทันสมัยครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว และไฟฟ้าสาธารณะ ด้านการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรักษาความสะอาดราคาห้องพักเพิ่มการให้บริการด้านคมนาคม ความปลอดภัยและพัฒนาจุดชมวิวกิ่งอำเภอให้มากขึ้น

จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมะณี สมรัก (2550) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับสินค้าของที่ระลึกโรงแรม ที่พักสถานที่ท่องเที่ยวภัตตาคาร ร้านอาหาร ในขณะที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านบริษัทนำเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของอุทยานแห่งชาติทางทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านในระดับปานกลาง ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งที่

สัมพัทธ์ได้ 2) ด้านความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการตอบสนอง 4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ และ 5) ด้านการเอาใจใส่

Li and Song (2011) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสวนสนุก ประเทศจีน โดยการใช้เครื่องมือ SERVQUAL ในการค้นหาจุดอ่อนวัดโดยใช้ 7 ตัวแปรของ คุณภาพการบริการโดยนำเอาการประเมินผลจากนักท่องเที่ยวผลการวิเคราะห์โดยใช้ T-test พบว่า นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจทั้ง 7 ตัวแปร ความชัดเจน ความน่าเชื่อถือ การรับประกัน ความรับผิดชอบ การเอาใจใส่ ราคา และคุณค่าที่ได้รับ ที่ไม่พอใจมากที่สุด คือ ราคาและคุณค่าที่ได้รับการประเมิน ครั้งนี้มีการแนะนำควรมีสมรรถภาพและความพยายามมากขึ้นในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ และการสร้างความประทับใจต่อลูกค้า

ศิริวรรณ คำนวนสินธุ์ (2548) วิจัยเรื่องการศึกษาความพอใจของผู้ใช้บริการเรือโดยสารคลองแสนแสบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 100 รายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 74 คน และเพศชาย 26 คน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-29 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน บริษัทเอกชนมีรายได้ 5,001-10,000 บาท การใช้บริการเรือโดยสารคลองแสนแสบผู้ให้บริการเรือโดยสารส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะอาดและความรวดเร็วในการใช้บริการเรือโดยสารมากที่สุด ซึ่งในการใช้บริการเรือโดยสารนั้นเรือโดยสารจะต้องมีความหนาแน่นไม่มากเกินไปซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไม่สบายในการใช้บริการส่วนในด้านความปลอดภัย ความสบาย ความแน่นอนเชื่อถือได้และความสุภาพของพนักงานนั้น ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอย่างมากเช่นกัน จากการทดสอบความสัมพันธ์การใช้เรือโดยสารคลองแสนแสบขึ้นอยู่กับอาชีพ และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชนใช้บริการเรือโดยสาร คลองแสนแสบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56 และส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 40

ต่อตระกูล สำรองกิจ (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัด นนทบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 15 ปี ไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพหลัก คือ พนักงาน บริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่า มีวัตถุประสงค์มาเพื่อชมทัศนียภาพรอบเกาะ ช่วงเวลา คือ วันหยุดเสาร์ อาทิตย์ มีค่าใช้จ่ายในแต่ละ ครั้งต่ำกว่า 500 บาท ส่วนใหญ่รูปแบบเดินทางมากับเพื่อนและมีแนวโน้มจะกลับมาท่องเที่ยวอีก และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหลักและรายได้ มีความสัมพันธ์กันกับวัตถุประสงค์และค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

นันทิตา เพชรภรณ์ (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพหลักรับราชการ รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ พบว่าในการเดินทางจะใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง สถานที่ที่ต้องการไปเที่ยวมากที่สุด คือ เกาะพีพี และที่พักเลือกพักโรงแรม บังกะโล เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท ระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 2-3 วัน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอยู่ในช่วง 3,000 - 7,000 บาท ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพหลัก แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน และผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวพบว่าการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและสถานที่ที่ต้องการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวด้านการอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

ชลิตา ขาหาญ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ อาชีพการศึกษา ระยะเวลาท่องเที่ยว จุดประสงค์ในการเดินทาง และประเภทผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายสำหรับค่าบริการนำเที่ยว และการจองมากที่สุดเฉลี่ย 1,850 บาทต่อคนต่อวัน ค่าบริการที่พักเฉลี่ย 1,126 บาทต่อคนต่อคืน นอกจากนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในแต่ละสาขาทั้ง 12 สาขา พบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายใน 4 สาขา ได้แก่ ค่าบริการที่พักค่าอาหารและเครื่องดื่มค่าบริการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการและเที่ยวกลางคืน ค่าบริการท่องเที่ยวลักษณะอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อัจฉรา สมบัตินนทนา (2555) ได้ทำการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนจะเดินทางมากับบริษัททัวร์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมาพักผ่อนและช้อปปิ้งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อคนต่อครั้งจำนวน 4,0016,000หยวนนิยมซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทจิวเวลรี่ โดยมาท่องเที่ยวครั้งละ 5-6 วัน และนิยมมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดตามเทศกาลช่วงระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม ซึ่งได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ปัจจัยในด้านลักษณะที่พักแหล่งท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียด ขั้นตอนการดำเนินวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประเภทของงานวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจเก็บข้อมูล แจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน กรกฎาคม 2562 ถึงเดือน สิงหาคม 2562

#### 3.2 กลุ่มประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่ได้ศึกษาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร

##### 3.2.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและจำนวนประชากร

ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรขนาดตัวอย่าง ไม่ทราบจำนวนประชากร

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{e^2}$$

โดย  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง  
 $z$  = ค่ามาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้  
 $p$  = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยทำการสุ่มเลือก  
 $e$  = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้  
 ในที่นี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้  $Z_{0.975} = 1.96$   
 ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่จะเกิดขึ้นได้ 5% หรือ  $e = 0.05$   
 เมื่อไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม ( $p$ ) ได้ใช้ค่า  $p$  ที่ทำให้  $pq$  มี  
 ค่าสูงสุดคือ 0.5  
 เพราะฉะนั้นจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

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

$$N = 385$$

ดังนั้น จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และ  
 เพิ่มสำรองตัวอย่างอีก 4% หรือเท่ากับ 15 ตัวอย่าง ทั้งหมดรวมเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการทำงานวิจัย คือ แบบสอบถาม  
 (Questionnaire) โดยมีการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็น  
 แบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีคำตอบ  
 หลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียง  
 คำตอบเดียว ประกอบด้วย

เพศ ใช้การวัดผลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)

อายุ ใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)



ระดับการศึกษา ใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

อาชีพ ใช้การวัดผลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวัดผลแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยว ถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) มีคำถามทั้งหมด จำนวน 5 ข้อ ซึ่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว ประกอบด้วย

ผู้ร่วมเดินทาง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดมากที่สุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ใช้เวลาในการท่องเที่ยว เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลส่วนนี้มี ด้าน จำนวนทั้งหมด 4 ด้าน จำนวน 27 ข้อ ประกอบด้วย

1. ด้านการรักษาความปลอดภัย
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
3. ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
4. ด้านการให้บริการ

โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรอันตรภาค (Interval Scale) แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงค่าคะแนนดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

มีเกณฑ์การให้คะแนน โดยกำหนดความสำคัญของความพึงพอใจ โดยจัดชั้นของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{(\text{ช่วงชั้น}) \text{ จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

ซึ่งได้นำมากำหนดเป็นเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.79 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ข้อมูลส่วนนี้จะใช้มาตรวัดระดับบัญญัติ (Nominal Scale)

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ทำการวิจัยจะนำแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และ วัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดลองจริงจำนวน 30 ชุด เพื่อพิจารณาว่าแบบสอบถามได้สื่อสารกับผู้ตอบแบบสอบถามตรงตามวัตถุประสงค์ ทั้งในด้านภาษาและรูปแบบของแบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมเพื่อเครื่องมือจะได้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง ส่วนการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ใช้ค่า Alpha ตามวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ระดับ ไม่เกิน 1 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้

### 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ที่ถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการดำเนินการ 2 วิธี ได้แก่



3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลในการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากหนังสือ ผลงานวิจัยเอกสาร และวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และระบบสืบค้นจากวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้คือ

#### 3.6.1 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ในตอนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาและตอนที่ 2 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่ท่องเที่ยว (ไม่รวมครั้งนี้) ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งใดมากที่สุด ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยว ใช้เวลาในการท่องเที่ยว โดยได้ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

#### 3.6.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1) การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร (T-Test) โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในด้านต่างๆของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ โดยจะเป็นการวิเคราะห์ว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามนั้นจะแตกต่างกันในทุกกลุ่มของตัวแปรอิสระหรือไม่

2) การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (One Way ANOVA) (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544) แบบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาโดยใช้ค่า F-Test ในการทดสอบ ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของทุกกลุ่มแตกต่างกันหรือไม่

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับตัวแปรที่สนใจของกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.1 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	162	40.5
	หญิง	238	59.5
	รวม	400	100
อายุ	20 – 30 ปี	30	7.5
	31 – 40 ปี	200	50.0
	41 - 50 ปี	116	29.0
	51 – 60 ปี	22	5.5
	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	32	8.0
	รวม	400	100

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	จำนวน	ร้อยละ	
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	11.0
	ปริญญาตรี	268	67.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	88	22.0
	รวม	400	100
อาชีพ	นักศึกษา	75	18.8
	ข้าราชการ	81	20.3
	ประกอบธุรกิจ	90	22.5
	ส่วนตัว		
	รับจ้างอิสระ	154	38.5
	อื่น ๆ	0	0.0
	รวม	400	100
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ไม่เกิน 15,000 บาท	40	10.0
	15,001-25,000 บาท	76	19.0
	25,001-35,000 บาท	85	21.3
	35,001 – 45,000 บาท	117	29.3
	มากกว่า 45,001 บาท		
	ขึ้นไป	82	20.5
	รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

- ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิง จำนวน 238 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 59.5 และเพศชายมีจำนวน 162 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.5
- ด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 200 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 116 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.0 ต่อมา มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.0 ต่อมา มีอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 30 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.5 และน้อยที่สุดมีอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 22 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.5

- ด้านการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 268 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาเป็นการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 88 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุดมีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 44 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.0
- ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพรับจ้างอิสระมากที่สุด จำนวน 154 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 90 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.5 ต่อมาประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน 81 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.3 และน้อยที่สุดประกอบอาชีพนักศึกษา จำนวน 75 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.8
- ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้มากที่สุดที่ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 117 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมามีรายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 85 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.3 ต่อมา มีรายได้มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 82 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.5 ต่อมา มีรายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 76 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.0 และน้อยที่สุดมีไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 40 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.0

#### 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับผู้ร่วมเดินทาง จำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง) แหล่งข้อมูลข่าวสาร ค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

ตารางที่ 4.2 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของจำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	11.3
	พ่อ แม่ พี่ น้อง	38.3
	ญาติ	30.8
	เพื่อน	15.8
	บุคคลรู้จักทั่วไป	4.0
	อื่น ๆ	0.0
	รวม	400
จำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง)	1 ครั้งต่อปี	29.3
	2 ครั้งต่อปี	31.0
	3 ครั้งต่อปี	22.0
	มากกว่า 3 ครั้งต่อปี	17.8
	รวม	400
แหล่งข้อมูลข่าวสาร	สื่ออินเทอร์เน็ต	64.3
	สื่อโทรทัศน์	31.5
	สื่อวิทยุ	3.0
	ป้ายโฆษณาตามแหล่งต่าง ๆ	0.3
	สื่ออื่น ๆ	1.0
	วารสารท่องเที่ยว	4
	รวม	400
ค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง)	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท	8.8
	1,001 – 3,000 บาท	29.3
	3,001 – 5,000 บาท	38.8
	มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป	23.3
	รวม	400

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง	32	8.0
ใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง		
1 – 3 ชั่วโมง	47	11.8
4 – 6 ชั่วโมง	159	39.8
มากกว่า 6 ชั่วโมง	162	40.5
รวม	400	100

จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

- ด้านผู้ร่วมเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครกับพ่อ แม่ พี่ น้อง มากที่สุดที่ จำนวน 153 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับญาติ จำนวน 123 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30.8 ต่อมาเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 63 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.8 เดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 45 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.3 และน้อยที่สุดเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบุคคลรู้จักทั่วไป จำนวน 16 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.0

- ด้านจำนวนครั้ง (ที่เคยเดินทาง) ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร 2 ครั้งต่อปี มากที่สุด จำนวน 124 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร 1 ครั้งต่อปี จำนวน 117 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.3 ต่อมาเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร 3 ครั้งต่อปี จำนวน 88 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.0 และน้อยที่สุดเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร มากกว่า 3 ครั้งต่อปี จำนวน 71 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.8

- ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด จำนวน 257 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาสื่อโทรทัศน์ จำนวน 126 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.5 ต่อมาสื่อวิทยุ จำนวน 12 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.0 สื่ออื่น ๆ ได้แก่ วารสารท่องเที่ยว จำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.0 และน้อยที่สุดป้ายโฆษณาตามแหล่งต่าง ๆ จำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.3

- ด้านค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) ในการเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ที่ 3,001 – 5,000 บาท มากที่สุด จำนวน 155 คน

หรือคิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมามีค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) อยู่ที่ 1,001 – 3,000 บาท จำนวน 117 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.3 ต่อมาค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) อยู่ที่มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป จำนวน 93 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด มีค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) อยู่ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท จำนวน 35 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.8

- ด้านการใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง มากกว่า 6 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 162 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง 4 – 6 ชั่วโมง จำนวน 47 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุดใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง จำนวน 32 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.0

#### 4.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.3 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการรักษาความปลอดภัย	3.76	0.51	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.85	0.48	มาก
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.90	0.51	มาก
ด้านการให้บริการ	3.62	0.43	มาก
ระดับความพึงพอใจโดยรวม	3.78	0.32	มาก

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.78 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยที่ 3.90 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยที่ 3.85 ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยที่ 3.76 และปัจจัยด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.62 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.4 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การมี รปภ. คอยรักษาความปลอดภัยตามในถนนข้าวสาร	3.96	1.07	มาก
2. การมีป้ายเตือนให้ระวังในบริเวณพื้นที่	3.35	1.10	ปานกลาง
3. สถานที่จอดรถมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก	4.18	0.79	มาก
4. การมีป้ายบอกทางออกฉุกเฉินในพื้นที่	3.26	1.02	ปานกลาง
5. การมีพยาบาลบริการในพื้นที่	4.05	0.91	มาก

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อสถานที่จอดรถมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยที่ 4.18 การมีพยาบาลบริการในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.05 การมี รปภ. คอยรักษาความปลอดภัยตามในถนนข้าวสาร มีค่าเฉลี่ยที่ 3.96 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการมีป้ายเตือนให้ระวังในบริเวณพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.35 และการมีป้ายบอกทางออกฉุกเฉินในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.26 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.5 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. การเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่หลากหลาย	3.30	1.06	ปานกลาง
2. การมีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ	4.11	0.83	มาก
3. การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.94	0.84	มาก
4. การมีศูนย์บริการภาษาจีนในบริเวณพื้นที่	4.11	0.81	มาก
5. การมีตู้ ATM และเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในเขตพื้นที่	3.82	0.98	มาก

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการมีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.11 การมีศูนย์บริการภาษาจีนในบริเวณพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.11 การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.94 รวมทั้งการมีตู้ ATM และเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในเขตพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.82 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยที่ 3.30 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.6** ค่าสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความพึง พอใจ
1. ความหลากหลายของสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม	4.23	0.83	มากที่สุด
2. ร้านอาหารมีที่นั่งเพียงพอ	3.83	0.78	มาก
3. การมีพนักงานให้บริการ ภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวชาวจีน	3.90	0.91	มาก
4. ร้านอาหารมีบริการสั่ง อาหาร-จองคิวทางออนไลน์	3.70	0.87	มาก
5. การมีร้านจำหน่ายสินค้าของ ที่ระลึกที่แสดงถึงความเป็นไทย	3.83	0.78	มาก

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความหลากหลายของสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.23 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการมีพนักงานให้บริการภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวชาวจีน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.90 ร้านอาหารมีที่นั่งเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.83 และการมีบริการสั่งอาหาร-จองคิวทางออนไลน์ของร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยที่ 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าสถิติบรรยายลักษณะของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการให้บริการของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ	3.90	0.95	มาก
2. การมีช่องทางชำระเงินหลากหลายวิธี เช่น alipay wechat	4.23	0.73	มากที่สุด
3. การให้บริการเกสต์เฮาส์ในเขตพื้นที่	3.84	0.94	มาก
4. การให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถแท็กซี่ รถสามล้อ เป็นต้น	3.37	0.88	ปานกลาง
5. ระยะเวลาการเปิด – ปิด ของร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	2.77	1.16	ปานกลาง

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจปัจจัยด้านการให้บริการต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการมีช่องทางชำระเงินหลากหลายวิธี เช่น alipay wechat มีค่าเฉลี่ยที่ 4.23 และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.90 และการให้บริการเกสต์เฮาส์ในเขตพื้นที่มีค่าเฉลี่ยที่ 3.84 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถแท็กซี่ รถสามล้อ เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยที่ 3.37 และระยะเวลาการเปิด – ปิด ของร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยที่ 2.77 ตามลำดับ

#### 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H0: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H1: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ถนนข้าวสารในเขต กรุงเทพมหานคร	เพศ				t	Sig.	แปลค่า
	ชาย		หญิง				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย	3.87	0.46	3.68	0.53	3.80	0.00*	แตกต่าง
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.86	0.46	3.84	0.50	0.32	0.74	ไม่แตกต่าง
ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	3.88	0.48	3.90	0.53	-0.37	0.70	ไม่แตกต่าง
ปัจจัยด้านการให้บริการ	3.58	0.42	3.65	0.43	-1.60	0.11	ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ \* หมายถึง ยอมรับสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ T-Test ด้วยวิธี Independent Samples T Test พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H0: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H1: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร		SS	Df	MS	f	Sig.
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.05	4	0.26	0.99	0.41
	ภายใน	104.73	395	0.26		
	รวม	105.79	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.09	4	0.27	1.14	0.33
	ภายใน	94.45	395	0.23		
	รวม	95.54	399			
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	1.09	4	0.27	1.02	0.39
	ภายใน	105.14	395	0.26		
	รวม	106.24	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.49	4	0.12	0.65	0.62
	ภายใน	74.11	395	0.18		
	รวม	74.60	399			

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ One – Way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H0: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H1: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร		SS	Df	MS	f	Sig.
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	0.15	2	0.07	0.29	0.74
	ภายใน	105.63	397	0.26		
	รวม	105.79	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.06	2	0.03	0.13	0.87
	ภายใน	95.48	397	0.24		
	รวม	95.54	399			
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	0.32	2	0.16	0.60	0.54
	ภายใน	105.91	397	0.26		
	รวม	106.24	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.14	2	0.07	0.38	0.67
	ภายใน	74.45	397	0.18		
	รวม	74.60	399			

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ One – Way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H0: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H1: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร		SS	Df	MS	f	Sig.
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	1.18	3	0.39	1.49	0.21
	ภายใน	104.60	396	0.26		
	รวม	105.79	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.08	3	0.36	1.51	0.20
	ภายใน	94.45	396	0.23		
	รวม	95.54	399			
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	1.57	3	0.52	1.98	0.11
	ภายใน	104.66	396	0.26		
	รวม	106.24	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	0.72	3	0.24	1.30	0.27
	ภายใน	73.87	396	0.18		
	รวม	74.60	399			

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ One – Way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H0: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

H1: นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร		SS	Df	MS	f	Sig.
ด้านการรักษาความปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	2.17	4	0.54	2.07	0.08
	ภายใน	103.61	395	0.26		
	รวม	105.79	399			
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.45	4	0.36	1.52	0.19
	ภายใน	94.09	395	0.23		
	รวม	95.54	399			
ด้านร้านค้า ร้านอาหารและ เครื่องดื่ม	ระหว่างกลุ่ม	1.45	4	0.36	1.36	0.24
	ภายใน	104.78	395	0.26		
	รวม	106.24	399			
ด้านการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.38	4	0.34	1.86	0.11
	ภายใน	73.21	395	0.18		
	รวม	74.60	399			

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ One – Way ANOVA พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อ ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยสามารถนำเสนอสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับจ้างอิสระ รายได้มากที่สุดอยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครกับพ่อ แม่ พี่ น้อง โดยเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร 2 ครั้งต่อปี ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) ในการเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ที่ 3,001 – 5,000 บาท และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งมากกว่า 6 ชั่วโมง

5.1.3 การศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย และปัจจัยด้านการให้บริการตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบรายย่อยของปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า

1. ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อสถานที่จอดรถมี

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก การมีพยาบาลบริการในพื้นที่ การมี รปภ. คอยรักษาความปลอดภัยตามในถนนข้าวสาร นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อ การมีป้ายเตือนให้ระวังในบริเวณพื้นที่ และการมีป้ายบอกทางออกฉุกเฉินในพื้นที่ ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการมีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ การมีศูนย์บริการภาษาจีนในบริเวณพื้นที่ การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ รวมทั้งการมีตู้ ATM และเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในเขตพื้นที่ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่หลากหลายตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อความหลากหลายของสินค้า อาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อ การมีพนักงานให้บริการภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้านอาหารที่นั่งเพียงพอ และการมีบริการสั่งอาหาร-จองคิวทางออนไลน์ของร้านอาหาร ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการให้บริการต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อการมีช่องทางชำระเงินหลากหลายวิธี เช่น alipay wechat และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ และการให้บริการเกสต์เฮาส์ในเขตพื้นที่ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถแท็กซี่ รถสามล้อ เป็นต้น และระยะเวลาการเปิด – ปิด ของร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

#### 5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน แสดงว่าปฏิเสหสมมติฐาน

4. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

## 5.5 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อ ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครกับพ่อแม่ พี่ น้อง โดยเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร 2 ครั้งต่อปี ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ค่าใช้จ่าย (ต่อครั้ง) ในการเดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ที่ 3,001 – 5,000 บาท และใช้เวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง มากกว่า 6 ชั่วโมง โดยมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย และปัจจัยด้านการให้บริการ ทั้งนี้เนื่องจาก ในปัจจุบันถนนข้าวสารกลายเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาเยือนมากที่สุดแห่งหนึ่ง เพราะบริเวณถนนข้าวสารจะมีที่พักประเภทเกสต์เฮาส์จำนวนมาก จึงสะดวกเรื่องที่พัก ในส่วนของทำเลก็ถือว่าดีมาก อยู่ใจกลางเมือง ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง อย่างวัดพระแก้ว วัดบวรฯ วัดสระเกศ วัดราชนัคคา อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ที่สำคัญยังอยู่ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง เช่น บางลำพู ท่าพระจันทร์ ถนนพระอาทิตย์ และใกล้กับสวนสันติชัยปราการอีกด้วย

นอกจากนี้ เส้นโค้งถนนข้าวสารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจก็คือ ในยามค่ำคืน ถนนข้าวสารจะเป็นศูนย์รวมของร้านอาหารนานาชาติ ทั้งที่เป็นร้านประจำและร้านที่ขายริมถนน ทำให้ชาวต่างชาติได้มีโอกาสลิ้มลองชิมรสอาหารไทยต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีร้านสำหรับนั่งฟังเพลงอีกหลายร้าน รวมถึงร้านขายสินค้านานาชาติ ร้านรับบริการต่าง ๆ ถนนข้าวสารจึงนับเป็นแหล่งสังสรรค์ที่ได้รับความนิยมมากแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพฯ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศพร ภาระสกุล (2558) ที่ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งได้สรุปปัจจัยที่ทำให้ชาวจีนเลือกมาประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก งานวิจัยของ สุรดี ชิดชอบ (2548) ที่ได้ศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ด้านการบริการในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง งานวิจัยของ จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมะณี สมรัก (2550) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับภัตตาคาร ร้านอาหาร รวมทั้งงานวิจัยของ สิริวรรณ คำนวนสินธุ์ (2548) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาคความพอใจของผู้ใช้บริการเรือโดยสารคลองแสนแสบ พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอย่างมากต่อด้านความปลอดภัย

2. การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการรักษาความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และปัจจัยด้านการให้บริการ ในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวถนนข้าวสารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถือเป็นสถานที่ต่างถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีทั้งการท่องเที่ยวในเวลากลางวันและการท่องเที่ยวในเวลากลางคืน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวในเวลากลางคืนมากกว่าเวลากลางวัน จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้หญิงมักจะต้องการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในสถานบันเทิงบนถนนข้าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิตา เพชรภรณ์ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ผลการวิจัย พบว่า เพศ ต่าง



กันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวด้านสถานที่แตกต่างกัน งานวิจัยของ เลิศพร ภาระสกุล (2558) ซึ่งได้ทำการศึกษาแรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ชาวจีนเลือกมาประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว งานวิจัยของ สุทธิ ชิดชอบ (2548) ที่ได้ศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งพบว่า การให้บริการทั่วไปมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งงานวิจัยของ จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และมะณี สมรัก (2550) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับภัตตาคาร ร้านอาหาร

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากการศึกษาข้อมูลสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นแนวทางแก่การท่องเที่ยวถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเพิ่มเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในเวลากลางคืน รวมทั้งการจัดให้มี รปภ. ในจุดที่สำคัญ เช่น ระหว่างทางเดินไปห้องสุขา ระหว่างร้านอาหารแต่ละร้าน เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ควรเพิ่มกลยุทธ์ในการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์บริการภาษาจีนในบริเวณพื้นที่ การสร้างจำนวนสุขาที่มีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ รวมทั้งการมีตู้ ATM และเคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในเขตพื้นที่ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานครอย่างเพียงพอและเหมาะสม

3. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ควรดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการให้บริการที่ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญต่อการสร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการต่าง ๆ การจ้างพนักงานที่มีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาจีนเพื่อให้การบริการด้านภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น การมีจำนวนที่นั่งที่เพียงพอในบริเวณร้านอาหาร การ

กำหนดให้มีบริการสั่งอาหาร และการรับจองคิวเพื่อใช้บริการร้านอาหารผ่านทางออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ให้บริการควรมีช่องทางชำระเงินหลากหลายวิธี เช่น alipay wechat

4. ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับที่พัก ควรมุ่งเน้นและสร้างแรงจูงใจให้พนักงานมีความเต็มใจที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ รวมทั้งการกำหนดรูปแบบการให้บริการที่พักแบบเกสต์เฮาส์ในเขตพื้นที่ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบของที่พักดังกล่าวเป็นรูปแบบการให้บริการที่ไม่ต้องใช้พื้นที่จำนวนมากในการก่อสร้างห้องพัก โดยสามารถสร้างห้องพักได้จากอาคารที่มีอยู่ในบริเวณถนนข้าวสาร และการให้บริการในรูปแบบดังกล่าวสามารถกำหนดราคาการให้บริการได้ต่ำกว่าราคาการให้บริการของโรงแรมต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการใช้บริการได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายให้นักท่องเที่ยวได้ส่วนหนึ่ง

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร หรือทำการศึกษาเพื่อการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานครกับแหล่งท่องเที่ยวแหล่งอื่นในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังสามารถทำการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวชนชาติอื่นที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานครเพิ่มเติมได้อีก เช่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรป นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน และนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มาจากประเทศอื่น เป็นต้น เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของความพึงพอใจที่ต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ในแต่ละชนชาติ





บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กฤษฎณา รัตนพุกฤษ. (2556). *ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด*. สืบค้น 21 มิถุนายน 2562, จาก [http://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2551/mba0151kj\\_ch2\\_pdf](http://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2551/mba0151kj_ch2_pdf).
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องเจตคติและความพึงพอใจในการบริการ*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิรภา ศักดิ์กิติมาลัย, และมะณี สมรัก . (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.
- จิรภา ธรรมรักษา. (2557). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หอการค้าไทย.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2531). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชรีณี เดชจินดา. (2556). *ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชลิตา ขาหาญ. (2557). *การศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2550). *ธุรกิจบริการและการกำหนดกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชาติชาย เทพแปง. (2538). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการข่าวสารการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: ศึกษากรณีการให้บริการข่าวสารการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *การวิจัยเพื่อการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ: ทิพย์พิบูลย์.
- ต่อตระกูล สำรองกิจ. (2549). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2549). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing: Concepts and Strategies)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แอคทีฟพรีน.
- นันท์ตา เพชรภรณ์. (2549). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- น้ำฝน จันทรื๋นวล. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 6(2), 53 – 60.
- นิคม จารุมณี. (2535). *การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- ปราณี คุณเจริญไพศาล. (2542). ปัจจัยการซื้อซ้ำ (*Repeat Purchase Factors*) ในฐานะตัวบ่งชี้ (*Indicator*) ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าประเภทอาหารกรณีศึกษาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.
- ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 4(1), 82 – 93.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไฟว์แอนด์โฟร์พริ้นติ้ง.
- ปิยารรณ ดิศรพงศ์. (2553). ความพึงพอใจของบุคลากรภาครัฐในกรุงเทพมหานครต่อการใช้งานระบบบริหารการเงินการคลัง ภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พะยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.
- พิณ ทองพูน. (2556). ความพึงพอใจต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการการประถมศึกษาจังหวัด 14 จังหวัดภาคใต้. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สงขลา: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒสงขลา.
- ภิญโญ ไตวิทยพานิชย์. (2547). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการศูนย์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ร่วมกับกรุงเทพมหานคร (*SCB Easy Walk*) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. (2553). *คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2538). *จิตวิทยาการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัชพร จันทรื๋นสว่าง. (2546). ความหมายของนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ลำพอง ศรีทับทิม. (2533). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ บริเวณสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิกิพีเดีย. (ม.ป.ป.). ถนนข้าวสาร. สืบค้น 21 มิถุนายน 2562, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ถนนข้าวสาร>.
- วิมล เข็มถ้อย. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (รายงานผลการวิจัย). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพบริการของอุทยานแห่งชาติทางทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย. ใน การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7 (น. 1210). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2549). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปริญญา ลักมิตานนท์สุกร. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). นักท่องเที่ยวจีนยังมองไทยเป็นจุดหมายท่องเที่ยวอันดับ 1 ของเอเชีย... ทั้งปี 2561 คาดนักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยมีจำนวนกว่า 10.9 ล้านคน. สืบค้น 21 มิถุนายน 2562, จาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z2925.aspx>.
- ศิริวรรณ คำนวนสินธุ์. (2548). การศึกษาความพอใจของผู้ใช้บริการเรือโดยสารคลองแสนแสบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุชาติ ชิดชอบ. (2548). ทัศนคติและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุริชา คำรงค์ศรี. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามชุกตลาด 100 ปี จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม.
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

## ภาษาอังกฤษ

- Gronroos, C. (1998). Marketing services The case of a missing product. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 13, pp. 322-338.
- Kotler, P. (1988). *Marketing Management; Analysis, Planning, Implementation and Control* (6<sup>th</sup> ed.). Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Lehtinen, J. (1983). Customer oriented service system. *working paper*, Service Management Institute, Helsinki.
- Li, W. & Song, H. (2011). Tourist perception of service quality in the theme park. In *International Conference on Management and Service Science, MASS 2011*, Wuhan, 12-14 August 2011.
- Lumsdon, L. (1999). *Tourism Marketing*. Oxford: The Alden Press.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม





## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อ ถนนข้าวสารกรุงเทพมหานคร

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจโดยยึดตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นงานวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตร การท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถามนี้โดยเลือกข้อมูลที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด

โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง

##### 1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

##### 2. อายุ

1) 20 – 30 ปี

2) 31 – 40 ปี

3) 41 - 50 ปี

4) 51 – 60 ปี

5) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

##### 3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) นักศึกษา
- 2) ข้าราชการ
- 3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 4) รับจ้างอิสระ
- 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ไม่เกิน 15,000 บาท
- 2) 15,001-25,000 บาท
- 3) 25,001-35,000 บาท
- 4) 35,001 – 45,000 บาท
- 5) มากกว่า 45,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานคร**

**คำชี้แจง** กรุณาตอบแบบสอบถามนี้โดยเลือกข้อมูลที่ตรงกับความจริงของท่านมากที่สุด โดยทำเครื่องหมาย  ในช่อง

1. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครร่วมกับใคร

- 1) คนเดียว
- 2) พ่อ แม่ พี่ น้อง
- 3) คู่ญาติ
- 4) เพื่อน
- 5) บุคคลรู้จักทั่วไป
- 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครมาแล้วกี่ครั้งต่อปี

- 1) 1 ครั้งต่อปี
- 2) 2 ครั้งต่อปี
- 3) 3 ครั้งต่อปี
- 4) มากกว่า 3 ครั้งต่อปี

3. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครจากแหล่งใด

- 1) สื่ออินเทอร์เน็ต
- 2) สื่อโทรทัศน์
- 3) สื่อวิทยุ
- 4) ป้ายโฆษณาตามแหล่งต่าง ๆ
- 5) สื่ออื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละครั้งเป็นจำนวนเท่าใด

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท
- 2) 1,001 – 3,000 บาท
- 3) 3,001 – 5,000 บาท
- 4) มากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป

5. ท่านใช้เวลาในการท่องเที่ยวถนนข้าวสารในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละครั้งเป็นจำนวนเท่าใด

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ชั่วโมง       2) 1 – 3 ชั่วโมง  
 3) 4 – 6 ชั่วโมง       4) มากกว่า 6 ชั่วโมง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อถนนข้าวสารจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>ด้านการรักษาความปลอดภัย</b>					
1. การมี รปภ. คอยรักษาความปลอดภัยตามในถนนข้าวสาร					
2. การมีป้ายเตือนให้ระวังในบริเวณพื้นที่					
3. สถานที่จอดรถมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก					
4. การมีป้ายบอกทางออกนอกเงินในพื้นที่					
5. การมีพยาบาลบริการในพื้นที่					
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
1. การเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ ที่หลากหลาย					
2. การมีห้องสุขาสะอาดและเพียงพอ					
3. การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ					
4. การมีศูนย์บริการภาษาจีนในบริเวณพื้นที่					

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. การมีตู้ ATM และ เคาน์เตอร์แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในเขตพื้นที่					
<b>ด้านร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม</b>					
1. ความหลากหลายของสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม					
2. ร้านอาหารที่นั่งเพียงพอ					
3. การมีพนักงานให้บริการบริการภาษาจีนกับนักท่องเที่ยวชาวจีน					
4. ร้านอาหารมีบริการสั่งอาหาร-จองคิวทางออนไลน์					
5. การมีร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกที่แสดงถึงความเป็นไทย					
<b>ด้านการให้บริการ</b>					
1. ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ					
2. การมีช่องทางชำระเงินหลากหลายวิธี เช่น alipay wechat					
3. การให้บริการเกสต์เฮาส์ในเขตพื้นที่					
4. การให้บริการของรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถแท็กซี่ รถสามล้อ เป็นต้น					
5. ระยะเวลาการเปิด – ปิด ของร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม					

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหา

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือนี่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในครั้งนี้



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

Jihui Wei

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2559 ปริญญาตรี  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

ตำแหน่ง OPT Manager  
บริษัท คูโยว เทรคคิง จำกัด  
ที่อยู่ 55/26 ถนนกัลปพฤกษ์ แขวงบางแค เขตบางแค  
กทม. 10160