



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาว
จีน

FACTORS AFFECTING CHINESE TOURISTS' DECISIONS TO RETURN TO TRAVEL AGAIN
IN BANGKOK

ฉัตรชนก พวงมณี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2567

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาว
จีน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS AFFECTING CHINESE TOURISTS' DECISIONS TO RETURN TO TRAVEL AGAIN
IN BANGKOK



TANCHANOK PUANGMANEE

A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University
2024
Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาว

จีน

ของ

ธัญชนก พวงมณี

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์จิตร์ชัย เอกปัญญากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.เศรษฐวัชร ปรหมสิทธิ์)

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินสุมล บุญนาค)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.นาฏอนงค์ นามบุตดี)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำใน กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ผู้วิจัย	ธัญชนก พวงมณี
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.เศรษฐวัสส์ ปรหมลธิ์

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คนที่กำลังเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การใช้การวิเคราะห์ Independent Sample t-test One Way Anova และ Multiple Regression Analysis. ผลของการวิจัยพบว่า ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความคิดเห็นโดยรวม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านส่วนบุคคล ด้านสังคม และด้านจิตวิทยาอยู่ในระดับมาก โดยมีจิตวิทยาการได้แรงแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด และยังพบว่าตัวแปรด้านสถานภาพครอบครัว อาชีพและรายได้ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพอีกด้วย ส่วนข้อเสนอแนะของการกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพวิจัยได้แก่ ควรมีการเอาผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนการพัฒนา เพื่อหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวจีนได้เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากขึ้น

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การตั้งใจกลับไปเที่ยว, นักท่องเที่ยวชาวจีน

Title	FACTORS AFFECTING CHINESE TOURISTS' DECISIONS TO RETURN TO TRAVEL AGAIN IN BANGKOK
Author	TANCHANOK PUANGMANEE
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2024
Advisor	Dr. Sedtawat Prommasit

The purposes of this study were to 1) To find out factors related to the satisfaction of Chinese tourists in traveling in Bangkok Metropolis. 2) To find out factors related to the intension of Chinese tourists to revisit Bangkok Metropolis. The samples comprised of 400 Chinese tourists who were traveling in Bangkok Metropolis, who were drawn out by simple sample technique. Data were collected by the questionnaire, asking about the satisfaction and intension to revisit Bangkok Metropolis. As for data analysis: Independent Sample t-test, one-way anova and Multiple Regression Analysis techniques were used. Research results came out that in terms of satisfaction, the 4 types of tourism behaviors: cultural, personal, social and psychological aspects were in high levels. whereby the psychological aspect was the highest one. The inspiration and experience in traveling had made the tourists great satisfaction. It was also found that family status, occupation and income had effect on the satisfaction and the intension to revisit Bangkok Metropolis of the Chinese tourists. As for suggestions, it was suggested that research results in this study should be considered and utilized in planning new techniques and strategies to stimulate more Chinese tourists to visit Bangkok Metropolis

Keywords: Satisfaction, Intention to return to visit, Chinese Tourists

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก อาจารย์ดร. เศรษฐวัชร์ พรหมสิทธิ์ ที่กรุณาเป็นที่ปรึกษาการวิจัย และสละเวลาให้คำปรึกษา ตลอดเวลาการวิจัยรวมถึงให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องจนทำให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จและ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และคำแนะนำที่ดีแก่ผู้วิจัยและเพื่อนร่วมรุ่นทุกท่านที่ได้ศึกษาร่วมกันมา ตลอดจนให้ความสนับสนุนด้วยดีเสมอมา เหนือสิ่งอื่นใดขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัวที่ให้การสนับสนุนการศึกษาซึ่งคอยผลักดันและเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุดในชีวิต หากผลการศึกษานี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงแก้ไขในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

ธัญชนก พวงมณี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูปภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของงานวิจัย	3
ขอบเขตงานวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดงานวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	8
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว	11
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	13
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซ้ำ.....	15
5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยและนักท่องเที่ยวชาวจีน ..	16
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	21
1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	22
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	27

4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	27
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	35
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	36
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	67
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	70
ความมุ่งหมายของการวิจัย	70
ความสำคัญของการวิจัย	70
สมมติฐานในการวิจัย	70
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	71
อภิปรายผล.....	73
ข้อเสนอแนะ	76
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	76
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	83
ประวัติผู้เขียน	106

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน	36
ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีน	39
ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	44
ตาราง 4 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	
ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	47
ตาราง 6 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ.....	48
ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทาง ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test.....	49
ตาราง 8 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานภาพครอบครัว.....	51
ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทาง ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้สถิติ F-test.....	52
ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัว แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD.....	53
ตาราง 11 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับ การศึกษา	55
ตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทาง ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test.....	56

ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	57
ตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test.....	58
ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพ แตกต่างกับกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD	59
ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพ แตกต่างกับกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD	61
ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test.....	62
ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกับกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD	63
ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Linear Regression	65
ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของพฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยามีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Enter Regression.....	66
ตาราง 21 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	67

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
--	---



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว บทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของโลก จากมูลค่าทางเศรษฐกิจคิดเป็น 1 ใน 3 ของมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจการค้าและบริการของโลก และจากการรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) คาดการณ์ว่า ปี ค.ศ. 2020 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะมีจำนวน 1.4 พันล้านคน และเพิ่มเป็น 1.8 พันล้านคน ในปี ค.ศ. 2030 และรายได้จากการท่องเที่ยวโลก ในปี ค.ศ. 2017 มีการขยายตัวต่อเนื่องถึง 1,340 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีแนวโน้มสูงขึ้นอีก ในปี ค.ศ. 2030 สำหรับประเทศไทยเองรายได้จากการท่องเที่ยวว่าสองแสนล้านบาทต่อปี ซึ่งสามารถยืนยันถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนา 2019 (Covid-19) ในปี ค.ศ. 2020 ส่งผลกระทบให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 65 ตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึงเดือนพฤษภาคม ปี ค.ศ. 2021 (World Tourism Organization, 2021) และจากข้อมูลของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ประเทศไทย รายงานว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสะสมระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม ปี ค.ศ. 2020 มีจำนวน 6.7 ล้านคนเท่านั้น ลดลงจากช่วงเดียวกันของปี ค.ศ. 2019 ประมาณร้อยละ 83.2 เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องหยุดชะงักจากการประกาศการใช้มาตรการของสาธารณสุขทั่วโลก หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโคโรนา 2019 (Covid-19) เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงได้มีการออกนโยบายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กลับมาเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ด้วยประเทศไทยเป็นแหล่งรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นและหลากหลาย ทั้งในเรื่องของการท่องเที่ยวธรรมชาติและทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันการท่องเที่ยวกับนานาประเทศ และจากการออกนโยบายของรัฐบาลเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว การกระตุ้นและเชิญชวนนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยว พบว่า จากข้อมูลจากกองเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมา (18 - 24 ธ.ค. 2566) มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยรวม 796,808 คน เพิ่มขึ้นถึง 16.60% จากสัปดาห์ก่อนหน้า โดยมีการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเกือบทุกกลุ่ม ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยสะสมตลอดทั้งปี 2566 (1 ม.ค. - 24 ธ.ค. 2566) อยู่ที่ 27,252,488 คน ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายของรัฐบาล และในปี 2567 จำนวนนักท่องเที่ยวสะสม ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค. - 4 ก.พ. 67 รวมทั้งสิ้น 3,513,155 คน สร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้วประมาณ 170,411 ล้านบาท โดยจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน (617,578 คน) มาเลเซีย (377,383 คน) รัสเซีย (249,377 คน) เกาหลีใต้ (247,915 คน) และอินเดีย (187,570 คน) คาดว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นโดยมีปัจจัยมาจากอยู่ในช่วงเทศกาล การลงนามความตกลงยกเว้นการตรวจลงตรา หรือการยกเว้นวีซ่าระหว่างไทย-จีน ให้แก่นักท่องเที่ยวจีน และภาคีสถาบัน การขยายเวลาพำนักแก่นักท่องเที่ยวรัสเซีย สร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน จากรายงาน “การวิเคราะห์แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย” พบว่า นักท่องเที่ยวจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วง 8 ปี (2550-2558) เท่ากับร้อยละ 7 ต่อปีซึ่งสูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ โดยที่ค่าใช้จ่ายต่อวัน มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วง 8 ปี (2550-2558) เท่ากับร้อยละ 3.9 ต่อปี (สรรเพชญ ภูมิรินทร์, 2560) โดยมีการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไทยเป็นจำนวนเงิน 20,000 บาท/คน/วัน และใช้เวลาท่องเที่ยวในไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 10 วัน/คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตัวเอง ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2562 จากเดิม ร้อยละ 50 ต่อคน (ผู้จัดการออนไลน์, 2566) เป็นผลมาจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปที่มีความต้องการหลากหลาย เช่น ต้องการพักผ่อน ช็อปปิ้ง ชมวิถีชีวิต วัฒนธรรม โดยชาวจีนรุ่นใหม่มีการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชาวจีนส่วนใหญ่ชอบอาหารไทยและนิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากขึ้น (วัชรวิชญ์ วิทยาภรณ์, 2563)

จากที่มาและความสำคัญที่กล่าวมาในข้างต้น การกระตุ้นและเชิญชวนนักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายของรัฐบาล โดยจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด ได้แก่ จีน เนื่องด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวจีนตอบสนองต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยที่มีจุดเด่นและหลากหลาย ในเรื่องของการท่องเที่ยวธรรมชาติและทางวัฒนธรรม โดยจังหวัดกรุงเทพมหานครถือว่าเป็นจังหวัดที่มีรายได้หลักจากการท่องเที่ยว และมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นจังหวัดแรก ๆ ที่ต่างชาติเลือกจะมาท่องเที่ยว ซึ่งจากสถานการณ์ที่ได้กล่าว

มานั้น ถือเป็นโอกาสที่ดีในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อีกครั้ง เพื่อเป็นแนวทางให้กับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอื่น ๆ หรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยว

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความสำคัญของงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ผู้ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครได้

ขอบเขตงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบข้อมูลจำนวนประชากร โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และสามารถยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรสำหรับกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2545: 25-26) จากสูตรที่คำนวณจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถาม

สำหรับกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นอีก 15 ตัวอย่าง รวมทั้งหมดเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งการได้มาของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling Method) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากจำนวนเขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่การปกครอง 50 เขต โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 เขต ซึ่งได้แก่ เขตบางกอกใหญ่ เขตห้วยขวาง เขตบางคอแหลม เขตคลองสาน และเขตสัมพันธวงศ์

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ต้องการศึกษา 5 เขต และเก็บตัวอย่างเขตละเท่า ๆ กัน ซึ่งแบ่งเป็นเขตละ 80 คน

เขต	จำนวน
เขตดินแดง	80
เขตตจจักร	80
เขตสาทร	80
เขตประเวศ	80
เขตดุสิต	80
รวม	400

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเก็บข้อมูลเจาะจงที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ของแต่ละเขตที่เลือกมาจากขั้นตอนที่ 1 ได้แก่ เขตบางกอกใหญ่คือวัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร เขตห้วยขวางคือตลาดจ๊อดแฟร์ พระราม 9 เขตบางคอแหลมคือเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ ฟรอนต์ เขตคลองสานคือไอคอนสยาม และเขตสัมพันธวงศ์คือสตรีทฟู้ด เยวราช

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวตามเขตในขั้นตอนที่ 2

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย

- 1.1.1 เพศ จำแนกได้ดังนี้ ชาย หญิง
- 1.1.2 อายุ จำแนกได้ดังนี้ ต่ำกว่า 30 ปี, ช่วงอายุ 30-39 ปี, ช่วงอายุ 40-49 ปี, ช่วงอายุ 50-59 ปี, ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป
- 1.1.3 สภาพภาพครอบครัว จำแนกได้ดังนี้ โสด, สมรส, หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่
- 1.1.4 ระดับการศึกษา จำแนกได้ดังนี้ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี, ระดับปริญญาตรี, ระดับสูงกว่าปริญญาตรี
- 1.1.5 อาชีพ จำแนกได้ดังนี้ นิสิต/นักศึกษา, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว, อื่น ๆ โปรดระบุ
- 1.1.6 รายได้ จำแนกได้ดังนี้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 หยวน, รายได้ระหว่าง 2,001-4,000 หยวน, รายได้ระหว่าง 4,001-6,000 หยวน, รายได้ระหว่าง 6,001-8,000 หยวน และรายได้ 8,001 หยวนขึ้นไป

1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

- 1.2.1 ด้านวัฒนธรรม
- 1.2.2 ด้านส่วนบุคคล
- 1.2.3 ด้านวัฒนธรรม
- 1.2.3 ด้านจิตวิทยา

2. ตัวแปรตาม

- 2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวจีนที่ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1. นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนที่เดินทางจากท้องถิ่นเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

2. **ประชากรศาสตร์** หมายถึง เป็นการจำแนกบุคคลตามหลักเกณฑ์ เพื่อป้องกันและป้องกันถึงลักษณะของบุคคลแต่ละบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. **พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้อง** หมายถึง การทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในของร่างกาย รวมถึงความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา

4. **ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ** หมายถึง ความมุ่งมั่นหรือแรงบันดาลใจของบุคคลในการกลับมาเยี่ยมสถานที่เดิมอีกครั้ง โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจนี้อาจรวมถึงประสบการณ์ที่ดี ความตั้งใจในการบริการ ความประทับใจในสถานที่ หรือความรู้สึกถึงคุณค่าที่ได้รับจากการเยี่ยมชมเยือนครั้งก่อน

5. **การกลับมาเที่ยวซ้ำ** หมายถึง แนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีก

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ และ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

2. พฤติกรรมทางท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าพร้อมทั้งรวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยและนักท่องเที่ยวชาวจีน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนคน การกระจายตัวในด้านพื้นที่ของประชากร รวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ทางประชากร ประชากรศาสตร์ หรือ Demography เป็นคำที่มาจากภาษากรีก 2 คำ ได้แก่ Demos ที่แปลว่า people (ประชากร) Graphite ที่แปลว่า describing (การพรรณนาหรือบรรยาย) ดังนั้น ประชากรศาสตร์ (Demography) จึงหมายถึงการพรรณนา หรือบรรยายเกี่ยวกับประชากร ลักษณะสถิติของประชากรศาสตร์ (Static aspects) เป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะ (Characteristics) ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ สถานะภาพสมรส การศึกษา ประชากรศาสตร์ส่วนมากเป็นการศึกษาเพื่อหาขนาดหรือจำนวน ประชากร (Population size) ในแต่ละพื้นที่ และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงขนาดประชากร ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงประกอบด้วย การเกิด การตาย และการกระจาย (Population distribution) โดยต้องศึกษาถึงความหนาแน่น (Density) ของประชากร องค์ประกอบทางประชากร (Population composition) เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ระดับการศึกษา สภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น (สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี, 2562)

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากรให้ทราบขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่พื้นที่ รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของคน ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์

ตลาดส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด (ปัทม อุดมธรรมกุล, 2563)

ประชากรศาสตร์ ช่วยในการกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น สามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ (1) เพศ (2) อายุ (3) การศึกษา (4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (กนกพรพรช บัณฑิตานนท์, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยด้านเพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2) ปัจจัยด้านอายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่กล่าวว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อนหรือเรียกคนที่มีประสบการณ์เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลง

3) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญ และบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือเป็นข้อบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน

ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนโดยการสอดแทรกความรู้สึนึกคิดของตนเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับไปด้วย

4) ปัจจัยด้านอาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็น นักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น ดังนั้นจึงต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

5) ปัจจัยด้านรายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic status) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อตราสินค้าและบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มียาได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก การศึกษาอาชีพและรายได้นั้นมีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า (ทัศนะ สุขสวัสดิ์, 2564)

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่า ประชากรศาสตร์คือข้อมูล ส่วนบุคคลแต่ละบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ซึ่งข้อมูล ที่ได้จากการศึกษานี้จะสามารถนำมาวิเคราะห์ ทำให้เข้าใจถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคลที่มี ความแตกต่างกัน และสามารถนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องและเหมาะสมได้ โดยผู้วิจัย ได้นำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (เสรีรัตน์และคณะ ศิริวรรณ, 2546 pp. 204-206) มาใช้ในงานวิจัยนี้ โดยนำองค์ประกอบของลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ เป็นเกณฑ์ในการวิจัย

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก (W.T.O) ให้ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยวว่า คือ การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ติดต่อกัน เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อน หรือวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการ ประกอบอาชีพหรือหารายได้ การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจ เช่น การท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรมหรือศาสนา การท่องเที่ยวเพื่อมิตร เป็นต้น องค์การท่องเที่ยวโลก ได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบ ดังนี้ Warach Madhyamapurush (2562) 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ สำหรับการบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่แล้วเอกชนเป็นผู้ให้บริการแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ มิงสรรพ์ และคณะ (2566) 1) ที่พักอาศัย เป็นองค์ประกอบหลักอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ซึ่งเป็นที่พึ่งของนักท่องเที่ยวที่ต้องท่องเที่ยวราคาประหยัด 2) อาหาร และเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านอาหาร คาเฟ่ บาร์ และอื่น ๆ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

ผดนิทรา ธนะเพชร (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การกระทำทุกอย่าง ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสามารถสังเกตเห็นหรือไม่เห็น การกระทำสิ่งเหล่านั้นได้หรือไม่ก็ตาม สาเหตุหลักก็ตอบสนองของความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ขึ้นอยู่กับแต่ละสถานการณ์ของแต่ละบุคคล

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว คือ การที่นักท่องเที่ยว นั้นประพฤติหรือปฏิบัติ มักจะเป็นการแสดงออกต่าง ๆ ในขณะช่วงเดินทางท่องเที่ยว อาจจะแสดง ออกเป็นคำพูด ท่าทางหรือแม้แต่การกระทำสีหน้า ตัวอย่าง เช่น รับประทานอาหาร การเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยว การถ่ายรูปภาพ เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกดังกล่าวอาจจะมาจากอุปนิสัย หรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะอาจมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างออกไป ไม่ก็ อาจมาจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับขณะนั้น

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลแสดงออก โดยเกี่ยวพันกันกับการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่าบุคคล เหล่านั้น มีพฤติกรรมเป็นอย่างไร และมีความพึงพอใจอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมไปถึง กระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่าส่งต่อการท่องเที่ยวอย่างไร

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ช่วยให้นักกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น สามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ (1) วัฒนธรรม (2) สังคมสถานะ (3) ส่วนบุคคล (4) จิตวิทยา (วรรณิษา หม่อมพุก, 2558)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ ตัวแปรด้านทางพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

ด้านวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมอันมีมูลค่าและคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ ที่ได้มีการสั่งสมสืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีทั้งสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ สิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัตถุสิ่งของต่าง ๆ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นต้น ส่วนสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ และค่านิยม เป็นต้น ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้จะถูกนำมาแปลงให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่าในตัวเอง ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสินค้านี้ (กัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ, 2564 , น.77)

ปัจจัยด้านสังคมสถานะ หรือ รายได้ส่วนบุคคล (Personal income) หมายถึง ความแตกต่างของปริมาณเงินที่ผู้บริโภคหาได้ในแต่ละเดือนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านส่วนบุคคล หมายถึง ข้อความที่เกี่ยวข้องกับบุคคล สามารถระบุถึงตัวบุคคลนั้นได้ ไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งอาจกระทำโดยการอ้างอิงหมายเลขบัตรประจำตัวหรือลักษณะเฉพาะอย่างอื่นของบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางกายภาพ สถานะทางเศรษฐกิจหรือเอกลักษณ์ทางสังคม

ปัจจัยด้านจิตวิทยา หมายถึง ในการเลือกของบุคคลนอกจากจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลแล้วยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ การมุ่งใจการเรียนรู้การเรียนรู้ความเชื่อและทัศนคติ เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ 4 ปัจจัยด้วยกัน กล่าวคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคมสถานะ ปัจจัยด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านจิตวิทยา นอกจากนี้การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะช่วยให้ให้นักการตลาดสามารถคาดคะเนวิธีการที่ผู้บริโภคมีปฏิกิริยาต่อข่าวสารการส่งเสริมและทำความเข้าใจถึงสาเหตุที่ผู้บริโภคตัดสินใจการท่องเที่ยวจากการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการ

ตัดสินใจซื้อ ซึ่งทำให้นักการตลาดสามารถกำหนด และเลือกตลาดเป้าหมายเสนอผลิตภัณฑ์และบริการตลอดจนราคาที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค รวมทั้งวิธีการส่งเสริมการตลาดและเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับผู้บริโภคได้ โดยผู้วิจัย ได้นำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มาใช้ในงานวิจัยนี้

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

กรรณิการ์ รุจิวรโชติ (2563 , หน้า 7) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

น้ำสิน เทียมแก้ว (2561, หน้า 7) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละคนทั้งด้านบวกและด้านลบต่อสิ่งต่าง ๆ ที่ได้ประสบพบเจอ โดยความรู้สึกดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบกับประสบการณ์เดิมหรือความคาดหวัง จนเกิดเป็นความรู้สึกต่าง ๆ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยม ประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจในพื้นฐานของเรื่องนั้น ๆ ความพึงพอใจจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถชักจูงให้บุคคลนั้นเกิดเจตคติที่ดีที่ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เขาได้ประสบพบเจอ

Dubrin (1992 , p. 228-230 อ้างถึงใน ใจทิพย์ เย็นสุข, 2561 , หน้า 61) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจที่ถูกพิจารณาว่าเป็นความคาดหวังต่ำสุด ถ้าความโดดเด่นกว่าความคาดหวังขั้นต่ำนั้นเราเรียกว่าความยินดี (Delight) ซึ่งสารถแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 4 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน (Basic Needs Satisfied) ได้รับการดูแลและปฏิบัติขั้นพื้นฐาน (Common Treatment)

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับความคาดหวัง (Expectation Sad) ได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างเป็นมิตร (Friendly Services)

ระดับที่ 3 ความพึงพอใจพิเศษ (Extra Satisfaction) ได้รับการปฏิบัติและดูแลเป็นอย่างดีอย่างซาบซึ้ง (True Appreciation)

ระดับที่ 4 ความปิติยินดี (Customer Delight) ได้รับการดูแลและปฏิบัติเป็นอย่างดีเหนือความคาดหวัง (World Class Experience)

Dubrin (1992, p. 228-230 อ้างถึงใน ใจทิพย์ เย็นสุข, 2561, หน้า 61) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจที่ถูกพิจารณาว่าเป็นความคาดหวังต่ำสุด ถ้าความโดดเด่นกว่าความคาดหวังขั้นต่ำนั้นเราเรียกว่าความยินดี (Delight) ซึ่งสามารถแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 4 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน (Basic Needs Satisfied) ได้รับการดูแลและปฏิบัติขั้นพื้นฐาน (Common Treatment)

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่ได้รับความคาดหวัง (Expectation Satisfied) ได้รับการดูแลและปฏิบัติอย่างเป็นมิตร (Friendly Services)

ระดับที่ 3 ความพึงพอใจพิเศษ (Extra Satisfaction) ได้รับการปฏิบัติและดูแลเป็นอย่างดีอย่างซาบซึ้ง (True Appreciation)

ระดับที่ 4 ความปิติยินดี (Customer Delight) ได้รับการดูแลและปฏิบัติเป็นอย่างดีเหนือความคาดหวัง (World Class Experience)

Maslow (1970 อ้างถึงใน ใจทิพย์ เย็นสุข, 2561, หน้า 62) เขามีความเชื่อพื้นฐานอยู่ว่ามนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตจิตใจ มีความต้องการ และถูกจูงใจให้กระทำการเพื่อตอบสนองความต้องการ เหล่านั้นความต้องการของมนุษย์จะเป็นลำดับขั้นอย่างมีระเบียบจากต่ำสุดไปหาสูงสุด แบ่งเป็น 5 ขั้น เรียกว่า Hierarchy of Needs ได้แก่

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดต่อการดำรงชีวิต ร่างกายจะได้รับการตอบสนองภายในช่วงระยะเวลาสม่ำเสมอ ถ้าร่างกายไม่ได้รับการตอบสนองแล้วชีวิตก็ดำรงอยู่ไม่ได้ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อาหารอากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อนและความต้องการทางเพศ ฯลฯ

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยก็จะเข้ามามีบทบาทในพฤติกรรมของมนุษย์มนุษย์มีความปรารถนาที่จะได้รับความคุ้มครองจากอันตรายต่าง ๆ ที่จะมีต่อร่างกาย

3) ความต้องการทางสังคม (Social or Belonging Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับเป็นมิตรภาพและความรักจากเพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนร่วมงานยอมรับในคุณค่าของตน เมื่อคนเรามีความรู้สึกว่าสังคมหรือหมู่คณะยอมรับก็จะเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ รู้สึกกับดีชอบและจะรักษาผลประโยชน์ของสังคมหรือหมู่คณะไว้

4) ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem or Egoistic Needs) หมายถึง ความต้องการอยากเด่นในสังคมรวมถึงความเชื่อมั่นในตนเอง ความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ การนับถือตนเอง ความเป็นอิสระและเสรีภาพ รวมถึงความต้องการที่จะมีฐานะเด่น เป็นที่ยกย่อง นับถืออยากจะมีเกียรติในสังคม ดังนั้น การให้คำชมเชย หรือให้คำยกย่องต่าง ๆ ตามสมควรนับว่าเป็นการบำรุงจิตใจของผู้ได้รับนั้นเป็นเพราะมนุษย์ต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง การให้การยอมรับ นับถือนี้บางคนถือว่ามีความสำคัญเหนือกว่าความรับผิดชอบ เหนือกว่าเงินเดือน เหนือกว่าความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ การงานเสียอีก

5) ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิด (Self Realization or Self Actualization Needs) ความต้องการขั้นสูงสุดนี้เป็นความต้องการพิเศษคือ นึกอยากจะเป็นก็ได้เป็น หรือได้ตามที่ต้องการซึ่งถือว่าเป็นความสำเร็จตามความปรารถนาขั้นสุดยอดของมนุษย์

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ คือ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดจาก ความสมดุลหรือความสอดคล้องระหว่างสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับจริง หรือจากการที่ความต้องการได้รับการตอบสนอง หรือจากประสบการณ์ที่เข้าไปใช้บริการและประสบการณ์นั้นตรง ตามความคาดหวัง โดยผู้วิจัย ได้นำแนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของ อธิสิทธิ์ จันทรสาคร (2565) มาใช้ในงานวิจัยนี้

4. แนวคิดแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

พรพิมล ลอแท และ มนต์รี พิริยะกุล (2562) การท่องเที่ยวเป็นการแสดงถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยเป็นความตั้งใจในอนาคตที่จะมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งเกิดจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่าของการท่องเที่ยว รวมถึงความพึงพอใจ ในคุณภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยว จนกลายเป็นทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว และมีแนวโน้มที่จะมาท่องเที่ยวอีก หรือเมื่อต้องการท่องเที่ยวก็จะนึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นอันดับแรก

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือทำธุรกิจเป็นการชั่วคราวโดยไม่ได้นับหารายได้ (World Tourism Organization, 2021) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของหลายประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) โดยแบ่งได้หลายประเภทตามวัตถุประสงค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม สุขภาพ กีฬา และธุรกิจ (Goeldner and Ritchie, 2012)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยอย่างมาก และมีแนวโน้มฟื้นตัวหลังจากได้รับผลกระทบจากโควิด-19 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในถนนข้าวสารกรุงเทพฯ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม มีจุดเด่นด้านความหลากหลายของสินค้า บริการ ที่พัก อาหาร และทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ (บุญยสฤษฎ์ อาวาส, 2564 ; สำนักงานเขตพระนคร, 2565) อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วก็นำมาซึ่งปัญหาและความท้าทายต่อการจัดการ จึงต้องมีการแก้ไขปัญหา ยกระดับการบริการ ส่งเสริมความปลอดภัย และการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้วยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสมดุลและยั่งยืน สร้างประโยชน์แก่เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2565; ชุตินา ฤทธิเดช, ศิริรัตน์ โกศการิกา และธีรวัชร ศรีสุข, 2566)

การท่องเที่ยวซ้ำ คือ การซื้อสินค้าหรือใช้บริการมากกว่าหนึ่งครั้ง บ่งบอกถึงความผูกพันและความพึงพอใจสินค้าหรือบริการนั้น

5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยและนักท่องเที่ยวชาวจีน

การท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ และสร้างรายได้ภาษีให้กับภาครัฐจำนวนมาก ก่อให้เกิดรายได้ภาษีที่ได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี 2563 ในแต่ละปี การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น โดยรายได้ส่วนใหญ่ได้มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 65 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด และภาษีทางตรงที่เก็บได้จากการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ประมาณเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้การจัดเก็บรายได้ของรัฐบาลจากภาคการท่องเที่ยวดังกล่าว สามารถนำไปสนับสนุนงบประมาณรายจ่ายประจำปี เพื่อเป็นแหล่งเงินให้หน่วยรับงบประมาณใช้สนับสนุนการดำเนินการตามภารกิจพื้นฐาน และนโยบายของรัฐบาลได้ต่อไป ซึ่งภาษีที่ภาครัฐได้รับทางตรงจากการท่องเที่ยวมีที่มาจากรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยสามารถนำมาประมาณการรายได้สุทธิหลังหักจัดสรรของรัฐบาลในปี 2566 ซึ่งจะทำให้ทราบว่าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย มีผลต่อการคลังสาธารณะของประเทศไทย และแหล่งเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีที่หน่วยรับงบประมาณต้องเบิกจ่ายในการสนับสนุนภารกิจพื้นฐานและการดำเนินการตามนโยบาย

จากบทความเรื่อง “ไทยครองตำแหน่งต้อนรับนักท่องเที่ยวจีนดีที่สุดในอันดับ 2 เผย นักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่เที่ยวไกลและใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น” ของเว็บไซต์ Marketeer online ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยว ชาวจีนมีส่วนสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 ก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด – 19 มีปริมาณ นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้าประเทศไทยมากกว่า 11 ล้านคน สร้างรายได้กว่า 6 แสนล้านบาท ขณะที่พฤติกรรม การใช้จ่ายของชาวจีนถือว่าน่าสนใจ ผู้ประกอบการ SME ไทยจะปรับตัวอย่างไร เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมการใช้เงินของชาวจีน โดยผลการสำรวจล่าสุด จาก Hotels.com ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมที่มีผลต่อการ ท่องเที่ยวชาวจีนยุคใหม่ได้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น: ผลสำรวจข้อมูลการเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวจีน หรือ Chinese International Travel Monitor (CITM) ประจำปีครั้งที่ 7 ซึ่งทำการสำรวจโดย Hotel.com เผยว่านักท่องเที่ยวชาวจีนยุคใหม่ หรือยุคมิลเลนเนียม หรือผู้ที่เกิดหลังปี 2533 เป็นต้นไป ใช้จ่ายเพิ่มขึ้นสูงอย่างเห็นได้ชัดระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 80

- ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนดีที่สุดในอันดับสอง: โดยเป็นรองแค่ประเทศญี่ปุ่น เท่านั้น เนื่องจากความคล่องตัวในการใช้จ่ายผ่านแพลตฟอร์มการชำระเงินที่ครอบคลุมสำหรับนักท่องเที่ยวจีน สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้จ่ายในประเทศจีนเป็นแบบสังคมไร้เงินสดแบบร้อยเปอร์เซ็นต์ และความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารที่รองรับภาษาจีน เช่น บ้ายข้อมูลบอกทางต่าง ๆ เป็นต้น

- ความปลอดภัย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนจะคำนึงถึงความปลอดภัยอย่างมาก และต้องการลิ้มลองรสชาติอาหารขึ้นชื่อในท้องถิ่น: เมื่อต้อง วางแผนท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญลำดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่คำนึงถึงคือ ความปลอดภัย (ร้อยละ 61) ในขณะที่อาหารท้องถิ่นก็มีความสำคัญไม่แตกต่างกัน ที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจไปเที่ยวในประเทศต่าง ๆ

- สิ่งที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจออกเดินทาง: ได้แก่ โทรศัพท์ ภาพยนตร์ และโซเชียลมีเดีย จะมี บทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน (ร้อยละ 62)

การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ต่อการท่องเที่ยวในไทย จากปี 2561 ที่ผ่านมา แม้เศรษฐกิจจีนมีทิศทางชะลอตัวลง แต่จากผลสำรวจของ Chinese International Travel Monitor (CITM) กลับแสดงให้เห็นว่า ชาวจีนในทุกช่วงวัยมีการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีแนวโน้มและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งกลุ่มชาวจีนที่เกิดในช่วง ทศวรรษที่ 1990 หรือ “กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่” ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ประกอบการ SME ไทยควรหัน มาให้ความสนใจมากขึ้น เพื่อเรียนรู้และปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวแนวใหม่ของนักท่องเที่ยวกลุ่ม นี้ เพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวสูง และเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ได้เปลี่ยนไปจากเดิมซึ่งมีแนวโน้มว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในอนาคต ดังนั้น การทำความเข้าใจและเรียนรู้ถึงความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ มีประโยชน์ อย่างมากต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ กลุ่มผู้ประกอบการ SME ไทยที่ประกอบธุรกิจในการ ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร หรือแม้แต่ผู้ผลิตสินค้าต่าง ๆ ควรจะมีความตื่นตัว และปรับตัวไปกับกระแส การท่องเที่ยวแนวใหม่ของชาวจีน ซึ่งจะเป็นอีกแนวทางในการส่งเสริมความแข็งแกร่งและศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวของไทยไปพร้อมกัน

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมนทัย จารุมิลินท์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผล การศึกษาพบว่า ปัจจัยของประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจ เลือกเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน ส่วนปัจจัยของ ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวก็ส่งผลต่อการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำด้วย เช่นกัน

น้ำฝน จันทน์นวล (2556) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ใน ระดับที่สูง และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างความคุ้มค่า อาชีพ อายุ แหล่งท่องเที่ยว รายได้ ฯลฯ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันด้วย

ฐิตาภา ตันติพันธ์วดี (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับไปเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด - 19 (1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด-19 (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับไปเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด-19 โดยเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 401 คนซึ่งผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 31 - 40 ปี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001 - 50,000 บาท ซึ่งมีลักษณะการท่องเที่ยวภูเก็ตปี ละ 2 ครั้ง และส่วนใหญ่ใช้เวลาท่องเที่ยว 4 - 5 วัน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบวกต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด หรือโปรโมชั่นด้านความเต็มใจที่จะจ่าย และด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบวกต่อความตั้งใจกลับไปเที่ยว ได้แก่ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด หรือโปรโมชั่น ด้านความเต็มใจที่จะจ่าย ด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจ

พัชรารณ จันทรฆาฏ (2566) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลบ้านจิว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี หลังสถานการณ์โควิด-19 และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจและความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตำบลบ้านจิว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี หลังสถานการณ์ โควิด-19 ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันและไคสแควร์ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวในตำบลบ้านจิว วัดอุปพระสังค์ของการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล เดินทางกับคู่รัก และมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการขาย และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

นานา ศรีธรรมศักดิ์ และคณะ (2561) ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน และศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน แตกต่างกัน โดยใช้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การคำนวณหาค่าร้อยละ และการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ไม่น้อยกว่า/เท่ากับ 5,000 US.D. โดยส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศเยอรมนีมีภูมิลำเนาอยู่ในทวีปยุโรปมากที่สุด มีพฤติกรรม การท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชันกับคู่รัก สามี/ภรรยา วัตถุประสงค์ในการ ท่องเที่ยวเพื่อหา ประสบการณ์ใหม่ ชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ แหล่งข้อมูลหลักในการตัดสินใจ ท่องเที่ยวคือ เว็บไซต์ไม่ใช้บริการ บริษัทท่องเที่ยวแต่เดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยใช้รถ โดยสาธารณะ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีลักษณะ ประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยทำให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตลาด น้ำตลิ่งชัน ประชาคมตลาดน้ำ (คณะผู้บริหารตลาดน้ำ) สามารถนำข้อมูล ไปใช้ในการวางแผน เชิงกลยุทธ์พัฒนานักกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เคยมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ งานวิจัยและนำเสนอในแต่ละหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากร การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เดินทางไปเที่ยวกรุงเทพมหานครมากกว่า 1 ครั้ง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เดินทางไปเที่ยวกรุงเทพมหานครมากกว่า 1 ครั้ง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทั้งหมด 400 คน

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเลือก จำนวนเขตในกลุ่มกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีพื้นที่การปกครอง 50 เขต (กรุงเทพมหานคร, 2545) โดยจะทำ การจับฉลากให้ได้จำนวน 5 เขต ซึ่งได้แก่ เขตดินแดง เขตจตุจักร เขตสาทร เขตประเวศ และเขตดุสิต

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ต้องการศึกษา 5 เขต และเก็บตัวอย่างเขตละเท่า ๆ กัน ซึ่งแบ่งเป็นเขตละ 80 คน

เขต	จำนวน
เขตบางกอกใหญ่	80
เขตห้วยขวาง	80
เขตบางคอแหลม	80
เขตคลองสาน	80
เขตสัมพันธวงศ์	80
รวม	400

ขั้นตอนที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเก็บข้อมูลเจาะจงที่แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของแต่ละเขตที่เลือกมากจากขั้นตอนที่ 1

ขั้นตอนที่ 4 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาเที่ยวตามเขตที่สุ่มได้

2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิดและทฤษฎีรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกัน

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวความคิด เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้น มีความสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย และนิยามศัพท์

4. สร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยทั้ง 6 คำถามนี้เป็นลักษณะของ คำถามปลายปิด (Close-end Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกได้ดังนี้

2.1 ต่ำกว่า 30 ปี

2.2 อายุ 30-39 ปี

2.3 อายุ 40-49 ปี

2.4 อายุ 50-59 ปี

2.5 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพครอบครัว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

3.1 โสด

3.2 สมรส

3.3 หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

4.1 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

4.2 ระดับปริญญาตรี

4.3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้

- 5.1 นิสิต/นักศึกษา
- 5.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 5.3 พนักงานบริษัทเอกชน
- 5.4 ธุรกิจส่วนตัว
- 5.5 อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ ดังนี้

- 6.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท
- 6.2 20,001-30,000 บาท
- 6.3 30,001-40,000 บาท
- 6.4 40,001-50,001 บาท
- 6.5 มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบ Likert Scale โดยใช้มาตรวัดแบบ Interval scale จำนวน 22 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็นรายด้านดังนี้

1. พฤติกรรมของท่องเที่ยว จำนวน 22 ข้อโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ในการกำหนดคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น(Class Interval ใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (กัลยา, 2538, p. 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบ Likert Scale โดยใช้มาตราวัดแบบ Interval scale จำนวน 8 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็นดังนี้

1. ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำนวน 8 ข้อโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์ในการกำหนดคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น(Class Interval ใช้สูตรการคำนวณช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (กัลยา, 2538, p. 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สมบูรณ์

6. นำแบบสอบถามนั้นมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดคำถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) สูตรของคอนบาค (Cronbach) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของชุดคำถาม โดยมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูงซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ค่า α ที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า 0.70 (กัลยา , 2546, pp. 25-26)

ทั้งนี้ผลการทดสอบพบว่า ค่าความน่าเชื่อถือของตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน มีค่าความน่าเชื่อถือของตัวแปร ดังนี้

1) ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ทั้ง 10 ประเด็น มีค่า Alpha เท่ากับ 0.878

2) ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านส่วนบุคคล ทั้ง 6 ประเด็น มีค่า Alpha เท่ากับ 0.742

3) ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านสังคม ทั้ง 9 ประเด็น มีค่า Alpha เท่ากับ 0.801

4) ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านจิตวิทยา ทั้ง 8 ประเด็น มีค่า Alpha เท่ากับ 0.831

5) ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวด้านความตั้งใจกลับมาเที่ยว ทั้ง 10 ประเด็น มีค่า Alpha เท่ากับ 0.731

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะของแหล่งข้อมูลได้ 2 ลักษณะดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวิทยานิพนธ์สารนิพนธ์ รายงานการศึกษาวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

4. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดการข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้คอมพิวเตอร์ประมวลผล ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของจำนวน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ทำการลงรหัส (Coding) แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics Analysis) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 หาค่าความถี่ (Frequency) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

1.2 หาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

1.3 หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

1.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีผลต่อความพึงพอใจการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม สำหรับตัวแปรด้านเพศ และใช้สถิติแบบ One-Way Analysis of Variance เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม สำหรับตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

2.3 สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีผลต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จะทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

เป็นหลักการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอข้อมูล และคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งการอธิบายหรือบรรยายมีลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม ประกอบด้วย

1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร

$$P = \frac{fx100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{x}$) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูล โดยนำมาวิเคราะห์ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตร (กัลยา ,2546, p. 39)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.) โดยใช้แปลความหมาย ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยใช้สูตร (กัลยา ,2546, p. 39)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของแต่ละคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2550 :35)

$$\text{Cronbach's alpha: } \alpha = \frac{\frac{k \text{Convarrance}}{\text{Variance}}}{1 + \frac{(k-1) \text{Convarrance}}{\text{Variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	Convarrance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
	Variance	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ซึ่งประกอบด้วย

3.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) (กัลยา, 2546, p. 155) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศ และในการทดสอบ t-test หาค่าความแปรปรวนของข้อมูลโดยการทดสอบ Lavenes test (กัลยา, 2546, p. 148) ถ้าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่ม ให้พิจารณาค่าในแถว Equal variances assumed และถ้าค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากัน ให้พิจารณาค่าในแถว Equal variances not assumed

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S_1^2 = S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{Sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ t มีองศาอิสระ df = n1 + n2 - 2 โดยที่

เมื่อ	$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i; i = 1, 2
	Sp	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม
	n_i	แทน	ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่
	S_1^2	แทน	
	S_2^2	แทน	ค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i; i = 1, 2

3.1.2 กรณีความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีองศาอิสระ = V

$$V = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} \right)}{n_1^{-1}} + \frac{s_2^2}{n_2^{-1}}}$$

โดยที่	t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{x}_1$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	s_1^2	แทน ค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	s_2^2	แทน ค่าแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	v	แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ซึ่งดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ซึ่งจะได้ใช้สถิติวิเคราะห์จากสถิติ (F) หรือค่า Brown-Forsythe(B) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สูตรนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550:113)

$$F = \frac{MS_a}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution
	MS_a	แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean square between groups)

MS_w	แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean square within groups)
df	แทน ชั้นแห่งความอิสระ ได้แก่วางกลุ่ม $k-1$), ภายในกลุ่ม $(n-k)$

ใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-forsythe (B) ใช้ในกรณีที่แตกต่างกัน(กัลยา วานิชย์บัญชา , 2553, น. 141)

$$F = \frac{MS_B}{MS_w}$$

โดยค่า	$MS_w = \sum_{i=1}^k (1 - \frac{n_1}{N}) S_i^2$
เมื่อ B	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา Brown-forsythe
MS_B	แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
MS_w	แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown-forsythe
K	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน ขนาดประชากร
S_i^2	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจะทำการตรวจสอบความแตกต่างแบบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญสถิติ 0.05 โดยใช้สูตรตามวิธี ดังนี้

สูตรวิธีทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Fisher Leat Significant Difference:LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553, น. 142)

$$LSD = t1 - \frac{\alpha}{2n} - k \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ n_i, n_j	
เมื่อ LSD	แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i และ j

$t1 - \frac{\alpha}{2n} - k$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นแห่งความเป็นอิสระภายใน กลุ่ม = $n-k$

MSE	แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_w)
n	จำนวนกลุ่มตัวอย่างของ i
n_j	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างของ j
α	แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel. 1982 : 153-155)

$$\overline{d_D} = \frac{q_D \sqrt{(2MS_{SIA})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\overline{d_D}$	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett Test
	q_D	แทน ค่าจากตาราง Critical Values of the Dunnett Test
	MS_{SIA}	แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่ากลุ่มตัวแปรอิสระ ($\alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่งในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถอธิบายได้นี้ เรียกว่าค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (Error : ϵ) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ ! ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าว มีค่าความคลาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k + \epsilon$$

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_k x_k$$

โดยที่ x คือ ตัวแปรอิสระ
 Y คือ ตัวแปรตาม
 k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ Y เมื่อให้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์ ส่วน β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระนั้นเปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่ โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ a และ b สามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$a = Y - b_1x_1 + b_2x_2 + \cdots + b_kx_k$$

$$b_i = \frac{\sum X_iY_i - \sum X_i\bar{Y}}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณมีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ

1. ความผิดพลาด (error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X) จะต้องเท่ากัน
3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม (Y) แต่ละค่าเป็นอิสระต่อกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระต่อกัน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้ จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows (Statistical package for social science) ซึ่งได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรม SPSS คำนวณได้ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน ตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ประกอบด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยผลวิเคราะห์จะทำการแจกแจงเป็นจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	181	45.25
หญิง	219	54.75
รวม	400	100.0
2.อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	114	28.50
30 – 39 ปี	168	42.00
40 – 49 ปี	80	20.00
50 – 59 ปี	27	6.75
60 ปีขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.0
3.สถานภาพ		
โสด	223	55.75
สมรส	156	39.00
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	21	5.25

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวจีน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	121	30.25
ระดับปริญญาตรี	214	53.50
ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	65	16.25
รวม	400	100.0
5.อาชีพ		
นิสิต / นักเรียน	95	23.75
ข้าราชการ / องค์กร / รัฐวิสาหกิจ	32	8.00
พนักงานบริษัทเอกชน	119	29.75
ธุรกิจส่วนตัว	127	31.75
อื่นๆ	27	6.75
รวม	400	100.0
6.รายได้		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	94	23.50
20,000 – 30,000 บาท	136	34.00
30,000 – 40,000 บาท	137	34.25
40,001 – 50,000 บาท	17	4.25
สูงกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.0

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวจีนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

1. เพศ พบว่า นักท่องเที่ยวยาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 และเป็นเพศชายจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25

2. อายุ พบว่า นักท่องเที่ยวยาวจีนส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวยาวจีนที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 28.50 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 50 – 59 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

3. สถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีสถานภาพสมรส จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และนักท่องเที่ยวชาวจีนมีสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และนักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

5. อาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีอาชีพนิสิต / นักเรียน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีอาชีพข้าราชการ / องค์กร / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และนักท่องเที่ยวชาวจีนมีอาชีพอื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

6. รายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีรายได้ 30,000 – 40,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีรายได้ 20,000 – 30,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และนักท่องเที่ยวชาวจีนมีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยผลวิเคราะห์จะทำการแจกแจงเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

พฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านวัฒนธรรม			
1.สถาปัตยกรรมของสถานที่สวยงาม เช่นวัดพระราชวังและโบราณสถานต่าง ๆ มีความดึงดูดใจ	4.23	.739	มากที่สุด
2.สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจ	4.21	.764	มากที่สุด
3.ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ที่มีการจัดอย่างหลากหลายทำให้เกิดความประทับใจ	4.22	.762	มากที่สุด
4.วัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งทางด้านความเป็นอยู่ วิถีคิด อาหาร การกิน ภาษาและด้านศาสนา ทำให้เกิดความดึงดูดใจ	4.21	.758	มากที่สุด
5.เอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมไทย เช่นศิลปะการแสดง ศิลปะการต่อสู้ การแต่งกายและอาหาร เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจ	4.19	.738	มาก
6.สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ตลาด ชุมชนและวัดมีจำนวนมาก ทำให้สามารถเลือกไปได้โดยสะดวก	4.18	.778	มาก
7.สินค้าพื้นเมือง อาหารท้องถิ่นและสิ่งของต่าง ๆ ที่เป็นของไทยมีอยู่ในร้านค้า และห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครจำนวนมาก สามารถเลือกซื้อได้โดยสะดวกและราคาไม่แพง	4.16	.803	มาก
8.มีการจัดบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำการชมธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้เกิดความประทับใจ	4.14	.840	มาก
9.วิถีชีวิตของคนไทย ยังคงให้ความสำคัญแก่ ศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้เกิดความประทับใจ	4.19	.756	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
10. มีจัดแสดงและพิธีกรรมในเรื่องของความเชื่อทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบต่าง ๆ และในสถานที่ต่าง ๆ ทำให้สามารถเข้าร่วมได้สะดวก	4.23	.744	มากที่สุด
รวม	4.19	.252	มาก
ด้านส่วนบุคคล			
1. การปรับที่ดี ก่อให้เกิดความประทับใจเมื่อท่านได้มาท่องเที่ยว	4.20	.768	มาก
2. มารยาทมีความไม่ตรีการช่วยเหลือและการให้บริการให้เป็นกันเองของคนไทยทำให้ท่านเกิดความประทับใจ	4.19	.761	มาก
3. การพูดคุยและการวางตัวของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม ทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจ	4.21	.748	มากที่สุด
4. การชี้แจง การตอบคำถามและแจ้งเตือนของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม เมื่อท่านได้มาท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจ	4.16	.752	มาก
5. การให้เลือกปฏิบัติของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสมเมื่อท่านได้ท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจ	4.18	.770	มาก
6. การดูแลอย่างดีของผู้ให้บริการทุก ๆ ที่ที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจ	4.22	.746	มากที่สุด
รวม	4.19	.324	มาก
ด้านสังคม			
1. ระบบการขนส่งและคมนาคมในกรุงเทพมหานคร มีความทันสมัยปลอดภัยและสะดวกสบาย	4.08	.698	มาก
2. ระบบการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวเช่นโรงแรมห้องพักในกรุงเทพมหานครมีความสะดวกปลอดภัยปลอดภัยและราคาไม่แพง	4.11	.708	มาก
3. การวิจัยและมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมไม่แพงเกิน ประหยัดเงินของท่านได้มาก	4.07	.756	มาก
4. การติดต่อสื่อสารพูดคุยกับผู้คน เมื่อท่านเดินทางในกรุงเทพมหานครมีความสะดวกและเต็มไปด้วยมิตรไมตรี	4.14	.744	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
5. ถ้าความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีความทันสมัยมีห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก มีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อได้ตามสะดวก	4.05	.748	มาก
6. มีแหล่งบริการในการจัดการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและมีปริมาณพลให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำและจัดบริการการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวก	4.10	.690	มาก
7. ท่านสามารถเดินทางท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครได้อย่างปลอดภัยแม้จะเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาแหล่งบริการในการจัดท่องเที่ยวก็ตาม	4.11	.768	มาก
8. กรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานครมีการ วางระบบการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แม้แต่ยามฉุกเฉิน หรือเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้ท่านเกิดความอบอุ่นใจ	4.00	.792	มาก
9. ถ้าความสะดวกในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นเมืองที่อาจเตรียมความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวไว้เป็นอย่างดีในทุกด้านท่านจึงรู้สึกพึงพอใจกับการท่องเที่ยว	4.03	.821	มาก
รวม	4.07	.302	มาก
ด้านจิตวิทยา			
1. การได้มาท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกได้พักผ่อนอย่างแท้จริงมี	4.23	.800	มากที่สุด
2. จากการท่องเที่ยวท่านได้รับแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก	4.35	.707	มากที่สุด
3. จากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกได้รับความเป็นมิตรและมิตรภาพที่ดีจากคนอื่นมากขึ้น	4.33	.730	มากที่สุด
4. จากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกว่าตนเองมีความเป็นกันเองและมีความปฏิบัติที่ดีต่อคนอื่นมากขึ้น	4.31	.730	มากที่สุด

ตาราง 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
5. จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตมากขึ้น	4.21	.753	มากที่สุด
6. จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกว่าคุณได้รับประสบการณ์ใหม่ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตของท่าน	4.11	.768	มาก
7. จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านมีความพึงพอใจกับการได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นมากขึ้น	4.12	.736	มาก
8. จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกเปิดโลกทัศน์และมีหูตากว้างขึ้น	4.15	.738	มาก
รวม	4.22	.284	มากที่สุด
โดยรวมทั้งหมด	4.17	.154	มาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับความคิดเห็นในการท่องเที่ยวในภาพรวม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านส่วนบุคคล ด้านสังคมและด้านจิตวิทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายด้านตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ด้านวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถาปัตยกรรมของสถานที่สวยงาม เช่นวัดพระราชวังและโบราณสถานต่าง ๆ มีความดึงดูดใจและมีจัดแสดงและพิธีกรรมในเรื่องของความเชื่อทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบต่าง ๆ และในสถานที่ต่าง ๆ ทำให้สามารถเข้าร่วมได้สะดวกโดยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ที่มีการจัดอย่างหลากหลายทำให้เกิดความประทับใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการจัดบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำการชมธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้เกิดความประทับใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

ด้านส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การดูแลอย่างดีของผู้ให้บริการทุก ๆ ที่ ที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดความดึงดูดใจมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาการพูดคุยและการวางตัวของผู้ให้บริการที่

มีความเหมาะสม ทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การชี้แจง การตอบคำถามและแจ้งเตือนของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม เมื่อท่านได้มาท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การติดต่อสื่อสารพูดคุยกับผู้คน เมื่อท่านเดินทางในกรุงเทพมหานครมีความสะดวกและเต็มไปด้วยมิตรไมตรี ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา ระบบการพักอาศัยของนักท่องเที่ยว เช่นโรงแรมห้องพักในกรุงเทพมหานครมีความสะอาดปลอดภัยปลอดภัยและราคาไม่แพงและท่านสามารถเดินทางท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครได้อย่างปลอดภัยแม้จะเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาแหล่งบริการในการจัดท่องเที่ยวก็ตามอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานครมีการ วางระบบการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แม้แต่ยามฉุกเฉินหรือเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้ท่านเกิดความอบอุ่นใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ด้านจิตวิทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ จากการท่องเที่ยวท่านได้รับแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาจากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกได้รับความเป็นมิตรและมิตรภาพที่ดีจากคนอื่นมากขึ้นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกว่าคุณได้รับประสบการณ์ใหม่ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตของท่านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยผลวิเคราะห์จะทำการแจกแจงเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. กรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับความชอบของท่าน	3.98	.865	มาก
2. กรุงเทพมหานครจะเป็นตัวเลือกแรกในการเดินทางของท่าน	3.80	.845	มาก
3. ถ้ามีโอกาสท่านจะได้กลับมาเที่ยวกรุงเทพมหานครอีกครั้ง	3.81	.792	มาก
4. ท่านวางแผนที่จะมาเที่ยวกรุงเทพมหานครอีกในอนาคตอันใกล้	3.90	.754	มาก
5. หากท่านต้องการเดินทางไป ท่องเที่ยวที่ภูมิภาคอื่นๆของไทย ถ้ามีแนวโน้มที่จะเที่ยวกรุงเทพมหานครด้วย	4.05	.950	มาก
6. ท่านจะแนะนำกรุงเทพมหานครให้เป็นตัวเลือกแรกในการท่องเที่ยวให้แก่คนอื่น	4.02	.732	มาก
7. ท่านจะพาคนที่ไม่เคยมาเที่ยวกรุงเทพมหานครมาเที่ยวกับท่านด้วย	4.16	.680	มาก
8. ท่านพึงพอใจกับค่าใช้จ่ายของท่านในส่วนของกรุงเทพมหานคร เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ท่านจ่ายไปในการท่องเที่ยวของท่าน	3.72	.694	มาก
9. ฉันคิดว่าหากมีโอกาส ท่านจะเดินทางมากรุงเทพมหานครอีกครั้ง	3.77	.759	มาก
10. ในการเตรียมการวางแผนการท่องเที่ยวของท่านในครั้งต่อไป ท่านเตรียมวางแผนที่จะมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครอีกครั้งด้วย	3.89	.738	มาก
รวม	3.91	.453	มาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับความคิดเห็นในการท่องเที่ยวในภาพรวม ด้านความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายข้อดังต่อไปนี้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านจะพาคนที่ไม่เคยมาเที่ยวกรุงเทพมหานครมาเที่ยวกับท่านด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาหากท่านต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ภูมิภาคอื่นๆของไทยถ้ามีแนวโน้มที่จะเที่ยวกรุงเทพมหานครด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านพึงพอใจกับค่าใช้จ่ายของท่านในส่วนของกรุงเทพมหานครเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ท่านจ่ายไปในการท่องเที่ยวของท่านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน (Independent Sample t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของเพศไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของเพศแตกต่างกัน

ตาราง 4 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	.014	.907

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .907 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้ t-test กรณี Equal Variances Assumed

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ Independent t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบจะยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่ามากกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงดังตาราง 5

ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทาง ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	ชาย	3.86	.457	-1.737	398	.907
	หญิง	2.19	3.94			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .907 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มอายุแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 6 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Levene Statistic	df1	df2	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	1.272	4	395	.281

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 6 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .281 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุ

ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Mutiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตาราง 7

ตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	ระหว่างกลุ่ม	4	0.439	0.110	0.530	0.714
	ภายในกลุ่ม	395	81.756	0.207		
	รวม	399	82.195			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.714 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสถานภาพครอบครัว ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มสถานภาพครอบครัว แตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 8 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพครอบครัว

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Levene Statistic	df1	df2	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	.569	2	397	.567

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพครอบครัว พบว่า

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .567 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสถานภาพครอบครัว ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตาราง 9

ตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพครอบครัว โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	ระหว่างกลุ่ม	2	1.371	0.685	3.366	0.036
	ภายในกลุ่ม	397	80.824	0.204		*
	รวม	399	82.195			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นผู้วิจัยจะเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของสถานภาพครอบครัว ที่แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) แสดงดังตาราง 10

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัว แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD

สถานภาพครอบครัว	$\bar{x}$	ไสด	สมรส	หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่
		3.95	3.86	3.75
ไสด	3.95	-	0.093	0.206
			(.047*)	(.045*)
สมรส	3.86		-	0.113
				(.282)
หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่	3.75			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวแตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวไสดกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวสมรรมีค่า Sig. เท่ากับ .047 และสถานภาพครอบครัวไสดกับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่มีค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวไสด มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวสมรสและสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวไสด ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวสมรส โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.093 และน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง / หม้าย / แยกกัน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.206

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มระดับการศึกษา แตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 11 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Levene			
	Statistic	df1	df2	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	.686	2	397	.504

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .504 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.626	0.313	1.523	0.219
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก	ภายในกลุ่ม	397	81.569	0.205		
เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	รวม	399	82.195			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.219 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มระดับอาชีพ แตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Levene Statistic	df1	df2	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	1.629	4	395	.166

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .166 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตาราง 14

ตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจกลับไปเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	ระหว่างกลุ่ม	4	2.212	0.553	2.730	0.029*
	ภายในกลุ่ม	395	79.983	0.202		
	รวม	399	82.195			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นผู้วิจัยจะเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพ ที่แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) แสดงดังตาราง 15

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพ แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD

อาชีพ	$\bar{x}$	นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ องค์กร/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
		4.02	3.83	3.91	3.96	3.81
นิสิต/นักศึกษา	4.02	-	0.366 (.997)	0.106 (.562)	0.191 (.045*)	0.206 (.353)
ข้าราชการ/องค์กร/ รัฐวิสาหกิจ	3.98		-	-0.070 (.961)	-0.154 (.555)	0.169 (.720)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.91			-	-0.084 (.706)	0.099 (.898)
ธุรกิจส่วนตัว	3.82				-	0.151 (1.000)
อื่นๆ	3.81					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพพนีสิต/นักศึกษากับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และอาชีพพนีสิตนักศึกษา มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวอยู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพพนีสิต/นักศึกษามีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.185 และน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีน โดยีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.191

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.01 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's Test โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพ แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Levene Statistic	df1	df2	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	.760	4	395	.552

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .552 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Mutiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงดังตาราง 17

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test

ความตั้งใจกลับไปเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือก เดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	ระหว่างกลุ่ม	4	2.030	0.507	2.501	0.042*
	ภายในกลุ่ม	395	80.165	0.203		
	รวม	399	82.195			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ F-test สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ ความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้นผู้วิจัยจะเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) แสดงดังตาราง 18

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ LSD

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20,000 บาท	20,000 – 30,000 บาท	30,000 – 40,000 บาท	40,000 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
		4.03	3.87	3.89	3.75	3.86
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	4.03	-	0.160 (.008**)	0.135 (.025*)	0.272 (.022*)	0.162 (.184)
20,000 – 30,000 บาท	3.87	-	-	-0.024 (.656)	0.111 (.335)	0.001 (.988)
30,000 – 40,000 บาท	3.89			-	0.136 (.241)	0.026 (.826)
40,000 – 50,000 บาท	3.75				-	-0.109 (.484)
สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	3.86					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันกับความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 40,000 บาท อยู่มีค่า Sig. เท่ากับ .025 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 – 50,000 บาท อยู่มีค่า Sig. เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 40,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 – 50,000 บาท อยู่ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.160 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 40,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.135 และน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 – 50,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.272 สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

H_0 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยาไม่มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

H_1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยามีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบจะใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

กำหนดให้	X_1	แทน	ด้านวัฒนธรรม
	X_2	แทน	ด้านสังคม
	X_3	แทน	ด้านส่วนบุคคล
	X_4	แทน	ด้านจิตวิทยา
	Y_1	แทน	การตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Linear Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Regression	1.487	4	.372	1.823	.124
Residual	80.361	394	.204		
Total	81.848	398			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยามีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.124 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยาไม่มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของพฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยามีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Enter Regression

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	B	SE	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	3.183	.619	5.139	.000
1. ด้านวัฒนธรรม (X_1)	-.105	.091	-1.158	.247
2. ด้านสังคม (X_2)	.070	.070	.987	.324
3. ด้านส่วนบุคคล (X_3)	.027	.075	.365	.715
4. ด้านจิตวิทยา (X_4)	.181	.080	2.252*	.025
$r = .135$		Adjusted $R^2 = .008$		
$R^2 = .018$		SE = .45162		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านจิตวิทยา (X_4) มีค่า Sig เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านจิตวิทยา (X_4) มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ได้ร้อยละ 8 (Adjusted $R^2 = 0.008$) โดยสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์การตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (Y_1) ได้ดังนี้

$$Y_1 = 3.183 + 0.181 (X_4)$$

จากสมการสามารถสรุปได้ ดังนี้

หากพฤติกรรมการท่องเที่ยวในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (Y_1) จะมีการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่ที่ 3.183 หน่วย

หากปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจิตวิทยา (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (Y_1)

เพิ่มขึ้น 0.181 หน่วย กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยวชาวจีนพิจารณาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจิตวิทยาจะทำให้มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น

ส่วนปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม (X_1) ด้านสังคม (X_2) และด้านส่วนบุคคล (X_3) เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร (Y_1)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 21 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
1.	ลักษณะด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Independent Sample t-test และ One Way ANOVA	
1.1	นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	Independent t-test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.2	นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	F -Test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.3	นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพครอบครัว แตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่	F -Test	สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 21 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
	เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
1.4	นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	F -Test	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.5	นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	F -Test	สอดคล้องตามสมมติฐาน
1.6	นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	F -Test	สอดคล้องตามสมมติฐาน
2.	พฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยามีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Linear Regression	
2.1	พฤติกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม และด้านส่วนบุคคล มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	Linear Regression	ไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน

ตาราง 21 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ
	พฤติกรรมทางท่องเที่ยวด้านจิตวิทยา มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร	Linear Regression	สอดคล้องตาม สมมติฐาน



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีในการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับนักการตลาดในการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนได้มากขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ผู้ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

สมมติฐานในการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มี เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา รายได้ และ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยนคร

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 สถานภาพโสด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีอาชีพมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 รายได้ 30,000 – 40,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล และด้านจิตวิทยา

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับความคิดเห็นในการท่องเที่ยวในภาพรวม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านส่วนบุคคล ด้านสังคมและด้านจิตวิทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งสามารถจำแนกเป็นรายด้านตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ด้านวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถาปัตยกรรมของสถานที่สวยงาม เช่นวัดพระราชวังและโบราณสถานต่าง ๆ มีความดึงดูดใจและมีจัดแสดงและพิธีกรรมในเรื่องของความเชื่อทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบต่าง ๆ และในสถานที่ต่าง ๆ ทำให้สามารถเข้าร่วมได้สะดวกโดยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ที่มีการจัดอย่างหลากหลายทำให้เกิดความประทับใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการจัดบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำการชม

ธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้เกิดความประทับใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ตามลำดับ

2. ด้านส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การดูแลอย่างดีของผู้ให้บริการทุก ๆ ที่ที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดความดึงดูดใจมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาการพูดคุยและการวางตัวของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม ทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การชี้แจง การตอบคำถามและแจ้งเตือนของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม เมื่อท่านได้มาท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ตามลำดับ

3. ด้านสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การติดต่อสื่อสารพูดคุยกับผู้คน เมื่อท่านเดินทางในกรุงเทพมหานครมีความสะดวกและเต็มไปด้วยมิตรไมตรี ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา ระบบการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวเช่นโรงแรมห้องพักในกรุงเทพมหานครมีความสะดวกสบายปลอดภัยและราคาไม่แพงและท่านสามารถเดินทางท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครได้อย่างปลอดภัยแม้จะเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาแหล่งบริการในการจัดท่องเที่ยวก็ตามอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กรุงเทพมหานครกรุงเทพมหานครมีการ วางระบบการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แม้แต่ยามฉุกเฉิน หรือเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้ท่านเกิดความอบอุ่นใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

4. ด้านจิตวิทยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สามารถพิจารณารายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ จากการท่องเที่ยวท่านได้รับแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาจากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกได้รับความเป็นมิตรและมิตรภาพที่ดีจากคนอื่นมากขึ้นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกว่าท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตของท่านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 จากการศึกษา พบว่า ลักษณะด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนลักษณะด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ สถานภาพครอบครัว รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านจิตวิทยามีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

ลักษณะด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนลักษณะด้านข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ สถานภาพครอบครัว รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.1 เพศ

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจจึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้งเพศชายและเพศหญิงให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพรรณ ธรรมตั้งมั่น (2562) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำวัดไทร เขตจอมทองกรุงเทพมหานคร" พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย มีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดไทรไม่แตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิง

1.2 อายุ

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องจากภายในกรุงเทพมหานครมีกิจกรรมมากมายหลากหลายให้นักท่องเที่ยวได้เลือก และมีความเหมาะสมกับบุคลิกวัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ วรเวชธนกุล (2564) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" พบว่า อายุแตกต่างกันมีผลต่อการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

1.3 สถานภาพ

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวิจัยของจรรยา วาหลวง (2560) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี" พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส เช่น โสด แต่งงาน หย่า หรืออาศัยอยู่ร่วมกันโดยไม่แต่งงานมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยว

1.4 ระดับการศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเนื่องจากไม่ว่าจะมีระดับการศึกษาใดต่างก็มีโอกาสในการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีย์ วรเวชธนกุล (2564) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม" พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จังหวัดนครปฐมในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

1.5 รายได้

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวไทยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 40,000 บาท อาจเนื่องจากโดยปกติแล้วเมื่อมีรายได้สูงนักท่องเที่ยวจะสามารถเลือกทำกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่มีราคาสูงขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2560) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย" พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยว

1.6 อาชีพ

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีเงินในการท่องเที่ยวมากที่สุด อาจเนื่องจากอาชีพดังกล่าวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่าอาชีพอื่นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2561) ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย" พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

2.1 ด้านวัฒนธรรม

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครด้านวัฒนธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน สอนเจริญ (2558) ที่พบว่า แรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว เนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น โบราณสถานเป็นจำนวนมาก จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้

2.2 ด้านสังคม

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวใน

กรุงเทพมหานครด้านสังคม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรรยา วาหลวง (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยการจูงใจในการท่องเที่ยว พบว่า ด้านสังคมสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล และจริยธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว

2.3 ด้านส่วนบุคคล

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้านส่วนบุคคล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542) คือ แรงจูงใจด้านบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลินจะเป็นแหล่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวยังคงมาเที่ยวต่อไปและเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวยังมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง

2.4 ด้านจิตวิทยา

จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการตั้งใจกลับไปเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครด้านจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิริติ ตระการศิริวานิช (2555) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เมืองพัทยา ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันและการรับรู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวก็ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้ความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน เพื่อเป็นข้อมูลในการสืบค้น วางแผนปรับปรุงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนเพื่อประโยชน์ในอนาคตดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุของพวกเขาแตกต่างกันระหว่าง 30-39 ปี มีสถานภาพการสมรส มีวุฒิปริญญาตรีและเป็นพนักงานมืออาชีพของบริษัทเอกชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001-8,000

หยวน แผนการตลาดควรคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญหรือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี ขยายบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว และมีวุฒิปัญญาตรี ดังนั้น จึงควรโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการค้นหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ สามารถใช้วิธีโฆษณาที่แชร์ได้ผ่านชุมชนออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยว กิจกรรมเน้นความสัมพันธ์กับเพื่อนหรือครอบครัวซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เพื่อเล่นกับอารมณ์ของนักท่องเที่ยว

2. นักท่องเที่ยวจีน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในด้านจิตวิทยา ต่อการตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน นักท่องเที่ยวสังเกตเห็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงซึ่งเป็นที่รู้จักสำหรับร้านอาหารที่หลากหลาย ทางเลือกของการคมนาคมและสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เช่น วัด แหล่งช้อปปิ้ง สถานบันเทิง จึงขอแนะนำให้ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องวางแผนกลยุทธ์จัดทำสื่อโฆษณาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวโดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งเป็นจุดเด่นในกรุงเทพมหานคร และควรปรับปรุงแก้ไขข้อเสนอการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งให้ดียิ่งขึ้น ของโรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนควรจัดเตรียม อาหารให้หลากหลายและเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยว และเพิ่มความสะอาดด้านบริการ เพิ่มช่องทางการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเชิงลึกเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจในการตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทย เพื่อทราบเหตุผลลึกๆ ของแต่ละคน ซึ่งสามารถนำไปใช้วางแผนนโยบายต่อไปได้

2. ขยายกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อเปรียบเทียบ เช่น เปรียบเทียบการตัดสินใจมาเที่ยวประเทศไทยระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันจึงจำเป็นต้องทำการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อวางแผนการให้บริการให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

3. เพิ่มการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง เช่น ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทางและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาปรับปรุง ประสิทธิภาพด้านการตลาดและการท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตัดสินใจท่องเที่ยว

4. ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อพฤติกรรมผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความ
ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ



บรรณานุกรม

- กรณีการ์ รุจิวิโรชิต. (2563). การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (รายงานการวิจัย). สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. สืบค้นจาก <https://tourisminvest.tat.or.th/th/home/detail/1335>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนปฏิบัติราชการ (พ.ศ. 2566 - 2570) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นจาก https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/surin/download/article/article_20230316105815.pdf.
- กัญญารัตน์ แก้วกมล, นิติคุณ ท้าวทอง, สุปวีณ์ รสสิน, อนุศิษฐ์ เพชรเชนทร์, อมรรัตน์ รัตนสุภา และ จันทรีศรี ภูติอริยวัฒน์. (2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(1), 76-91.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). การวิจัยขั้นต้นดำเนินงาน: การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬารัตน์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). หลักสถิติ. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับบริหารและวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติยา มโนธรรมรักษา. (2559). การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา ตลาดน้ำอโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กิริติ ตระการศิริวานิช. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จรรยา วาหลวง. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทยในเกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ใจทิพย์ เย็นสุข. (2561). การพัฒนาความสามารถการอ่านจับใจความภาษาอังกฤษโดยการสอนแบบกระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนคาเบรียลอุปถัมภ์. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

- ชุติมา ฤทธิ์เดช, ศิริรัตน์ โกศการิกา และ ชีรวัชร ศรีสุข. (2566). ความท้าทายในการจัดการการท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 18(1), 65-78.
- ฐิตาภา ตันติพันธุ์ดี. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับไปเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ช่วงการระบาดโควิด – 19. สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทัศนะ สุขสวัสดิ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอัจฉริยะของกลุ่มคนเจนเอเรชั่น เอ็กซ์. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 18(1), 116-139.
- นানা ศรีธรรมศักดิ์. (2561). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*. 13(1), 27-35.
- น้ำฝน จันทน์นวล. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 6(2), 53-60.
- น้ำลีน เทียมแก้ว. (2561). การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 (รายงานการวิจัย). สำนักวิทยบริการ, มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: หจก. เพ็ญ ข้าหลวงพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- บุญยสฤษฎ์ อาวาส. (2564). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการบริโภคอาหารถนนข้าวสาร. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ*, 5(1), 1-15.
- ปภัค อุดมธรรมกุล. (2563). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และ ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 12(3), 25-38.
- ผณินทรา ธนะเพชร. (2556). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงพุทธกรณีศึกษา วัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรพิมล ลอแท และ มนตรี พิริยะกุล. (2562). อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคย และภาพลักษณ์ที่มีต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ปลายทางประเทศไทย : การศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบสมการโครงสร้างแบบพหุกลุ่มระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว, *Dusit Thani College Journal*, 13(3), 198-214.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พัชรภรณ์ จันทรมหา. (2566). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวตามรอยอารยธรรม 5 ชาติพันธุ์ในอำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(3), 196-203.

- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, อัครพงศ์ อันทอง, พรทิพย์ เจริญวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ และ นกุล เครือฟู. (2566). *เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก https://pairach.com/wp-content/uploads/2013/10/tourism_economics_final.pdf
- วัชรวิชัย วิทยาภรณ์. (2563). การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดจากการท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอยอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(1), 72-85.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สมหทัย จารุมิลินท์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี. (2562). *ลักษณะทั่วไปของประชากรศาสตร์*. ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- แสงเดือน สอนเจริญ. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อิทธิพัทธ์ จันทรสาคร. (2565). *ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อระบบสารสนเทศในอาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. รายงานผลการวิจัย กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Dubrin, A. J. (1992). *Human relations : A job oriented approach*. (Fifth Edition). Eaglewood Cliffs; New Jersey – Hall, Inc.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2011). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Keppel. (1982). *Design and Analysis: A Researcher's Handbook*. Prentice : Hall.
- Maslow, A. H., Honigmann, J. J., & Mead, M. (1970). Synergy: Some Notes of Ruth Benedict 1. *American Anthropologist*, 72(2), 320-333.
- Warach Madhyamapurush. (2562). *โครงสร้างของระบบการท่องเที่ยว* University of Phayao. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1), 94-102.
- World Tourism Organization. (2021). *Glossary of tourism terms*. Retrieved from: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.



ภาคผนวก



调查问卷

影响中国游客选择曼谷旅游的满意度和再次旅游意图的因素

作者：丹珍诺 蓬曼尼

修改建议：

第一部分：受访者个人信息

1.性别

☐ 1) 男 ☐ 2) 女

2.年龄

☐ 1) 30岁以下 ☐ 2) 30 – 39岁

☐ 3) 40 – 49岁 ☐ 4) 50 – 59岁

☐ 5) 60岁以上

3.婚姻状况

☐ 1) 单身 ☐ 2) 已婚

☐ 3) 离婚/丧偶/分居 ☐ 4) 其他（请注明....）

4.最高学历

☐ 1) 本科以下 ☐ 2) 本科

☐ 3) 其他（请注明....）

5.职业

☐ 1) 学生 ☐ 2) 公务员/事业单位/国有企业员工

☐ 3) 私企员工 ☐ 4) 自营职业

☐ 5) 其他（请注明....）

6.月收入

☐ 1) 低于或等于20,000泰铢

☐ 2) 20,000 – 30,000泰铢

☐ 3) 30,000 – 40,000泰铢

☐ 4) 40,001 – 50,000泰铢

☐ 5) 超过50,000泰铢

☐ 6) 其他（请注明....）

第二部分：旅游行为

修改建议：

调整意见等级分数

1分：最不认同

2分：不认同

3分：中立

4分：认同

5分：最认同

希望这个翻译符合您的需求！如果需要进一步调整或补充内容，请告诉我。

题目	旅游行为	意见程度				
		5 非常 同意	4 同意	3 一般	2 不同意	1 完全 不同意
文化方面						
1	例如寺庙、王宫和古迹等地方的建筑美丽，具有吸引力。					
2	曼谷的圣地让人产生信仰并留下深刻印象。					
3	各种节庆活动和传统习俗的多样性令人印象深刻。					
4	多元化的文化，包括生活方式、思维方式、饮食、语言和宗教，具有吸引力。					
5	泰国文化的独特性，如表演艺术、武术、服装和食物，令人印象深刻。					
6	曼谷有许多文化旅游景点，如市场、社区和寺庙，方便游客选择参观。					

7	曼谷的商店和购物中心有丰富的泰国本土商品、地方美食和各种物品，价格实惠且便捷购买。					
8	提供多种文化保护性旅游服务，如水上旅游、自然景观观光等，令人印象深刻。					
9	泰国人的生活方式依然重视宗教和神圣的事物，令人印象深刻。					
10	有关宗教信仰和神圣事物的展览和仪式以多种形式在不同地点举行，游客可以方便参与。					
个人方面						
1	旅行中的良好适应给您留下了深刻印象。					
2	泰国人的礼貌、友善、帮助和热情服务令您感到印象深刻。					
3	服务人员的交流和举止得体，使您感到满意。					

4	服务人员的解释、回答问题和提醒非常得体，令您感到满意。					
5	服务人员在旅行中提供的适当选择使您感到印象深刻。					
6	旅行中服务人员的精心照料让您感到吸引。					
社会方面						
1	曼谷的交通运输系统现代、安全、舒适便捷。					
2	曼谷的旅游住宿设施，如酒店和房间，舒适、安全且价格适中。					
3	在曼谷旅游的成本合理，不会过于昂贵，能够节省您的开支。					
4	在曼谷旅行时，人与人之间的沟通方便，充满友好氛围。					
5	曼谷作为一个现代化城市，有众多购物中					

	心，商品种类丰富，游客可以方便地购物。					
6	曼谷及其周边有许多旅游服务机构，可以提供帮助和建议，方便游客安排旅行。					
7	即使不依赖旅游服务机构，游客也能在曼谷安全旅行。					
8	曼谷的旅游服务系统完善，有经验丰富的机构和应急支持，令游客感到温暖和安心。					
9	曼谷作为一个准备充分的城市，在各个方面为游客做好了接待准备，因此让游客感到非常满意。					
心理方面						
1	旅行使您感到真正的休息，心情更加舒畅。					
2	旅行让您获得了更多的灵感和学习机会。					

3	旅行让您感受到更多来自他人的友好和友谊。					
4	旅行让您感到自己更加亲切，并且更有礼貌待人。					
5	旅行让您对生活感到更加满意。					
6	旅行使您获得了对生活有益的新经验。					
7	旅行让您更加满意与他人的互动。					
8	旅行让您感到自己开阔了眼界，变得更加开放和理解。					
回访意图						
1	曼谷是符合您个人喜好的旅游目的地。					
2	曼谷将是您旅行时的首选目的地。					
3	如果有机会，您将再次前往曼谷旅游。					
4	您计划在不久的将来再次到曼谷旅游。					

5	如果您计划去泰国其他地区旅游，您也有可能顺便去曼谷。					
6	您会推荐曼谷作为首选旅游地给他人。					
7	您会带从未去过曼谷的人一起旅游。					
8	相较于您整体旅游开销，您对曼谷的旅游费用感到满意。					
9	如果有机会，您认为自己会再次前往曼谷。					
10	在下次旅行计划中，您会考虑再次去曼谷旅游。					

Questionnaire

Factors Influencing the Satisfaction and Intention to Return of Chinese Tourists Visiting Bangkok

By Thanychanok Puangmanee

Suggestions for Revisions:

Part 1: Personal Information of Respondents

1. Gender

- ☐ 1) Male ☐ 2) Female

2. Age

- ☐ 1) Under 30 years old ☐ 2) 30 – 39 years old
☐ 3) 40 – 49 years old ☐ 4) 50 – 59 years old
☐ 5) 60 years old and above

3. Marital Status

- ☐ 1) Single ☐ 2) Married
☐ 3) Divorced / Widowed / Separated ☐ 4) Others (please
specify...)

4. Highest Education Level

- ☐ 1) Below a Bachelor's Degree ☐ 2) Bachelor's Degree
☐ 3) Others (please specify...)

5. Occupation

- ☐ 1) Student ☐ 2) Government Employee / Organization / State
Enterprise
☐ 3) Private Company Employee ☐ 4) Business Owner
☐ 5) Others (please specify...)

6. Average Monthly Income

- ☐ 1) Less than or equal to 20,000 THB ☐ 2) 20,001 – 30,000 THB
- ☐ 3) 30,001 – 40,000 THB ☐ 4) 40,001 – 50,000 THB
- ☐ 5) More than 50,000 THB ☐ 6) Others (please specify...)

Section 2: Travel Behavior

Suggested Revision:

Adjust the Likert Scale Scores

1 point: Strongly Disagree

2 points: Disagree

3 points: Neutral

4 points: Agree

5 points: Strongly Agree

I hope this translation meets your needs! If you require further adjustments or additional content, feel free to let me know.

Item	Tourism Behavior	Level of Agreement				
		5 Strongly Agree	4 Agre e	3 Neutra l	2 Disagre e	1 Strongly Disagree
Cultural Aspect						

1	The architecture of places such as temples, palaces, and historical sites is highly attractive.					
2	Sacred places in Bangkok inspire faith and leave a lasting impression.					
3	Customs, traditions, and activities in various festivals are diverse and impressive.					
4	The diversity of culture, including lifestyles, ways of thinking, food, language, and religion, is appealing.					
5	The unique aspects of Thai culture, such as performing arts, martial arts, traditional attire, and food, create a positive impression.					
6	6.Cultural attractions such as markets, communities, and temples are abundant, making it convenient to visit.					
7	Local products, regional food, and Thai goods are widely available in Bangkok's shops and malls, making them convenient to purchase at affordable prices.					
8	Various forms of eco-tourism services, such as river tourism and nature exploration, provide an impressive experience.					

9	The Thai way of life, which values religion and sacred beliefs, leaves a positive impression.					
10	Religious displays and rituals are conducted in various formats and locations, making participation convenient.					
Personal Aspect						
1	Good adaptation creates a positive impression during your trip.					
2	The friendliness, courtesy, and helpful service of Thai people leave a strong positive impression.					
3	Proper communication and behavior by service providers lead to satisfaction.					
4	Appropriate explanations, responses, and guidance by service providers enhance satisfaction during the trip.					
5	Fair treatment by service providers creates a good impression.					
6	Excellent care by service providers at all destinations makes the experience more engaging.					
Social Aspect						
1	The transportation system in Bangkok is modern, safe, and convenient.					

1	Traveling makes you feel truly relaxed and relieves stress.					
2	Tourism inspires you and broadens your knowledge.					
3	It helps you develop good friendships and relationships with others.					
4	Traveling makes you more approachable and considerate toward others.					
5	Tourism increases overall life satisfaction.					
6	It provides new experiences that are beneficial to your life.					
7	Traveling improves your satisfaction with interactions with others.					
8	Tourism opens your mind and broadens your perspective.					
Intention to Revisit						
1	Bangkok matches your preferences as a tourist destination.					
2	Bangkok will be your first choice for your next trip.					
3	If given the chance, you will revisit Bangkok.					
4	You plan to visit Bangkok again in the near future.					
5	If you travel to other regions of Thailand, you are likely to include Bangkok in your trip.					
6	You will recommend Bangkok as the top travel destination to others.					

7	You will bring someone who has never been to Bangkok to visit the city with you.					
8	You are satisfied with your expenses in Bangkok compared to your total trip cost.					
9	If given the opportunity, you would choose to visit Bangkok again.					
10	You intend to include Bangkok in your travel plans for your next trip.					



แบบสอบถามเรื่อง

ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว
ชาวจีน

ข้อเสนอแนะของการแก้ไขมีดังนี้ :

1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 30 ปี

☐ 2) อายุ 30 – 39 ปี

☐ 3) อายุ 40 – 49 ปี

☐ 4) อายุ 50 – 59 ปี

☐ 5) อายุ 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพครอบครัว

☐ 1) โสด

☐ 2) สมรส

☐ 3) หย่าร้าง / หม้าย / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1) ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) ระดับปริญญาตรี

☐ 3) ระดับสูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ 1) นิสิต / นักเรียน

☐ 2) ข้าราชการ / องค์กร / รัฐวิสาหกิจ

☐ 3) พนักงานบริษัทเอกชน

☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5) อื่นๆ (โปรดระบุ....)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

☐ 2) 20,000 – 30,000 บาท

☐ 3) 30,000 – 40,000 บาท

☐ 4) 40,001 – 50,000 บาท

☐ 5) สูงกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะของการแก้ไข

1. ให้ปรับ คะแนนของระดับความคิดเห็นเป็นดังนี้

- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนข้อคำถามของแบบการท่องเที่ยวด้านต่างๆและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวทำให้ดูแล้วอย่างละ

6 – 10 ข้อ

ขอให้พิจารณาว่าจะใช้ได้ไหมจะได้ไปใช้ทั้งหมดหรือเอาเป็นตัวอย่าง ของข้อคำถามก็ได้เอาไปปรับใช้หรือเลือกใช้เป็นบางข้อก็ได้



ข้อ	พฤติกรรมการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
		เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ด้านวัฒนธรรม						
1	สถาปัตยกรรมของสถานที่สวยงาม เช่น วัดพระราชวังและโบราณสถานต่างๆมีความดึงดูดใจ					
2	สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ใน กรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดความศรัทธาและประทับใจ					
3	ขนบธรรมเนียมประเพณีและกิจกรรม ในเทศกาลต่างๆ ที่มีการจัดอย่างหลากหลายทำให้เกิดความประทับใจ					
4	วัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งทางด้าน ความเป็นอยู่ วิถีคิด อาหารการกิน ภาษาและด้านศาสนา ทำให้เกิดความดึงดูดใจ					
5	เอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมไทย เช่น ศิลปะการแสดง ศิลปะการต่อสู้ การแต่งกายและอาหาร เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจ					
6	สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ตลาด ชุมชนและวัดมีจำนวนมาก ทำให้สามารถเลือกไปได้โดยสะดวก					
7	สินค้าพื้นเมือง อาหารท้องถิ่นและ สิ่งของต่างๆ ที่เป็นของไทยมีอยู่ใน ร้านค้า และห้างสรรพสินค้าใน กรุงเทพมหานครจำนวนมาก สามารถเลือกซื้อได้โดยสะดวกและราคาไม่แพง					
8	มีการจัดบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำการชมธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้เกิดความประทับใจ					

9	วิถีชีวิตของคนไทย ยังคงให้ความสำคัญแก่ ศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้เกิดความประทับใจ					
10	มีจัดแสดงและพิธีกรรมในเรื่องของความเชื่อทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบต่างๆ และในสถานที่ต่างๆ ทำให้สามารถเข้าร่วมได้สะดวก					
ด้านส่วนบุคคล						
1	การปรับที่ดี ก่อให้เกิดความประทับใจเมื่อท่านได้มาท่องเที่ยว					
2	มารยาทที่มีความไม่ตรีการช่วยเหลือและการให้บริการให้เป็นกันเองของคนไทย ทำให้ท่านเกิดความประทับใจ					
3	การพูดคุยและการวางตัวของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม ทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจ					
4	การชี้แจง การตอบคำถามและแจ้งเตือนของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสม เมื่อท่านได้มาท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจ					
5	การให้เลือกปฏิบัติของผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสมเมื่อท่านได้ท่องเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจ					
6	การดูแลอย่างดีของผู้ให้บริการทุกๆ ที่ที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจ					
ด้านสังคม						
1	ระบบการขนส่งและคมนาคมในกรุงเทพมหานคร มีความทันสมัยปลอดภัยและสะดวกสบาย					
2	ระบบการพักอาศัยของนักท่องเที่ยว เช่นโรงแรมห้องพักในกรุงเทพมหานครมีความสะอาดปลอดภัยปลอดภัยและราคาไม่แพง					

3	การวิจัยและมาท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมไม่ แพงเกินไป ประหยัดเงินของท่านได้มาก					
4	การติดต่อสื่อสารพูดคุยกับผู้คน เมื่อ ท่านเดินทางในกรุงเทพมหานครมีความ สะดวกและเต็มไปด้วยมิตรไมตรี					
5	ถ้าความสะดวกในการใช้จ่ายใช้สอยใน การท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครเป็น เมืองที่มีความทันสมัยมีห้างสรรพสินค้า จำนวนมาก มีสินค้าหลากหลายให้เลือก ซื้อได้ตามสะดวก					
6	มีแหล่งบริการในการจัดการท่องเที่ยว ในกรุงเทพมหานครและมี ปริมาณพล ให้แก่นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่คอย ช่วยเหลือให้คำแนะนำและจัดบริการ การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวทำให้ ท่านเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวก					
7	ท่านสามารถเดินทางท่องเที่ยว ใน กรุงเทพมหานครได้อย่างปลอดภัยแม้ จะเดินทางด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพา แหล่งบริการในการจัดท่องเที่ยวก็ตาม					
8	กรุงเทพมหานครมีการวางระบบการ ให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างดีมี ประสิทธิภาพ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว แม้แต่ยามฉุกเฉิน หรือเกิดเหตุการณ์ ต่างๆทำให้ท่านเกิดความอบอุ่นใจ					
9	ถ้าความสะดวกในการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานครเนื่องจากเป็นเมืองที่ อาจเตรียมความพร้อมในการรับ นักท่องเที่ยวไว้เป็นอย่างดีในทุกด้าน ท่านจึงรู้สึกพึงพอใจกับการท่องเที่ยว					
ด้านจิตวิทยา						
1	การได้มาท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกว่ ได้พักผ่อนอย่างแท้จริงมี ใจสบายขึ้น มาก					

2	จากการท่องเที่ยวท่านได้รับแรงบันดาลใจและการเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกมาก					
3	จากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกได้รับความเป็นมิตรและมิตรภาพที่ดีจากคนอื่นมากขึ้น					
4	จากการท่องเที่ยวท่านรู้สึกว่าตนเองมีความเป็นกันเองและมีความปฏิบัติที่ดีต่อคนอื่นมากขึ้น					
5	จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตมากขึ้น					
6	จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกที่ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชีวิตของท่าน					
7	จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านมีความพึงพอใจกับการได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นมากขึ้น					
8	จากการท่องเที่ยวทำให้ท่านรู้สึกได้เปิดโลกทัศน์และมีหุดากกว้างขึ้น					
ด้านความตั้งใจกลับมาเที่ยว						
1	กรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ตรงกับความชอบของท่าน					
2	กรุงเทพมหานครจะเป็นตัวเลือกแรกในการเดินทางของท่าน					
3	ถ้ามีโอกาสท่านจะได้กลับมาเที่ยวกรุงเทพมหานครอีกครั้ง					
4	ท่านวางแผนที่จะมาเที่ยวกรุงเทพมหานครอีกในอนาคตอันใกล้					
5	หากท่านต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ภูมิภาคอื่นๆ ของไทยถ้ามีมีแนวโน้มที่จะเที่ยวกรุงเทพมหานครด้วย					
6	ท่านจะแนะนำกรุงเทพมหานครให้เป็นตัวเลือกรแรกในการท่องเที่ยวให้แก่คนอื่น					

7	ท่านจะพาคนที่ไม่เคยมาเที่ยวกรุงเทพ กรุงเทพมหานครมาเที่ยวกับท่านด้วย					
8	ท่านพึงพอใจกับค่าใช้จ่ายของท่านเมื่อ เทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ท่านจ่ายไป ในการท่องเที่ยวของท่าน					
9	ฉันคิดว่าหากมีโอกาส ท่านจะเดินทาง มากรุงเทพมหานครอีกครั้ง					
10	ในการเตรียมการวางแผนการ ท่องเที่ยวของท่านในครั้งต่อไปท่าน เตรียมวางแผนที่จะมาท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครอีกครั้งด้วย					



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	ฉัญชนก พวงมณี
วัน เดือน ปี เกิด	18 พฤษภาคม 2541
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขา การจัดการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ที่อยู่ปัจจุบัน	161/192 อินทามระ41 อยู่เจริญแยก7 แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

